



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 29. september 1999
K(1999) 3093 endelig

KOMMISSIONENS BESLUTNING

af 29. september 1999

om en fusions forenelighed med fællesmarkedet

og EØS-aftalen

(Sag nr. IV/M.1383 - Exxon/Mobil)

(Kun den engelske udgave er autentisk)

(EØS-relevant tekst)

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR -

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til aftalen om oprettelse af Det Europæiske Økonomiske Område, navnlig artikel 57,

under henvisning til Rådets forordning (EØF) nr. 4064/89 af 21. december 1989 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser¹, senest ændret ved forordning (EF) nr. 1310/97², særlig artikel 8, stk. 2,

under henvisning til Kommissionens beslutning af 9. juni 1999 om at indlede procedure i den foreliggende sag

efter at have givet de deltagende virksomheder lejlighed til at fremsætte deres bemærkninger til Kommissionens klagepunkter,

under henvisning til udtalelse fra Det Rådgivende Udvalg for Kontrol med Fusioner og Virksomhedsovertagelser³, og ud fra følgende betragtninger:

1. Den 3. maj 1990 modtog Kommissionen en anmeldelse af en påtænkt fusion af de amerikanske virksomheder Exxon Corporations og Mobil Corporations aktiviteter på verdensplan.
2. Den 2. juni 1999 meddelte Det Forenede Kongerige i henhold til artikel 9, stk. 2, litra b), i forordning (EØF) nr. 4064/89 (herefter kaldt "fusionsforordningen"), Kommissionen, at man fandt, at fusionen påvirkede konkurrencen i sektoren for detailhandel med motorbrændstof i det nordvestlige Skotland. Den 26. juli 1999 udsendte Kommissionen en klagepunktsmeddelelse, hvori den blandt andet påpegede en række konkurrenceproblemer på detailmarkedet for motorbrændstof i hele Det Forenede Kongerige. Den 10. august 1999 underrettede Kommissionen Det Forenede Kongerige om, at der under de givne omstændigheder og i henhold til fusionsforordningens artikel 9, stk. 4, litra b), ikke var nogen grund til at henvise sagen til de britiske myndigheder.
3. Ved beslutning af 9. juni 1999 fastslog Kommissionen, at der var alvorlig tvivl om den anmeldte transaktions forenelighed med fællesmarkedet. Kommissionen indledte derfor proceduren efter fusionsforordningen artikel 6, stk. 1, litra c).

I. PARTERNE OG TRANSAKTIONEN

4. Exxon Corporation (Exxon) er en diversificeret koncern med globale aktiviteter inden for efterforskning, udvikling, produktion og salg af råolie og naturgas, raffinering og salg af raffinerede olieprodukter, udvikling, produktion og salg af forskellige kemiske produkter, produktion og salg af kul og mineraler samt elproduktion. Mobil Corporation (Mobil) er en diversificeret koncern med globale aktiviteter inden for

¹ EFT L 395 af 9.7.1997, s. 1, berigtiget i EFT L 257 af 21.9.1990, s. 13.

² EFT L 180 af 9.7.1997, s. 1.

³ EFT C ... af, s. ...

efterforskning, udvikling, produktion og salg af råolie og naturgas, raffinering og salg af raffinerede olieprodukter samt udvikling, produktion og salg af forskellige kemiske produkter. Mobil og British Petroleum (BP) har samlet alle deres europæiske aktiviteter inden for raffinering og detailhandel i et joint venture-selskab, BP-Mobil, som de kontrollerer i fællesskab⁴.

5. Denne anmeldelse vedrører en egentlig fusion, som defineret i fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra a). Exxon og Mobil undertegnede en aftale og en fusionsplan den 1. december 1998. I henhold til denne aftale fusioneres Mobil med et helejet datterselskab af Exxon, og Mobil bliver det fortsættende selskab. Som følge heraf kommer Exxon til at eje 100 % af Mobils udstedte og cirkulerende stemmeberettigede aktier. Indehavere af Mobils stamaktier vil modtage 1,32015 af Exxons stamaktier for hver stamaktie i Mobil, de ejer på tidspunktet for aftalens indgåelse. Exxons aktionærer vil eje ca. 70 % af det samlede Exxon-Mobil-selskab, mens Mobils aktionærer vil eje de resterende ca. 30 %.

II. FÆLLESSKABSDIMENSION

6. Da parternes samlede omsætning på verdensplan⁵ overstiger 5 mia. EUR (Exxon: 121 mia. EUR, Mobil: 47 mia. EUR), da Exxons og Mobils omsætning i Fællesskabet hver især overstiger 250 mio. EUR (Exxon [...] * EUR, Mobil [...] * EUR), og da hverken Exxon eller Mobil har over to tredjedele af deres omsætning på fællesskabsplan i én og samme medlemsstat, har fusionen fællesskabsdimension, jf. fusionsforordningens artikel 1, stk. 2. Både Exxons og Mobils omsætning i EFTA overstiger 250 mio. EUR (Exxon [...] * mia. EUR, Mobil: [...] * mio. EUR). Sagen er derfor en EFTA-samarbejdssag.

III. KONKURRENCEVURDERING

7. Olieindustrien opdeles generelt i upstream-sektoren for olie og gas (dvs. efterforskning, udvikling og produktion af råolie og naturgas), downstream-sektoren (dvs. raffinering og markedsføring af brændstof, distribution af naturgas, fremstilling af smøremidler) og de forskellige petrokemiske aktiviteter.
8. Fusionen giver ikke anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder på markederne for efterforskning, udvikling og produktion af råolie og naturgas med hensyn til de forskellige petrokemiske aktiviteter, hvor parterne overlapper hinanden. Begge parter er aktive inden for efterforskning, udvikling og produktion af råolie og naturgas, og Kommissionen gav i sin beslutning efter artikel 6, stk. 1, litra c), udtryk for alvorlige betænkeligheder på disse markeder. I sin beslutning efter artikel 6, stk. 1, litra c), gav Kommissionen desuden udtryk for alvorlige betænkeligheder med hensyn til markedet for gaskondensering. Af de årsager, der er anført i afsnit A og B nedenfor, har den der imidlertid ingen konkurrencemæssige betænkeligheder på disse markeder.

⁴ Sag nr. IV/M.727 - BP-Mobil af 7. 8.1996 (EFT C 381 af 17.12.1996, s. 8). Joint venture-selskabets aktiviteter omfatter ikke smøremidler til skibe og fly.

⁵ Omsætningen beregnes i henhold til fusionsforordningens artikel 5, stk. 1, og Kommissionens meddelelse om beregning af omsætning (EFT 66 af 2.3.1998, s. 25). Når tal betegner omsætning for perioden før den 1.1.1999, beregnes de på grundlag af de gennemsnitlige ECU-vekselkurser og omregnes til EUR i forholdet 1:1.

9. Af de årsager, der er anført nedenfor, ville fusionen have skabt eller styrket en dominerende stilling på følgende markeder:
- transmission af naturgas i Nederlandene (afsnit C)
 - fjerntransmission af naturgas i Tyskland (afsnit C)
 - underjordiske oplagringsfaciliteter for naturgas til betjening af Sydtyskland (afsnit C)
 - baseolier af første gruppe i EØS (afsnit D)
 - detailsalg af brændstof i Østrig, Tyskland, Luxembourg, Nederlandene og Det Forenede Kongerige (afsnit E)
 - detailsalg af brændstof ved de franske betalingsmotorveje (afsnit E)
 - smøremidler til fly på verdensplan (afsnit F)
 - smøremidler til fly i Gatwick lufthavn (afsnit G).

A. EFTERFORSKNING, UDVIKLING OG PRODUKTIONSFORLØB

10. Upstream-aktiviteter omfatter tre former for kommerciel aktivitet: søgning efter nye forekomster, udvikling og kommerciel udnyttelse af sådanne forekomster. Søgning efter nye forekomster kaldes sædvanligvis "efterforskning". Udvikling består i opførelse af egnet infrastruktur til fremtidig produktion (boreplatforme, rørledninger, terminaler osv.). Udnyttelsen af forekomsterne kaldes "produktion og salg". De beslutninger, Kommissionen tidligere har truffet på området⁶, har især omhandlet virkningerne af de dengang anmeldte transaktioner på produktions- og salgssegmentet.
11. Efterforskning og udvikling er en tids- og kapitalintensiv aktivitet, som omfatter en række på hinanden følgende faser. Først sker der det, at lande, som mener, at der kan opdages kulbrinteforekomster på deres område (et sådant land kaldes "værtsland"), giver efterforskningslicenser i udbud. Licitationsformen kan være enten offentlige udbud, som i USA, eller udbud efter værtslandets forhåndsudvælgelse af tilbudsgiverne. Denne forhåndsudvælgelse kan i forskelligt omfang være baseret på teknisk evne, økonomisk styrke eller andre betragtninger (lobbying, kulturel samhørighed osv.).
12. Ofte afgiver selskaberne bud i fællesskab for at sprede risikoen eller tilvejebringe supplerende færdigheder. I nogle tilfælde vil værtslandet måske kræve, at nogle tilbudsgivere går sammen for at opnå efterforskningslicens. Værtslandene kan også stille krav om, at nationale olieselskaber kan få del i fund i det blokafsnit, der er omfattet af licensen. Under alle omstændigheder vil der, hvis der udstedes fælles licens til flere selskaber, blive udnævnt en operatør for blokafsnittet. Det er operatørens rolle at forestå den tekniske og økonomiske styring af efterforskningen, og muligvis også projektets udviklings- og produktionsfaser. De fleste vigtige beslutninger kræver enstemmighed blandt projektpartnerne.
13. Samlet går der typisk fem til 15 år fra udstedelsen af en licens til påbegyndelsen af en egentlig produktion. Omkostningerne i forbindelse med efterforsknings- og udviklingsprojekter ligger typisk omkring 7 mia. EUR for projekter i uudforskede områder. Udgifternes fordeling mellem efterforskningsfasen og udviklingsfasen vil typisk være henholdsvis 15 % og 85 %.
14. Det skal også nævnes, at der skal udvikles infrastruktur, før produktionen kan påbegyndes i et nyt område. Dette omfatter navnlig boreplatforme, rørledninger og terminaler. Mindre felter, som det ikke kan betale sig at udvikle enkeltvis, kan således udnyttes ved at bruge infrastruktur, der allerede er opført for et større felt. Sådanne mindre felter benævnes til tider satellitfelter. Dette har navnlig været det typiske efterforskningsforløb for Nordsøen.

⁶ Se Kommissionens beslutning i sag IV/M.1200 - Arco/Union Texas, EFT C 16 af 21.1.1999, s. 8, Kommissionens beslutning i sag IV/M.88 - Elf Enterprise, EFT C 203 af 2.8.1991, og Kommissionens beslutning i sag IV/M.85 - Elf Occidental, EFT C 160 af 20.6.1991.

RELEVANTE PRODUKTMARKEDER

15. Det hævdes ofte, at efterforskning, udvikling samt produktion og salg er så snævert forbundne, at der ikke kan afgrænses mere end et særskilt produktmarked. Det er dog også muligt at se efterforskning som et særskilt produktmarked. Der kan argumenteres for, at en virksomhed, der er aktiv inden for efterforskning, har to kundegrupper: værtslandet, som virksomheden har forpligtet sig til at sikre en fremtidig indtægt, hvis der findes olie eller gas, og de efterfølgende producenter og forhandlere af olie og gas, som kunne tænkes at købe den ud eller deltage i udviklingen og produktionen. Overdragelse af rettigheder til blokafsnit er udbredt praksis i sektoren.
16. Da undergrundens indhold ikke kendes på efterforskningstidspunktet, mener Kommissionen, at det ikke er berettiget at skelne mellem efterforskning efter olie og efterforskning efter naturgas. Med hensyn til produktmarkederne for udvikling, produktion og salg, og fordi gas og råolie anvendes til forskellige formål og er genstand for forskellig prisfastsættelsesadfærd og omkostningspres, anså Kommissionen det på tidspunktet for beslutningen om at indlede proceduren for hensigtsmæssigt at isolere et relevant produktmarked for udvikling, produktion og salg af råolie og et andet relevant produktmarked for udvikling, produktion og salg af naturgas.
17. Parterne bestrider, at der skulle findes et marked for efterforskning, da det er for snævert forbundet med de efterfølgende faser i produktionsforløbet til at kunne udgøre et produktmarked. Som det forklares i afsnittet om fusionens virkninger for konkurrencen, er det i forbindelse med vurderingen af virkningerne af den anmeldte transaktion for konkurrencen ikke nødvendigt at afgrænse de relevante produktmarkeder præcist i forhold til de enkelte faser med hensyn til efterforskning, udvikling, produktion og salg for henholdsvis råolie og naturgas.

RELEVANTE GEOGRAFISKE MARKEDER

18. Kommissionen mener, at efterforskningsmarkedet er verdensomspændende, og deler parternes opfattelse af, at de relevante geografiske markeder set fra et europæisk efterspørgselssynspunkt er verdensomspændende, for så vidt angår udvikling, produktion og salg af råolie, og sandsynligvis omfatter EØS, Algeriet og Rusland for naturgassens vedkommende.
19. Kommissionen har undersøgt, hvorvidt mindre geografiske områder kunne udgøre relevante markeder. Nogle opkøbere af gas skelner i deres indkøbspolitik af hensyn til forsyningssikkerheden mellem gassens oprindelseslande på baggrund af formodede politiske risici og deres indflydelse på forsyningssikkerheden, når der er tale om russisk og algerisk gas (Rusland tegnede sig for ca. 17 % af den samlede forsyning til Vesteuropa og Algeriet for 12 %). Det tydeligste eksempel herpå er den spanske lovgivning, som foreskriver, at højst 60 % af naturgassen må komme fra et og samme land. Det er imidlertid ikke sandsynligt, at en forøgelse af prisen på naturgas produceret i EØS ikke vil blive fulgt af en mindre forøgelse af andelen af gas indkøbt i Rusland og Algeriet. Under alle omstændigheder er det foreløbigt ikke nødvendigt at afgrænse det relevante geografiske marked præcist, da det ikke vil ændre ved konklusionen på vurderingen af konkurrenceaspekterne.

MARKEDSAKTØRERNE

20. Traditionelt blev selskaber, der var aktive inden for efterforskning, udvikling, produktion og salg, opdelt i tre kategorier med forskellige profiler, strategiske målsætninger og fremtidig efterforsknings- og udviklingskapacitet. Kategorierne er: i) statsejede producenter (hovedsageligt OPEC-selskaber og en række OECD-baserede selskaber såsom Statoil), ii) de "store" olieselskaber, dvs. vertikalt integrerede olieselskaber med verdensomspændende aktiviteter, og iii) en lang række betydeligt mindre olieselskaber, hvoraf de fleste ikke er integrerede, men udelukkende er aktive inden for efterforskning og/eller produktion.
21. De konkurrenceproblemer, Kommissionen påviste, var hovedsageligt, at denne transaktion samt den, der blev anmeldt af BP Amoco og Arco, vil skabe en særskilt (fjerde) gruppe af aktører, som vil dominere efterforsknings- og udviklingsaktiviteterne. Denne kategori af "kæmpestore" olieselskaber vil således omfatte Exxon-Mobil, BP Amoco-Arco og Shell.

PARTERNES STILLING PÅ MARKEDET

Efterforskning

22. Der findes ikke nogen bredt tilgængelig eller accepteret indikator for markedsstyrke på efterforskningsmarkedet. Markedsstyrken kan måles på baggrund af antallet af blokafsnit, der er udstedt licens til, antallet af blokafsnit med et givet selskab som operatør, nettoareal eller samlet areal for hver operatør, investeringsomkostninger til efterforskning osv. Der er bred enighed om, at antal blokafsnit eller areal ikke giver et pålideligt billede, da disse elementer dækker over vidt forskellige forhold.
23. På grundlag af investeringsomkostninger tegnede Exxon-Mobil, BP Amoco-Arco og Shell sig samlet og med nogenlunde lige store andele for mellem 30 % og 40 % af de samlede investeringsomkostninger til al planlagt efterforskning, udvikling og produktion i 1999. Den næststørste markedsaktør tegnede sig for en tredjedel af de tre største markedsaktørers gennemsnitsstørrelse.
24. Parterne bestrider af følgende årsager, at denne form for måling af markedsstyrken skulle være hensigtsmæssig. Først og fremmest varierer investeringsomkostningerne med de prospekterede områder. Dette giver et skævt billede og en for lav markedsandel til de nationale olieselskaber i OPEC-områderne, hvor omkostningerne er lave. For det andet giver investeringsomkostningerne ikke et korrekt billede af ejerforholdet hverken i forbindelse med en licens eller en produktion. Dette skyldes, at de statslige selskaber ofte betaler en uforholdsmæssig lav pris i forhold til den interesse, de har i deres licens, eller i forhold til deres udvinding af råolie. For det tredje omfatter investeringsomkostningerne ofte udgifter i forbindelse med gaskondensering og infrastrukturer og ikke alene de beløb, der investeres i ren efterforskning.
25. En anden mulig metode til måling af markedsstyrken kunne være at beregne selskabernes andel af den forventede produktion (da aktuel efterforskning og opkøb af tredjepartsrettigheder vil komme til udtryk i fremtidig produktion). Markedsundersøgelsen viser, at den samlede markedsandel for de tre kæmpestore selskaber uden for OPEC-regi om ca. ti år fortsat vil ligge mellem 30 og 40 %.

Produktion og salg

26. Exxon og Mobil tegnede sig tilsammen for ca. [0-10]* og [10-20]*% af henholdsvis produktionen af råolie på verdensplan og den europæiske produktion af naturgas i 1998. Samme tal er 3,7 % og 8,4 % for BP Amoco-Arco tilsammen og 3,3 % og 13,9 % for Shell. Tallene har ikke ændret sig væsentligt med årene. Af den samlede naturgasproduktion i EØS tegner de tre kæmpestore selskaber sig for næsten [30-40]*%. Af den naturgas, der forbruges i EØS, tegner de tre kæmpestore sig imidlertid for mindre end [20-30]*%.
27. Industrien selv bruger ofte påviste reserver som en indikator for markedsstyrke. Med dette som udgangspunkt tegner parterne sig for ca. [0-10]*% og [10-20]*% af henholdsvis de påviste råoliereserver på verdensplan og de påviste naturgasreserver på europæisk plan. Det kan dog fremføres, at påviste reserver ikke er en relevant indikator for fremtidig produktion. Påviste reserver har, som olieselskaberne angiver det, kun en lagerfunktion, og private olieselskaber skal som alle andre private selskaber søge at begrænse lagrene så meget som muligt. På baggrund af sine påviste reserver kan et selskab afgøre, hvorvidt det er i stand til at erstatte forudsigelig udtømmning af eksisterende oliefelter og dermed forblive en levedygtig markedsaktør. For nationale olieselskaber er det imidlertid ikke nødvendigt over for aktionærerne at begrunde yderligere investeringer i efterforskning og udvikling, da de har adgang til de nationale reserver, som sædvanligvis langt overstiger deres behov. En sådan indikator indeholder derfor en opadgående skævvridning til fordel for de nationale selskaber.
28. For øjeblikket og i den nærmeste fremtid tegner OPEC-producenterne sig samlet for en betydelig andel af markedet for produktion af råolie. De kontrollerer en omfangsrig produktion og har store påviste reserver (henholdsvis ca. 40 % og 75 %, hvor de saudiarabiske reserver tegner sig for mere end en tredjedel af de samlede OPEC-reserver). OPEC har tidligere i flere tilfælde kunnet påvirke råoliepriserne i et vist omfang⁷.
29. Gazprom (17 %) og Sonatrach (11 %), Ruslands og Algeriets nationale forsyningsvirksomheder, tegner sig for ca. 30 % af naturgassalget i EØS og deres reserver udgør 88 % (Gazprom 81,5 %) af deres samlede påviste reserver, som kan afsættes i EØS.

FUSIONENS VIRKNINGER FOR KONKURRENCEN

30. For Kommissionens vedkommende rejste følgende af fusionens aspekter alvorlig tvivl med hensyn til virkningerne for konkurrencen på markederne for efterforskning, udvikling, produktion og salg af råolie og naturgas. Den anmeldte virksomhedsovertagelse kunne sammen med BP Amoco-Arco-fusionen føre til oprettelse af en fjerde konkurrentgruppe i sektoren bestående af Exxon-Mobil, BP Amoco-Arco og Shell. Uanset de valgte parametre (markedskapitalisering, produktion af olie og gas eller omfang af påviste reserver) ville der nu være en væsentlig afstand fra disse tre kæmpestore og ned til de resterende store olieselskaber.

⁷ Handelspriserne på råolie kan i betydeligt omfang påvirkes alene af erklæringer fra et OPEC-møde.

31. Det blev undersøgt, hvorvidt det ville være muligt, at disse tre kæmpestore selskaber i fremtiden ville være meget gunstigere stillet end de øvrige markedsaktører med hensyn til at finde og udvikle nye større forekomster. Dette kunne forårsages af deres øgede finansielle styrke, som ville sætte dem i stand til at påtage sig større risici. På den anden side ville de øvrige konkurrenter skulle udvælge de områder, hvor de ville være aktive. På grund af deres mere vanskelige adgang til kapital og færre muligheder for risikospredning ville de mindre selskaber, hvis de fortsat ønskede at udvikle større felter, være nødt til at indgå partnerskaber med de kæmpestore selskaber for at nyde godt af deres sammenbragte ressourcer. Deres eneste alternativ ville være at blive nicheaktører koncentreret om efterforskning. De kæmpestore ville således kunne kontrollere de øvrige efterforskningsselskabers adgang til nye uudforskede områder først på tidspunktet for udstedelsen af den første licens og efterfølgende for de omkringliggende blokafsnit, da de kæmpestore ville have opbygget den nødvendige infrastruktur.
32. Da tidsrummet fra den første fase i efterforskningen til produktionens påbegyndelse typisk er mellem 5 og 15 år, ville der med et sådant scenario opstå mulighed for, at alle nye ikke-OPEC-reserver og -produktion inden ca. ti år vil være under tydelig indflydelse fra de kæmpestore olieselskaber.
33. Dette vil kunne påvirke produktions- og salgsmarkedene på følgende måde. Den eksisterende konkurrence, som begrænser OPEC's mulighed for at fungere som et kartel, vil blive mindre. De tre selskaber vil få samme interesse som OPEC og vil sandsynligvis lægge sig tæt op ad OPEC's beslutninger ved at begrænse udbuddet til et vist niveau uden frygt for, at andre vil udnytte det. Dette vil kunne komme til udtryk i en styrkelse af OPEC's dominerende stilling på markedet for råolie gennem etablering af en oligopolistisk struktur, der kombinerer såvel OPEC som de tre kæmpestore, og dermed et incitament til at indrette strategierne efter OPEC's kommercielle strategier. OPEC vil således kunne øge priserne og holde dem på et niveau lige under det niveau, der kan udløse ny efterforskning.
34. På grundlag af ovenstående konkluderede Kommissionen, at der var alvorlig tvivl om, hvorvidt transaktionen var forenelig med fællesmarkedet og EØS-aftalen. Derfor måtte der iværksættes yderligere dyberegående undersøgelser.
35. Parterne bestred Kommissionens alvorlige tvivl af to væsentlige årsager. For det første ville de kæmpestore stadig være udsat for konkurrence fra mindre olieselskaber. For det andet kontrollerer værtslandene olie- og gasproduktionen, og de ville under ingen omstændigheder have nogen interesse i at lade olieselskaberne begrænse produktionen.
36. Markedsundersøgelsen viser, at de mindre efterforskningsselskaber ikke synes at mene, at fremkomsten af en ny klasse af kæmpestore olieselskaber ville true deres stilling. På grund af størrelsesforskellene ville de ikke konkurrere om de samme former for efterforskningsrettigheder, og de ville ikke blive afhængige af de større efterforskningsselskaber for at afsætte olien. Hertil kommer, at store olieselskaber som Chevron, Texaco, Elf eller Total alle synes at ville have uforandret kapacitet til at efterforske og udvikle felter overalt i verden. Parterne har tilvejebragt talrige eksempler på de store olieselskabers deltagelse i igangværende projekter overalt i verden.

37. For det andet bekræftede markedsundersøgelsen, at koncessionsaftalerne mellem regeringerne og efterforsknings- og produktionsselskaberne typisk forhindrer sidstnævnte i at begrænse produktionen (som regeringen alene træffer afgørelse om).
38. Med hensyn til naturgas er det usandsynligt, at parterne sammen med de øvrige kæmpestore ville få kontrol over EØS-produktionen og dermed påvirke konkurrencen. Selv hvis et sådant marked eksisterede (under hensyntagen til opfattelsen af den politiske risiko, der forbindes med gasproduktionen i Rusland og Algeriet) kan de kæmpestore selskabers kollektive dominans ikke fastholdes som argument, da den norske gas, som afsættes af konkurrenter, står meget stærkt. Hertil kommer, at naturgasproducenterne skal operere med en efterspørgsel, som er yderst koncentreret i hænderne på nationale transmissionselskaber som SNAM (Italien) eller Transgas (Portugal).
39. Kommissionen konkluderer derfor, at fusionen ikke vil skabe eller styrke en dominerende stilling på markedet for efterforskning, udvikling, produktion og salg af råolie og naturgas.

B. GASKONDENSERING

40. Kommissionen gav i sin beslutning efter artikel 6, stk. 1, litra c), udtryk for alvorlig tvivl om, hvorvidt transaktionen kunne undgå at skabe en dominerende stilling inden for gaskondensering.
41. Gaskondensering er en proces, der omdanner naturgas til færdigt brændstof. Denne teknik gør det muligt at gøre naturgas flydende på efterforsknings- og produktionsstedet, hvilket letter den kommercielle udvikling af gasreserver og transporten af naturgassen fra fjerne steder, der ikke kan nås med rørledninger. Desuden fremstilles der produkter med høj renhed.
42. I øjeblikket kan man ikke ved en gaskondenseringsproces fremstille økonomisk substituerbare produkter for konventionelle raffinering produkter. Efterspørgselen efter gaskondenseringsprodukter forventes i første række at komme fra smøremiddelindustrien og den petrokemiske industri på grund af den høje renhed og den molekylære sammensætning af det råmateriale, der fremstilles ved gaskondensering. Der kan senere komme efterspørgsel efter de øvrige mineralolieprodukter.
43. Der findes i øjeblikket to gaskondenseringsteknikker, nemlig Fischer-Tropsh (F-T) og methanol-, eller methanol til benzinprocessen (MTG), som henholdsvis Exxon og Mobil har udviklet. Ifølge oplysninger indsamlet på markedet har Exxon udviklet sin største enkelte patentportefølje for F-T-processen, og selskabet har taget udenlandske og amerikanske patenter på stort set alle væsentlige led i processen. Kilder i industrien har udtalt, at [...]*
44. Andre olie- og gasselskaber har begrænsede patenter i den ene eller den anden proces, eller sommetider i begge. Imidlertid har ingen af disse selskaber mulighed for at dække alle de væsentlige trin i hverken den ene eller den anden proces.
45. Exxons og Mobils patentmæssige stillinger er i øjeblikket alternativer til hinanden, men ikke substituerbare. Efter en fusion ville parternes stærke patentmæssige stilling fjerne incitamenterne for enhver potentiel ny aktør. Endelig ville de store økonomiske ressourcer, der er nødvendige for at konkurrere om gaskondensering (det koster f.eks. i øjeblikket [mellem 1 og 3 mia. USD]* at opføre et F-T-anlæg), udelukke såvel ekspansion fra de etablerede selskabers side som adgang for potentielle konkurrenter.
46. For at fjerne Kommissionens alvorlig tvivl forklarede parterne, at gaskondensering ikke udgjorde et særskilt marked, og at de mængder mineralolieprodukter, en sådan teknik ville gøre det muligt at producere i de kommende ti år, ville være forsvindende små sammenlignet med dem, der produceres ved traditionel raffinering. Desuden ville andre selskaber have tilstrækkelige patentporteføljer til selv at udvikle teknologien.
47. Kommissionen er enig med parterne i, at den anmeldte fusion ikke vil skabe en dominerende stilling, selv om de vil få en betydelig portefølje af gaskondenseringspatenter, da virkningen vil blive af mindre betydning på de efterfølgende markeder for mineralolieprodukter.

C. NATURGAS

INDLEDNING

Beskrivelse af "gassøjlen"

48. Den naturgas, der strømmer op af borehullet, indeholder elementer, som skal fjernes, for at gassen kan få rørledningskvalitet. Det vil sige, at den skal bestå næsten udelukkende af metan og ethan, og at den skal kunne ledes gennem distributionsrørledninger under højtryk. Gassen sælges til transmissionselskaber, som sælger den videre til de endelige forbrugere.
49. Der findes to typer gastransmissionsselskaber, nemlig henholdsvis de såkaldte fjern- og nærtransmissionsselskaber. Fjerntransmissionsselskaberne køber gas af gasproducenterne og transporterer den over lange afstande gennem højtryksrørledninger. Derefter sælger de den enten til andre mere lokale grossister, dvs. nærtransmissionsselskaber, eller direkte til de endelige forbrugere eller tilbyder fjerntransmissionsselskaber i andre lande internationale transittjenester.
50. Ud over gasforsyning omfatter tjenester til de endelige forbrugere følgende:
 - Sæsonudjævning: Gasforbruget er ikke jævnt fordelt over hele året. Det er særligt vigtigt for lokale distributionsselskaber, der gennem deres net af lavtryksrørledninger forsyner husstande, som om vinteren bruger store mængder gas til opvarmning og meget mindre om sommeren. En vigtigt element ved sæsonudjævning er adgang til oplagring, især i form af underjordiske lagre.
 - Andre tjenester som kvalitetskontrol (kontrol af, at den leverede gas overholder de aftalte specifikationer), balancering (kontrol af, at rørledningen tilføres lige så meget gas, som der afsættes i den anden ende), forsyningsreserve (aftaler med andre grossister og/eller producenter, der er indbyrdes forbundet via rørledningsnettet, om at de garanterer forsyninger, hvis selskabets egen forsyning svigter) og måling af forbrug.
51. De **endelige forbrugere** kan opdeles i tre kategorier: elselskaber, (faste eller afbrydelige) industrikunder og lokale distributionsselskaber. Disse kunder adskiller sig på en række måder.
52. Der er tale om *betydelige prisforskelle* mellem de forskellige kundekategorier, selv når gasforbruget er det samme. Det er tilfældet, fordi priserne traditionelt er baseret på værdien af kundens alternative energikilde (*Anlegbarkeitsprinzip*). Det drejer sig om den alternative energikilde, kunden kan skifte over til, f.eks. fyringsolie i private husstande, svær brændselsolie på industrianlæg og i en vis udstrækning kernekraft eller kul for elselskabernes vedkommende.
53. Der er også *kvalitative forskelle* i forsyningerne til forskellige kundekategorier. I denne forbindelse henvises der til kravet om sæsonudjævning i forbindelse med leverancer til lokale distributionsselskaber og forskellen mellem faste (gasforsyningen kan ikke afbrydes) og afbrydelige industrikunder. Disse aspekter påvirker også prisen.

54. Den sidste forskel er de retlige rammer på baggrund af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/30/EF⁸ (herefter kaldt EF's gasdirektiv) og de nationale gennemførelsesbestemmelser (liberalisering). EF's gasdirektiv kræver, at medlemsstaterne senest den 10. august 2000 åbner deres markeder, så gasfyrede kraftværker uanset deres årlige forbrug og endelige forbrugere med et forbrug på over 25 mio. m³ om året pr. forbrugssted frit kan købe naturgas (de såkaldt privilegerede kunder). Den samlede åbning af markedet skal være på mindst 20 % og stige til 28 % i 2005 og 33 % i 2010. Tærskelen for privilegerede kunder sænkes til 15 mio. m³ i 2005 og 5 mio. m³ i 2010.
55. Ved tilrettelæggelsen af systemadgangen, kan medlemsstaterne vælge mellem to procedurer, der skal forvaltes efter objektive, gennemsigtige og ikke-diskriminerende kriterier. Den første procedure indebærer "forhandlet adgang", hvor naturgasselskaber og privilegerede kunder forhandler sig til frivillige kommercielle aftaler, og den forpligter de pågældende gasselskaber til at offentliggøre vilkårene for brug af deres system inden den 10. august 2001 og derefter en gang om året. Den anden procedure indebærer "reguleret adgang", hvor naturgasselskaberne skal give adgang på grundlag af offentliggjorte tariffer, som fastsættes af medlemsstatens relevante myndighed.
56. Direktivet indeholder bestemmelser om en vigtig betinget undtagelsesprocedure, hvorefter Kommissionen på visse betingelser kan acceptere, at gasselskaberne nægter adgang, hvis det vil give dem alvorlige økonomiske og finansielle problemer på grund af *take-or-pay*-forpligtelser i en eller flere kontrakter om køb af gas.
57. I Nederlandene går et nyligt fremsat forslag til en ny gaslov langt videre end gasdirektivets minimumskrav. Kunder med et årligt forbrug på 10 mio. m³ (hvilket svarer til 44 % af det samlede årsforbrug i Nederlandene) kan allerede frit indkøbe gas. Efter den 1. januar 2002 vil kunder med et årsforbrug på mellem 170 000 m³ og 10 mio. m³ blive frit stillet. Fra og med den 1. januar 2007 vil alle kunder (herunder private husstande) frit kunne indkøbe deres gas. Der er ingen særlig ordning for kraftværker. Nederlandene har valgt "forhandlet adgang" og Gasunie offentliggjorde sine tariffer i august 1998.
58. I Tyskland har transmissionsselskaberne traditionelt haft regionale monopoler og indgået regionale demarkationsaftaler, dvs. aftaler mellem transmissionsselskaberne om ikke at drive engrosvirksomhed på hinandens territorier. Dette blev forbudt den 29. april 1998, hvor energiindustri-loven trådte i kraft. Denne lov siger, at 100 % af det tyske marked er åbent, dvs. at alle kunder er "privilegerede". Loven siger endvidere, at kommunerne skal give adgang til etablering af rørledningsnet. I henhold til den nye konkurrencelov må netoperatører ikke nægte tredjemand adgang til net uden en objektiv begrundelse. En afvisning heraf kan indbringes for konkurrencemyndighederne eller direkte for en forvaltningsdomstol. Siden februar 1999 har industrisammenslutningerne forhandlet om den såkaldte "Verbändevereinbarung Gas", der skal fastlægge kriterierne for (forhandlet) adgang for tredjemand samt de vejledende priser.

⁸ EFT L 204 af 21.7.1998, s. 14.

Kontraktmæssige rammer

59. Den europæiske gasindustri har benyttet langfristede kontrakter mellem købere og sælgere. Parterne har oplyst, at for at finansiere investeringer i produktions- og distributionsinfrastruktur måtte gasproducenterne indgå langfristede aftaler med køberne. Produktionen blev først startet på et gasfelt, når man havde fundet en aftager af gassen, typisk et eller flere nationale transmissionsselskaber.
60. På grundlag af sådanne aftaler vil man samtidig sikre investeringer i den nødvendige distributionsinfrastruktur (terminaler og rørledninger). Kontrakter indgås så længe inden den faktiske produktionsstart, at den nødvendige infrastruktur kan etableres. Transmissionsselskaberne indgår så kontrakter med deres kunder, hvori de søger at afsætte deres samlede købsmængde gennem langfristede kontrakter. Traditionelt har transmissionsselskaberne skabt ligevægt mellem udbud og efterspørgsel.
61. Et typisk træk ved de langfristede kontrakter er *take-or-pay*-forpligtelser for en vis mængde. Kontraktprisen på hvert niveau består typisk af en netback-pris minus en aftalt margin for kunden. En kontrakt indeholder også bestemmelser om genforhandling af priser hvert tredje år, hvis der sker en betydelig ændring på køberens marked (konkurrence på gasmarkedet, ændringer af situationen for alternative energikilder osv.). Kontrakterne indeholder også en parallelsalgsklausul, der giver køber mulighed for at sænke sin *take*-forpligtelse med den mængde, sælgere sælger direkte på køberens territorium. Gasselskaberne [dvs. køberne]* hævder, at det er nødvendigt for at undgå, at producenterne sælger deres gas to gange (første gang til transmissionsselskabet og anden gang direkte til transmissionsselskabets kunde). På den anden side er sådanne ordninger vigtige for stabiliteten i gasdistributionskæden, da de opretholder et vist hierarki mellem producent, transmissionsselskab og endelig forbruger.
62. Politikken om at fastsætte gaspriserne i forhold til de alternative energiformer, køberens kunder har adgang til, som også kaldes princippet om markedsværdi, er efter de europæiske gasselskabers opfattelse grundpillen for opbyggelsen og udvidelsen af den europæiske gasinfrastruktur, og det giver samtidig forbrugerne mulighed for at nyde godt af konkurrencedygtige priser. Det er derfor af afgørende betydning for de etablerede gasselskaber at maksimere indtægterne fra gassalget på denne måde og at sikre, at alle aktører på gasmarkedet fortsat accepterer dette princip.
63. [...]*

Kort oversigt over gassøjlen i Nederlandene og Tyskland

64. **Nederlandene** er en af de største gasproducenter i EØS. Landet er nettoeksportør af gas. De største producenter i Nederlandene udtrykt i aktiekapital er NAM, som er et joint venture mellem Exxon og Shell, og EBN, den nederlandske stats olie- og gasselskab. Exxon og Shell og den nederlandske stat (via EBN og direkte) ejer distributionsselskabet Gasunie, som næsten al den nederlandske gas sælges til. Gasunie sælger [80-90]*% af den gas, der bruges i Nederlandene, og ejer hele den nederlandske gasinfrastruktur (med undtagelse af én rørledning). Gasunie har indgået langfristede eksklusive forsyningsaftaler med alle de regionale distributionsselskaber om salg til kunder med et årligt forbrug på [uden et vist niveau]*.

65. Der produceres også gas i **Tyskland**. Produktionen dækker ca. 20 % af den tyske gasefterspørgsel. De største producenter er det tyske produktions- og distributions-joint venture mellem Exxon og Shell, BEB, og Mobil. Ca. 80 % af gasforbruget importeres fra Norge, Rusland og Nederlandene. Det vigtigste import- og transmissionsselskab i Tyskland er Ruhrgas. Exxon, Shell, Mobil og BP ejer Ruhrgas sammen med tyske kul- og stålproducenter. Af andre importører kan nævnes BEB, Thyssengas (som Exxon og Shell hver ejer 25 % af, mens RWE/DEA har 50 %, tilsammen kontrollerer disse selskaber Thyssengas) og VNG (det østtyske transmissionsselskab, hvor BEB og Ruhrgas er aktionærer). Mobil og EWE, et selskab parterne ikke har interesser i, importerer også en vis mængde gas til dækning af den tyske efterspørgsel. Alle disse selskaber er traditionelle fjerntransmissionsselskaber, hvis stilling er blevet truet af Wingas, der er et joint venture mellem BASF og Gazprom (den russiske gasproducent), som råder over et nyetableret ledningsnet.
66. De tyske producenter og importerende transmissionsselskaber (fjerntransmissionsselskaber) sælger gas til en række regionale transmissionsselskaber (nærtransmissionsselskaber). De ca. 19 nær- og fjerntransmissionsselskaber sælger gassen videre til ca. 700 lokale distributionsselskaber, der igen forsyner husstandene.

MARKEDERNE FOR GASTRANSMISSION

Relevant produktmarked

67. Parterne mener, at distribution og markedsføring af naturgas kan opdeles i et transmissionssegment på engrosplan og et lokalt distributionssegment. Fjerntransmissionsselskaberne opkøber gas hos producenterne. De sælger den så videre til et udvalg af transmissionsselskaber i andet led (i dette tilfælde de tyske nærtransmissionsselskaber), lokale distributører og store endelige forbrugere. Transmissionsselskaberne benytter højtryksledninger og oplagingsanlæg til at levere gassen på det sted og i den mængde, deres kunder ønsker. De lokale distributører sælger gassen videre til de endelige forbrugere (f.eks. private husstande).
68. Parterne mener, at leverandører i engrosleddet og i det lokale distributionsled ofte er forskellige. Parterne er ikke direkte repræsenteret i det lokale distributionssegment.
69. Ud over distribution og markedsføring af naturgas betegner parterne i deres anmeldelse "naturgastransport - rørledninger og søtransport af LNG (flydende naturgas)" og "oplagring af naturgas" som særskilte markeder. Kommissionen er enig med parterne i, at transport og oplagring af naturgas udgør særskilte produktmarkeder.

(a) Markedet for transmission over for markedet for lokal distribution

70. Fjern- og nærtransmissionsselskaber sælger gas til industrikunder, kraftværker og lokale distributionsselskaber via højtryksledninger. Lokale distributionsselskaber sælger gassen videre til endelige forbrugere som f.eks. private husstande via deres omfattende net af lavtryksrørledninger (gade for gade). De lokale distributionsselskaber køber sæsonudjævning og andre beslægtede tjenester fra transmissionsselskaberne. Kommissionen er derfor enig med parterne i, at

lokaldistribution er et særskilt produktmarked. Da parterne ikke er direkte aktive på dette marked, vurderes det ikke nærmere som led i denne procedure.

(b) Fjerntransmissionsmarkedet over for nærtransmissionsmarkedet:

Fjerntransmission er et særskilt marked, hvor adgangen er afhængig af de etablerede selskabers gode vilje eller en meget stor engangsinvestering

71. Som nævnt er den tyske engrosgassektor opdelt i to lag. Fjerntransmissionsselskaberne sælger gas, som de har importeret direkte fra udenlandske producenter og transporteret i rørledninger over lange afstande til nærtransmissionsselskaberne. Der skal foretages en vurdering af, om denne form for tjeneste let kan substitueres af nærtransmissionsselskaberne i tilfælde af en hypotetisk stigning i de priser, nærtransmissionsselskaberne betaler. Under sådanne omstændigheder kan nærtransmissionsselskaberne kun imødegå en prisstigning ved at få gas direkte fra producenterne, dvs. ved at integrere opad i den vertikale kæde. Med henblik herpå skal nærtransmissionsselskaber (eller muligvis de endelige forbrugere) have de samme prisbetingelser fra gasproducenterne som fjerntransmissionsselskaber og være i stand til at transportere gassen over lange afstande. Kommissionen konkluderer af sin markedsundersøgelse, at selv med truslen om en prisstigning ville nærtransmissionsselskaberne ikke have noget incitament til at gå uden om fjerntransmissionsselskaberne.

72. [...]*

(i) *Parternes opfattelse: Alle kan importere gas*

73. Parterne mener, at det relevante marked består af de ca. 19 fjern- og nærtransmissionsselskabers salg af tysk og importeret gas til industrikunder, kraftværker og lokale distributionsselskaber. Parterne mener, at fjerntransmissionsselskabernes specifikke aktiviteter blot er mere teknisk komplicerede, da alle kan transportere gas til den tyske grænse.

74. For det første påpeger parterne, at det er muligt at importere små mængder. De henviser til et par kontrakter om import af mindre mængder, som f.eks. [...]*.

75. For det andet mener parterne, at omkostningerne ved at etablere sig i form af investeringer i modtagelsesfaciliteter, rørledninger og oplagingsanlæg er et naturligt træk ved en på lang sigt kapitalintensiv industri og ikke udgør en adgangshindring. Der henvises specifikt til de investeringer, Wingas har foretaget, for at vise, at det fortsat er rentabelt at investere i tysk gasinfrastruktur. Parterne påpeger endvidere, at der ikke er behov for investeringer for at importere gas [...]*.

76. For det tredje henviser parterne til bestemmelserne i den nye tyske energilov og rørledningsejernes retlige forpligtelse til at udbyde overskydende kapacitet til tredjemand. Derfor er salg til endelige forbrugere en realistisk mulighed i Tyskland, og der henvises til en række beslutninger truffet af lokale distributionsselskaber om at købe direkte fra producenterne og til, at industrikoncerner køber centralt.

(ii) *Dette bekræftes ikke af Kommissionens markedsundersøgelse*

77. Markedsundersøgelsen har ikke bekræftet parternes opfattelse af, at import af gas blot er en "teknisk komplikation". Nogle af Tysklands 11 nærtransmissionsselskaber har afgivet følgende udtalelser:
- For at opnå interessante priser i en importkontrakt må man nu aftage meget store kvanta med købsforpligtelser samt blandt andet foretage egne investeringer eller erhverve kapitalinteresser i projekter eller selskaber. Sådanne aktiviteter er altså typiske for selskaber, der dækker deres efterspørgsel sammen og har den finansielle styrke til at bære den importrelaterede omkostningsrisiko. I forbindelse med import spiller forsyningsikkerhed gennem diversificering af forsyningskilderne en vigtig rolle.
 - For at kunne importere skal man have et rørledningsnet parallelt med producenternes (eller til transmissionspunkter ved grænsen) eller TPA. Et nærtransmissionsselskab kan ikke vurdere omkostningerne og tidsforbruget.
 - Det er svært at sælge yderligere importmængder til kunderne i Tyskland, da disse mængder kun kan gå til regionale distributører. Det kræver store anstrengelser at markedsføre gas direkte til de endelige forbrugere, og det er urealistisk i øjeblikket.
78. I deres svar på klagepunktsmeddelelsen gentog parterne, at det er muligt at købe små mængder, at importomkostningerne let kan beregnes (på grundlag af egne undersøgelser eller via konsulentfirmaer), at omkostningerne ved importinfrastruktur typisk er på under [0-5]*%, og at leverancer og kunder er tilgængelige (efterspørgselen stiger og eksisterende kontrakter udløber). Kommissionen erkender, at importomkostningerne kan beregnes. De andre punkter vil blive uddybet nedenfor.
79. Det skal bemærkes, at Bundeskartellamt for nylig har afsluttet en procedure⁹ med at konkludere, at fjerntransmissionsmarkedet udgør et særskilt relevant produktmarked.

(iii) Tysk gas kan ikke modvirke en prisstigning på importeret gas

80. Al tysk gas sælges i Tyskland i konkurrence med importeret gas. Den tyske gasproduktion dækker i øjeblikket kun ca. 20 % af det samlede forbrug og ventes at falde til [under 15]*% i 2010. Transmissionsselskaber, der vil dække efterspørgselen, må derfor i stigende grad benytte importeret gas, dvs. fjerntransmissionsselskabernes tjenester.
81. Endvidere er den tyske gas i meget stor udstrækning øremærket til fjerntransmissionsselskaberne, hvilket betyder, at andre selskaber generelt har for begrænset adgang til tysk gas til, at man kan modvirke en prisstigning på importeret gas. Fjerntransmissionsselskaberne BEB ([40-50]*%) og Mobil ([20-30]*%) kontrollerer ca. [70-80]*% af den tyske gasproduktion og de tyske gasreserver. De resterende [20-30]*% af den tyske produktion (der svarer til ca. [0-10]*% af den tyske efterspørgsel) er fordelt mellem RWE-DEA med ca. 7,5 %, Wintershall og Preussag med hver ca. 5,5 % og Erdöl-Erdgas Gommern med omkring 4,5 %. RWE-DEA har forpligtet sig til at sælge 60 % af årsproduktionen til Ruhrgas, mens Preussag har forpligtet sig til at sælge 45 % af sin produktion til Ruhrgas. Størstedelen af Erdöl-Erdgas Gommerns produktion sælges gennem VNG, som også er et fjerntransmissionsselskab.

⁹ Kommissionen har behandlet kul- og stålspørgsmålene af sagen i sag nr. IC/ECSC.1252 - RAG/Saarbergwerke. Den tyske beslutning er skitseret i BkartA's halvårsrapport og pressemeddelelsen af 4. februar 1998.

(iv) Adgang til udenlandsk gas på konkurrencemæssige vilkår er ikke mulig og ville ikke være det efter en fusion Adgang for potentielle nye aktører til markedet for fjerntransmission afhænger af de etablerede selskabers tjenester

82. Ethvert nærtransmissionsselskabs daglige forretninger afhænger i vid udstrækning af det rørledningsnet, de oplagringsfaciliteter og de øvrige tjenester, fjerntransmissionsselskaberne stiller til rådighed. Det ville være en risikabel beslutning at lægge sig ud med så vigtige leverandører ved at gå uden om dem for en del af tjenesternes vedkommende, fordi disse fjerntransmissionsselskaber har rige muligheder for gengældelse.
83. Der findes imidlertid et nærtransmissionsselskab, som ikke er afhængigt af fjerntransmissionsselskabernes tjenester. Det drejer sig om **Erdgas Münster** (EGM), der sælger tysk gas produceret af selskabets aktionærer, de største tyske gasproducenter: BEB ([20-30]*%), Mobil ([20-30]*%), Wintershall ([20-30]*%), Preussag ([10-20]*%) og RWE DEA ([0-10]*%). Aktionærerne er forpligtet til at sælge hele deres produktion i en bestemt del af Nordvesttyskland gennem EGM ([under 10%]* af det samlede tyske gasforbrug), og på denne måde er selskabet sikret gasforsyninger [...]*.
84. [...] efter en fusion ville BEB og Mobil kontrollere EGM's strategiske beslutninger. Sådanne beslutninger omhandler blandt andet EGM's stilling på et kommende liberaliseret marked (jf. nedenfor). Parterne hævder, at de ikke ville kontrollere EGM, fordi [...]*. Dette ræsonnement kan ikke accepteres. Exxon udøver fælles kontrol over BEB som defineret i fusionsforordningen, og det ville desuden være i Shells økonomiske interesse at give sit samtykke til [...]*, da Shell derved også ville få fordel af at kunne kontrollere EGM.
85. Selv om både Mobil og BEB er fjerntransmissionsselskaber, er Mobils markedsposition langt svagere end BEB's. Mobil vil derfor inden en fusion have interesse i at bevare muligheden for at benytte EGM som et instrument på et kommende liberaliseret marked. Der er derfor ikke nødvendigvis interessesammenfald mellem BEB og Mobil. Denne mulighed for at blive en konkurrent ville forsvinde efter en fusion i kraft af den formelle kontrol over EGM.
86. Parterne har også henvist til direkte opfordringer fra et par forholdsvis små distributionsselskaber til udenlandske leverandører om at afgive bud. I udbuddet anmoder de lokale distributionsselskaber, som alle er Wingas kunder, om tilbud på forsyninger til den tyske grænse, og oplyser, at de selv vil besørge transporten i Tyskland. Blandt de øvrige eksempler, parterne nævner, er Stadtwerke ("SW") Viernheims beslutning om at købe direkte. Det fremgår imidlertid af Kommissionens undersøgelse, at disse udbud ikke gav noget resultat.
87. At der findes sporadiske udbud, betyder derfor ikke, at de lokale distributionsselskaber mener, at der er mulighed for selv at transportere gassen inden for landets grænser. Det betyder således ikke, at de mener, at de konkurrerer med de etablerede selskaber.
88. Producenter, der gerne vil ind på markedet, benytter ikke kun de tyske selskaber til at sælge deres gas i Tyskland, men bruges også i vekslende udstrækning de etablerede selskaber til transit af gas til andre markeder. F.eks. sendes nederlandsk gas gennem

de etablerede tyske selskabers rørledninger i transit til Schweiz og Italien (og muligvis også Polen). Norsk gas sendes i transit gennem Tyskland til Schweiz, og russisk gas sendes i transit gennem Tyskland til Frankrig.

Det er usandsynligt, at mindre selskaber kunne opnå interessante priser eller mængder, eller at traditionelle leverandører vil gå uden om de etablerede selskaber

89. De langfristede (10-, 20- eller 30-årige) *take-and/or-pay*-kontrakter, som nedbringer transmissionsselskabets *off-take*-forpligtelse med den mængde, producenten sælger direkte (eller gennem andre selskaber) på transmissionsselskabets territorium (også kaldet "parallelsalgsklausuler"), skaber større hindringer for andre selskaber, der vil sikre sig forsyninger.
90. Endvidere har leverandørerne ingen interesse i at gå uden om deres traditionelle kunder, hvis det vil føre til konkurrence på gasmarkedet og faldende priser. Og hvis leverandøren ikke vil tilbyde lavere priser, har kunden ingen grund til at skifte. Konkurrence på gasmarkedet og prisfald er derfor det mest sandsynlige udfald. Da producenten modtager netback-priser, vil et sådant prisfald påvirke det samlede gassalg. Hvis producenterne sælger til nye aktører, risikerer de derfor skadelig priskonkurrence. [...]*
91. Ifølge [...] stimulerer parallelsalgsklausuler transmissionsselskaberne og leverandørerne til at konkurrere om de samme endelige forbrugere, og de er således konkurrencefremmende. Konkurrencen kan dog kun forventes at opstå, hvis leverandørernes fortjeneste på direkte salg mere end kompenserer både det kortfristede tab af netback-værdien af det samlede resterende kontrakt salg til transmissionsselskaberne og det langfristede tab ved risikoen for at miste salg til transmissionsselskaberne, når de nuværende kontrakter udløber. Dette er usandsynligt, og parallelsalgsklausuler fungerer således også som adgangshindringer.
92. Kommissionen bemærker endvidere, at tre af de største tyske fjerntransmissionsselskaber har købt en stor del af deres importerede gas af norske, danske og russiske producenter i fællesskab (Ruhrgas [...]%, BEB [...]% og Thyssengas [...]%). Ved at lægge deres efterspørgsel sammen skulle konsortierne gennem langfristede kontrakter kunne opnå bedre priser end ethvert andet selskab, der forhandler sig til en kontrakt på egen hånd. Parterne er uenige heri og påpeger, at købspriserne ikke er relateret til mængderne, men fastsættes efter priserne på alternativt brændstof. Kommissionen kan ikke acceptere dette argument, da det i yderste konsekvens ville betyde, at der ikke er mulighed for priskonkurrence i den europæiske gasindustri, da alle vil forlange samme pris, nemlig prisen på det alternative brændstof. Det er helt klart ikke korrekt, da parterne har stor frihed til at vurdere gasprisens parametre endog ved at benytte indeks over priser på alternativt brændstof.
93. Det skal også bemærkes, at ved at købe i fællesskab mindsker man producenternes incitament til at gå uden om fjerntransmissionsselskaberne og sælge direkte eller indirekte til andre på deres territorium. Det skyldes, at producenten risikerer at miste alle sine kunder, når flere selskaber slår deres indkøb sammen, selv om han kun ville gå uden om én af dem.

94. Selv hvis man accepterer parternes argument om, at andre etablerede selskaber som VNG og Mobil kan købe gas direkte og hver for sig til de samme priser, betyder det ikke, at det samme vil være tilfældet for nye aktører. De etablerede selskaber vil bestræbe sig på at udnytte deres stilling og indflydelse over for producenterne og tilskynde dem til ikke at forsyne konkurrenterne. Wingas har oplyst, at selskabet for nogle år siden indgik en aftale om norsk gas, men at GFU (gasforhandlingsudvalget, den norske salgsorganisation for naturgas) havde afvist aftalen. Endvidere har [...] udtalt, at "[...] fortsat vil søge at forhindre [...] i at købe [...] gas".
95. Selv hvis der opnås aftale om levering af nye mængder, har fjerntransmissionsselskaberne indgået langfristede (*take-or-pay*)forsyningsordninger med de vigtigste kunder (nærtransmissionsselskaber, lokale distributionsselskaber osv.). Det kan derfor være vanskeligt at sælge de pågældende mængder, idet disse langfristede ordninger udgør en yderligere hindring for adgang til fjernt markedet. Kommissionen erkender, at disse kontrakter alle udløber en dag, og at gasefterspørgselen vokser med 2-3 % om året. Disse kontrakter er derfor ikke en uoverstigelig adgangshindring, men de gør det unægtelig vanskeligere at komme ind end på et marked, hvor der ikke findes langfristede forpligtelser til køb og salg.
96. Endelig har de tyske fjernttransmissionsselskaber i de senere år brugt mange penge på vertikal integrering i de efterfølgende afsætningsled ved at erhverve aktieandele i nærtransmissionsselskaber og lokale distributionsselskaber, hvilket de antagelig også vil gøre fremover. [Kommissionen finder, at]* dette tager sigte på at opretholde den nuværende forsyningsstruktur. Det vil skabe yderligere hindringer for markedsadgang.

(v) Adgang til infrastruktur eller dublering er ikke valgmuligheder

Dublering af infrastruktur vil betyde for store engangsinvesteringer

97. De etablerede selskabers omfattende **investeringer** af kapital i modtagelsesfaciliteter, rørledninger, oplagringsanlæg og kvalitetsjustering kan ikke benyttes til andre formål, selv om nogle gasrørledninger med betydelige omkostninger kan ombygges til olierørledninger. Investeringen kan derfor i meget vid udstrækning betragtes som en engangsinvestering.
98. Parterne påpeger, at omkostningerne ved at få adgang til gasmarkedet ikke med rimelighed kan betragtes som en adgangshindring, da omkostninger til importinfrastruktur typisk udgør mindre end [...] af værdien af den producerede gas. Imidlertid er importinfrastrukturen ikke den eneste form for infrastruktur, der er behov for (den vigtigste er et net af rørledninger til fjernttransport), og de store investeringer er stadig for en meget stor dels vedkommende en engangsudgift.
99. Desuden er det altid billigere og hurtigere for de etablerede selskaber at øge kapaciteten af deres rørledninger ved at installere kompressorer, end det er for en ny aktør at anlægge nye rørledninger.
100. Det forventes derfor ikke, at en ny aktør på det tyske marked vil begynde at opføre et nyt større højtryksnet af rørledninger. "Wingas-hændelsen" vil med andre ord næppe gentage sig. Wingas er en slags heldig kombination af en meget stor tysk industriel

gasforbruger, som var utilfreds med de gældende priser, og en meget stor russisk producent (antagelig den største), som havde en interessekonflikt med de etablerede selskaber. Interessekonflikten vil blive beskrevet nærmere i forbindelse med den konkurrencemæssige vurdering.

101. Desuden er den nettofortjeneste, leverandøren kan forvente af at forny kontrakten med det oprindelige transmissionsselskab, større end den forventede nettofortjeneste for en ny aktør, der skal foretage nye investeringer (og derfor har behov for en højere fortjenstmargen). Desuden vil en sådan ny aktør skulle "kæmpe" for at få sin gas solgt, hvilket vil føre til prisfald for alle aktører på markedet, og det vil igen afspejles i en lavere netback-pris for producenten.

Den tredjepartsadgang, industrien har foreslået, vil få begrænset virkning for kundernes mulighed for direkte import af gas i konkurrence med fjerntransmissionsselskaberne

102. Hvad angår denne beslutning, er Kommissionen ikke overbevist om, at den eventuelle indgåelse af Verbändevereinbarung Gas (VV Gas) vil åbne markedet gennem **tredjepartsadgang**. Denne konklusion er baseret på den aktuelle udvikling, nemlig den tyske gasindustri's forslag som led i VV Gas-forhandlingerne.
103. VV Gas er et initiativ taget af fire branchesammenslutninger: a) BGW, sammenslutningen af tyske gas- og vandselskaber, b) VKU, de lokale distributionsselskabers sammenslutning, c) BDI, den tyske industrisammenslutning (industrielle forbrugere) og d) VIK, den tyske kraftværkssammenslutning. Tyskland har i forbindelse med gasdirektivet valgt "forhandlet TPA", og VV Gas vil fastsætte retningslinjer herfor. De tyske konkurrencemyndigheder og/eller Kommissionen skal vurdere VV Gas, når den er vedtaget. Målet med VV Gas er, som det fremgår af et fælles brev fra de fire sammenslutninger til den tyske økonomiminister, "at sende et signal til politikerne om, at der ikke er behov for yderligere regulering af naturgassen. VV Gas skal opfylde betingelserne om at være markedsorienteret, konkurrencebetonet, rimelig, gennemsigtig og enkel og skal dermed bidrage til udviklingen af en naturgasbørs. VV Gas skal rumme de principper og de grundlæggende regler for adgang til nettet samt en enkel beregning af tariffene. VV Gas skal indgås inden udgangen af 1999."
104. På trods af denne fælles erklæring forekommer det ikke muligt på grundlag af den referencesag, gasindustrien har udviklet, at konkludere, at det ved hjælp af denne form for TPA vil blive muligt at importere gas i konkurrence med de etablerede selskaber.
105. For det første hedder det i referencesagen, at TPA kun er mulig, hvis rørledningskapaciteten er til stede, og at der skal tage hensyn til langfristede *take-or-pay*-kontrakter. Markedsundersøgelsen viser, at det er vanskeligt at vurdere, om kapaciteten er til stede, og de etablerede selskaber har tegnet langfristede *take-or-pay*-kontrakter på op til 100 % af deres behov. VV Gas vil derfor ikke røkke fundamentalt ved situationen for de etablerede selskaber
106. For det andet hedder det i referencesagen, at tredjeparts gas skal være kompatibel med gasspecifikationerne i ejerens rørledningsnet. Det er defineret på en sådan måde, at "gassen har specifikationer, der gør det muligt at lukke den ind i rørledningen, uden at transportøren skal foretage justeringer; gassen skal have et tryk, der gør det

muligt for transportøren at modtage den uden justeringer, og dens specifikationer skal gøre det muligt at anvende den sammen med anden gas i nettet". Det er muligvis ikke nemme kriterier at opfylde, da der i øjeblikket handles med gas med meget forskellige specifikationer i Tyskland (jf. diskussionen nedenfor om LCV-/HCV-gas og den kendsgerning, at både LCV- og HCV-gas i øjeblikket sælges med en række forskellige specifikationer i Tyskland). Naturgas er således ikke et fuldstændig homogent produkt, og karakteren og gennemførligheden af TPA for elektricitet og telekommunikation er forskellige fra TPA for gas. Det fremgår af et dokument, som parterne har fremlagt, at "en vigtig forskel fra VV Elektricitet er, at der for gas' vedkommende er behov for en særskilt aftale med hver enkelt rørledningsoperatør, og at de forskellige gasspecifikationer og trykforskellene ved afsendelses- og modtagelsepunktet komplicerer den konkrete tilrettelæggelse".

107. For det tredje er en transportaftale nødt til at gælde i mindst et år, og der er to startdatoer hvert år (1. oktober og 1. april). Det skal derfor bemærkes, at TPA-kontrakter altid vil omfatte spidsbelastningen om vinteren, så der er større chance for, at rørledningerne vil køre med fuld kapacitet. Det er desuden det udtrykkelige mål med dette krav at forhindre, at der udvikles et spotmarked. Årsagen er, at udvikling af et spotmarked ville ødelægge balancen i det traditionelle system. Transmissionsselskabernes stilling ville især blive truet, da et spotmarked ville skabe direkte kontakt mellem de endelige forbrugere og producenten, hvilket vil give grossisten en mindre margen. [...] * VV Gas indeholder ingen planer herom.
108. Et fjerde element er [...] *.
109. Endelig omhandler VV Gas ikke adgang til oplagringsfaciliteter, adgang til kvalitetsjusteringstjenester (konvertering af LCV/HCV) eller forsyningsreserver.
110. Parterne påpeger i svaret, at den endelige aftale om VV Gas vil kræve samtykke fra de endelige forbrugere, de tyske kartelmyndigheder og den tyske regering. Med så mange interessenter involveret i processen kan parterne ikke forstå, at Kommissionen mener, at slutresultatet ikke vil fremme såvel TPA som konkurrencen. Kommissionen må foretage sin vurdering på grundlag af de foreliggende oplysninger. Disse oplysninger er gasindustriens referencesag. Derfor ville det være gætværk at basere en vurdering på noget andet.

Konklusion

111. Kommissionen konkluderer, at det tyske marked for fjerntransmission udgør et særskilt produktmarked.

Gas med lav brændværdi og gas med høj brændværdi

112. Under undersøgelsen har flere interesserede parter fremført, at man ved vurderingen af transaktionens virkninger for det europæiske gasmarked bør skelne mellem gas med lav brændværdi (LCV, low calorific value) og gas med høj brændværdi (HCV, high calorific value). Kommissionen er enig med parterne i, at LCV- og HCV-gas udgør dele af det samlede naturgasmarked. Kommissionen er nået til denne konklusion under henvisning til substitution på efterspørgselssiden. Med andre ord vil

en prisstigning for LCV-gas på 5-10 % være urentabel, fordi kunderne i den pågældende del af Tyskland¹⁰ kunne gå over til HCV-gas.

113. Sondringen mellem LCV- og HCV-gas går tilbage til fundet (1959) og udnyttelsen (1963) af det kæmpemæssige Groningen-gasfelt i Nederlandene, som er det største gasfelt i Europa og et af de største i verden. Dette felt dannede grundlag for etableringen af den europæiske naturgasindustri. Hele naturgasforbruget blev således indrettet efter gas med samme specifikationer som i Groningen-feltet. Dog omfatter klassifikationen LCV-gas et bredere spektrum end under eller op til Groningen-gassens brændværdi. På grundlag af den tyske definition af gas med lav brændværdi (DVGW-adværskodeks G 260/I - Gaskvalitet) defineres LCV-gas som gas med et Wobbe-indeks på op til 13 kWh/m³.
114. Specifikationerne for (Groningen- eller LCV-)gas har betydning for hele "gassøjlen" i de efterfølgende afsætningsled. Transmission i højtryksrørledninger (gastransport over store afstande), underjordiske oplagringsfaciliteter, transmission i lavtryksrørledninger (der muliggør leverancer af gas til det lave tryk, som gasfyr i private husstande benytter) og de installationer, som de endelige forbrugere benytter, er indrettet efter og kan kun fungere med enten LCV- eller HCV-gas.
115. Senere gasfund var af en anden kvalitet med højere brændværdi, da gassen indeholder mindre inert nitrogen. Der blev faktisk kun fundet LCV-gas i andre felter til lands i Nederlandene og Nordvesttyskland. I dag findes der stadig specifikke LCV-gassøjlere i Nederlandene, Nordvesttyskland, en del af Belgien (provinserne Antwerpen og Limburg) og en del af Frankrig (Nord-Pas de Calais).

Substitution på efterspørgselssiden: Gassøjlen overgang fra LCV-
kompatibilitet til HCV- kompatibilitet

(a) En forholdsvis permanent prisstigning på LCV-gas vil fremskynde den igangværende overgang

116. Parterne har fremlagt grafer, der viser, at forbruget af LCV-gas i Tyskland siden 1975 er blevet erstattet mere og mere af HCV-gas. Graferne er baseret på industriens statistikker over såvel de absolutte som de relative mængder af forskellige typer gas (HCV-, LCV-, koksovnsgas m.m.).
117. På denne baggrund skal det undersøges, hvordan et transmissionsselskab vil reagere, hvis producenterne af LCV-gas hæver priserne. Transmissionsselskabets reaktion vil blive påvirket af dets muligheder for selv at gå over til en HCV-producent og af de incitamer, der opstår, ved at kunderne får mulighed for at skifte til et andet transmissionsselskab, som måske kan levere billigere HCV-gas.
118. Det er teknisk ukompliceret at ændre et helt LCV-rørledningsnet til HCV-gas. Transmissionsselskaberne afskrækkes derimod fra at ændre deres infrastruktur på grund af de underjordiske oplagringsfaciliteter. Problemet er, at man er nødt til at bytte LCV-gassen i lagrene ud med HCV-gas. Ifølge parterne er overgangen enkel og ligetil. Wingas hævder derimod, at en sådan overgang er tidskrævende (typisk tre

¹⁰ I denne sag er det ikke påkrævet at tage stilling til, om der findes særskilte markeder for LCV- og HCV-gas i Nederlandene, da sagens udfald ikke ville ændres mærkbart.

overgangscyklusser og dermed to år for de relevante faciliteter) og kostbar (på grund af den svingende brændværdi af den udtrukne gas ved injektion af HCV-gas i et LCV-lager).

119. Allerede inden afslutningen af den tredje oplagringscyklus kan den udtrukne gas dog være af HCV-kvalitet. Endvidere skal alle transmissionsselskaber have kendskab til "gasblanding" (tilføjelse af LCV-gas til HCV-gas for at opnå en HCV-gas med lavere brændværdi, som holder sig inden for specifikationerne for HCV-gas, eller omvendt) for at opnå de ønskede specifikationer. Det kan derfor være forholdsvis let for dem at justere den gas, de trækker ud af deres oplagringsfaciliteter i overgangsperioden, gennem simpel blanding, så den overholder specifikationerne for LCV- eller HCV-gas. Man kan forestille sig, at de i starten vil kunne tilføre LCV-gas for at holde den udtrukne gas inden for LCV-specifikationerne, og at de gradvis vil tilføre HCV-gas for at nå op på HCV-specifikationer. Dermed vil omkostningerne ved overgangen antagelig mindskes betydeligt.
120. På baggrund af ovenstående oplysninger konkluderer Kommissionen, at i en situation med en permanent relativ prisstigning for LCV-gas sammenlignet med HCV-gas vil de tyske ejere af oplagringsfaciliteter for LCV-gas ikke stå over for tekniske restriktioner, der afholder dem fra en overgang. Derfor bidrager den relative prisstigning til en fremskyndelse af den overgang, der må finde sted før eller senere.

(b) Aftagere af LCV-gas fra transmissionsselskaber har alternativer i den pågældende del af Tyskland til at gå over til HCV-leverancer fra Wingas

Industrikunders og kraftværkers overgang

121. Markedsundersøgelsen har bekræftet, at overgangsomkostningerne for de fleste industrikunder og kraftværker i form af en justering af deres brændere er lave udtrykt som en procentsats af deres årlige gasregning. Det kunne derfor være økonomisk rentabelt for en større industrikunde eller et større kraftværk at få anlagt en ny særlig dedikeret rørledning som forbindelse til en nærliggende HCV-højtryksrørledning (højest 50 km væk). Spørgsmålet er derfor, om der ligger HCV-rørledninger i området, som ejes af andre selskaber end dem, der har interesser i LCV-distribution. Hvis det er tilfældet, vil risikoen for at miste sådanne kunder til et andet transmissionsselskab gøre det "etablerede" LCV-transmissionsselskab mere velvilligt indstillet over for selv at foretage overgangen (hvis producenten hæver prisen), eller den vil gøre det urentabelt for transmissionsselskabet at hæve priserne.
122. Hvad angår den industrielle efterspørgsel efter gas, må man skelne mellem Nordrhein-Westfalen (NRW) og Niedersachsen. I NRW ligger gassalget pr. km² ca. tre gange højere end i Niedersachsen, og antallet af industrikunder pr. km² er ca. 2,5 gange højere. I NRW kan Wedal- og Midal-rørledningerne derfor antagelig nå ud til et tilstrækkeligt stort antal kunder til at gøre en overgang mulig. Desuden ligger Wingas' underjordiske oplagringsfaciliteter i Rehden på grænsen mellem NRW og Niedersachsen, hvilket giver selskabet mulighed for at tilbyde sæsonudjævning i NRW og Niedersachsen. I Niedersachsen har Wingas desuden sit HCV-højtryksnet. Det eneste større område, der ikke synes at kunne dækkes af dette net, er Hannoverområdet. De foreliggende muligheder er antagelig tilstrækkelige til at gøre en prisstigning urentabel.

123. Imidlertid skal der opføres en særlig dedikeret rørledning fra Wingas' HCV-højtryksrørledning til industrikunden. Det tager tid og koster penge og har i praksis vist sig kun at være rentabelt, hvis kunden kan acceptere en eksklusiv forsyningsordning med en varighed på 5-10 år. Den etablerede leverandør af LCV-gas kan derfor hæve sin pris i forhold til den gældende HCV-pris med en margen svarende til meromkostningerne til den nye infrastruktur. Sådanne ordninger er dog ikke usædvanlige i industrien, hvilket betyder, at omkostningerne til den supplerende rørledning kan dækkes, som Wingas' erfaringer i andre områder har vist.
124. Wingas fremfører, at der i Niedersachsen kun findes nogle få kunder med betydelige behov inden for en rimelig afstand af selskabets højtryksrørledning til HCV-gas. Derfor kan erfaringerne fra andre regioner ikke bruges i et område, som Wingas betragter som et særskilt geografisk marked, nemlig det nordtyske LCV-gasområde.
125. Kommissionen erkender, at overgangsomkostningerne ikke altid er lave for industrikunder. [En virksomhed]* har påpeget, at industrikunder, der benytter naturgas som råmateriale i en kemisk proces, kan få omkostninger på over 20 mio. EUR. Kommissionen er dog ikke bekendt med sådanne kunder i den relevante del af Tyskland.
126. Kommissionen konkluderer, at et tilstrækkeligt stort antal tyske industrielle LCV-kunder og kraftværker på nuværende tidspunkt har mulighed for at omlægge deres efterspørgsel til Wingas, hvis der sker en permanent prisstigning på LCV-gas, for at være med til at gøre en sådan prisstigning urentabel.

Lokale distributionsselskabers overgang

127. Lokale distributionsselskaber forsyner private husstande. De har derfor behov for leverandører, der kan tilbyde omfattende sæsonudjævning. De vil derfor overveje en overgang, hvis den nye leverandør kan tilbyde HCV-gas med omfattende sæsonudjævning. Wingas har sine oplagringsfaciliteter i Rehden, som ligger i området, og kan derfor tilbyde denne service.
128. Samtidig skal distributøren og/eller leverandøren kunne absorbere omkostningerne ved husstandenes overgang. Disse omkostninger anslås i et detaljeret omkostningsoverslag udarbejdet på parternes foranledning af et selskab med erfaring i konvertering af husstande til ca. 60 EUR pr. husstand. På baggrund af et typisk husstandsforbrug på 80 MBTU/år (Million British Term Units), en lokal distributionspris på 3,4 EUR/MBTU og en typisk husstandspris på 8 EUR/MBTU, mindsker en prisstigning på 5 % for LCV-gas leveret af et LCV-transmissionsselskab den lokale distributørs fortjenstmargen med 13,5 EUR. En prisstigning på 10 % mindsker den lokale distributørs fortjenstmargen med 27 EUR. Dermed vil den lokale distributør have dækket overgangsomkostningerne i løbet af 2-4 år. Da en forsyningskontrakt mellem et transmissionsselskab og et lokalt distributionsselskab typisk varer 10-20 år, vil stigningen på 5-10 % være urentabel for lokale distributionsselskaber, der skifter til en alternativ HCV-gasleverandør. Når en husstand er gået over til HCV-gas, kan den i øvrigt uden risiko benytte LCV-gas, indtil der kommer HCV-gas i det lokale distributionsnet. Konsekvensen er et midlertidigt beskedent effektivitetstab, men hvis overgangen foretages i sommermånederne, begrænses effektivitetstab.

129. Det er blevet fremført, at selv hvis en overgang fra LCV- til HCV-gas var mulig, ville et lokalt distributionsselskab ikke foretage overgangen, hvis det dermed blev til en "HCV-ø" midt i et LCV-område. Det ville få alvorlige følger for forsyningssikkerheden, som kunden måske ikke ville kunne acceptere. Wingas anfører dette som den væsentligste grund til, at selskabet har overtalt mindre end fem lokale distributører (Stadtwerke) i Tyskland til at skifte fra LCV- til HCV-gas på trods af rabatter på 5-8 % (ifølge parterne) i forhold til det eksisterende prisniveau.
130. Dette argument kan ikke godtages i den nuværende situation med en permanent relativ prisstigning. I en sådan situation vil incitamenterne til en overgang være de samme for alle kunder, så der til sidst ikke ville findes øer længere.

(c) Alternativerne for det etablerede transmissionsselskabs kunder vil skabe større incitament for det etablerede selskab til at skifte

131. Når prisen på LCV-gas stiger i forhold til HCV-gas, er det normal rationel adfærd for et transmissionsselskab, som konkluderer, at en betydelig del af kunderne har mulighed for at skifte til et konkurrerende transmissionsselskab, at forsvare sin stilling. Selskabet vil derfor sikre sig mulighed for også selv at kunne tilbyde den billigere HCV-gas. Det etablerede transmissionsselskab vil derfor selv fremskynde overgangen.

Konklusioner med hensyn til substitution på efterspørgselssiden

132. I forbindelse med denne procedure konkluderer Kommissionen, at en permanent relativ prisstigning for LCV-gas ville være urentabel, fordi a) LCV-gassøjlen før eller siden må skifte til HCV-gas, b) en sådan prisstigning vil fremskynde overgangen, c) der findes alternativer på det relevante tyske marked i form af HCV-leverancer fra Wingas, og d) denne viden vil øge incitamenterne for LCV-transmissionsselskaberne til selv at foretage overgangen.
133. Imidlertid vil overgangsomkostningerne give en konkurrencemæssig fordel til det transmissionsselskab, som kan tilbyde de gældende specifikationer, da et skifte til en anden leverandør dermed vil blive mindre attraktivt.

Relevant geografisk marked

134. Parterne mener, at transmissionsmarkederne generelt er nationale. De påpeger, at distributionen traditionelt er blevet tilrettelagt nationalt gennem nationale eller regionale operatører. Dog mener parterne, at udviklingen i retning af grænseoverskridende indkøb efter vedtagelse af gasdirektivet ikke må overses. Parterne finder, at forsøg på at hæve priserne i enkelte medlemsstater efter fusionen ville møde modstand ikke blot i form af konkurrence på nationalt plan, men også gennem tiltagende grænseoverskridende indkøb foretaget af transmissionsselskaber, lokale distributionsselskaber, kraftværker og store industrielle brugere.
135. Da ejerne af infrastrukturen stadig hovedsagelig befinder sig inden for det pågældende lands grænser, og da betingelserne for tredjepartsadgang i det store og hele fortsat vil være tilrettelagt nationalt, finder Kommissionen, at markederne i den nærmeste fremtid hovedsagelig vil forblive nationale.

(a) Nederlandene

136. Af de årsager, der er anført i foregående punkt, er Kommissionen enig med parterne i, at det nederlandske transmissionsmarked er nationalt.

(b) De tyske fjerntransmissionsmarkeder

137. Hvad Tyskland angår, er der tegn på, at markederne stadig er regionale. Regionerne defineres af a) de tidligere nu ulovlige demarkationsaftaler, som dem Ruhrgas havde indgået med BEB og Thyssengas, og b) ejerskabet af højtryksrørledningerne til fjerntransmission. På trods af at demarkationsaftalerne har været ulovlige siden april 1998, er der kun undertegnet to aftaler med tyske kunder uden for fjerntransmissionsselskabets eget regionale territorium. Begge er indgået af Ruhrgas og vedrører årlige forsyninger på [...] * mio. m³ hver og opførelse af en ny rørledning. [...] *

De gamle demarkationsregioner er stadig relevante på grund af frygten for gengældelse

138. Interne dokumenter fra [...] *, [...] * og [...] * bekræfter, at de gamle demarkationsregioner stadig er relevante på grund af frygten for gengældelse.
139. [...] *
140. [...] *¹¹
141. [...] *
142. [...] *
143. [...] *
144. [...] *¹²
145. [...] *
146. [...] *

Definition af regionerne

147. Regionerne udgøres således af Thyssengas-regionen (den vestlige del af Nordrhein-Westfalen langs den belgiske/nederlandske grænse), BEB-regionen (Hamborg, Schleswig-Holstein og dele af Bremen og Niedersachsen), VNG-regionen (Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, dele af Sachsen og Sachsen-Anhalt, hvor Ruhrgas ikke har sit eget rørledningsnet) og Ruhrgas-regionen (de resterende "gamle" delstater og de dele af Sachsen og Sachsen-Anhalt, der dækkes af et nærtransmissionsselskab, der ejes i fællesskab af Ruhrgas og VNG).

¹¹ [...] *

¹² [...] *

Nogle af de øvrige fjerntransmissionsselskabers stilling

148. Mobil har aldrig haft sin "egen" region eller højtryksrørledninger, men er nået ud til sine kunder gennem TPA-aftaler med [...]*
149. Wingas konkurrerer gennem sit eget rørledningsnet på alle disse territorier, og de fleste nærtransmissionsselskaber er inden for rækkevidde af selskabets rørledningsnet (korridorer på højst 50 km). Man kan dog ikke på dette grundlag konkludere, at konkurrencevilkårene er ens i hele landet. [...]* de respektive fjern- og nærtransmissionsselskaber lader deres priser være afhængige af, om kunden har et alternativ i form af leverancer fra Wingas.

Den påtænkte TPA-ordning for den tyske industri (VV Gas-referencesagen) vil ikke påvirke den geografiske fastsættelse af konkurrencevilkår

150. Det fremgår af beskrivelsen af VV Gas i afsnittet om produktmarkedet, at Kommissionen ikke mener, at VV Gas vil tillade import af gas i konkurrence med de etablerede selskaber.
151. Af de årsager, der er anført i dette afsnit under henvisning til de indbyggede begrænsninger af VV Gas-konceptet og gasindustriens referencesag, såsom a) de generelle problemer med at vurdere, om der er ledig kapacitet, b) at med aftaler med en mindsteløbetid på et år vil spidsbelastningen om vinteren altid blive inddraget i en vurdering af en rørlednings ledige kapacitet, c) problemer i forbindelse med gasspecifikationerne (brændværdi, tryk osv.), og d) det begrænsede omfang af de udbudte tjenester, finder Kommissionen, at VV Gas ikke er tilstrækkeligt til, at man på baggrund af en prospektiv analyse kan betegne markedet som nationalt. Kommissionen tager endvidere hensyn til, at i tilfælde af en tvist mellem en part, der anmoder om TPA, og en part, der afviser TPA, kan der i forbindelse med en sag, der indbringes for konkurrencemyndighederne og/eller domstolene, gå flere år, inden en "præjudiciel" sag afgøres.

Konklusion

152. På grundlag af ovenstående finder Kommissionen, at transmissionsmarkederne i Tyskland stadig kan være regionale, dvs. at de følger de tidligere demarkationslinjer. Det er dog muligvis ikke nødvendigt i det foreliggende tilfælde at fastlægge den geografiske definition af det tyske fjerntransmissionsmarked, da fusionen også fører til en styrkelse af en (fælles) dominerende stilling på det tyske fjerntransmissionsmarked.
153. Parterne har i svaret udtalt, at markedet er nationalt og ikke regionalt. De påpeger, at gaspriserne fastsættes efter det konkurrerende brændstof, ikke den regionale beliggenhed. Dette strider imidlertid imod de oplysninger, Kommissionen indhentede under sin markedsundersøgelse, om at priserne også varierer efter, hvorvidt kunden har en alternativ leverandør (konkurrence mellem forskellige former for gas). Parterne fremfører også, at en fremadrettet analyse skal tage hensyn til, at man for nylig har afskaffet demarkationen, og at man står over for en industriaftale om forhandlet tredjepartsadgang. Der er dog stadig for mange usikre punkter til at konkludere, at den endelige aftale vil føre til et nationalt marked, hvor konkurrencevilkårene er de samme.

Markedsaktørernes stilling

(a) Det nederlandske transmissionsmarked

1. Forholdet mellem de nederlandske gasproducenter og Gasunie

154. I 1947 oprettede Exxon og Shell joint venture-selskabet *Nederlandse Aardolie Maatschappij (NAM)*, som de hver ejer 50 % af, med henblik på at efterforske og producere kulbrinter i Nederlandene. Efter NAM's fund af det store Groningen-gasfelt i 1959 tilrettelagde den nederlandske regering landets gasindustri på en måde, der afspejlede Groningen-feltets strategiske betydning for den nederlandske økonomi. I forbindelse hermed indgik den nederlandske regering i 1963 en aftale med Exxon, Shell og NAM, hvori NAM fik overdraget ansvaret for at udvikle og producere Groningen-koncessionen på vegne af Groningen-partnerskabet, som NAM ejer 60 % af, mens den nederlandske kontrollerer de resterende 40 % gennem EBN. Desuden oprettede Exxon, Shell og den nederlandske regering selskabet *Gasunie*, som fik til opgave at markedsføre al gassen fra Groningen-feltet. Den nederlandske regering har en aktiepost på 50 % i *Gasunie* (10 % direkte, 40 % gennem EBN), mens Exxon og Shell har 25 % hver. Endelig indgik den nederlandske regering en aftale med *Gasunie* om, at selskabet skal have regeringens godkendelse af visse forretningsmæssige beslutninger.
155. Siden 1959 har NAM opnået produktionslicenser for andre nederlandske gasfelter on- og offshore, og ca. 50 % af selskabets nuværende produktion stammer fra disse andre såkaldt små felter (sammenlignet med Groningen). Parterne har oplyst, at de fleste af disse koncessioner også producerer til fordel for partnerskaber, hvori EBN generelt har en andel på 40-50 %. Gassen fra disse felter er solgt til *Gasunie*. Desuden skal alle NAM's kommende fund sælges til *Gasunie* som følge af [...]¹³*. NAM tegner sig for i alt 75-80 % af den nederlandske gasproduktion (på grund af EBN's andel i NAM's produktion, tegner NAM sig for ca. 45 % af nettoproduktionen). EBN har også konsekvent markedsført alle sine aktionærinteresser gennem *Gasunie*. [...]*.
156. Indtil 1994 var nederlandske producenter nødt til at sælge al gas til det nederlandske marked til *Gasunie*. Nederlandske producenter kunne selv sælge gas på eksportmarkedet, men priserne var og er stadig kontrolleret af myndighederne. Desuden er *Gasunie* forpligtet til at aftage gas fra mindre felter, inden den er produceret, og på finansielle vilkår, der er fastsat på forhånd, hvis producenten har valgt at tilbyde *Gasunie* sin gas. [...]*
157. Tilsyneladende vil den nederlandske regering ikke generelt godkende prisen på nederlandsk gas i en eksportaftale, hvis den ligger under *Gasunies* "netback"-pris, den såkaldte "Norm inkoopprijs" (NIP). På denne måde sikrer regeringen sig en andel af "gaskagen".
158. [...]*¹⁴

¹³ [...]*

¹⁴ [...]*

159. NAM ejer to af de tre nederlandske underjordiske oplagringsanlæg (udtømte gasfelter), som selskabet har leaset 100 % til Gasunie. Det tredje anlæg, som drives af BP Amoco, er også leaset 100 % til Gasunie, som således som det eneste selskab kan tilbyde underjordisk oplagring i Nederlandene. Der findes et par udtømte nederlandske gasfelter, som kunne indrettes som underjordiske oplagringsanlæg til betjening af det nederlandske marked, men det er ikke sandsynligt, at de andre selskaber vil udvikle dem på grund af de involverede risici. Disse risici skyldes den påkrævede investering, da Gasunie altid kan sænke sine tariffer og dermed gøre en sådan investering urentabel. Det skal også bemærkes, at [...]*

2. Gasunies ledelsesstruktur

160. Den nederlandske stat ejer 50 % af Gasunie, mens Exxon og Shell har 25 % hver. Der træffes beslutninger med [...]* flertal. Der findes ingen særlige aktionæraftaler. Derfor har Exxon *de jure*-kontrol over Gasunie, som omhandlet i fusionsforordningen.
161. Hvad angår *de facto*-kontrol, fremfører parterne, at der ikke er tale om **sammenfaldende interesser** mellem Exxon og Shell. [...]*. Af de årsager, der er anført ovenfor, er det dog ikke nødvendigt at tage stilling til, om Exxon har *de facto*-kontrol over Gasunie, som omhandlet i fusionsforordningen.

3. Gasunies stilling som gasmægler på det nederlandske marked

162. Gasunie er det dominerende nederlandske transmissionsselskab med ca. [...]***% af det samlede salg. Gasunie vedkender sig udtrykkeligt sin dominerende stilling i indledningen til det nye tarifsystem. [...]***¹⁵. Endvidere vil Gasunie i henhold til sin plan for gassalget fra 1999 levere [...]***.
163. Gasunie ejer eller har eneret til hele a) det nederlandske net af højtryksrørledninger (med undtagelse af en linje i den sydlige del af landet, som benyttes til import af gas fra Det Forenede Kongerige), b) alle behandlings- og blandingsanlæg, c) alle oplagringsfaciliteter (underjordiske og anlæg til flydende naturgas, LNG).
164. Det fremgår endvidere af en række [dokumenter]**, at Gasunie er og fortsat vil være udsat for meget begrænset konkurrence. Disse dokumenter, der citeres i de efterfølgende punkter, støtter Gasunies interne vurdering af, at selskabet har en dominerende stilling.
165. [...]***
166. [...]***
167. [...]***
168. [...]***
169. [...]***

¹⁵ [...]***

4. Mobils stilling på det nederlandske marked

170. Mobil er en af tre faktiske konkurrenter. Ifølge parterne har selskabet en andel på [under 5%]* af det samlede marked. Statoil (eller det norske fælles gasforhandlingsudvalg, der markedsfører al norsk gas) har en andel på ca. 4% gennem en forsyningskontrakt med et større kraftværk. EnTrade, som er et handelsselskab under den nederlandske koncern RDC Pnem/Mega, er en anden af konkurrenterne med en markedsandel på 4% gennem salg af britisk gas til industrikunder og et kraftværk, der ligger inden for rækkevidde af Zebra HCV-rørledningen i den sydlige del af landet, som selskabet er medejer af. Det har en TPA-transporthaftelse med Gasunie om leverancer til én kunde.
171. Mobils stilling i Nederlandene skyldes virksomhedens **europæiske gassalgstrategi** [...]*. Denne europæiske strategi vil blive beskrevet i de efterfølgende punkter. Beskrivelsen er også af betydning for vurderingen af Mobils stilling på det tyske marked.

Mobils europæiske gassalgstrategi

172. [...]*
173. [...]*
174. [...]*
175. [...]*
176. [...]*

Mobil i Nederlandene

177. [...]*¹⁶
178. [...]*
179. [...]*
180. [...]*

(b) De(t) tyske marked(er) for fjerntransmission

Markedsaktører

181. I afsnittet om afgrænsning af produktmarkeder kom Kommissionen til den konklusion, at fjerntransmissionsmarkedet er et særskilt produktmarked, hvor markedsadgangen er afhængig af de etablerede selskabers velvilje. Man konkluderede også, at der ikke kan forventes nye aktører, som investerer i ny egen infrastruktur.

¹⁶ [...]*

182. De etablerede selskaber er de selskaber, der a) køber gas af udenlandske producenter, b) kan transportere gassen ud til deres kunder via et net af højtryksrørledninger, c) kan tilbyde sæsonudjævning, og d) er i stand til at udbyde andre beslægtede tjenesteydelser. De leverer enten disse tjenesteydelser på grundlag af egne investeringer, eller fordi de for en del af tjenesternes vedkommende har modtaget tredjepartsadgang fra de øvrige selskaber.
183. Ruhrgas, BEB, VNG, Thyssengas og Wingas er de vigtigste markedsaktører. De udbyder alle ovennævnte tjenester på grundlag af deres egne investeringer.
184. Exxon er en aktiv aktør på det tyske marked gennem sit veletablerede joint venture med Shell, **BEB**, som hvert selskab ejer 50 % af. Exxon erkender at udøve fælles kontrol over BEB sammen med Shell, som defineret i fusionsforordningen. Exxon er også aktiv på de relevante marked gennem sin aktiepost på 25 % i **Thyssengas**. Resten af aktiebeholdningen ejes af Shell (25 %) og RWE (50 %). Exxon erkender at have fælles kontrol over Thyssengas sammen med RWE og Shell, som defineret i fusionsforordningen.
185. **Ruhrigas** er det største tyske fjernt transmissions selskab. Både Exxon, gennem BEB, og Mobil er aktionærer i Ruhrgas. BEB's aktiepost er på 29,5 %. Den største del af stemmerettighederne for denne aktiepost (25 %) afgives direkte, mens resten (4,5 %) indgår i den såkaldte Schubert Pool inden for Ruhrgas. Schubert Pool tegner sig for 15 % af stemmerettighederne i Ruhrgas. Schubert Pools medlemmer er Mobil (7,4 %), BEB (4,5 %), BP Amoco (0,5 %) og Preussag (2,6 %). Stemmerne skal afgives en bloc, og i henhold til reglerne for Schubert Pool kan intet medlem have over [...] % af stemmerettighederne i poolen. Parterne hævder, at som følge af disse regler, vil BEB's nuværende stemmerettigheder i Schubert Pool efter fusionen overgå til BP Amoco og Preussag. Det skal bemærkes, at aktionærerne i Schubert er kontraktligt forpligtede til at levere [...] % af deres samlede påviste indenlandske reserver til Ruhrgas. Disse leverancer til Ruhrgas transporteres gennem [...] *.
186. Ruhrgas kontrolleres formelt af den såkaldte Bergemann Pool, der repræsenterer 59,76 % af aktionærernes stemmerettigheder. Denne pool samler BP Amocos aktiepost på 25 % og de stemmerettigheder, der tilhører en gruppe af tyske kul- og stålproducenter (de er også meget ofte aktive inden for elproduktion og -distribution). Disse komplicerede regler skal forhindre, at Ruhrgas bliver kontrolleret af multinationale olie- og gasselskaber.
187. [...] *¹⁷
188. I henhold til aktionæraftalen mellem BEB og Ruhrgas er der i øvrigt behov for [...] * % af stemmerne, hvis der er tale om et spørgsmål, der er "afgørende for BEB". BEB har således vetoret i alle væsentlige spørgsmål. Parterne har påpeget, at denne klausul aldrig er blevet udnyttet. [...] *
189. [...] *. Det ser således ud til, at olieselskaberne på trods af den manglende *de jure*-kontrol har *de facto*-kontrol over Ruhrgas.

¹⁷ [...] *

190. Verbundnetz Gas (VNG) er et fjerntransmissionsselskab, der driver virksomhed i de nye tyske delstater. Det blev grundlagt i treserne og privatiseret efter den tyske genforening. De nuværende aktionærer er Ruhrgas (36,8 %), Wintershall (15,8 %), lokale kommuner (15,8 %) og BEB (10,5 %). Desuden ejer Statoil, Erdöl-Erdgas Gommern, PreussenElektra og Gazprom hver 5,2 %. Således er alle VNG's aktionærer med undtagelse af de lokale kommuner gasproducenter og/eller fjerntransmissionsselskaber.
191. **Wingas** er et joint venture mellem Wintershall (et datterselskab af BASF) (65 %) og Gazprom (35 %).
192. [...]*
193. **EWE** er i realiteten et nærtransmissionsselskab, da selskabet ikke beskæftiger sig med videresalg af importeret eller egenproduceret gas til andre selskaber, der driver et højtryksnet (fjern- og nærtransmissionsselskaber). Imidlertid importerer EWE en stor del af sit gassalg direkte fra Gasunie via sin egen højtryksrørledning (LCV). EWE må derfor betragtes som et fjerntransmissionsselskab.

Markedsposition

(a) Lokalt

194. **BEB** har oplyst, at selskabet har en markedsandel på [40-50]*% i Nordtyskland (Schleswig-Holstein, Hamborg, Bremen og Niedersachsen). Imidlertid er denne nordtyske region større end BEB's demarkationsregion, som kun omfatter dele af Bremen og Niedersachsen. Resten tilhører "Ruhrgas' territorium", som igen var omfattet af en demarkationsaftale mellem Ruhrgas og Erdgas Münster. Således er BEB's markedsandel i demarkationsregionen på over [40-50]*%.
195. [...]*
196. [...]*
197. **RG's** strategi fra oktober 1998 tyder på, at selskabet som følge af konkurrence mellem forskellige former for gas ikke kan bevare sin markedsandel på 100 % i området. Selv om der ikke foreligger præcise oplysninger, er den kendsgerning, at RG tegner sig for ca. [+50]*% af forsyningerne til nærtransmissionsselskaberne i området, den bedste tilgængelige indikator for selskabets markedsandel.
198. **VNG** havde i henhold til parternes svar på en anmodning efter artikel 11 i 1997 en markedsandel på [90-100]*%. **TG** havde ifølge parterne [70-80]*% i 1997. [...]*

(b) På det tyske marked

199. Alle salgsdata i dette afsnit vedrører 1997. Den samlede tyske gasimport var på 75,6 mia. m³.
200. BEB's produktion på [...]* mia. m³ svarer til halvdelen af den tyske gas. Selskabet indkøber desuden yderligere [...]* mia. m³ af Gasunie, Gazprom, DONG (den danske stats olie- og naturgasselskab), GFU (den norske salgsorganisation for gas) og en mindre andel af andre tyske producenter. Thyssengas importerer [...]* mia. m³.

Mobil importerer [...] mia. m³ af sin nederlandske egenproduktion samt fra Norge. Mobil er også gasproducent i Tyskland (ca. [...] % af den tyske produktion, dvs. ca. [...] mia. m³). Ruhrgas importerer [...] m³ fra Nederlandene, Norge, Danmark og Rusland. Selskabet opkøber [...] m³ af den gas, der produceres i Tyskland. VNG importerer [...] mia. m³. Wingas importerer 6,9 mia. m³. EWE importerer som nævnt gas fra Gasunie. Der er tale om [...] mia. m³.

201. Ovenstående importmængder giver fjerntransmissionselskaber følgende markedsandele: RG [50-60]%, BEB [10-20]%, VNG [10-20]%, Wingas [0-10]%, TG [0-10]%, Mobil [0-10]% og EWE [0-10]%

Mobils tyske strategi

202. Mobil har i sin europæiske strategi beskrevet sin stilling Tyskland på følgende måde:

[...]

203. [...]

204. [...]

Konkurrencevurdering

(a) Det nederlandske transmissionsmarked

Parterne og Gasunie erkender i deres interne dokumenter, at Gasunie er dominerende og fortsat vil være det

205. På grundlag af de dokumenter, der er beskrevet ovenfor i afsnittet om parternes markedsmæssige stilling, kan det konkluderes, at Gasunie er dominerende og fortsat vil være det (den nuværende markedsandel [80-90] % - må forventes at forblive på samme niveau de kommende [...] år).

Konkurrencepresset fra andre reelle konkurrenter fortsat begrænset

206. Ud over Mobil findes der to andre reelle konkurrenter, nemlig Statoil og Entrade. Statoil har oplyst, at selskabets "politik på de nederlandske (og tyske) gasdistributionsmarkeder kort sagt kan betegnes som en vent-og-se-holdning". [...]
207. Statoils "direkte salg" til Eems kraftværk er den eneste salgsaftale, Statoil nogensinde har indgået direkte, og Kommissionen finder på baggrund heraf, at Statoil alt i alt ikke kan betragtes som en konkurrent, der vil forblive aktiv på markedet. [...]
208. Den anden reelle konkurrent er Entrade. Entrade har kontrakter på [...]. Entrades salgsmuligheder langs rørledningen synes at være mere eller mindre udtømt. Mulighederne for at øge salget yderligere via TPA med Gasunie synes at være begrænsede [...].
209. Mobil har en årlig gasomsætning på [...] under kontrakt. Ca. [...] stammer fra Det Forenede Kongerige, mens resten hentes fra Mobils koncession i Noord-Friesland (Anjum). En af disse kontrakter er en [...]. Mobil har oplyst, at selskabet ikke har andre muligheder for at udnytte egenproduktion til sæsonudjævning.

Potentiel konkurrence

210. [...]*
211. Parterne henviser til den nærliggende Zeebrugge LNG-terminal med ledig kapacitet og rørledningsforbindelser, der gør det muligt at føre LNG ind i Nederlandene. I svaret påpeger de endvidere, at det algeriske gasselskab Sonatrach dermed kunne få adgang til det nederlandske marked. Parterne har ikke fremlagt oplysninger om den ledige kapacitet på Zeebrugge-terminalen og rørledningsforbindelserne. Imidlertid er nye LNG-gasforsyninger langt dyrere end rørledningsforsyninger (16-19 cent (NLG)/m³), og der er ingen tegn på, at Sonatrach skulle være vertikalt integreret på noget andet europæisk gasmarked. Det betragtes derfor ikke som sandsynligt, at Sonatrach skulle få adgang til det nederlandske marked.
212. Parterne påpeger også, at den TPA-aftale, som Gazprom for nylig har indgået med Ruhrgas, giver Gazprom muligheder for at komme ind på det nederlandske marked. Denne aftale vil måske nok gøre det lettere at komme ind, men den gør det ikke mere sandsynligt, at det vil ske. [...]*. I svaret har parterne oplyst, at den eventuelle fritagelse fra parallelsalgsaftalen kun gælder Gazproms direkte markedsføring rettet mod en af Gasunie nuværende kunder. Imidlertid er alle kunder med undtagelse af Statoils, Entrades og Mobils (dvs. [80-90]*% af markedet) Gasunies nuværende kunder, hvilket betyder, at beskyttelsen er betydelig.
213. Parterne oplyser i svaret, at store kontinentale transmissionselskaber råder over gas forskellige steder langs den nederlandske grænse. Distrigas, Thyssengas, SNAM, Gaz de France, BEB og Ruhrgas har alle forsyninger, som kunne sælges på det nederlandske marked, og der er ikke indgået parallelsalgsaftaler mellem Gasunie og disse selskaber om denne form for salg på det nederlandske marked. Det er korrekt, at alle disse selskaber råder over gas forskellige steder langs den nederlandske grænse, da de alle med undtagelse af Wingas køber gas af Gasunie. Selv hvis kontrakten tillod disse selskaber at videresælge gas fra Gasunie i Nederlandene, eller hvis de selv havde adgang til lokal gas fra andre kilder til afsætning i Nederlandene, ville det på grund af risikoen for gengældelse fra Gasunie være usandsynligt, at disse selskaber skulle "angribe" deres leverandør [...]*.
214. Selv om man ikke kan udelukke, at en eller flere af disse eller andre selskaber vil søge adgang til det nederlandske marked, kan Kommissionen konkludere, at mulighederne for at udvikle potentiel konkurrence er yderst begrænsede, da Gasunie ikke selv forventer at miste større markedsandele [...]*. Dette skøn blev foretaget med fuldt kendskab til TPA-tarifstrukturen og den nederlandske regerings liberaliseringsplaner.
215. Hvad angår Gasunies tariffer, erkender Kommissionen, at alle de mulige tjenester, der er påkrævet for at drive gasvirksomhed i Nederlandene, er omfattet. På denne måde står tariffernes anvendelsesområde i kontrast til den tyske gasindustri forholdsvist restriktive udgangspunkt i den nuværende VV Gas, der kun omfatter rørledningstransport. Imidlertid gør disse tariffer det ikke mere sandsynligt, at nye aktører vil få adgang. Tarifferne er baseret på kundens alternative omkostninger ved selv at varetage tjenesten, og er dermed beregnet på grundlag af Gasunies udgifter til udskiftning af infrastrukturen. Derimod erkender Kommissionen, at tarifferne giver kunderne andel i Gasunies stordriftsfordele [...]*.

216. [...]*

217. [...]*

Mobil befinder sig i en unik position

218. [...]*

219. Parterne fremfører, at Mobil ikke har nogen unik styrke til at konkurrere på det nederlandske marked, og at enhver ny markedsaktør kan opnå mindst samme markedsposition som Mobil. Parterne påpeger, at enhver nederlandsk producent med frie reserver har flere markedsføringsmuligheder: eksport, salg til en gasmægler, en nederlandsk endelig forbruger, et lokalt distributionsselskab eller til Gasunie. Det er sandt, men det skal bemærkes, at alle nuværende reserver med undtagelse af en del af Mobils er og har været øremærket til Gasunie. Mobil har sikre reserver i Nederlandene på [...] mia. m³, hvoraf [...] mia. m³ stadig er frie. Desuden har Mobil sandsynlige reserver på yderligere [...] mia. m³. [...]*. Det peger igen på, at Mobils position er unik.

220. Desuden henvises der til Mobils strategi, som klart viser [...]*

Fusionen vil udelukke konkurrence fra Mobil

221. En fusion mellem Mobil og Exxon ville under normale omstændigheder give Mobil et langt mindre incitament til at konkurrere med Gasunie. Exxon har en stor og indbringende aktiepost i Gasunie og ville få mindre afkast i tilfælde af priskonkurrence mellem to selskaber. På baggrund af de kontraktlige arrangementer, der ligger til grund for Gasunie, vil Mobil dog ikke fortsat få lov at konkurrere med Gasunie.

222. I henhold til Exxons aftale fra 1963 med Shell og den nederlandske regering skal Exxon sælge al sin nederlandske gas til Gasunie. Exxon vil derfor skulle have både Shells og den nederlandske regerings samtykke til at konkurrere direkte med Gasunie. Selv om den nederlandske regering på baggrund af regerings støtte til liberaliseringen af gasmarkedet kan formodes at tilslutte sig, at Mobil konkurrerer med Gasunie, vil det ikke være i Shells interesse at give et sådant samtykke, da Gasunie ville miste enorme fortjenester ved priskonkurrence. [...]*

223. Fusionen får således til følge, at en af blot to "aktive" reelle konkurrenter til Gasunie vil blive elimineret fra markedet. Kommissionen finder derfor, at fusionen vil styrke Gasunies dominerende stilling, hvorved den effektive konkurrence på det nederlandske marked for transmission af gas vil blive begrænset betydeligt.

224. Parterne påpeger i svaret, at Gasunies markedsadfærd ikke er ændret af Mobils tilstedeværelse som konkurrent, og den vil heller ikke ændres, hvis Mobil og Exxon fusionerer, fordi gaspriserne fastsættes på grundlag af prisen på alternativt brændstof, mens priserne på tjenesteydelser svarer til priserne andre steder i Europa. Hvis dette ræsonnement accepteres, svarer det til at konkludere, at konkurrence i gasindustrien er irrelevant. Det er tydeligvis ikke tilfældet, hvilket fremgår selv af Gasunies interne dokumenter.

Fusionsforordningen gælder også ved styrkelse af en dominerende stilling, der ikke indtages af en af fusionens parter

225. Det skal bemærkes, at det i fusionsforordningens artikel 2, stk. 3, hedder, at en fusion, der skaber eller styrker en dominerende stilling, skal erklæres uforenelig med fællesmarkedet. Artikel 2, stk. 3, er således ikke begrænset til et forbud mod en transaktion, der skaber eller styrker en dominerende stilling for en eller flere af fusionens parter - jf. også betragtning 1, 5 og 7 i præamblen til forordningen.
226. Domstolens ræsonnement i Kali und Salz-dommen¹⁸ og Førsteinstansrettens ræsonnement i Gencor-sagen¹⁹ bekræfter denne konklusion indirekte. Kommissionen erkender, at støtten er indirekte, da begge sager omhandler oligopolistisk dominans.
227. Imidlertid bekræfter Domstolen i præmis 171 i Kali und Salz-dommen i generelle vendinger, at den dominerende stilling, der skabes eller styrkes, ikke behøver at være for en af fusionens parter:

En fusion, der skaber eller styrker en dominerende stilling for de berørte parter og en virksomhed, der står uden for fusionen, kan vise sig at være uforenelig med den ordning uden konkurrencefordrejning, traktaten tilsigter. Såfremt det antoges, at kun fusioner, der skaber eller styrker en dominerende stilling for deltagerne i fusionen, er omfattet af forordningen, ville det formål, der forfølges med den, således som det bl.a. fremgår af ovennævnte betragtninger, delvis blive undergravet. Forordningen ville i så fald miste en ikke ubetydelig del af sin effektive virkning, uden at dette er en nødvendig følge af den almindelige opbygning af den fællesskabsretlige ordning om kontrol med fusioner.

228. Kommissionen finder, at tredjemands skabelse eller styrkelse af en dominerende stilling ikke er udelukket fra anvendelsesområdet for fusionsforordningens artikel 2, stk. 3. Desuden må man ikke glemme, at Gasunie er et joint venture, som en af de fusionerende parter har betydelige interesser i.
229. Parterne påpeger i svaret, at der ikke findes fortilfælde for ovennævnte anvendelse af artikel 2, stk. 3. Det er korrekt, men irrelevant. Desuden hævder parterne, at det ikke er nødvendigt at anvende fusionsforordningen i sådanne sager, da de europæiske og nationale konkurrencemyndigheder råder over andre midler til at bekæmpe tredjemands misbrug af en dominerende stilling. Fusionsforordningen taler imidlertid om strukturel kontrol, som ikke tillader skabelse eller styrkelse af en dominerende stilling, snarere end om et system til kontrol af misbrug.

(b) De(t) tyske fjerntransmissionsmarked(er)

Det ikke-konkurrenceprægede tyske gasmarked

230. Som nævnt i afsnittet om det geografiske produktmarked er der to indfaldsvinkler til fjerntransmissionsmarkedet i Tyskland. Man kan konkludere, at markederne stadig er regionale, hvorefter regionerne defineres langs grænserne for de "gamle demarkationsregioner". Man kan dog også betragte markedet som nationalt. Kommissionen har undersøgt fjerntransmissionsmarkedet fra begge synsvinkler og

¹⁸ Forenede sager C-68/94 og C-30/95, Frankrig m.fl. mod Kommissionen, Sml. 1998 I, s. 1375.

¹⁹ Domstolens dom af 25 marts 1999 i sagen T-102/96, Gencor mod Kommissionen (endnu ikke offentliggjort i Samlingen).

finder, at som følge af den anmeldte transaktion vil de nuværende enkelte (regionale marked) og/eller kollektive (nationale marked) dominerende stillinger blive styrket.

Adgangshindringerne er meget store på det tyske marked for fjerntransmission

231. Som nævnt i afsnittet om det relevante produktmarked skyldes adgangshindringerne behovet for engangsinvesteringer af store mængder kapital for at etablere egen fjerntransmissionsinfrastruktur, de langfristede *take-or-pay*-kontrakter mellem producenterne og fjerntransmissionsselskaberne, parallelsalgsklausulerne i disse kontrakter og de langfristede aftaler mellem fjerntransmissionsselskaberne og deres kunder. Dette gør industrien meget stabil. I Tyskland blev stabiliteten indtil maj 1998 reguleret gennem private ordninger (demarkationsaftaler). Det blev også anført i ovennævnte afsnit, at på grundlag af forslaget til TPA-ordningen for den tyske industri (referencesag VV Gas) kan man ikke forvente, at fjerntransmissionsselskabernes stilling kan anfægtes.

Udbudskoncentration

232. RG, BEB, TG og VNG tegner sig for [80-90]*% af den tyske gasimport. Det giver en meget koncentreret forsyning, og de dokumenter, der nævnes i afsnittet om det geografiske marked (regionale markeder), viser, at på grund af den udbredte frygt for gengældelse, vil det stabile forhold mellem de fire selskaber bestå.

Forbindelser mellem markedsaktørerne lægger en yderligere begrænsning på incitamentet for Ruhrgas, BEB og Thyssengas til af konkurrere

233. De seks fjerntransmissionsselskaber havde allerede inden fusionen en eller anden form for forbindelse med hinanden. BEB og Thyssengas kontrolleres i fællesskab af Exxon og Shell. BEB og Mobil er aktionærer i Ruhrgas. Ruhrgas, BEB og Wingas' to aktionærer (Gazprom og Wintershall) er alle aktionærer i VNG. Det fremgår heraf, at forbindelserne mellem Wingas og de øvrige selskaber er løsere end forbindelserne mellem BEB, Thyssengas og Ruhrgas.
234. Ruhrgas, BEB og Thyssengas køber en stor del af deres importerede gas i fællesskab (RG [...]*%, BEB [...]*% og TG [...]*%). Derved skabes omkostningssymmetri på "grænseplan". Desuden transporterer disse selskaber en betydelig del af deres gas i rørledninger, de ejer i fællesskab²⁰. Derfor har de også indsigt i denne del af omkostningerne.

²⁰ DEUDAN (rørledning til transport af dansk gas til Tyskland): [...]*%, BEB [...]*%; NETRA (rørledning til transport af norsk gas til Nordtyskland): BEB [...]*%, Ruhrgas [...]*%; Salzwedel-Berlin (forlængelse af NETRA til Berlin): BEB [...]*%, Ruhrgas [...]*%, VNG [...]*%; NETG (rørledning til transport af LCV-gas fra Nederlandene til Tyskland): Ruhrgas [...]*%, Thyssengas [...]*%; METG (rørledning til transport af HCV-gas fra Nederlandene til Tyskland): Ruhrgas [...]*%, Exxon og Shell hver [...]*%; SETG (forlængelse af METG): Ruhrgas [...]*%, Exxon og Shell hver [...]*% (NETG-METG-SETG er forlængelser af hinanden); EVG (forbindelsesrørledning i det centrale Tyskland): Ruhrgas [...]*%, VNG [...]*%.

Gennemsigtighed på markedet

235. Endelig er markedet gennemsigtigt, idet hvert fjerntransmissionsselskab øjeblikkelig ville vide, at en kunde skiftede leverandør, og hvem den nye leverandør var.

Intet konkurrenceincitament for andre fjerntransmissionsselskaber

236. Ingen markedsaktører ud over Wingas ville have interesse i at gå ind i en anden markedsaktørs region. VNG kan ikke forventes at gøre det. Det skyldes Ruhrgas' og BEB's minoritetsaktieposter i VNG, RG's og VNG's joint venture om nærtransmission i nogle af de nye delstater og den kendsgerning, at VNG ikke råder over egne højtryksrørledninger eller oplagringsfaciliteter uden for sit kerneområde i de nye delstater. Desuden vil de øvrige aktionærer ikke have interesse i, at selskabet udfordrer RG og BEB i deres område (TG's område ligger for langt væk), og risikerer gengældelse. Aktionærerne vil foretrække, at selskabet snarest muligt skaber fortjeneste ved sine kerneaktiviteter i de nye delstater.
237. EWE kan muligvis øge sin andel af importen til eget videresalg i "Ems Weser"-delen af sit salgsområde ved at erstatte gas fra Gasunie med indkøb fra BEB. Dog bliver EWE i tilfælde af salg uden for "Ems Weser"-salgsområdet sårbart for gengældelse fra BEB og RG. Selskabet er langt mere sårbart for gengældelse fra BEB og RG end omvendt, da man ikke kan forvente, at EWE vil styrke sin stilling på markedet for fjerntransmission ved at købe gas af Gasunie til afsætning uden for "Ems Weser"-området.

Wingas' begrænsede muligheder for at øge sin markedsandel yderligere

238. **Wingas** er i kraft af sin historiske position som en markant udfordrer helt klart ikke medlem af oligopolet. Selskabet var det første og hidtil eneste, der har etableret konkurrence mellem forskellige former for gas i Tyskland ved at opføre og nu yderligere udvide sit eget net af højtryksrørledninger til HCV-gas. Selskabet har imidlertid aldrig indgået en demarkationsaftale med hverken Ruhrgas, BEB eller Thyssengas. Kommissionens undersøgelse har dog afdækket en række forhold, som peger på, at Wingas ikke vil være i stand til at udfordre oligopolet ret meget længere.
239. Selskabet har meddelt, at det på grundlag af sine nuværende investeringer ville kunne nå op på en markedsandel på 15 %. Ifølge parterne har det kontrakt på ca. 12 % af markedet. Målet er altså næsten nået. Det fremgår af parternes interne dokumenter, at markedet var ved at blive stabiliseret, og at Wingas allerede var ved at få fodfæste. For eksempel [...]*
240. [...]*
241. [...]*
242. I forbindelse med dette nye samarbejde har RG erhvervet en aktiepost på 4 % i Gazprom, og der er indgået en ny langfristet *take-or-pay*-kontrakt, hvori RG forpligter sig til at dække mindst [...]*% af sit naturgasbehov i Tyskland med gas fra Gazprom, mens Gazprom er rede til at levere op til [...]*%. Som led i aftalen fritages

RG fra sine købsforpligtelser, når Gazprom/Gazexport sælger gas i Tyskland i konkurrence med Ruhrgas [...]»²¹. En af Wingas' aktionærer og største gasleverandør (Gazprom) har således indgået en aftale med sin største konkurrent (Ruhrgas) om at begrænse Wingas' yderligere vækst. Kommissionen kan derfor med rimelighed konkludere, at Wingas' kommende muligheder for at angribe de etablerede selskaber er yderst begrænsede.

Tegn på manglende konkurrence

243. Der henvises til de tyske transmissionsselskabers store afkast af den anvendte kapital (ROCE, return on capital employed). [...]»*. Kun VNG har hidtil haft minimale fortjenester. Det skal bemærkes, at dette antagelig skyldes de enorme investeringer, VNG måtte foretage efter den tyske genforening. De nuværende aktionærer synes dog også at have interesse i at holde værdien nede, da de derved mindsker risikoen for, at BVS (tidligere Treuhandanstalt) anmoder om en tilbagebetaling ved en retlig afgørelse.
244. I 1996 var priserne for de endelige forbrugere i Tyskland udtrykt som et vægtet gennemsnit højere end i Det Forenede Kongerige, Nederlandene og Belgien. Det var en smule lavere end i Italien. Frankrig er det dyreste marked²². I perioden 1997-1999 lå de tyske priser for erhvervskunder, både faste og afbrydelige, konstant blandt de højere i de seks nævnte lande. Denne konklusion gælder både priser før og efter skat.

Enedominans i en gammel demarkationsregion

245. I afsnittet om markedsaktørerne blev det anført, at Ruhrgas, BEB, Thyssengas og VNG hver især har omtrentlige markedsandele i deres respektive regioner på over 50 %. Selv om de gamle demarkationsaftaler ikke længere gælder, kan der stadig være tale om en meget omfattende beskyttelse af eget territorium fra de "traditionelle" fjernttransmissionsselskabers side. I første række med henblik på fælles indkøb af importeret gas. Da der findes klare aftaler mellem selskaberne om, hvilken del af den fællesimporterede gas der skal gå til hvilket selskab, vil de ikke "angribe" hinanden med deres andel af den importerede gas inden for de andres territorium. For det andet findes der de såkaldte parallelsalgsaftaler. Ved hjælp af disse aftaler kan den ene parts salg på den andens territorium fratrækkes den købsforpligtelse, den "angrebne" part har over for "angriberen". [...]»*. For det tredje er der frygten for gengældelse. På grundlag af ovenstående anses Ruhrgas', BEB's, Thyssengas' og VNG's stillinger for at være dominerende i deres egen region.

Oligopolistisk dominans

246. Markedsvæksten forventes at forblive jævn på højst 2-3 % om året. Mens parterne har påpeget, at man som følge af en sådan vækst kan forvente et forsyningsunderskud efter [...]»*, kan en sådan markedsvækst i bedste fald betegnes som moderat.

²¹ [...]»* – Bilag 49.21 (kursiv tilføjet). Også [...]»* – Bilag 49.26.

²² Tabel 3.13 i "Competition og Liberalisation in European Gas Markets - A Diversity of Models", Jonathan P. Stern, Royal Institute of International Affairs, 1998.

247. Priselasticiteten for gasefterspørgsel er begrænset. Efterspørgselen er altså forholdsvis uelastisk. Sagen indeholder en lang række indikationer af, at en priskrig ville ødelægge alles fortjenstmargen, og at både producenter og transmissionsselskaber er klar over det og handler i overensstemmelse hermed (jf. ovenstående afsnit "De gamle demarkationsregioner er stadig relevante på grund af frykten for gengældelse").
248. Eftersom det marked, der er behandlet ovenfor, ikke er konkurrencebetonet, og da der er tale om begrænset vækst på markedet, og efterspørgselen ikke er særlig følsom over for prisudsving, finder Kommissionen, at der allerede inden en fusion er tale om oligopolistisk dominans fra i hvert fald Ruhrgas, BEB's og Thyssengas' side på det tyske marked for fjernttransmission.
249. Den bedste illustration af, at der er tale om en kollektiv dominerende stilling, er, at BASF, som antagelig er den største naturgasforbruger i Tyskland, har set sig nødsaget til at investere i eget rørledningsnet for at få adgang til billigere gas. Virksomheden har benyttet den forhandlingskraft, dens efterspørgsel giver, til at medvirke til oprettelsen af Wingas.

Resultatet af en fusion

Mobil har en enestående mulighed for at blive en stærk aktør på et mere liberaliseret gasmarked i Tyskland

250. Mobil har i øjeblikket en markedsandel på [0-10]*%. Det er imidlertid en kraftig undervurdering af selskabets konkurrencemuligheder på det tyske marked. [...]*.
251. Mobils situation i Tyskland er noget atypisk. Selskabet producerer en betydelig del af den tyske gas ([...]*%) og tegner sig dermed for [...]*% af det tyske gasforbrug. Mobil har også kapitalinteresser i Erdgas Münster og Ruhrgas (bestyrelsesmedlem). Selskabet er dermed etableret på det tyske gasmarked. Det er antagelig årsagen til, at Mobil var i stand til at importere gas især gennem en TPA-aftale med BEB (selskabets nære partner med hensyn til produktion af tysk gas) uden selv at råde over et net af højtrykrørledninger. [...]*.
252. [...]*
253. Muligheden for, at Mobil vil gøre det tyske marked mere konkurrencepræget takket være liberaliseringen, vil fuldstændig forsvinde. I modsætning til Mobil og Exxon som selvstændige selskaber vil det fusionerede selskab have mere at tabe end at vinde ved en liberalisering.

Styrkelse af egenkapitalsammenfletningen mellem Exxon/Shell og Ruhrgas

254. Som følge af fusionen vil kapitalforbindelserne mellem Exxon/Mobil og Shell sammen med Ruhrgas blive styrket yderligere. Parterne hævder, at på grund af Ruhrgas' formelle ledelsesstruktur ([...]*) vil dette ikke øge det fusionerede selskabs indflydelse på Ruhrgas, men snarere mindske den.
255. [...]*. Exxons og Shells interesser i europæisk gasproduktion og engrossalg af gas i Nederlandene og Tyskland kontrolleres i fællesskab. Derfor vil selskabernes

økonomiske interesser være parallelle. På trods af forskelle i Exxons og Shells filosofi med hensyn til visse elementer af transmissionssegmentet, der f.eks. fremgår af drøftelserne af Gasunie fremtidige rolle, skulle dette danne et solidt grundlag for et interessefællesskab. Det indebærer, at efter en fusion vil kun BP skulle overbevises om, at selskabet bør koordinere sine interesser med Exxon/Shells fælles interesser, hvor det inden fusionen er både BP og Mobil. Dermed øges det fusionerede selskabs muligheder for at øge sin faktiske indflydelse på Ruhrgas betydeligt.

256. Selv hvis man ser bort fra det fusionerede selskabs muligheder for at øge sin indflydelse på Ruhrgas, vil en styrkelse af egenkapitalsammenfletningen mellem selskaber på samme marked øge mulighederne for at udnytte en stærk stilling på markedet. For at danne sig et billede af koncentrationen på dette marked inden fusionen og af fusionens virkning har Kommissionen beregnet HHI-indeks (Hirschman-Herfindahl-indeks), som tager hensyn til, at de fleste aktører på markedet har kapitalinteresser i hinanden. Denne beregning er baseret på Bresnahans og Salops arbejde²³. Man gjorde den formodning, at BEB kunne identificeres med sine ejere, Exxon og Shell. På grundlag af denne formodning ville HHI stige 139 point fra 4243 til 4382. En sådan stigning i et så højt koncentrationsniveau er et tegn på, at der er muligheder for betydelig forøgelse af markedstyrken.

Kontrol med Erdgas Münster, en potentiel konkurrent

257. Fusionen vil give BEB og Mobil kontrol over EGM's ledelsesstruktur. Mobil har inden fusionen interesse i at bevare muligheden for at udvikle det eneste nærtransmissionsselskab, som ikke er afhængigt af fjerntransmissionsselskabernes tjenester, til en potentiel konkurrent på et kommende liberaliseret marked. Denne mulighed for at blive en potentiel konkurrent vil fusionen fjerne på grund af etableringen af formel kontrol over EGM, fordi det fusionerede selskab i modsætning til de enkelte selskaber Exxon og Mobil vil have mere at tabe end at vinde ved en liberalisering.

Konklusion

258. Man kan derfor konkludere, at fusionen vil styrke a) de individuelle dominerende stillinger for Ruhrgas, BEB og Thyssengas i deres regioner og/eller b) den kollektive dominerende stilling for Ruhrgas, BEB og Thyssengas på det tyske marked for fjerntransmission. Som følge heraf vil den effektive konkurrence blive begrænset væsentligt på disse markeder.
259. I svaret påpeger parterne, at på grund af Mobils andel på kun [0-10%]*, [...] og fordi BEB og Thyssengas, de øvrige selskaber, parterne kontrollerer, kun har en markedsandel på [10-20]*%, kan den anmeldte transaktion ikke begrænse konkurrencen, og da slet ikke betydeligt, uanset hvilken markedsdefinition man benytter. Parterne fremfører, at fusionsforordningen kræver en afprøvning i to afdelinger, og at dette princip er blevet accepteret af Kommissionen og bekræftet af Domstolen og Førsteinstansretten.

²³ Bresnahan og S.C. Salop "Quantifying the competitive effects of joint ventures", International Journal of Industrial Organisation, vol. 4 (1986), s. 155-175.

260. Som nævnt skyldes ændringerne på det relevante marked som følge af fusionen ikke blot Mobils nuværende stilling på markedet for fjerntransmission, men også Mobils potentiale [...] og styrkelsen af egenkapitalsammenfletningen mellem de etablerede selskaber, som det fremgik af HHI-beregningen.

UNDERJORDISK OPLAGRING

Relevant produktmarked

261. Underjordiske oplagringsfaciliteter er afgørende for at kunne tilbyde sæsonudjævning. Det er af særlig betydning for de lokale distributionsselskabers efterspørgsel. Kommissionen er derfor enig med parterne i, at der er tale om et særskilt produktmarked.

Relevant geografisk marked

262. Der findes to former for oplagringsfaciliteter: pore- og kavernelagre (jf. behandlingen af LCV-/HCV-gas ovenfor). Den økonomiske radius for porelagring er under 200 km, mens den økonomiske afstand fra slutforbrugerne er begrænset til 50 km for kavernelagre.
263. Det er således muligt at afgrænse et særskilt relevant geografisk marked, nemlig markedet for poreoplagringsfaciliteter i Sydtykland, nærmere betegnet et område med en radius på 200 km fra München.

Underjordiske oplagringsfaciliteter i Sydtykland

264. Der findes i øjeblikket fem underjordiske porelagre forholdsvis tæt på München. Desuden kan et andet anlæg (Eschenfelden) dække hele området omkring München, hvis man inddrager en radius på 200 km for et porelager. Disse lagre dækker Sydtykland, som udgør en betydelig del af fællesmarkedet.
265. Nedenstående tabel giver en oversigt over disse anlæg, lagerkapaciteten og det maksimale udtræk samt en angivelse af ejerforholdene.

NAVN	EJER	LAGERKAPACITET (mio. m ³)	MAKSIMALT UDTRÆK (mio. m ³ /dag)
Wolfersberg	RWE-DEA 100%	[...]*	[...]*
Schmidthausen	Preussag, Mobil og BEB: hver 33,3 % 33,3 % hver	[...]*	[...]*
Breitbrunn-Eggstadt	RWE-DEA 80%; Mobil 20%	[...]*	[...]*
Breitbrunn	Ruhrgas	[...]*	[...]*
Bierwang	Ruhrgas	[...]*	[...]*
Inzenham-West	RWE-DEA	[...]*	[...]*
Eschenfelden	RG 2/3; EWAG 1/3	[...]*	[...]*
I ALT		[...]*	[...]*

266. Af ovenstående kapacitet [...]*

267. RG har brugsretten (ejendomsret + lease) til [...]">% af lagerkapaciteten og den maksimale daglige udtrækning. [...]*
268. Imidlertid har parterne interesser i [...]]* af de 16 udtømte felter i Bayern, der kan forventes at være egnede til indretning som underjordiske lagre, der kan dække München-området. Ifølge parterne kan de fire udtømte felter, de ikke har interesser i, indrettes til lagre med en arbejdsvolumen på ca. [...]]* mio. m³ gas. Koncessionsholderne og andre interesserede parter hævder imidlertid, at disse felter kun vil have en kapacitet på ca. [...]]* mio. m³, og der er stillet spørgsmålstejn ved, om de alle er egnede.
269. På den anden side har de [...]]* udtømte felter, som parterne har interesser i, ifølge parterne en arbejdsvolumen på ca. [...]]* mio. m³ gas. Desuden har parterne interesser i de enkelte felter, der har den højeste potentielle arbejdsvolumen.
270. [...]]*
271. Som følge af fusionen vil disse muligheder i München-området imidlertid blive vurderet under hensyntagen til, at BEB og Mobil ejer 36 % af Ruhrgas' aktiekapital. Det er derfor langt mindre sandsynligt a) at Exxon/Mobil selv vil begynde at konkurrere i området, og b) at Ruhrgas' konkurrenter vil få lejlighed til at udvikle yderligere lagerfaciliteter.
272. Det kan således konkluderes, at adgangshindringerne for potentielle konkurrenter på markedet for sæsonudjævning i Sydtyskland vil blive større som følge af fusionen. Fusionen vil dermed styrke Ruhrgas' dominerende stilling på markedet for sæsonudjævning i Sydtyskland (München-området).

LISTE OVER FORKORTELSER

NATURGAS

BEB	Joint venture mellem Exxon og Shell, der varetager gasproduktion og fjernttransmission i Tyskland
BCM	Billion Cubic Metres
DVGW	Deutscher Verein des Gas- und Wasserfaches, tysk industrisammenslutning, der tager stilling til tekniske spørgsmål om gas
EBN	Energie Beheer Nederland, den nederlandske stats olie- og gasselskab
EGM	Erdgas Münster
GTGC	Gas-to-gas-competition (konkurrencen mellem forskellige former for gas)
HCV	High Calorific Value
kWh	kilowatt-timer
LCV	High Calorific Value
LDC	Local Distribution Company
LNG	Liquefied Natural Gas (flydende naturgas)
MBTU	Million British Term Units
MCM	Billion Cubic Metres
NAM	Nederlandse Aardolie Maatschappij, nederlandsk joint venture mellem Exxon og Shell, der varetager gasproduktion
NRW	Nordrhein–Westfalen,
RG	Ruhrgas
SW	Stadtwerke (tysk lokalt distributionsselskab)
TG	Thyssengas
TPA	Third Party Access (tredjepartsadgang)
VNG	Østtysk fjernttransmissionselskab
VV Gas	Verbändevereinbarung Gas, drøftelser mellem de tyske branchesammenslutninger om grundlaget for liberalisering af markedet

D. BASEOLIER, ADDITIVER OG SMØREMIDLER

INDLEDNING

273. Smøremiddelindustrien omfatter tre forskellige produkter med en vertikal forbindelse: baseolier, kemiske additiver og smøremidler. Baseolie blandes med kemiske additiver for at producere smøremidler.
274. På grundlag af en undersøgelse af markedet er Kommissionen af den opfattelse, at fusionen vil resultere i, at der skabes en dominerende stilling for Exxon og BP-Mobil på EØS-markedet for baseolier.

BESKRIVELSE AF MARKEDET OG DETS FUNKTION

Baseolier er slutproduktet ved raffinering af råolie

275. De baseolier, der anvendes til at formulere smøremidler, er normalt mineralolier fremstillet af olieraffinaderier på grundlag af den rest af råolie, der er tilbage efter udskilning af de øvrige vigtige olieprodukter. En mindre del af baseolien markedet er resultatet af kemiske processer og benævnes estere eller PAO'er (polyalfaolefiner).
276. Baseolier har forskellige egenskaber på grund af deres forskellige kemiske/fysiske sammensætninger som følge af forskellige **råmaterialer** og **raffineringsprocesser**. Baseolier **klassificeres** på grundlag af deres iboende **karakteristika**. Uafhængige organer (API/ACEA/ATIEL) har defineret standarder, hvormed kvaliteten af baseolier kan overvåges nøje²⁴.

Karakteristika

277. En individuel baseolie defineres ved sin viskositet, sit viskositetsindeks (VI), sin flygtighed og en række underordnede specifikationspunkter.
278. *Viskositet* er måling af en væskes resistens mod at flyde. Betingelser med høj hastighed/lav temperatur/lavt tryk kræver en olie med lav viskositet. Betingelser med lav hastighed/høj temperatur/højt tryk kræver en olie med høj viskositet. Viskositeten udtrykkes i grader, men for at lette forståelsen henviser vi til baseolier med lav viskositet (såkaldte "light neutral" eller LN) og baseolier med høj viskositet (såkaldte "heavy neutral", HN, og "solvent bright stock", SBS).
279. Viskositetsindekset er et af de vigtigste karakteristika ved næsten ethvert smøreprodukt. Det er målet for flydeevnen ved bestemte temperaturer. Alle smøremidler ændrer viskositet ved temperaturændringer (smøremidler bliver tyndere, efterhånden som temperaturen stiger). Viskositeten ændrer sig i forskellig grad afhængigt af baseolien. Denne ændringsgrad måles ved et "viskositetsindeks", og en specifik baseolie siges at være af en bestemt "VI". Jo højere VI for en olie, jo mindre er dens tendens til at ændre viskositet med temperaturen, hvilket især for motorolier

²⁴ API står for American Petroleum Institute og regroups oil companies; ACEA står for Association des Constructeurs Européens d'Automobile, og ATIEL står for Association Technique de l'Industrie Européennes des Lubrifiants. Deres respektive roller beskrives nærmere nedenfor.

er af afgørende betydning for at sikre effektiv smøring. Baseolier kan klassificeres alt efter deres viskositetsindeks ved betegnelserne LVI, MVI, HVI, VHVI og XHVI. Selv om dette er salgsbetegnelser, som ikke anerkendes af Exxon og Mobil, anvendes de i udstrakt grad i industrien. Nedenstående tabel indeholder en definition af de udtryk, der vil blive benyttet i dokumentet:

LVI	VI = 80 - <90
MVI	VI = 90 - <95
HVI	VI = 95 - <109
VHVI	VI = 109 - <120
XHVI	VI = 120 - <90

280. *Flygtighed* er en vigtig faktor i motorolier og deres forbrugsrate. Jo mere flygtig en petroleumsvæske er, jo højere er dens forbrugsrate. Flygtighed relateres til destillationskurvens form og måles i Noack.
281. *Flydepunktet* er den laveste temperatur, hvor olie flyder. Dette er naturligvis meget vigtigt for motorolier og andre smøremidler, der anvendes ved lav temperatur. Flydepunktet er direkte relateret til den anvendte type råolie og behandling.

Klassifikation

282. Afhængig af deres egenskaber klassificeres baseolier i fem kategorier fra traditionel baseolie med viskositetsindeks 80-120 og et acceptabelt indhold af urenheder (gruppe I) over baseolier med et viskositetsindeks på 120 eller derover (gruppe III)²⁵ til PAO'er (gruppe IV), der benyttes i syntetiske smøremidler med et højt viskositetsindeks. Gruppe V omfatter alle andre baseolier såsom naftener og ester-baseolier af meget høj kvalitet.

Råmaterialer

283. Baseolier kan kategoriseres efter type råolie: paraffinsk råolie, naftinisk råolie og blandet råolie. Paraffinsk råolie anvendes for det meste til baseolier, omend naftinisk råolie har visse overlegne karakteristika til visse anvendelser. Eftersom parterne har anført, at de ikke producerer naftinisk baseolie noget sted i verden, vil vurderingen blive begrænset til paraffinsk baseolie.
284. Valget af skifferråolie påvirker produktionskapaciteten på et baseolieraffinaderi. Forskellen mellem en råolie, der egner sig til baseolieproduktion og en råolie, der ikke gør det, er koncentrationen af baseoliemolekylerne og den lethed, hvormed de udvindes af råolien. Arabisk let råolie anses for at være en råolie af en fremragende kvalitet til baseolieproduktion i modsætning til f.eks. vestafrikanske råolier.

²⁵ Gruppe II anvendes ikke i øjeblikket i EØS.

285. Eftersom baseolieraffinaderier sædvanligvis er integreret med brændstofraffinaderier og deler mange fælles faciliteter, afhænger den valgte skifferråolie også af en økonomisk analyse af den samlede produktionsskifferolie på det raffinaderi, hvor baseolieranlægget er beliggende. Den nødvendige råolie til brændstofrafinering kan i en vis grad afgøre størrelsen af baseolieproduktionen (og vice versa).

Additiver

286. Additiver er de kemiske stoffer, der sættes sammen med baseolier for at hjælpe olien med at udføre en specifik smøreopgave. Smøremidler anvender specifikke additiver afhængigt af anvendelserne og baseolien. Additiverne kan opdeles i to kategorier: *Detergent Inhibitor*-pakker (eller "DI"-pakker) og *Viscosity Index improvers* (eller "Vi-improvers"). I de fleste smøreanvendelser til biler skal Vi-improvers anvendes sammen med DI-pakker. Det skal bemærkes, at alle additiver anvender baseolier som støttemiddel.
287. DI-pakker tjener til at suspendere forurenende stoffer og forbrændingsbiprodukter samt forhindre oxydering af olien med deraf følgende dannelse af lak- og slamaflejringer. En DI-pakke vil typisk omfatte ca. seks individuelle tilsætningskomponenter, hvoraf de vigtigste er rensmidler, disperseringsmidler, korrosionsinhibitorer og antioxydanter. Kombinationen af disse komponenter og deres andel varierer alt efter den endelige anvendelse og specifikationen for det færdige smøremiddel.
288. **Vi-improvers** ændrer smøremidlernes viskometriske egenskaber ved at reducere fortyndingsgraden ved stigende temperatur og fortykningsgraden ved lave temperaturer. Vi-improvers styrker derved kapaciteten ved lave og høje temperaturer. De kan betragtes som syntetiske oliefortykningsmidler, som er forholdsvis inaktive ved lavere temperaturer, men reagerer med varme til modvirkning af baseoliens naturlige tendens til at fortynde ved højere temperaturer. Alle multigrade motorsmøremidler indeholder Vi-improvers.
289. Markedet for additiver er meget koncentreret. De fem førende leverandører dækker over 90 % af verdensmarkedet. Lubrizol er markedsførende og tegner sig for [30-40]*% af markedet. Joint venture-selskabet Infineum (som kombinerer Exxons og Shells interesser inden for additiver) indtager andenpladsen med [30-40]*%. Ethyl og Oronite (ejet af Chevron) tegner sig hver for ca. [10-20]*%.

Smøremidler

290. Smøremidler har flere anvendelser, men deres vigtigste funktion er at reducere friktion og slid mellem bevægelige dele. Smøremidler har fire generelle anvendelsestyper. De anvendes i motorkøretøjer (automobilsmøremidler), til industrielle anvendelser (industrielle smøremidler), i skibe (smøremidler til skibe) og i jetmotorer (smøremidler til fly). Færdige smøremidler fremstilles ved hjælp af smøremiddelblandere ved at blande kemiske additiver i baseolier for at få de ønskede egenskaber.
291. Omkring 50 % af forbruget af smøremidler går til biler, 48 % til industrielle anvendelser (herunder en betydelig del til "procesolier" - nemlig - 36 %). Marineanvendelser og jetmotoranvendelser tegner sig for resten. Smøremidler til fly behandles i afsnit F.

Automobilmøreolier og industrismøreolier

292. Automobilmøreolier omfatter bilmotorolier (passager- og erhvervskøretøjer), biltransmissionsvæsker, bremseolie, gearolie osv.
293. Industrismøreolier omfatter industrigearolier, metalbearbejdningstvæsker, turbineolier, kompressorolier, hydrauliske væsker og procesolier/aromatiske udtræk (anvendt som komponenter i blandt andet dækproduktion). Industrioilier skal have særlige karakteristika, som opnås gennem additiverne.

Fremstilling af smøremidler

294. Fremstilling af smøremidler indebærer en vekselvirkning mellem fire kategorier af aktører: baseolieproducenter, additivproducenter, smøremiddelblandere og kvalitetsenheden (enten en Original Equipment Manufacturer - OEM - såsom en bilproducent eller en industriel slutbruger). Smøremidler fremstilles i to trin mellem kunden, som definerer produktspecifikationen, smøremiddelblanderen, som vælger leverandørerne, og additivproducenten, som giver smøremidlet særlige karakteristika.
295. Det første trin er mellem smøremiddelblanderen og OEM (eller en anden slutbrugerkunde). Sammen fastlægger de, hvilke krav det nye smøremiddel skal opfylde.
296. Andet trin er mellem smøremiddelblanderen og additivproducenten. Additivleverandøren skal så fremstille en pakke af additiver, som sammen med den valgte baseolie er i stand til at give smøremidlet de krævede egenskaber. Additivleverandøren kan også tage initiativet til at sikre, at pakkerne af additiver fungerer sammen med de foreliggende baseolier, ofte uden blanderens viden eller samarbejde.
297. Blanderen af det færdige smøremiddel kan specificere den baseolie, der skal anvendes i kombination med additivpakken eller gå ud fra de baseolier, som additivleverandøren allerede har formuleret en pakke af additiver for. Pakken af additiver giver smøremidlet den krævede specifikation med lavest mulige omkostninger. Når først blandingen er sammensat, skal dens egenskaber afprøves i industrielt anerkendte testprogrammer.
298. Ifølge additivleverandørerne finansieres afprøvningen enten af smøremiddelfabrikanten eller af additivfabrikanten afhængigt af, hvem der iværksætter fremstillingen, og af den kommercielle aftale mellem de to parter.
299. Additivproducenter er tilbøjelige til også at fremstille generelle pakker af additiver (såkaldte *off the shelf packages*), som egner sig til at blive blandet med en række baseolier²⁶. I et sådant tilfælde foretages investeringen med henblik på at opfylde de krævede specifikationer for disse *off the shelf packages* af additivleverandøren. Investeringen vil afhænge af tilstedeværelsen af en såkaldt dækning (cover), hvilket betyder, at en række baseolier fra forskellige leverandører kan benyttes, idet det er kendt og dokumenteret, hvordan brugen af baseolier fra forskellige leverandører

²⁶ Som bekræftet af konkurrenterne har alle DI-producenter generiske godkendelser inden for Exxon, Mobil og Shell baseolier, som er tilgængelige for baseolie kunder.

påvirker det færdige smøremiddel. Hvis der ikke findes en sådan dækning, vil der blive gennemført et *interchange programme*, som resulterer i en dokumenteret specifikation af baseolien. Ifølge additivleverandørerne og smøremiddelblanderne er omkostningerne ved at benytte *off the shelf packages* væsentlig højere end omkostningerne ved en baseoliespecifik pakke af additiver. Det ville være nødvendigt at udforme en generisk pakke af additiver, som skal fungere sammen med den "svageste" baseolie med hensyn til hver afprøvning på prøvebænk. Da nogle baseolier kan være mere forslugne efter visse additiver end andre, vil den svageste ikke altid være den samme ved forskellige former for tests. Med andre ord må nogle baseolier overbehandles med additiver for at opfylde de fastsatte krav.

Kvalitetskrav til industri- og skibssmøremidler

300. Industri- og skibssmøremidler godkendes enten som resultat af kommercielle forsøg, eller de opfylder en standard produktspecifikation, der viser, at produktet har de krævede egenskaber (f.eks. ISO eller DIN). Selv om godkendelsesprocessen holdes "inden for huset" (i modsætning til automobilsmøremidler), er kombinationen baseolie/additiv vigtig. Industrikunder køber produkter på grundlag af deres ry, som må beskyttes. Et skift til en anden baseolie kan kræve efterprøvninger af en række nøgleprodukter og kritiske præstationsparametre. Visse industrielle forsøg til kontrol af, at additiverne ikke opfører sig forskelligt i en ændret baseolie, er tidskrævende (f.eks. en oxideringstest på 4 000 timer), hvilket forhindrer et hurtigt baseolieskift. Ifølge additivleverandørerne kan godkendelsesprocessen for industri- og skibssmøremidler strække sig over mere end et år, men varer typisk seks måneder. Godkendelsesomkostningerne ligger typisk fra 25 000 USD til 50 000 USD pr. godkendelse.

Standardfastsættelses- og godkendelsessystemer for automobilsmøremidler

301. Det Europæiske Standardfastsættelsessystem for automobilsmøremidler tillægger OEM'erne en fremtrædende rolle. Dette skyldes, at efterspørgslen efter sådanne produkter kommer fra individuelle kunder, der ikke har midler eller sagkundskab til at sikre, at det smøremiddel, de køber, er det rigtige til deres behov. Denne rolle udfyldes i øjeblikket af ACEA, som repræsenterer alle europæiske bil- og lastbilproducenters interesser. I december 1995 indførte ACEA et nyt klassificeringssystem bestående af ni forskellige frekvenser med henblik på at definere motoroliekvalitet til anvendelse i biler i Europa. Systemet er baseret på en liste over fysiske og kemiske tests samt motortests svarende til dem, der anvendes i USA, og som er opstillet af API (American Petroleum Institute). Systemet består af to regelsæt - det ene udformet af ATC (den tekniske komité for producenter af petroleumssadditiver i Europa) og den anden af ATIEL (Association Technique de l'Industrie Européenne des Lubrifiants) - og fastlægger processen for udarbejdelse, afprøvning og indberetning af de nødvendige data.
302. ATIEL og ATC regulerer i fællesskab de betingelser, hvorunder leverandører af smøremidler og additiver kan ændre bestanddelene i deres smøremidler eller pakker af additiver, mens de fortsat benytter tidligere testdata og stiller samme krav til egenskaberne. ATIEL, en gruppe af smøremiddelleverandører (både tværregionalt og nationalt integreret), har udarbejdet nomenklaturen til identifikation af smøremidler, der opfylder ACEA's standarder. I et regelsæt regulerer ATIEL endvidere de betingelser, hvorunder smøremiddelblandere kan ændre smøremidlets bestanddele

(hovedsagelig ved at ændre Vi-improveren eller baseolien), samtidig med at de stadig kan gøre krav på at opfylde de normer, som smøremidlet er prøvet for. ATC fastsætter herefter regelsæt for de tests, der skal klares, før et smøremiddel kan siges at opfylde forskellige krav, samt reglerne for registrering og gennemførelse af tests samt deling af testdata.

303. ACEA/API-godkendelse gives til blandingen af en specifik baseolie med en pakke af specifikke additiver efter en række tests. I godkendelsen specificeres de komponenter, der indgår i det blandede smøremiddel. Baseolien fra en specifik producent og den identificerede pakke af additiver er knyttet til den godkendte formulering. Da godkendelsen kun gælder for en bestemt producents baseolie og ikke for baseolier med tilsvarende kvalitet fra andre producenter²⁷ skal en ACEA- eller API-præstationspåstand underbygges for hver enkelt formulering (dvs. kombination af baseolier og pakker af additiver). Hvis en blander af smøremidler ønsker at udskifte en eller flere komponenter med andre komponenter (baseolie eller additiver), skal formuleringen afprøves efter API's eller ACEA's regler.
304. Ifølge leverandørerne af additiver kan det tage fra en måned til over et år at gennemføre godkendelsesprocessen, men det varer typisk seks måneder. Godkendelsesomkostningerne svinger fra 50 000 USD til flere millioner dollars pr. godkendelse, men ligger typisk på mellem 200 000 USD og 400 000 USD pr. godkendelse (særskilt godkendelse er nødvendig for ACEA og API). Investeringernes nøjagtige omfang (både med hensyn til tid og penge) afhænger af mange faktorer, herunder præstationsniveau, tidligere tests og den krævede ændring²⁸. Hvor let det er at skifte vil hovedsagelig afhænge af, i hvor høj grad den nye leverandør (baseolie eller additiver) allerede har fået godkendelse med den baseolie eller de additiver, der foretrakkes. Hvis den såkaldte dækning ikke eksisterer, vil omkostningerne ved at gennemføre et *interchange programme* ligge mellem 100 000 USD (for et simpelt baseolie-read-across-program) og 1 mio. USD (for en kompleks testprotokol i forbindelse med sjældent handlede baseolier), idet det antages, at baseolie/additivkombinationen teknisk set er i stand til at nå den ønskede præstation.
305. Skulle en blander af smøremidler blive tvunget til at udskifte baseolien med en sjældent handlet baseolie, vil der være behov for et bredere og mere grundlæggende testprogram til mellem 500 000 USD og 1 mio. USD. En sådan proces vil vare mindst atten måneder.
306. Alle OEM'er har indført disse ACEA- (eller API-)specifikationer som minimumsstandarder for smøremidler. En række individuelle OEM'er, såsom Mercedes-Benz, for så vidt angår automobilsmøreolier og Volvo for så vidt angår lastbils-møreolier, har indført strengere grænser, hvilket kræver ekstra afprøvning med andre præstationsparametre og godkendelse inden for deres specifikke udstyr. At få en OEM-godkendelse kræver yderligere afprøvning (både afprøvninger på prøvebænke og praktiske afprøvninger) og medfører yderligere investeringer både tids- og pengemæssigt. Hver OEM har en vis frihed og fleksibilitet med hensyn til godkendelse af produkter, og dette gælder også på området for ombytning af baseolier. Additivselskaberne yder visse tjenester med hensyn til at få disse OEM-

²⁷ Der gælder undtagelser for gruppe III- og IV-baseolier.

²⁸ Som beskrevet i dokumenter som 'API 1509' og 'Atiel code of practice'.

godkendelser, om end visse OEM'er kræver, at afprøvningen skal udføres af uafhængige organer.

307. En smørelieblander skal oplagre baseolier, der anvendes i smøremidler, som har ACEA/API-godkendelse særskilt fra baseolier, som ikke har/behøver en sådan godkendelse. For at spare på oplagringskapaciteten eller for at øge sin indkøbsstyrke over for baseolieleverandøren må blanderen ikke differentiere i henhold til smøremiddelanvendelsen. I så fald vil han være tilbøjelig til at anvende baseolie, der anvendes i smøremidler, som har ACEA/API-godkendelse til både automobil- og industrianvendelser.

MARKEDSDEFINITION

Produktmarkeder

Baseolier

308. Ifølge parterne er baseolier homogene produkter og udgør derfor et enkelt relevant produktmarked uanset anvendelse eller gruppe. Som forklaret ovenfor har smøremidler mange anvendelser, og hver af disse anvendelser kræver en forskellig baseolie med forskellige karakteristika. Det kunne derfor hævdes, at der er lige så mange relevante produktmarkeder, som der er specifikke krav. Der ser imidlertid ud til at være en høj grad af substitution på udbudssiden, hvorved det samme raffinaderi kan producere en hvilken som helst kvalitet af baseolie inden for gruppe I. Endelig ser baseolier i gruppe I og gruppe III/IV ikke ud til at tilhøre det samme relevante produktmarked.

Substitution på efterspørgselssiden - Ikke muligt at skelne mellem automobil- og industrianvendelser

309. Nedenstående liste viser de tekniske krav til baseolier alt efter anvendelsesmuligheden:

- Smøremidler til krumtaphuse i biler: gruppe I (HVI), gruppe II (dog ikke i Europa), gruppe III (VHVI og XHVI), gruppe IV (syntetisk baseolie) og gruppe V
- Gear- og transmissionsolier til biler: gruppe I (MVI og HVI) og gruppe III/IV
- Industrismøremidler og skibsmøremidler: gruppe I (LVI, HVI og HVI) og gruppe II
- Producenter af additiver: gruppe I (LVI, HVI) og gruppe III (XHVI)
- Eksport, voks og procesolier: gruppe I: LVI, MVI og HVI
- Hvide olier: gruppe I og III
- Smøremidler til jetmotorer og visse industrismøremidler: gruppe IV (syntetisk baseolie) og gruppe V.

310. Det følger af denne liste, at de fleste gruppe I-baseolier kan benyttes i forbindelse med såvel automobiler som i industrien bortset fra en række undtagelser (bl.a. LVI-kvaliteterne, som anvendes til gummiprocessolier, køleskabsolier, fedt,

metalbearbejdning svækker og støddæmpere). Desuden fremgår det af markedundersøgelsen, at der kun er mindre kvalitets- og prisforskelle mellem gruppe I-baseolier til industrianvendelser og automobilanvendelser og ingen udbudsdifferentiering.

Substitution på udbudssiden er mulig inden for gruppe I-baseolier

Viskositetsindeks

311. I Europa er over 90 % af baseolierne HVI. Hvad angår viskositetsindekset, er baseolier ikke ombyttelige produkter, idet hver type smøremiddel kræver et specifikt præstationsniveau, som er afgørende for viskositetsindekset (VI). En baseoliekonkurrent har f.eks. angivet, at 'HVI-olier med viskositet 150, lav flygtighed og VI under 99 udgør en vigtig undergruppe for automobilanvendelser'. Der skal fortsat skelnes mellem baseolier i brugerfaciliteter for at bevare den godkendte produktstatus.
312. Et raffinaderi kan imidlertid få gruppe I-baseolier med højere viskositetsindekser gennem opløsningsmiddelekstraktion ved en kraftigere behandling. Denne substitutionsmulighed på udbudssiden reducerer udbyttet og har derfor en indvirkning på produktionskapaciteten på baseolieanlægget. Kapacitetsreduktionerne kan være store og have en indvirkning på baseolieproduktionskapaciteten (10 % eller mere afhængigt af raffinaderiets konfiguration). En kraftigere behandling kan imidlertid ikke resultere i, at der fås de meget høje VI'er, som er typiske for gruppe III-baseolierne. Ekstra additiver, som benyttes i formuleringen af det færdige smøremiddel, kan kompensere for lavt baseolie-VI. Resultatet med hensyn til VI afhænger også af raffinaderikonfigurationen og smøreolieåstøffet.

Viskositet og andre karakteristika

313. Gruppe I-baseolier, der fremstilles ved den normale separationsproces med opløsningsmiddelekstraktion kan opdeles i to kategorier på grundlag af viskositet: lavviskositets- eller lette baseolier (f.eks. N 150) og højviskositets- eller sværere baseolier (f.eks. 500N og brightstocks). Lettere baseolier anvendes fortrinsvis i områder med et mere moderat klima og styres af kravene til bilmotorolier, hvor der er behov for baseolier med lav viskositet. De giver bedre præstationer og har egenskaber, der tillader bedre emissionskontrol og brændstofforbrug. Efterspørgslen uden for EØS og Nordamerika ligger hovedsagelig inden for de højere viskositetskvaliteter på grund af et varmere klima. Exxon, Shell, BP-Mobil, Total og Elf eksporterer f.eks. meget store mængder til deres datterselskaber i Afrika, Asien og Latinamerika. Til en vis grad er der også en forskel i baseolieefterspørgslen mellem Nordeuropa (lettere baseolier) og Sydeuropa (sværere baseolier).
314. Parterne hævder, at den relative mængdemæssige deling mellem lette og svære neutrale olier kan variere betydeligt, afhængigt af råolie kvalitet, destillationskapacitet, efterspørgselskrav og anlægsbegrænsninger. Selv om der er en vis grad af udbudssubstitution fra produktionssiden, har en markedundersøgelse vist, at dette kun er muligt i et vist omfang, idet et specifikt råmateriale kun kan sikre en begrænset produktion af baseolie af let kvalitet.

Gruppe I-baseolier er ikke substituerbare med gruppe III- og gruppe IV-baseolier

315. Der er store prisforskelle mellem de forskellige grupper baseolie. Gruppe III koster for eksempel to til fire gange så meget som gruppe I HVI. Desuden kan gruppe I- og III-baseolier produceres på samme raffineringsanlæg (om end raffinaderiets tankkapacitet skal afsættes til gruppe III-baseolier for at forhindre sammenblanding med gruppe I-baseolier), men fremstilles ikke af det samme råmateriale. Gruppe I-baseolier fremstilles af råolie eller råoliefraktioner (reduceret råolie, vakuumgasolie, restprodukt), mens gruppe III-baseolier produceres på grundlag af det bundprodukt, der kommer fra visse hydrokrakningsanlæg (hydrokrakningsrest) i brændstofferaffinaderier. Gruppe IV polyalfaoleofiner (PAO'er) er resultatet af en kemisk proces.
316. Baseolier tilhørende gruppe III og IV anvendes til blanding af højkvalitets-smøremidler. De blandes også sommetider med baseolier med lavere viskositetsindeks for at få et færdigt smøremiddel med bedre egenskaber (f.eks. kan HVI blandes i færdige smøremidler med syntetisk baseolie, selv om en sådan gruppe III-ækvivalent er dyrere at blande, end det er at købe gruppe III-baseolierne på markedet). På samme måde kan raffinaderierne ændre kvaliteten af råolien eller yderligere raffinere deres produkt for at ændre kvaliteten af deres produktion af baseolier for en specifik gruppe (om end ikke i en sådan grad, at egenskaberne i en højere gruppe kan opnås). Endelig kan yderligere mængder af additiver blandes med baseolien for at forbedre egenskaberne.
317. I Europa falder over 95 % af basolierne i gruppe I, mens gruppe III-kvaliteten reelt tegner sig for under 5 %. En markedsundersøgelse har vist, at gruppe III sandsynligvis vil vokse i de kommende år med 8,5 % om året og gruppe I falde med 0,5 % om året. Efterspørgslen efter gruppe I er faldende på grund af udviklingen i motorteknologien, de højere krav fra OEM'er til brændstofforbrug, præstationer, olieskiftintervaller og en strammere emissionslovgivning.
318. På grundlag af ovenstående kan gruppe III og IV anses for at høre til andre produktmarkeder end gruppe I-baseolier. Det økonomiske incitament er at maksimere brugen af gruppe I-baseolier og opfylde smøreoliekravene med en ligevægt af baseolier og additiver baseret på omkostningsmæssige overvejelser. Valget af gruppe III eller IV i en formel for færdige smøreolier sker, når deres specifikke egenskaber (andre end blot deres VI) opvejer de højere omkostninger ved at opfylde præstationskravene. [...] er det ikke nødvendigt at foretage en yderligere afgrænsning af gruppe III og IV som særskilte produktmarkeder (gruppe II anvendes ikke i øjeblikket i EØS).

Additiver

319. Ifølge Kommissionens "Infineum JV"-beslutning "er VI-forbedrere, DI-pakker til automobilanvendelser og DI-pakker til industrianvendelser særskilte markeder"²⁹. Parterne har kun identificeret ét berørt marked, som angår DI-pakker til bilsmøreolier. Hvad angår DI-pakker til motor- og transmissionsanvendelser, antyder resultaterne af undersøgelsen, at set fra efterspørgselssiden udgør disse produkter formentlig ikke et enkelt produktmarked, men at der kan være tale om forskellige markeder afhængig af anvendelsen. Da Mobil imidlertid repræsenterer mindre end [...] % af produktionen

²⁹ Sag IV/M.1137 - Exxon/Shell af 25/05/1998.

af additiver, er det ikke nødvendigt at foretage en yderligere afgrænsning af produktmarkedet, for så vidt angår DI-pakker til motor- og transmissionsanvendelser.

Smøremidler

320. Den anmeldte transaktion giver ikke anledning til konkurrenceproblemer på nogen af de mulige smøremiddelmarkeder (bortset fra smøremidler til fly), så definitionen af de relevante produktmarkeder kan stå åben.

Relevante geografiske markeder

Baseolier

321. Det er parternes opfattelse, at markedet for baseolier i det mindste dækker EØS, men mere sandsynligt er verdensomspændende. Parterne baserer deres opfattelse på følgende forhold. For det første sælges og anvendes samme typer baseolier over hele verden. For det andet kan baseolier transporteres økonomisk over lange afstande, og der er allerede en betydelig handel i EØS. For det tredje er der en vis sammenhæng mellem baseoliepriser og bruttofortjenester. Ingen af disse forhold er modbevist ved en nærmere undersøgelse, og markedet er derfor EØS-omspændende.
322. Baseoliepriser og -fortjenester i forskellige områder af verden antyder, at EØS udgør et særskilt relevant geografisk marked.
323. FOB-priserne har konstant været forskellige i EØS, USA og Asien med Exxons IABP-priser i Singapore og USA gennemsnitlig [...] *% (for SN 150 i Singapore) til [...] *% (for SN 600 i USA) højere end EØS-priserne. Denne forskel er endnu større, når transportomkostningerne tages i betragtning. Parterne forklarer, at transport fra Sicilien til Mellemøsten koster ca. [...] * USD pr. ton. Med dette som et overslag over transportomkostninger fra Asien til EØS og med transportomkostninger inden for EØS på [...] *% af hjemtagelsespriserne, er Exxons Singapore-priser stadig på et højere niveau end EØS-priserne. Kun 1998- og 1999-priserne i Singapore vil ligge på et niveau, der kunne gøre import til EØS rentabel, hvis EØS-priserne hypotetisk blev hævet med [...] *%. Disse priser skyldes imidlertid krisen i Sydvestasien og vil formentlig ikke holde sig på sådanne niveauer [...] *³⁰.
324. Endnu et vigtigt element er det forhold, at eksportpriserne fra EØS typisk har ligget under de priser, der opkræves i EØS. Parterne har anslået, at forskellen gennemsnitligt ligger på [...] * USD pr. ton. Det er [...] *% under de nuværende EØS-priser. Dette svarer stort set til fragtomkostningerne og viser, at der ikke er mulighed for arbitrage mellem EØS og andre områder i verden, medmindre der er tale om usædvanlige omstændigheder såsom krisen i Asien. Dette understreges ved det forhold, at der næsten ikke er nogen handelsaktivitet.
325. Europa har historisk set været den baseolieproducent, der har haft størst overskydende kapacitetsproduktion, og er derfor den overskydende producent. Eksporten fra Europa til Asien, Afrika, Fjernøsten og Latinamerika har hidtil været vigtig, idet disse lande havde brug for sværere baseolier.

³⁰ [...]*

326. Der er bekendtgjort eller opstået planer om ny produktionskapacitet i disse lande (hovedsagelig gruppe II-III-kapacitet gennem Exxon-, Mobil- eller Shell-projekter), som tidligere var nettoimportører af europæiske baseolier. EØS' overskudsproduktion består hovedsagelig af sværere kvaliteter, som der er begrænset efterspørgsel efter i EØS og tilstrækkelig efterspørgsel efter uden for EØS. Sværere kvaliteter (f.eks. 600 Solvent neutral) dumpes derfor på spot-eksportmarkedet. Overskudsproduktionen af lette kvaliteter (f.eks. solvent neutral 150) sælges på EØS-markedet. Eksporten består hovedsagelig af sværere kvaliteter. På grund af tal fra de ni vigtigste konkurrenter til Exxon og BP-Mobil viser der sig følgende opdeling i viskositetsgrader: 24,3 % for light neutrals, 12,63 % for medium neutrals og 63 % for heavy neutrals. Sværere kvaliteter benyttes også som procesolier.
327. Exxon har i sine interne dokumenter forklaret, at [...] *^{31 32 33 34 35 36 37}.
328. Hvis EØS-priserne steg med omkring 5 % i forhold til Singapore-priserne, ville importen til EØS ikke være i stand til at klare sig i konkurrencen med EØS-produktionen. Eftersom smøremiddelformuleringerne er bundet af ASEA's og API's blandingsregler for baseolier, ville det være nødvendigt at foretage store investeringer for at opnå godkendelse for disse sjældent handlede baseolier. Markedsundersøgelser har vist, at ingen af de største additivvirksomheder har investeret i godkendelsesprogrammer for importerede baseolier fra andre selskaber end Exxon, Mobil eller Shell. Selv om dette problem med blandingsregler for baseolier skulle blive løst (hvilket ville være bekosteligt og vare mindst atten måneder), ville dette kun påvirke ASEA-godkendelsen og ikke API-godkendelsen. Der skulle under alle omstændigheder tilføjes transport- og håndteringsomkostninger.
329. Endelig skal det bemærkes, at i modsætning til parternes påstande er der intet reelt spotmarked for baseolier i Europa med nogen materiel likviditet. Alle handlende, som blev udspurgt, har svaret, at de ikke har importeret baseolie i EØS i de seneste år. Melleghandlere spiller kun en mindre rolle som mellemlid i eksportaktiviteterne. Alle konkurrenter til de fusionerende parter (bortset fra Repsol: 24 KT) har angivet, at de ikke benytter melleghandlere til eksport eller import uden for EØS.
330. De kan udledes af ovenstående, at produktionen og salget af gruppe I-baseolier i EØS udgør et relevant marked. Dette skyldes især den nuværende specifikke europæiske forbrugsprofil og kvalitetskravene i forbindelse hermed.

Additiver

331. Parterne har hævdet, at det relevante geografiske marked i det mindste er EØS. Afgørelsen af, om markedet er EØS eller bredere, hindrer ikke den

³¹ [...]*

³² [...]*

³³ [...]*

³⁴ [...]*

³⁵ [...]*

³⁶ [...]*

³⁷ [...]*

konkurrencemæssige vurdering af denne transaktion, og markedsdefinitionen kan derfor stå åben.

Smøremidler

332. For alle mulige smøreoliemarkeders vedkommende (med undtagelse af ester-baserede turbinesmøreolier, der drøftes nedenfor) kan det geografiske område stå åbent, idet fusionen - på grundlag af ovennævnte markedsdefinitioner - ikke vil skabe eller styrke en dominerende stilling, som i væsentlig grad hæmmer konkurrencen.

KONKURRENCEVURDERING

Baseolier

Den nuværende markedsstruktur

Markedsstillingen for baseolier - Konkurrence på to niveauer

333. Producenterne af baseolier kan opdeles i fire grupper:

(i) De tværregionale selskaber: integrerede olieselskaber som har baseolieraffinaderier i hele verden med en stærk tilstedeværelse i EØS og en produktion, som overstiger deres behov: Shell, Exxon, BP-Mobil.

(ii) De regionale selskaber, som har et nationalt udbud af baseolie med en produktion, som for nogles vedkommende overstiger deres interne behov: Cepsa, Repsol, Agip, Fortum. Elf, Total, JPI, Petrogal og DEA.

(iii) Producenter af sjældent handlede baseolier såsom Iplom, MOH, SRS. Disse baseolier er sandsynligvis af en lavere kvalitet og hovedsagelig beregnet til eksport, industrismøreolier og procesolier. De fire største leverandører af additiver har angivet, at de ikke har gennemført en godkendelse for disse baseolier.

(iv) De utraditionelle baseolieproducenter såsom Nynäs (naphtenisk baseolie til særlige industrismøreolier) eller Fortum (tidligere Neste), der producerer PAO'er.

334. Exxon leverer baseolier i hele EØS fra tre anlæg i Fawley i Det Forenede Kongerige, Port Jérôme i Frankrig og Augusta i Italien. BP-Mobil har fem anlæg i henholdsvis Frankrig: Gravenchon og Dunkerque (sidstnævnte inklusive en 40 % Elf-andel), Det Forenede Kongerige (Coryton), Tyskland (Neuhof) og Spanien, hvor det sammen med Cepsa driver baseolieanlægget i Algeciras. Shell har fire anlæg i henholdsvis Nederlandene (Pernis), Frankrig (Petit Couronne), Tyskland (Hamborg) og Det Forenede Kongerige (Stanlow). Exxon, BP-Mobil og Shell kontrollerer 12 af de 24 baseolieraffinaderier i Europa, heraf 8 af de 10 største. For at kunne beregne størrelsen af EØS-markedet for gruppe I-baseolier og parternes markedsandel har Kommissionen taget hensyn til følgende elementer. Markedsandelene blev beregnet efter tre metoder. For det første på grundlag af den nominelle kapacitet i 1996 som angivet af parterne. For det andet på grundlag af den faktiske produktion og for det tredje på grundlag af gruppe I-produktionen.

Nominel kapacitet og effektiv produktion

335. Alle tal er baseret på 1998-oplysninger fra Exxon, Mobil og deres baseoliekonkurrenter (tredjemand) for deres respektive anlæg. I de tilfælde, hvor tredjemand ikke har angivet de ønskede tal (som det er tilfældet for MOH, SMR og i mindre grad AGIP), har Kommissionen benyttet de oplysninger, parterne har angivet i CO-formularen. Eftersom parterne har bedt om, at de fremlagte oplysninger om effektiv kapacitet, produktion og salg skal behandles fortroligt, indeholder tabellen kun procentsatser. I nedenstående tabel over baseolieproduktion og kapacitet sammenlignes den effektive kapacitet og produktionen med Enerfinance 96-tallene for den nominelle kapacitet som fremlagt af parterne.

Produktion og kapacitet i EØS

Selskab	Kapacitet (i Kta)			Produktion (i Kta) i 1998							
	Nominel kapacitet '96	Nominel kapacitet '96	Effektiv kapacitet '98 (3)	Baseolie inkl. procesolier		Hvide olier og paraffiner	Voks				
	I (Kta)	i %	i %	Gruppe I: Andel af EØS-produktion	Gruppe II/III : Andel af EØS-produktion	Andel af EØS-produktion	Andel af EØS-produktion				
Exxon	1825	23,1%	[...]*								
BP-Mobil (2)	1443	18,3%									
Shell	1280	16,2%									
Agip (7)	520	6,6%									
Cepsa	166	2,1%									
DEA	250	3,2%									
ELF	174	2,2%									
Total (5)	545	6,9%									
KPI	230	2,9%									
Fortum (Nesté)	92	1,2%									
Repsol	300	3,8%									
Petrogal	150	1,9%									
Nynäs	250	3,2%									
Iplom	340	4,3%									
MOH	160	2,0%									
SRS	170	2,2%									
Addinol	0	0,0%									
OMV	0	0,0%									
I alt	7895	100,0%						100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

(1) På grundlag af parternes tal

(2) Mobil angiver en produktionsuligevægt på [...] Kta som følge af lagerbevægelse

(3) Effektiv produktionskapacitet udelukker hvide olier

(4) Voks er et biprodukt af baseolie og derfor ikke medtaget i den nominelle kapacitet

(5) Totals paraffinproduktion anses for hvide olier

(6) Produktionen af hvide olier er ikke medtaget i baseolieproduktionen

(7) Kapacitetsudnyttelse på grundlag af parternes tal

336. Procesolier betragtes som baseolier. Aromatiske stoffer, paraffiner, hvide olier og fedt indgår ikke i baseoliesalget, da de enten er et biprodukt eller skal raffineres yderligere. Hvide olier, paraffiner og voks afhænger i høj grad af råmaterialeproduktionen, og konkurrence- og stordriftsfordele resulterer i meget store markedsandele. Disse produkter er imidlertid hverken resultatet af et videre skridt i raffineringprocessen for baseolier eller et biprodukt af baseolieproduktionen.

Vurderingen af parternes konkurrencemæssige stilling er derfor knyttet til vurderingen af baseolier.

Markedsandele baseret på salg til tredjemand

337. Salg på handelsmarkedet er defineret som salg til tredjemand både inden og uden for EØS, herunder salg på spotmarkedet. Salg til datterselskaber anses for interne salg. Salg til kunder uden for EØS er medtaget i beregningen for at afspejle parternes synspunkt om, at eksporten kan omdirigeres til at dække efterspørgslen i EØS. Salg til additivvirksomheder betragtes som handelsmarkedssalg (undtagen i tilfælde af AGIP-additiver og Shells og Exxons salg til deres additivaktiviteter forud for joint venturet).

Selskab	Andel af handelsmarkedet
Exxon (1)	[30-40%]*
BP-Mobil (2)	[10-20%]*
Shell	[10-20%]*
Agip (3)	[0-10%]*
Cepsa	[0-10%]*
DEA	[0-10%]*
ELF	[0-10%]*
Total	[0-10%]*
KPI	[0-10%]*
Repsol	[0-10%]*
Petrogal (4)	[0-10%]*
MOH (4)	[0-10%]*
SRS (4)	[0-10%]*
I alt	100 %

(1) Forskel på [...] Kta (produktion - salg)

(2) Mobil angiver en produktionsuligevægt på [...] Kta (lager), som henføres til interne salg

(3) Kapacitetsudnyttelse på grundlag af parternes tal

(4) På grundlag af parternes tal

338. Exxons evne til at sælge til handelsmarkedet - som følge af investeringer i baseoliekapacitet i 1950'erne og 1960'erne - er yderst vigtig [...] % af selskabets produktion går til handelsmarkedet, mens BP-Mobils kapacitet til handelsmarkedet ligger på [...] %.

339. På grundlag af salgstillene fra 1998 viser beregningerne Exxons betydelige andel af handelsmarkedet ([30-40] %), med BP-Mobil på andenpladsen med [10-20] %. Shell ligger på tredjepladsen med en andel tæt på BP-Mobils (bemærk dog, at næsten

halvdelen af de mængder, Shell har til rådighed for handelsmarkedet, sælges som procesolier). Total og Agip har markedsandele på under 8 %. Mindre konkurrenter som DEA, Cepsa, Repsol, KPI, Petrogal, SRS og MOH har mellem 3 % og 5 % af handelsmarkedet. Elf skal betragtes som nettokøber på markedet.

340. Endelig skal det understreges, at ovennævnte markedsandele ikke i væsentlig grad har ændret sig i de senere år.
341. Som helhed ser det ud til, at uanset hvilken metode der vælges, er Exxon klart markedsførende på baseoliamarkedet både med hensyn til absolut produktion og produktion, der er tilgængelig for tredjeparter. De vigtigste konkurrenter til Exxon er BP-Mobil og Shell, men de sælger en mindre andel af deres produktion til tredjeparter.

Hindringer for at komme ind på og ud af markedet

342. Ifølge parterne er ny kapacitet i EØS utænkelig med den nuværende overkapacitet og lave priser, og hvis der skulle blive installeret ny kapacitet, er det sandsynligt, at det vil være gruppe III-kapacitet, hvor der må forventes en øget efterspørgsel fremover. Parterne har anslået, at opførelsen af et nye anlæg (gruppe II/III) vil kræve [...] * mio. USD for en kapacitet på [...] * Kt om året. Dette bekræftes af tredjeparter, som har angivet, at opførelsen af et nye anlæg vil vare 2-3 år og medføre investeringer på 400 mio. USD for et anlæg på 400 Kt om året.
343. Det er muligt at konvertere eksisterende gruppe I-kapacitet til gruppe III, og det kræver en investering på [...] * mio. USD i forhold til en investering fra bunden på [...] * mio. USD. [...] *³⁸.
344. At nedlægge et raffinaderi medfører store omkostninger, navnlig fordi det er nødvendigt at genetablere området. Ikke desto mindre er tre baseolieraffinaderier blevet lukket i de seneste to år: Llandarcy (BP-Mobil UK: med en nominel kapacitet på [...] * Kty), Addinol (170 Kty i det tidligere Østtyskland) og et af de to DEA-baseolieranlæg i Tyskland. Disse baseolieraffinaderier producerede baseolier af en sværere kvalitet og blev derfor ramt af det fald i eksportpriserne, der er sket siden 1997. Selv om der er tale om betydelige omkostninger, beslutter raffinaderierne at lukke, når skæringspunktet for lukning er nået. Det siges i industrien, at andre baseolieranlæg sandsynligvis vil blive lukket i nær fremtid på grund af lav produktivitet.

Privilegeret rolle for Exxon, BP-Mobil og Shell med mindre begrænsninger som følge af små baseolieproducenter

Baseolieombyttelighed for alle raffinaderier og begrænsede godkendelsesbegrænsninger.

345. API/ACEA-godkendelse gives til den færdige smøremiddelblanding af baseolie og et additiv, efter at den har klaret de nødvendige tests. Denne godkendelse definerer præcist producenten af baseolien (godkendelse for baseolien gives for alle anlæg) og den specifikke pakke af additiver. Hvis komponenternes oprindelse ændres, er det

³⁸ [...]*

nødvendigt med en fornyet godkendelse (10 % gruppe I-ombytning accepteres uden at der kræves tests). Konsekvensen heraf er, at tværregionale baseolieleverandører (som har investeret³⁹ i at opnå ombyttelighed for deres baseolieproduktionsanlæg) kun en gang skal gennem en godkendelse af deres baseolie med en bestemt pakke af additiver. Da de har flere produktionsenheder og mange oplagringsenheder med geografisk dækning, er de bedre i stand til at forsyne adskillige blandingsanlæg. Regionale baseolieproducenter, som ikke har denne geografiske produktionsspredning, får enten højere transportomkostninger fra deres raffinaderi til kunderne eller må købe baseolie på markedet tæt ved deres kunder (blanderne) for at undgå højere transportomkostninger, men må så gennem en godkendelse for hver baseolie, der købes på markedet.

346. Konkurrenter til Exxon og Mobil (både inden for baseolier og for smøremiddelblanding) har angivet, at blandingsanlæggene er meget følsomme over for forsyningsikkerheden og baseolie kvaliteten, idet de kun har begrænsede lagre til rådighed ved deres anlæg. Lagring af forholdsvis små mængder fra et enkelt baseolieanlæg til et tværregionalt net af blandingsanlæg med regelmæssige mellemrum medfører derfor store omkostninger for selv de største af de nationalt integrerede baseolieselskaber med tilstrækkelig handelsmarkedskapacitet.

Stordriftsfordele på produktionsanlægget

347. Parterne har anerkendt, at stordriftsfordele spiller en vis rolle ved produktionen af gruppe I-baseolier. Exxon, BP-Mobil og Shell kontrollerer [...] af de 24 baseolieraffinaderier i Europa, heraf [...] af de 10 største. Det giver dem en vis omkostningsmæssig fordel i forhold til deres mindre konkurrenter, fordi de bedre kan sprede faste omkostninger over produktionen. Kun Agip i Italien og Total i Frankrig har anlæg af en tilsvarende størrelse og vil kunne drage fordel af lignende stordriftsfordele. Som Mobil har anført i sine forretningsplaner⁴⁰ [...]. Shell anses af parterne for at være effektiv og rentabel takket være et integreret (brændstof og smøremidler) forretningsområde og rentable produkter som voks/fedt/hvide olier.

³⁹ BBP-Mobil har brugt ca. [...] mio. USD for at opnå ombyttelighed mellem deres (daværende) [...] europæiske raffinaderier.

⁴⁰ [...].

348. I nedenstående tabel er raffinaderierne opstillet efter størrelsen af deres baseolieanlæg:

Placering	Raffinaderi	Ejer(e)	Parternes overslag over nominal kapacitet	Grupper
1	Augusta (Italien)	Exxon	860	I
2	Livorno (Italien)	Agip	540	I
3	Gonfreville (Frankrig)	Total	500	I/III
4	Port Jérôme (Frankrig)	Exxon	485	I
5	Fawley (Det Forenede Kongerige)	Exxon	440	I
6	Pernis (Nederlandene)	Shell	370	I
7	Gravenchon (Frankrig)	BP-Mobil	340	I/III
8	Dunkerque (Frankrig)	BP-Mobil (60 %) - Elf (40 %)	340	I/III
9	Petit-Couronne (Frankrig)	Shell	340	I/III
10	Coryton (Det Forenede Kongerige)	BP-Mobil	330	I
11	Hamborg (Tyskland)	Shell	330	I/III
12	Heide (Tyskland)	DEA	250	I/III
13	Nynäshamn (Sverige)	Nynäs	250	Andet
14	Stanlow (DET FORENEDE KONGERIGE)	Shell	240	I
15	Europort (Nederlandene)	KPI	230	I/III
16	Neuhof (Tyskland)	BP-Mobil	215	I/III
17	Algeciras (Spanien)	BP-Mobil (50 %) - Cepsa (50 %)	200	I
18	Porto (Portugal)	Petrogal (75 %) - Total (25 %)	180	I
19	Theodori (Grækenland)	MOH	170	I
20	Salzbergen (Tyskland) (ej adgang til havet)	SRS	170	I
21	Escomberas (Spanien)	Repsol	150	I
22	Puertollano (Spanien)	Repsol	150	I
23	Huelva (Spanien)	Cepsa (66 %) - Elf (34 %)	100	I
24	Finland	Fortum (Nesté)	50	III

349. Af yderligere stordriftsfordele kan nævnes, a) at store anlæg kan optimere deres leverancer af råolie, og b) at der skabes fri produktionskapacitet, hvilket er vigtigt for

at optimere produktionsprocessen, da det giver større fleksibilitet. Dette er igen vigtigt, når man producerer flere kategorier af baseolier.

Fordele, som skyldes logistiske besparelser

350. Som tidligere anført har Exxon, BP-Mobil og Shell mange raffinaderier i EØS. Denne spredning over hele Europa støttes yderligere af oplagringskapacitet på strategiske steder i Europa.
351. Dette er i modsætning til de mindre nationale producenter, som kun har ét raffinaderi, hvorfra det ikke er så let og økonomisk at organisere distribution til potentielle kunder, der ikke er beliggende tæt ved deres produktion. Dette gælder tydeligvis for indlandsraffinaderier såsom SRS og DEA, som kun kan forsyne de lokale kunder ved hjælp af lastbil og tog. Disse transportmidler begrænser den maksimale afstand, hvor det er rentabelt at transportere produktet, men medfører også yderligere transportomkostninger. Konkurrenter har anført, at transport over land er begrænset til en radius på 500 km med lastbil og 1 000 km med tog. Transportomkostningerne kan ikke sammenlignes som følge af den begrænsede mængde, lastbiler og tog kan transportere, men svinger mellem 6 % og 10 % af produktets salgspris.
352. Selv enkelte raffinaderier, der er baseret ved kysten, står over for højere gennemsnitlige transportomkostninger. Parterne har anslået de gennemsnitlige EØS-transportomkostninger til [...] % af hjemtagelsesprisen. De har også forklaret, at EØS-transportomkostningerne omfatter fra [...] % (Det Forenede Kongerige til Nederlandene) til [...] % (Italien til Nederlandene) af de variable omkostninger. Antages det, at de faste omkostninger er konstante for de to mulige rejser, betyder dette, at transportomkostningerne fra Italien til Nederlandene er [...] % højere end fra Det Forenede Kongerige til Nederlandene⁴¹. Hvis transportomkostningerne fra Det Forenede Kongerige til Nederlandene med andre ord ligger på [...] % af hjemtagelsesprisen, vil de ligge på [...] %, hvis produkterne transporteres fra Italien. Den geografiske spredning, beliggenheden ved kysten eller forbindelsen til blandingsanlæggene afgør derfor et baseolieraffinaderis konkurrencemæssige stilling og dets evne til at konkurrere på EØS-handelsmarkedet i modsætning til det lokale eller eksterne EØS-eksportmarked.

Dynamikken på baseoliermarkedet styrker Exxons, BP-Mobils og Shells fordele

Mulighed for at fastsætte normerne for den fremtidige udvikling inden for smøreolier

353. På grund af nødvendigheden af at opnå godkendelse for blandinger af baseolier og additiver, er størrelse en selvforstærkende konkurrencefordel på baseoliermarkedet. Markedsoplysninger viser, at additivpakker til nye smøremiddelformuleringer typisk udvikles først for Exxons, BP-Mobils og Shells baseolier. De største europæiske automobiladditivleverandører formulerer additivpakker for de baseolier, der vælges af smøreolieblanderen. Selvstændige blandere vælger som helhed Exxons, BP-Mobils eller Shells baseolie, mens nationale integrerede olieselskaber med

⁴¹ [...]*

blandingsaktiviteter kan vælge deres internt producerede baseolie. Additivproducenter investerer selvstændigt i yderligere godkendelser, men vil kun gøre dette for de vigtigste handlede baseolier (hovedsagelig Exxon, Shell og BP-Mobil), idet den ekstra godkendelsesinvestering for disse baseoliers vedkommende vil blive opvejet af muligheden for at sikre ekstra salg. Der er en tendens til, at andre baseolier end Exxons, BP-Mobils og Shells godkendes ad hoc for at imødekomme kundernes efterspørgsel, hvis dette ser ud til at være teknisk muligt og kommercielt rentabelt.

354. Leverandørerne af additiver har oplyst, at over halvdelen af deres samlede salg af additiver i gennemsnit består af færdige pakker. Kommissionen har bedt de fire vigtigste additivleverandører om at angive de baseolier, hvor de har udviklet godkendte færdige DI-pakker, hvad enten det drejer sig om industri- eller automobilmørelier. I gennemsnit er mere end 70 % af alle de tilgængelige pakker formuleret på grundlag af Exxons, BP-Mobils og Shells baseolie. Bortset fra disse selskaber er kun Total og Elf (og i mindre omfang Agip og KPI) godkendt af en lang række additivleverandører. Exxon, BP-Mobil og Shell er derfor referencebaseolieleverandørerne med få andre kompatible mindre baseolieleverandører. Additivleverandører har bekræftet, at de er tilbøjelige til kun at udarbejde formuleringer for automobilanvendelser med baseolie fra de tre store, idet de kan forvente at skabe større salg for disse baseolier, som er let tilgængelige på et tværregionalt marked i de nødvendige mængder og med en konstant kvalitet.
355. Færdige produkter sammensat af Exxons, BP-Mobils og Shells baseolie kan hurtigere tilpasses nye normer, idet baseolieombytning sikrer, at produktet kan købes tæt ved blandingsanlægget uden krav om yderligere godkendelse. Hvis en multiregional blander skulle vælge at købe baseolier hos forskellige lokale producenter, kræves der en omfattende afprøvning og godkendelse for at opnå godkendelse af det færdige smøremiddel. Det gør dem mindre attraktive for additivleverandørerne.
356. Ifølge tredjemand (såvel blandere som baseolieproducenter) er denne fordel i forbindelse med olier produceret af Exxon, Shell og BP-Mobil af altafgørende betydning i en industri, der i de seneste år har oplevet en afkortning af smørelers produktlevetid. Den ligger i dag mellem 3 og 5 år for automobilmørelier. Desuden bliver OEM-kravene stadig strengere. Smøremiddelproducenter må derfor til stadighed udvikle nye formuleringer. Som følge af den kortere tid, der er til rådighed til at udvikle nye produkter og til at amortisere omkostningerne, er smøremiddelblandere tilbøjelige til at henvende sig til de tre største baseolieproducenter, som additivproducenterne systematisk udvikler tilstrækkelige pakker for. Additivleverandørerne anfører, at de først udvikler de nye formuleringer med Exxons, BP-Mobils eller Shells baseolier, idet kun disse baseolier kan skabe tilstrækkeligt salg til at genvinde de foretagne investeringer. De næste generationer af smøremidler styres af OEM'er, ofte i samarbejde med olieselskaberne. Konkurrerende smøremiddelblandere har anført, at OEM'er er tilbøjelige til at drøfte deres behov med Exxon eller BP-Mobil og i mindre grad med Shell ("one stop shopping"-princippet) som de eneste globale markedsdeltagere, der er til stede på alle niveauer i forsyningskæden. [...] ⁴². Konkurrenter har anført, at deres begrænsede evne til at

⁴² [...]*

konkurrere med Exxon, BP-Mobil og Shell vil blive yderligere begrænset gennem den igangværende afkortning af smøremidlers produktlevetid.

357. Blanding af industrismøremidler påvirkes ligeledes af denne tendens, idet blanderne forsøger at minimere oplagringen og forskelligheden ved baseolier/additiver. Smøremiddelblandere, der opretholder høje kvalitetsnormer, lagrer ikke baseolie fra forskellige leverandører i samme baseolietank (ikke engang baseolie med ensartede specifikationer). Som følge af begrænset oplagring er blanderen derfor tilbøjelig til at anvende en "compliance base oil", der kan benyttes som både automobil- og industrismøremiddel.

Baseoliemarkedet præges af de højere kvalitetskrav

358. Blandingsanlæggets logistik øger også omkostningerne ved at skifte baseolier, idet blandingsanlæggene normalt optimeres med henblik på at begrænse antallet af oplagringstanke til baseolier og additiver mest muligt (nogle af de meget store blandingsanlæg kan lagre over 30 kvaliteter baseolie). Der bruges derfor ofte en "compliance base oil". En "compliance" baseolie indføres i særlige specifikationer over et bredt produktudvalg. Dette betyder, at den baseolie, der anvendes til de bedste produkter, også anvendes til produkter af lavere kvalitet. En ændring af formuleringen af et produkt i den bedste ende medfører en lang række formuleringssomkostninger i forbindelse med valget af den bedste baseolie. Alternativet er at købe ny tankkapacitet og føre større lagre, hvilket kan være dyrt, eller at specialisere sig i produktion af enten udelukkende automobilsøremidler eller udelukkende industrismøremidler (selv om parterne har angivet, at dette er en nyere og stigende tendens, har de hævdet, at der ikke er noget særskilt baseolieproduktmarked for industri- og automobilsøremidler). Det forhold, at baseolie- og additivkombinationer indføres med godkendelse påvirker også forholdet blandere/additiver, idet et smøremiddelblandingselskab typisk handler med additivleverandører på grundlag af en hel kurv af additiver, som det skal købe. Hvis blanderen ændrer smøremiddelformuleringen ved at skifte baseolieleverandører, vil additivleverandøren være nødt til at acceptere et nyt (fælles) udviklingsprogram. Hvis der ikke er enighed herom, vil olieselskabet være tvunget til at se sig om efter baseolie-additivkombinationer, der allerede er fuldt godkendte, og reducerer således sin købekraft over for additivproducenten.
359. Praktisk taget alle mærkevarer til automobiler godkendes i forhold til standardspecifikationer (API, ACEA) i henhold til stramt styrede og dokumenterede afprøvningsordninger. Opfyldelse af disse minimumsnormer tillader blot produktet at blive anvendt til den særlige anvendelse. Valg af godkendt produkt er derefter op til distributionskunden eller slutbrugeren (OEM). De største olieselskaber samarbejder med OEM'er og bidrager til deres strategiske tænkning, hvilket kan styre deres tekniske udvikling over mod specifikke kundekrav. Når en OEM ændrer sine specifikationer, vil dette forhindre ethvert salg af et smøremiddel, uanset mærke, indtil de nye specifikationer kan opfyldes. Tværregionale konkurrenter (Exxon, Shell, BP-Mobil) er i stigende grad ved at indføre et enkelt fælleseuropæisk produktudvalg (både for automobil- og for vedligeholdelses-smøremidler).
360. En smøremiddelblander har ikke råd til at se sin konkurrencestilling blive bragt i fare, hvis lanceringen af en ny produktformulering eventuelt forsinkes som følge af den nødvendige tid til at få omfattende afprøvningsdokumentation for en mindre hyppigt

handlet baseolie. Når en additivleverandør har mulighed for at iværksætte en ny produktformulering, vil han normalt vælge Exxons, BP-Mobils eller Shells baseolier. Baseolieombytning og godkendelse af de færdige smøremidler gør det begrænset, hvor hyppigt der skiftes baseolieleverandør, når først en smøreolie er formuleret. [...] ⁴³.

361. Den grad af kundeskift, som parterne har oplyst, viser, at de nationale baseolieproducenter vil konkurrere intensivt om lokale blandere (både med hensyn til motorolie og industrismøreolie), blandere af særlige industrismøremidler, additivleverandører [...] ⁴⁴ og undertiden opnå en kontrakt som *first fill* eller vigtigste blander på deres hjemmemarked. Exxon og i mindre grad BP-Mobil koncentrerer sig om terminskontrakter med de tværregionale blandere og OEM-*first fills*.
362. Exxon og BP-Mobil har mistet en række mindre blandere som kunder til konkurrenter såsom Total, Elf, KPI og Shell. Dette skete sommetider på grundlag af kvalitet og sommetider på grundlag af pris, men i alle tilfælde havde den vindende konkurrent produktionskapacitet tæt ved kunden. Dette indebærer imidlertid ikke, at Exxon og BP-Mobil ikke konkurrerer på prisen. I en række tilfælde blev den mistede kunde vundet tilbage året efter.
363. Selv om Exxon og BP-Mobil har [...] ^{*}, trækker de ofte det korteste strå i konkurrencen med Petrogal, Repsol, Cepsa, KPI, Total, Elf eller endog små mængder østeuropæiske baseolier. Det skal imidlertid bemærkes, at parterne angiver, at "additivproducenter kan være i stand til at benytte baseolier af en forholdsvis lav kvalitet", og at additivleverandører ofte køber disse mængder ud over de mængder, de køber på spotmarkedet i henhold til terminskontrakt med Exxon, Shell eller BP-Mobil. Da additivleverandører ikke opstiller strenge godkendelses- eller kvalitetskrav, konkurrerer mindre konkurrenter stærkt på prisen (selv om dette resulterer i yderligere transportomkostninger) for at sikre sig denne efterspørgsel.
364. Den tværregionale efterspørgsel (Texaco, Fina, Castrol, Fiat lubrificanti, Fuchs osv.) opfyldes i stigende grad af Exxon, BP-Mobil og i mindre grad Shell, efterhånden som der indgås fælleseuropæiske kontrakter. En gang imellem mistes en del af leverancerne til en national baseoliekonkurrent, som ligger tæt ved blandingsanlægget (Agip i Italien, Repsol i Spanien), men det sker oftere, at man overtager handelsmængder fra disse konkurrenter. Kvalitet, forsyningsikkerhed og ingen godkendelseskrav er afgørende for disse blandere, [...] ⁴⁵.
365. Under alle omstændigheder kan det konkluderes [...] ^{*}, at Exxon fungerer som swing-producent, idet selskabet leverer produkter til både nationale baseolieproducenter (Elf, Total, Agip, KPI, MOH) og BP-Mobil og Shell, når disse producenter står over for produktknaphed, vedligeholdelsesarbejder på raffinaderiet eller har behov for særlige kvaliteter. Når markedet bliver normalt, eller når produktionskapaciteten er tilbage på normalt niveau, falder disse kunder tilbage til deres egen produktion.

⁴³ [...] ^{*}.

⁴⁴ [...] ^{*}.

⁴⁵ Ved *toll blending* forstås blanding af smøremidler under en smøremiddelproducentens mærke og specifikationer (denne producent kan være uden produktionskapacitet i den pågældende region).

Som en konsekvens retter mindre baseolieraffinaderier opmærksomheden mod lokalt salg og eksport

366. Afhængigt af deres relative styrke (lokale førende virksomheder) kan regionale integrerede olieselskaber med blandingsaktiviteter være i stand til at vinde kontrakter med smøremiddelproducenter på visse regionale markeder (f.eks. OEM-*first fill* for biler produceret i baseolieproducentens hjemland, men ikke i andre lande). De er til stede inden for industrismøremidler, hvor kravene er baseret på den generelle præstation snarere end formuleringer og har opnået en stærk salgsposition inden for færdige smøremidler.
367. Små uafhængige smøremiddelproducenter tilkæmper sig også positioner på nichemarkeder. De er hovedsagelig aktive inden for specielle industrismøremidler, hvor konkurrencefaktorerne ikke er stærkt relateret til (integrerede) stærke positioner inden for baseolieproduktion, og hvor geografisk spredning og stordriftsfordele er mindre afgørende. Små lokale smøremiddelproducenter, som har specialiseret sig i industrismøremidler, vil være meget prisfølsomme og vil skifte baseolieleverandører for at styrke deres indflydelse. Teknisk kundestøtte, fleksibilitet og knowhow inden for specialanvendelser er de vigtigste konkurrencekriterier, og mindre, lokale raffinaderier klarer sig ofte særlig godt i så henseende. Disse lokale smøremiddelproducenter har normalt ikke tværregionale leverandører. De foretrækker at iværksætte fælles udviklingsprogrammer med lokale additivleverandører og regner med garanterede baseolieforsyninger nær deres blandingsanlæg. Betydningen af baseolie er også mindre relevant i forbindelse med disse særlige smøremidler. Således sælges f.eks. en speciel metalbearbejdningssvæske til en pris, der er tre gange højere end prisen på en olie til industrihydraulik. De baseolier, som denne metalbearbejdningssvæske består af, udgør 5 % af de samlede produktionsomkostninger i forhold til 35 % for additivernes vedkommende.
368. I forbindelse med industrismøremidler og skibssmøremidler er kombinationen af baseolie og additiv ligeledes vigtig, selv om godkendelsen kan ske internt. OEM'erne er i stigende grad klar over de potentielle virkninger af forskellige baseolier. Et skift til en anden baseolie kan kræve efterprøvninger af en række nøgleprodukter og kritiske præstationsparametre.
369. Foruden baseolieombytteligheden og godkendelsen af det færdige smøremiddel er en regional beliggenhed og OEM-godkendelser af afgørende betydning. Dette illustreres ved et baseolieraffinaderi, hvis baseolie kan ombyttes mellem mange anlæg, og som har angivet, at baseolieombyttelighed ikke automatisk fører til en garanteret afsætning. Denne virksomhed har bekræftet, at den har et meget begrænset salg til automobilanvendelser og kun har nogle få baseolie/additivgodkendelser. Ifølge virksomheden mangler den regional tilstedeværelse og stordriftsfordele for at kunne konkurrere med Exxon, BP-Mobil og Shell på europæisk niveau. Den påpeger, at den i stigende grad mister salg på det nationale marked for motorolier til fordel for Exxon og BP-Mobil som følge af skærpede OEM-krav og en udvikling hen imod en fælles efterspørgsel i EU. For 1999 er kun forsyningskontrakterne for industrianvendelser blevet fornyet. Den angiver også, at selv om den havde en tilladelse hos alle store additivleverandører, ville den ikke være i stand til at vinde fælleseuropæiske leveringskontrakter på grund af sin lokale tilstedeværelse (transportomkostningerne inden for EØS ligger på 10 %-12 % inklusive håndtering). Kun 9 % af produktionen

er beregnet til det fælleseuropæiske marked og anvendes udelukkende til industrismøremidler.

370. Den ovennævnte beskrevne markedsdynamik giver ikke de mindre baseolievirksomheder andet valg end at øge deres salg på eksportmarkederne. Det fremgår af den markedsundersøgelse, Kommissionen har gennemført, at mellem 20 % og 40 % af deres nuværende produktion sælges på eksportspotmarkedet. Som allerede angivet består en stor del af disse mængder af svære kvaliteter, som der er utilstrækkelig efterspørgsel efter i EØS. Disse salg sker for det meste på spotgrundlag og til priser, der ligger under priserne på EØS-markedet (20 % til 30 % under de nuværende priser).

[...]*

371. [...]*^{46 47 48}.

De mindre markedsdeltageres konkurrencemæssige pres på Exxon, BP-Mobil og Shell - Begrænsede muligheder for at øge deres salg på EØS-markedet

372. Som beskrevet ovenfor er de nationale markedsdeltageres muligheder for at konkurrere med tværregionale baseolieleverandører begrænset som følge af de større transportomkostninger, de skal afholde, og det mindre omfang af deres baseoliegodkendelse. Derved er disse mindre markedsdeltageres muligheder begrænset til forsyning af hovedsagelig lokale smøremiddelproducenter, som for det meste er orienteret imod industrismøremidler, eller til at eksportere deres produktion. Parterne har hævdet, at EØS-baseoliermarkedet påvirkes af stor overkapacitet, som begrænser enhver markedsdeltagers mulighed for at påvirke priserne eller produktionen. Under Kommissionens markedsundersøgelse har konkurrenterne sat spørgsmålstegn ved relevansen af den påståede strukturelle overkapacitet, hvorved Exxons/Mobils handlefrihed skulle blive begrænset. Der er nemlig ingen overkapacitet på markedet, men snarere en overskudsproduktion, der ikke kan sælges på EØS-markedet. Dette skyldes følgende faktorer:

Den faktiske overkapacitet er ikke rigtig angivet af parterne

373. Parterne har defineret overkapacitet som forskellen mellem beregnet kapacitet og faktisk produktion. Beregnet kapacitet ser imidlertid ud til at være en upålidelig indikator for et baseolieraffinaderis produktionskapacitet. I stedet for at tale om overkapacitet synes det mere relevant at fokusere på overskudsproduktionen (dvs. forskellen mellem den nuværende produktion og det nuværende forbrug i EØS).
374. Først og fremmest har parterne opdateret deres data vedrørende den beregnede kapacitet, og de indrømmer, at de beregnede kapaciteter, der er angivet i CO-formularen er betydeligt højere end den faktiske produktionskapacitet. Alene på grundlag af den produktionskapacitet, der er nedlagt, har parterne revideret deres

⁴⁶ [...]*

⁴⁷ [...]*

⁴⁸ [...]*

oprindelige 'over 30 % overkapacitet' til under 24 %, om end der er tale om forskellige måder at vurdere overkapaciteten på⁴⁹. Disse tal drages stadig i tvivl. For eksempel har parterne foretaget en nedadgående revision for mange af de offentligt tilgængelige overslag over den beregnede kapacitet for deres egne anlæg, men ikke for konkurrenternes. I øvrigt er disse tal baseret på kapacitet uden differentiering af produktet. Konkurrenter som Nynäs producerer kun naftinisk baseolie (gruppe V) til specifikke industrianvendelser, der ikke kan konkurrere med paraffinsk baseolie, der anvendes til motorolie eller generelle industrismøremidler (uden specifikke anvendelser såsom trykfarve eller gummi) som følge af prisforskellen og de tekniske specifikationer. Det samme gælder for de raffinaderier, der producerer baseolier i gruppe III eller IV.

375. Der er mange grunde til, at den beregnede kapacitet anslås højere end den reelle kapacitet for baseolieraffinaderier. Dette skyldes f.eks. flaskehalse i produktionsprocessen og raffinaderilukninger på grund af vedligeholdelse, som reducerer den effektive produktionskapacitet. En vigtig baseoliekonkurrent oplyser, at på grund af alderen på en række baseolieanlæg i EU ligger den faktiske gennemsnitlige produktionskapacitet under den beregnede kapacitet. Disse raffinaderier nyder ikke længere godt af afhjælpningen af flaskehalse [...] ⁵⁰
376. Parterne har udførligt citeret en undersøgelse af den europæiske raffinaderibranche, som er foretaget af Roland Berger. Et af resultaterne af denne undersøgelse var, at som følge af de høje faste omkostninger er raffinaderierne tilbøjelige til på ethvert tidspunkt at producere med maksimal kapacitet. Exxons og BP-Mobils konkurrenter har således anført over for Kommissionen, at deres anlæg kører med maksimal kapacitet (gælder dog ikke for baseolieraffinaderier, der producerer andet end baseolier i gruppe I), og at det ikke vil være rentabelt at reducere udnyttelsen af deres raffinaderier. Cepsa angiver, at selv med store mængder til eksport uden for EØS (til lavere priser end inden for EØS) udnyttes anlægget 100 %. Ifølge Cepsa er en reduceret udnyttelse af produktionskapaciteten ikke rentabel.
377. Den samlede overskudsproduktionssats beregnet som eksportens andel af handelsmarkedssalget er på 26 %. Ca. [...] ^{*} af denne overskudsproduktion tegner de fusionerende parter sig imidlertid for. Tredjemands overskudsproduktion udgør ca. [...] ^{*}% af de fusionerende parters handelsmarkedssalg i EØS. Som forklaret nedenfor er det imidlertid usandsynligt, at denne overskudsproduktion kunne dække efterspørgslen i EØS.

Produktionen af baseolie til EØS-markedet kan ikke uden videre øges ved at justere raffinaderierne

378. Parterne har fremført, at baseolieproduktionen i EØS omkostningsfrit kunne øges med 5-10 % gennem bedre tilførsel af råolie og justering på raffinaderiet. Kommissionens markedsundersøgelse har dog vist, at de fleste raffinaderier i EØS allerede benytter de mest velegnede typer råolie til at fremstille baseolier. Det ville desuden være irrationelt at forvente, at raffinaderierne ikke allerede skulle have

⁴⁹ [...] ^{*}

⁵⁰ [...] ^{*}

optimeret deres produktion ved at finjustere deres anlæg. Nogle af Exxons og BP-Mobils største konkurrenter har oplyst, at de ofte mangler lettere kvaliteter.

379. Endelig kunne det fremføres, at nogle raffinaderier hellere vil videreraffinere baseolier og fremstille brændstof og når som helst kunne standse denne proces og dermed øge deres produktion af baseolier. Parterne har imidlertid forklaret, at videreraffinering af baseolier til brændstof ikke har været økonomisk rentabelt i de sidste ti år.
380. Et raffinaderi kan imidlertid beslutte at anvende sin produktion af baseolie til at fremstille brændstof. En mindre konkurrent, som producerer gruppe III-baseolier, har oplyst, at vedkommende overvejer at gå over til brændstofproduktion, hvis det ikke lykkes at øge produktionen af baseolier (på grund af ringe efterspørgsel). [...] ⁵¹.
381. Valg af råolie/råmateriale påvirker størrelsen af den effektive produktion. Det ser f.eks. ud til, at mindre raffinaderier reagerer på faldende eksportpriser ved at bruge skiferråolie, som giver dem mulighed for at udnytte råmaterialet til øget brændstofproduktion og dermed lavere produktion af baseolier. Kuwait Petroleum International (KPI), som er en vigtig baseoliekonkurrent, udtrykker det på følgende måde: *"Et raffinaderi vil maksimere sine lokale muligheder. Derefter vil virksomheden enten ikke producere baseolier og anvende råmaterialet til fremstilling af brændstof, og dermed ikke udnytte kapaciteten til raffinering af baseolier, eller beslutte at producere baseolier og sælge dem på eksportmarkedet (til uden for EU)".* En anden konkurrent udtaler: *"Vi vil bruge råmaterialet til at øge brændstofproduktionen, hvis udnyttelsesgraden er lav."*

Eksporten af baseolier fra EØS kan ikke uden videre omledes til EØS-markedet

382. Baseolier, der eksporteres fra EØS, kan normalt ikke forbruges lokalt, fordi de ikke opfylder de lokale krav. Selv om de standardkvaliteter (f.eks. 150 Solvent Neutral), som alle de europæiske raffinaderier udbyder og sælger, er de samme på eksportmarkederne som i EØS, er efterspørgslen ikke den samme på eksportmarkederne og i EØS.
383. Svære kvaliteter har traditionelt været meget efterspurgt i eksportregionerne til anvendelse som motorolie i varmere klimaer, som industrielle smøremidler (sværindustri på nye markeder) og som sværere procesolier (dækproduktion). Indtil denne eksport fik konkurrence fra asiatiske producenter, blev sværere kvaliteter solgt til højere priser. Forbruget af lettere kvaliteter i EØS er steget i takt med kravene til motorsmøremidler, mens der er større mængder sværere kvaliteter på markedet og mindre efterspørgsel (krisen i Asien). Denne forskel i kvaliteter fremgår af de betydelige prisforskelle mellem eksportmarkederne og EØS-markedet, som er illustreret nedenfor.

USD pr. ton	Aug 98	Sep 98	Okt 98	Nov 98	Dec 98	Jan 99	Feb 99	Mar 99	Apr 99	Maj 99
Icis 150	272,5	268,7	266,0	265,0	262,3	255,6	255,0	250,0	245,0	245,0

⁵¹ [...]*

EØS										
Icis 150 Eksport	240,0	236,2	231,1	218,0	204,0	196,8	189,1	179,8	175,0	175,0
Forskel	32,5	32,5	34,9	47,0	58,3	58,8	65,9	70,2	70,0	70,0
% af EØS-pris	12%	12%	13%	18%	22%	23%	26%	28%	29%	29%

USD pr. ton	Aug 98	Sep 98	Okt 98	Nov 98	Dec 98	Jan 99	Feb 99	Mar 99	Apr 99	Maj 99
Exxon SN600	[...]*									
Mid-ICIS 500SN Eksport	237,5	233,7	228,6	215,5	192,1	179,3	177,5	173,6	170,0	170,0
Forskel % af EØS-pris	[...]*									

384. De to ovenstående tabeller viser prisudviklingen for to typiske baseolier i EØS sammenlignet med eksportpriserne for samme kvalitet. Det er slående, at prisforskellen stiger fra 11-12 % af EØS-prisen i august 1998 til 26-29 % i maj 1999. Hvis eksporten på en eller anden måde kunne omdirigeres til at dække efterspørgslen i EØS, er der ingen tvivl om, at raffinaderierne i EØS ville have gjort det for længst på grund af den vedvarende prisforskel, som endog er steget kraftigt i det seneste års tid.
385. Eksportspotpriserne ligger væsentligt under EØS-priserne for en given baseolie (f.eks. SN 150), hvilket ud over virkningerne af langfristede kontrakter og potentielle kvalitetsforskelle kun skal skyldes virkningerne af udbud og efterspørgsel. Som parterne har oplyst, vil et raffinaderi vælge at dumpe en bestemt mængde på spotmarkedet, når lagrene nærmer sig maksimum, og være villigt til at acceptere et markedsprisniveau, der dækker omkostningerne ved at producere baseolien, frem for ikke at udnytte kapaciteten. På et langt marked kan denne værdi være lavere end de samlede driftsomkostninger, men stadig rentabel for producenten. Det er dog vigtigt at understrege, at Exxon, Shell og i mindre udstrækning BP-Mobil sælger meget lidt på spotmarkedet i forhold til de nationale konkurrenter på baseolienmarkedet. Som nævnt består Exxons, Shells og BP-Mobils omsætning hovedsagelig af terminssalg, mens konkurrenterne er orienteret mod spotmarkedet. Hvis der er tale om fleksibilitet på markedet til at omlægge mængder fra eksport til forbrug i EØS, er det klart, at med den nuværende prisforskel på 28 % gælder denne fleksibilitet ikke for producenter, som hovedsagelig er orienteret mod spotmarkedet. Som nævnt koncentrerer raffinaderier med et enkelt baseolieanlæg og begrænsede godkendelser sig om lokale blandere eller sælger på spotmarkedet (i og uden for EØS). Under alle omstændigheder er de mængder af lettere kvaliteter, der eksporteres til lande uden for EØS, begrænset på grund af de højere priser og den lavere efterspørgsel uden for EØS. Den mængde baseolier, der blev eksporteret af Exxon-Mobils ni vigtigste konkurrenter i 1998, fordelte sig på følgende måde på forskellige viskositeter: light neutrals ([...]*%), medium neutrals ([...]*%), heavy neutrals: [...]*%. Nogle

konkurrenter har endog beskrevet markedet for lette baseolier som stadig mere stramt.

386. I et internt Mobil-dokument⁵² beskrives virkningen af rationalisering for de lettere kvaliteter på følgende måde: [...]*
387. I henhold til oplysninger fra parternes største konkurrenter (Agip, Cepsa, DEA, Elf, KPI, Repsol, Shell, TotalFina, Petrogal) fordelte salgsmængderne af baseolier i 1998 sig på følgende måde på forskellige viskositeter: light neutrals (45 %), medium neutrals (8,9 %), heavy neutrals (46,1 %).

På trods af de højere priser i EØS har producenterne af baseolier ikke mulighed for at øge deres produktion af de lettere kvaliteter, som der er dobbelt så stor efterspørgsel efter i EØS. Producenter af baseolier i EØS kan ikke gå over til øget produktion af lettere kvaliteter uden omfattende investeringer, idet konkurrenterne har oplyst, at de har optimeret deres LN-produktion

388. Konkurrenterne har oplyst, at fleksibiliteten i produktionen af baseolier er forholdsvis begrænset. En given råolie giver kun mulighed for at opnå en bestemt viskositet. At vælge andre råolier end dem, der i øjeblikket anvendes af Exxons og BP-Mobils største konkurrenter, vil kun få meget begrænset virkning (3-5 %) på produktionen af lettere kvaliteter. At skifte råolie kræver desuden, at raffinaderiet har tilstrækkelig ledig kapacitet. Er det ikke tilfældet, kræves der en investering på ca. 50 mio. USD (tal baseret på konkurrenternes vurdering).
389. Man kan opnå øget produktion af lettere kvaliteter ved at konvertere tungere råoliemolekyler til lettere, hvilket vil kræve opførelse af et hydrokrakningsanlæg (til en investering på ca. 100 mio. USD).
390. Parterne har påpeget muligheden for at benytte mere velegnede smøremiddelråmaterialer. Konkurrenterne har påpeget, at dette vil være yderst urentabelt, da råmateriale specielt til smøremidler er 10 USD dyrere pr. ton end det normale råmateriale (som brændstofraffinaderier benytter). Antager man, at den lette baseolie givet et udbytte på ca. 20 % af råmaterialet, vil der blive tale om et underskud på næsten 50 USD/ton i meromkostningerne for den lette baseolie, hvilket vil mindske bruttofortjenstmargenerne med ca. [...]***⁵³. Hertil skal lægges transportomkostningerne for råmaterialet til smøremidler og tab af indtægter fra salg af *heavy neutral*-baseolie. Flere konkurrenter har oplyst, at de ikke er i stand til at finde råmateriale til smøremidler uden at pådrage sig urentable transportomkostninger.
391. Volatilitet er det andet element. Et raffinaderi har to valgmuligheder, nemlig at forbedre Noack-volatiliteten (hvilket er påkrævet med den nuværende generation af smøremidler) og betale en pris på mindst 10 % i produktivitetstab ved en kraftigere raffinering, eller at eksportere et produkt med lavere krav til volatilitetsspecifikationer til det mindre kvalitetscentrerede eksportmarked. En vigtig

⁵² [...]*

⁵³ [...]*

baseoliekonkurrent udtaler: "*Volatilitetsbegrænsninger for SN150 har en tendens til at mindske den volumetriske produktionskapacitet for disse kvaliteter i modsætning til overkapacitet*".

392. Det er muligt, at nogle raffinaderier vælger at fremstille *light neutrals* af en væsentligt bedre kvalitet end Exxon og BP-Mobil og dermed har mindsket deres produktion af lette kvaliteter. På den anden side understregede parterne i deres CO-formular, at Cepsa, Repsol og Petrogal garanterer/markedsfører lette baseolier med lav volatilitet, og at dette er disse raffinaderiers særskilte styrke. Kommissionen konkluderer, at disse producenter ikke ville vælge at fremstille sådanne lette kvaliteter med lav volatilitet, hvis der ikke fandtes en underliggende markedefterspørgsel herefter, og at volatilitet er et vigtigt element i vurdering af muligheden for at øge produktionen af lette kvaliteter.
393. Det fremgår af ovenstående, at overproduktionen på markedet for baseolier især er en realitet for de sværere baseolier, som ikke konkurrerer på det europæiske marked for automobilanvendelser. Raffinaderierne kører med fuld kapacitet eller har i det mindste en produktion af den pågældende kvalitet, der udnytter deres anlægs kapacitet fuldt ud. Yderligere konvertering til gruppe III-baseolier vil snarere medføre, at ineffektive baseolieanlæg bliver lukket end at skabe overskudskapacitet, og yderligere produktion i tidligere importlande uden for Europa opvejes af en nedskæring af kapaciteten i Europa. Da den nuværende efterspørgsel efter gruppe III-baseolie stadig er marginal, vil den nuværende kapacitet til produktion af gruppe III-baseolier ikke blive forøget, hvilket illustreres af Nestes nye anlæg, som kun udnytter en brøkdel af sin kapacitet. Exxon, BP-Mobil og Shell har betydelig kapacitet til at dække handelsmarkedet, og hvis de regionale selskaber har overskudskapacitet, hæmmer godkendelsesreglerne og deres begrænsede geografiske udbredelse deres muligheder for at konkurrere på europæisk plan.
394. Eksporten er faldet på grund af krisen i Asien og etablering af ny kapacitet på tidligere eksportmarkeder. Samtidig med, at Shell og BP-Mobil har åbnet højkapacitetsanlæg i Asien (Singapore), er tre baseolieanlæg i EØS imidlertid blevet lukket, hvorved kapaciteten i EØS er faldet med over 7 %. Overkapaciteten som følge af den mindskede eksport til lande uden for EØS er derfor blevet opvejet af lukningen af kapacitet i EØS.

Markedspriser, fortjenstmargener og virkningen af overkapacitet

395. Parternes oplysninger viser, at baseoliepriserne i EØS i det store og hele har været stabile i de sidste ti år. Udviklingen i bruttofortjenstmargenerne som en procentsats af salgsprisen viser, at der ikke er sket noget fald i de sidste ti år. Exxons beregnede bruttofortjenstmargen for SN150 og SN600 lå mellem [...]*. En sammenligning af bruttofortjenstemargener og omkostninger i perioden[...] * viser, at der er en høj grad af sammenhæng både mellem beløbene og de absolutte udsving. Med andre ord er priserne kun blevet påvirket ubetydeligt af udsving i omkostninger i denne periode. Dette er ikke typisk for et marked, som skulle være præget af en betydelig overkapacitet. På et marked med overproduktion ville man forvente, at et fald i omkostningerne øjeblikkeligt ville blive fulgt af et prisfald. Selv om der er overkapacitet påvirker det med andre ord Exxon i langt mindre grad end konkurrenterne, som ligger i Solomons tredje eller fjerde omkostningskvartil.

396. [...] *⁵⁴

397. [...] *⁵⁵

398. [...] *⁵⁶

Exxons unikke rolle

399. Exxons Augusta-anlæg (på Sicilien) bruges hovedsagelig til at forsyne termiskunder på eksportmarkederne. [...] *.

400. [...] *⁵⁷

Fusionens virkninger for konkurrencen på markedet for baseolie

Markedsstrukturen efter fusionen

401. Efter en fusion vil Exxon og BP-Mobil tilsammen få en markedsandel på mellem [40-50] *% og [40-50] *%, afhængigt af om den beregnes på grundlag af *den nominelle kapacitet* eller parternes evne til at sælge på handelsmarkedet (se ovenstående tabel). Deres nærmeste konkurrent vil være Shell med en markedsandel på ca. 18 % (på grund af den nominelle kapacitet) og 10-14 % på grundlag af salg til tredjemand. Total og Agip vil få markedsandele på under 8 %. Alle de øvrige konkurrenter vil få markedsandele på under 5 %.

402. Parterne har oplyst, at en række nationalt integrerede producenter af baseolier har omfattende ledig kapacitet, som kunne udnyttes på handelsmarkedet. Med udgangspunkt i deres stærke konkurrenceposition ville de derfor være i stand til ubesværet og umiddelbart at imødegå ethvert forsøg fra parternes side på at hæve priserne efter en fusion. De tilføjer, at fusionen ikke vil skabe eller styrke en dominerende stilling, da markedet er kendetegnet af en betydelig strukturel overkapacitet på [...] *% af den nominelle kapacitet. Parterne oplyser endvidere, at udnyttelse af den mere avancerede gruppe III-kapacitet endog vil give endnu større gruppe I-kapacitet. På samme måde hævder parterne, at EØS-eksporten vil blive ført til EØS for at udnytte prisstigningen.

403. Som nævnt ovenfor er ingen af disse påstande blevet bekræftet af Kommissionens markedsundersøgelse.

De fusionerende parter kunne have fordel af at hæve priserne eller at udøve pristryk

404. Kun Shell vil få mulighed for pålægge Exxon/Mobils adfærd begrænsninger. Ifølge markedsoplysninger er Shells baseoliestrategi lagt af an på at dække eget forbrug, og selskabets kapacitet til at gå ind på handelsmarkedet er ikke tilstrækkelig til at opveje

⁵⁴ [...] *

⁵⁵ [...] *

⁵⁶ [...] *

⁵⁷ [...] *.

den markedsstyrke, Exxon og Mobil tilsammen vil få. Desuden har Shell og Exxon fælles interesser og fælles kontrol over en række foretagender, især additivproducenten Infineum. Shell har oplyst, at en prisstigning på 5 % ikke ville være et tilstrækkeligt incitament til at overveje at øge produktionen af baseolier. Shells baseoliepolitik er at dække det interne behov først. Rentabiliteten af den øvrige produktion vurderes i lyset af de samlede aktiviteter med raffinering af brændstof/smøremidler, som er kraftigt understøttet af produktion af specialprodukter (hvide olier, fedt og voks) og procesolier. Shell vil derfor følge det prispførende selskab i baseolieproduktionen.

405. Exxon kunne disciplinere sine konkurrenter, hvis de ikke fulgte selskabets prisbevægelser. [...]*. Udsigten til at se markedsprisen falde som følge af et sådant træk fra Exxon kunne afholde alle konkurrenter fra at underbyde selskabet aggressivt.
406. Baseoliekonkurrenterne har påpeget, at i tilfælde af prisstigninger vil de (med de nuværende priser) følge det prispførende selskab. Selv om parterne har understreget overkapaciteten i EØS, er dette ikke blevet bekræftet af udenforstående baseoliekonkurrenter. De vigtigste konkurrenter (med en lang række godkendelser af færdige smøremidler, som Shell, Total, DEA og KPI) har alle oplyst, at de ikke har ledig kapacitet eller eksportmængder, som kan konkurrere rentabelt på EØS-markedet. Dette illustreres yderligere af Totals overtagelse af Fina. [...]*. Total har underrettet Kommissionen om, at selv om selskabet har større kapacitet, end det skal bruge til at dække sit interne salg på EØS-markedet, har det ikke tilstrækkelig kapacitet til produktion af lette baseolier uden større investeringer. Kommissionen mener derfor, at Total ikke vil være i stand til at levere baseolie til Finas blandingsaktiviteter.

Kundernes begrænsede forhandlingsstyrke

Begrænsede alternativer

407. Parterne har fremført, at de ikke vil kunne udøve nogen markedsstyrke, fordi de vil få en koncentreret og sofistikeret efterspørgsel fra smøremiddelblanderne. Dette argument kan dog ikke accepteres, fordi de større smøremiddelblandere kun vil kunne gå til enten Exxon-BP-Mobil eller Shell. Hvor smøremiddelblanderne inden fusionen kunne spille de tre selskaber ud mod hinanden, vil denne mulighed ikke længere foreligge efter fusionen, hvor Exxon-BP-Mobil vil dominere markedet. De store smøremiddelblandere har klart tilkendegivet, at kvalitet og forsyningssikkerhed er vigtigere end prisen, og at de ofte begrænser antallet af leverandører til deres tværregionale aktiviteter til to eller højst tre. Efter fusionen vil de ikke have noget valg, fordi Shell kun har begrænset kapacitet til at dække handelsmarkedet, som ikke allerede er bundet af terminkontrakter.
408. Konkurrerende blandere har udtalt, at hvis Exxon-BP-Mobil hævede priserne med fem procentpoint, ville de af de årsager, der er nævnt ovenfor, få svært ved at skifte baseolieleverandører. Alternativet til at skifte både baseolie- og additivleverandør ville blive overvejet, fordi der ville blive mulighed for at købe ind hos forskellige additivselskaber og udnytte de nuværende fulde godkendelser. De vil dog ikke kunne ske hurtigt, især fordi det vil tage tid at afvikle eksisterende additiver, opbygge nye lagre og indhente OEM-godkendelser. Baseoliekonkurrenterne har anslået perioder på mellem 12 og 18 måneder og omkostninger på mellem 300 000 EUR og

700 000 EUR. I praksis vil blanderen acceptere prisstigningen, når vedkommende starter en helt ny formulering fra bunden, hvis den forventede salgsmængde kan opveje de påkrævede udgifter til forskning og udvikling. Smøremiddelblandere vil blive klemmt mellem de højere priser på baseolier og deres kunder, eftersom markedet for smøremidler forekommer at være konkurrencepræget.

Den påtænkte revision af ATIEL's regler kan ikke forventes at få virkninger for markedet

409. Parterne har endvidere fremført, at ATIEL's regler for baseoliers ombyttelighed (og dermed hvor let baseolier kan anvendes i smøremiddelformuleringer) vil blive ændret i 1999. De påtænke ændringer af ATIEL vil give mindre producenter af baseolier mulighed for at skabe ombyttelige familier af baseolier. Det er korrekt, at ATIEL, en handelsorganisation med en lang række smøremiddelselskaber som medlemmer, har bebudet en revision af sine retningslinjer for baseoliers ombyttelighed. Denne revision anmodede de nationale raffinaderier og smøremiddelblandere om for nogle år siden. Årsagen var tilsyneladende, at selskaber med mulighed for raffinering af forskellige produkter har en betydelig fordel frem for selskaber, som kun har adgang til én form for raffinering. Da revisionen ikke er gennemført endnu, mener Kommissionen, at vurderingen af den påtænkte fusion skal baseres på de nugældende krav i ATIEL's retningslinjer for baseoliers ombyttelighed frem for en mulig kommende revision.
410. Det er faktisk stadig meget usandsynligt, at disse ændringer vil blive foretaget. ATIEL repræsenterer smøremiddelsektoren og har repræsentanter fra de uafhængige smøremiddelblandere og de nationale integrerede olieselskaber. Selv om de tværregionale integrerede olieselskaber (Exxon, BP-Mobil og Shell) er i mindretal, skal ændringen af reglerne vedtages enstemmigt. At anmodningen om ændring af ATIEL's regler blev fremsat for tre år siden, viser, at beslutningsprocessen kan være besværlig og lang og endnu ikke er afsluttet. Selv hvis forslaget blev vedtaget enstemmigt, skulle det stadig vedtages af ATC og ACEA. Der kan ikke ventes særlige problemer med ATC (additivleverandørerne), men ACEA (som repræsenterer OEM'erne) vil derimod kræve bevis for, at en ændring af ATIEL's regler ikke vil få negative følger for kvaliteten af det færdige smøremiddel (og dermed produktansvaret), hvilket kan hindre en hurtig gennemførelse (eller endog accept) af de foreslåede ændringer.
411. Selv hvis revisionen blev vedtaget fuldt ud i henhold til forslaget (i retning af et system, hvor to eller flere selskaber foretager tests sammen for at opnå ombyttelighed), mener Kommissionen ikke, at den mulige begrænsning af baseolieombyttelighed vil være en vigtig faktor for vurderingen af markedet. De største europæiske producenter har indvilget i via deres repræsentanter i ACEA at vedtage en række tekniske minimumsspecifikationer for benzin- og dieselmotorer, hvor spørgsmålet om baseolieombyttelighed er omfattet af ATIEL's regler. I Europa er fordelingen af OEM's brug af API- og ACEA-specifikationer stort set 50/50, idet japanske og amerikanske producenter især bruger API-specifikationer, mens europæerne benytter ACEA. Biler, der er produceret uden for Europa, vil derfor bruge API-specificerede smøremidler, og blandere af automobilsøremidler bliver derfor godkendt efter begge sæt specifikationer for at kunne sælge tilstrækkeligt meget på markedet. I realiteten angiver næsten alle automobilsøremidler på markedet en API-specifikation, da man mener, at forbrugerne har bedre kendskab til

API. Additivleverandørerne har påpeget, at smøremidler med ACEA-godkendelse generelt ikke markedsføres isoleret og er mærket med andre godkendelser. Derfor skal automobils smøremidler godkendes efter begge regelsæt for at kunne sælge tilstrækkeligt meget på markedet. De påtænkte ændringer vil derfor kun påvirke *first fill*-markedet i EØS, hvor Exxon (og i mindre grad BP-Mobil) står meget stærkt. De nationale baseolieproducenter/smøremiddelblandere forventer, at mindre strikse ATIEL-regler før eller siden vil føre til en fælles ACEA-API-standard, selv om det endnu ikke er sket (eller planlagt). Da API ændrer specifikationer hver andet år, vil den faktiske byrde i form af godkendelse og manglende ombyttelighed for baseolier forblive uændret.

412. Endvidere opstiller ACEA kun tekniske minimumsspecifikationer. De enkelte OEM'er stiller strengere krav. F.eks. har Ford sine egne produktspecifikationer, som leverandørerne skal overholde ikke blot i EU, men i hele verden. Disse specifikationer er baseret på API. For at nævne et andet eksempel bruger Volkswagen kun API-standarder.

Udøvelse af markedsstyrke

413. Det kan på baggrund af ovennævnte udviklinger konkluderes, at Exxon og BP-Mobil vil få en dominerende stilling på EØS-markedet for baseolier. Markedsundersøgelsen har vist, at fusionen ikke vil skabe eller styrke en dominerende stilling inden for additiver eller færdige smøremidler. Imidlertid kan den markedsstyrke, som et fusioneret Exxon-BP-Mobil-selskab vil udøve på markedet for baseolier, og Infineum nuværende styrke skabe en stærkere stilling inden for færdige smøremidler. For udviklingen af kommende generationer af smøremidler, kan en sådan kontrol over forsyningskæden for smøremidler skabe en situation, hvor konkurrencen vil blive begrænset væsentligt.
414. Efter fusionen kan det kombinerede Exxon-BP-Mobil-selskab udnytte sin dominerende stilling inden for baseolier gennem forskellige strategier. Det kan f.eks. have et incitament til at udnytte den på baseolieplan til at hæve omkostningerne for uafhængige konkurrenter på markedet for smøremidler. For at gøre dette kunne selskabet lægge pres på de mindre aktører gennem højere priser på baseolier, gennem standardisering af produkter med et stigende antal nye formuleringer godkendt gennem brug af selskabets baseolier eller Infineums additivpakker, eller ved at foretage pludselige prisstigninger, sammenkæde salget af baseolier og additiver og begrænse salget af råmaterialer. Shell ville også nyde godt af en sådan strategi, da den ville styrke konsolideringen af selskabets position på markedet for smøremidler. Små producenter af baseolie ville ikke være i stand til at træffe modforanstaltninger, da additivleverandørerne ikke bruger deres baseolier som referencer. Selv hvis de har en international dimension, er de nødt til at hente baseolier fra forskellige kilder (egenproduktion i nogle lande, men konkurrenternes baseolier i andre lande), hvilket tvinger dem til at bruge mere tid og flere penge på forbedringer (både API/ACEA og OEM'er) og svækker dem i konkurrencen.
415. Efter fusionen kunne det kombinerede Exxon-BP-Mobil-selskab have et stærkere incitament til at udfordre et baseoliermarked i forandring ved at vinde markedsandele fra nationale integrerede olieselskaber, f.eks. gennem lave priser. Kun Shell vil antagelig kunne tilpasse sig lave priser, og de øvrige aktører med ringe EØS-efterspørgsel kan blive nødt til at søge at afsætte deres produktion på

eksportmarkedet. Dette ville undergrave de nationale aktørers konkurrencemæssige stilling og lægge øget pres på industrien for at lukke forældede baseolieraffinaderier, da det for nogle anlæg ikke længere ville være økonomisk rentabelt at fortsætte driften. Nedlæggelse af kapacitet vil fjerne den nuværende lille effektive overkapacitet. Hvis Exxon-BP-Mobil fik held med en sådan strategi, kunne selskabet senere igen hæve priserne.

416. Ved at udnytte kombinationen af sin styrke på baseolie markedet ([40-50]*%) og markedet for smøremidler ([20-30]*%) kunne Exxon-BP-Mobil muligvis udvide sin dominerende stilling på markedet for baseolier til aktiviteter inden for additiver og smøremidler. Det fusionerede selskab vil være i stand til at styre udviklingen af nye smøremidler og skabe tætte forbindelser med OEM'er og producenter af additiver, hvilket igen vil gøre det vanskeligt for konkurrenter at komme ind på markedet.
417. Markedet for pakker af additiver er afhængigt af markedet for færdige produkter, der indeholder sådanne additiver. Markedsstyrke kan udøves ved at koncentrere forsyningskæden for smøremidler. Da pakker af additiver i stigende grad er bundet til specifikke baseolier, fordi producenterne skal leve op til OEM'ernes krav om højere ydelser, er overkapacitet inden for baseolier ikke længere nogen garanti for et konkurrencepræget marked. Uafhængige blandere vil i stigende grad bruge Exxon-BP-Mobils og måske Shells baseolier, da de straks testes og godkendes af leverandørerne af additiver. Udvikling af blandinger af additiver med andre baseolier vil blive dyrere, da producenterne af additiver ikke længere er sikret et tilstrækkeligt stort salg af disse baseolier.
418. Udvikling, testning og godkendelse af andre baseolier end Exxon-BP-Mobils vil i stigende grad skulle finansieres af blanderne af smøremidler. Disse trin i udviklingen af smøremidler, som ellers har været (delvis) finansieret af leverandøren af additiver, vil pålægge blanderne betydelige omkostninger. Små uafhængige blandere vil blive ramt først og forsvinde fra markedet. Nationale integrerede blandere vil begrænse deres aktiviteter til deres hjemlande. Meget rentable blandere som Castrol, Fuchs eller Texaco vil også blive ramt af de stigende omkostninger og nå et punkt, hvor de ikke længere kan konkurrere med Exxon-Mobil og Shell på prisen. Deres budgetter til forskning og udvikling og marketing vil blive beskåret, hvilket vil bekræfte Exxon-BP-Mobils ledende position på markedet.

Konklusion

419. På baggrund af ovenstående kan man konkludere, at transaktionen vil skabe en dominerende stilling på markedet for baseolier i EØS.

Additiver

420. Markedet for additiver er meget koncentreret. De fem førende selskaber sidder på 86 % af verdensmarkedet (og mere end 90 % af additiverne til motorolier). Lubrizol og Ethyl (henholdsvis nr. 1 og 3 på markedet) beskæftiger sig kun med additiver. Texaco (nr. 5) har sit eget additivselskab, men producerer ikke baseolie, og nr. 4, Chevron (Oronite), markedsfører kun smøremidler i Europa. Infineum indtager andenpladsen og blev oprettet i begyndelsen af 1998 ved at slå Shells og Exxons aktiviteter inden for additiver sammen. Alle fem producenter fremstiller både DI-pakker og VI-improvers. Selv om Infineum ikke vil blive styrket mærkbart på grund af Mobils begrænsede andel ([...]*%) af additivmarkedet, skal det bemærkes, at

Infineum efter fusionen vil have direkte forbindelse til alle tværregionale baseolieproducenter, som har overkapacitet af godkendte produkter i automobilegementet af handelsmarkedet. På grund af den begrænsede overlapning vil fusionen ikke skabe eller styrke en dominerende stilling på markedet for additiver til smøremidler.

Smøremidler

421. I den nuværende konkurrencesituation konkurrerer en række store aktører i hele Europa. Disse markedsdeltagere er enten vertikalt integrerede selskaber som de anmeldende parter eller uafhængige blandere som Castrol eller Fuchs. Både Exxon og Mobil har omfattende aktiviteter i smøremiddelsektoren og konkurrerer med (nationale) integrerede olieselskaber som Agip, TotalFina, Elf, Repsol, Statoil, Nynäs, Texaco, Shell (der må betragtes som verdens største producent af smøremidler til biler og industriel anvendelse) og uafhængige smøremiddelselskaber som Castrol og Fuchs/DEA.
422. Exxons andel af markedet for færdige automobilsmøremidler var i 1996 på 10 %, BP-Mobils (tilsammen) var på 13 %. I samme periode anslår Enerfinance, at Shell tegnede sig for 13 %, Castrol for 7 %, Elf 6 % og TotalFina 6 %. Exxons andel af markedet for færdige industrielle smøremidler var på 8 %, mens BP-Mobils (tilsammen) var på 17 %. I samme periode anslår Enerfinance, at Shell tegnede sig for 11 %, Castrol 6 %, AGIP 6 %, KPC 4 %, Elf 3 % og TotalFina 5 %.
423. På markedet for smøremidler til skibe er Shell markedsførende med 21 %. Exxon (12 %) og Mobil (18 %) er stærkt repræsenteret. BP's markedsandel er på ca. 14 %. Castrol, Elf og Texaco har hver ca. 10 %.
424. Selv om parterne ved at kombinere Exxons effektivitet og Mobils varemærkestyrke vil blive langt den største blander og markedsfører af smøremidler, vil fusionen ikke skabe en dominerende stilling, medmindre selskaberne udnytter deres dominans på markedet for baseolier. Smøremiddelindustrien må forventes at forblive konkurrencepræget med konkurrenter som Shell, Castrol, TotalFina eller Elf. Endvidere vil kunder som distributører eller OEM'er antagelig få endnu større indflydelse og købekraft i fremtiden.

E. RAFFINERING OG MARKEDSFØRING AF BRÆNDSTOF (DOWNSTREAM-OLIE)

GENEREL OVERSIGT

425. Downstream-aktiviteterne omfatter raffinering af råolie og markedsføring og distribution af raffinerede produkter til slutbrugerne.

Forsyningskæden

Raffinering

426. Raffinering af råolie omfatter generelt følgende processer: *i*) fragmentering af råolien i de kulbrinter, den består af, *ii*) konvertering, dvs. ændring af produkternes kemiske sammensætning, *iii*) behandling, der består i at begrænse uønskede elementer eller typer af specifikke molekyler til acceptable niveauer, og *iv*) blanding, dvs. sammenføring af forskellige raffinerede produkter for at opfylde markedsspecifikationerne.
427. Raffinerede produkter klassificeres ofte som lette destillater (LPG, motorbenzin, nafta), mellemsvære destillater (dieselolie, gasolie, kerosen) og svære produkter (fuelolie og bitumen).

Salg og markedsføring af raffinerede produkt

428. Raffinerede produkter sælges enten gennem detail- eller engrosdistributionskæden. Detailsalget omfatter salg til bilister gennem tankstationer. De produkter, der sælges i detailhandelen, er motorbenzin og dieselolie. I nogle lande distribueres der også LPG som brændstof i detaileddet.
429. Engrossalget går til tre kategorier af kunder, nemlig uafhængige detailhandlende (operatører af tankstationer uden varemærke som f.eks. hypermarkeder), andre uafhængige mellemhandlere samt industri- og erhvervs kunder (hospitaller, biludlejningsselskaber, fabrikker). Leverancerne foretages af raffinaderierne eller andre markedsaktører, som har adgang til meget store mængder raffinerede produkter, fordi de ejer enten et produktionsanlæg (raffinaderi) eller et større lageranlæg (terminal) i nærheden.
430. Salg af raffinaderi består af raffineringsselskabernes salg af store partier på spotbasis til andre olieselskaber, forhandlere, mellemhandlere eller store industrikunder. Sådanne transaktioner omfatter typisk enkeltleverancer af store partier (1-3 Kt flodprams- eller op til 20 Kt tankskibsladninger), og prisen fastsættes efter markedsnoteringen. Leveringsstedet er af raffinaderi. Salg af raffinaderi kaldes i branchen for "fragtmarkedet". Da sådanne transaktioner typisk omfatter store mængder raffinerede produkter, som kan transporteres over lange afstande på grund af de forholdsvis lave transportomkostninger, er priserne på fragtmarkedet næsten de samme over hele verden. Disse priser offentliggøres daglig af organisationer som Platts og Petroleum Argus, hvorved køberne kan forhandle på grundlag af opdaterede prisoplysninger.

Transport af raffinerede produkter

431. Raffinerede produkter, som sælges af raffinaderi til fragtmarkedet, afhentes af tankskibe eller flodpramme. Transporten og den fysiske distribution af de raffinerede produkter består af tre forskellige trin: *i*) transport af raffinerede produkter fra olieraffinaderierne til distributionsterminaler med skib, rørledning eller jernbane (primær distribution), *ii*) lagring af store mængder brændselsprodukter i distributionsterminaler og lastning af udbringningskøretøjer, og *iii*) transport og leverance til kunder især med lastbil, men også med jernbane og pram (sekundær distribution). Der findes en række uafhængige aktører på hvert af disse trin, og brugerne af disse tjenester har en lang række konkurrenceprægede valgmuligheder.

Logistik

432. Distributionsterminaler er et afgørende element i distributionen af brændstofsprodukter til slutbrugerne. Olieselskaberne har i reglen deres lagre spredt ud over territoriet og bruger rørledninger til at sikre hurtige leverancer til kunderne, herunder tankstationerne. Imidlertid ejes lageranlæg også af uafhængige terminaloperatører, som lejer lagerkapacitet ud til alle interesserede i kortere eller længere tid. Der findes normalt to former for lagre, nemlig store terminaler med en kapacitet på over 50 000 m³, som forsynes af massetransportmidler (rørledninger, skibe, pramme, jernbanetankvogne), mindre perifere lagre, som sikrer distribution af mindre mængder brændstof til det endelige bestemmelsessted ved hjælp af sekundære transportmidler (tankbiler og pramme).

Konkurrencesituationen

433. Downstream-sektoren for olie er karakteriseret af en lang række vertikalt integrerede olieselskaber, der beskæftiger sig med raffinering, engrossalg og detailsalg af raffinerede produkter. Imidlertid omfatter de enkelte segmenter af downstream-sektoren for brændstof også flere ikke-integrerede selskaber.
434. Konkurrencesituationen inden for detailsalg af motorbrændstof er præget af, at der findes tre hovedkategorier af operatører:
- i*) De traditionelle vertikalt integrerede olieselskaber, som er aktive på alle niveauer, dvs. raffinering, engrossalg og detailsalg. Inden for denne kategori kan man igen skelne mellem de store selskaber, dvs. de vertikalt integrerede multinationale selskaber, som alle er aktive i de fleste EØS-lande (Exxon, Shell, BP-Mobil), de halvstore, dvs. mindre multinationale selskaber med aktiviteter koncentreret i nogle EØS-lande (Total, Texaco), og de nationale selskaber, dvs. vertikalt integrerede nationalt baserede selskaber, som står stærkt i deres hjemlande (Elf, Agip).
 - ii*) De uafhængige detailhandlende, dvs. operatører, som kun er aktive på detailplan og leverer motorbrændstof fra raffineringsselskaber og andre handlende. De såkaldt hvide tankstationer er et eksempel på uafhængige detailhandlende. De omfatter normalt mindre mængder (i forhold til gennemsnittet i branchen), faciliteterne ejes og drives af forhandlerne, men tilhørte tidligere de store olieselskaber. Operatører af et eller flere sådanne anlæg har overtaget faciliteterne og driver dem som uafhængige tankstationer med beskedne investeringer.
 - iii*) Hypermarkeder og supermarkeder, som er utraditionelle udbydere af motorbrændstof. De har en række træk tilfælles med de uafhængige forhandlere, men adskiller sig samtidig fra dem på nogle punkter. Hypermarkeder er typisk store

masseforhandlere af kolonialvarer og andre forbrugergoder, som har et tankanlæg på deres parkeringsplads. I modsætning til de fleste uafhængige detailhandlere betragter hypermarkederne ikke generelt salg af motorbrændstof som en del af deres kerneaktivitet, men som en supplerende service, de tilbyder deres kunder, eller som et supplerende incitament for kunderne til at vælge deres forretninger. På grund af deres store antal kunder kan de normalt opnå en betydelig omsætning, og de konkurrerer normalt på prisen. I modsætning til en række normale uafhængige detailhandlere er de desuden aktive i tætbefolkede områder og ikke i landdistrikter.

435. Tankstationerne kan være ejet eller leaset af leverandøren (COSS) eller af uafhængige forhandlere (DOSS). COSS-segmentet kan opdeles yderligere i to former for tankstationsoperatører:

i) **Selskabsdrevne stationer/kommissionsagentstationer** (COCO), som drives af selskabets ansatte eller af agenter, der modtager kommission. I begge tilfælde bevarer leverandøren ejerskabet til det brændstof, der er oplagret på stationen, og bestemmer priserne.

ii) **Uafhængige forpagtere**, som køber motorbrændstof af et bestemt mærke (CODO).

DOSS-segmentet kan også opdeles i to kategorier:

i) **Forhandlerdrevne**, dvs. uafhængigt ejede tankstationer, hvor leverandøren sælger brændstof til forhandleren.

ii) **Agentdrevne**, dvs. uafhængigt ejede tankstationer, hvor ejeren sælger leverandørens brændstof.

På CODO- og DODO-tankstationer kan forhandleren i princippet bestemme priserne, da han ejer det brændstof, der sælges på tanken. I praksis bevarer leverandøren imidlertid en stram kontrol over disse stationers prispolitik, især gennem en række mekanismer med økonomisk kompensation, der skal dække forhandlerens tab som følge af sænkninger af detailprisen, som selskabet ønsker at gennemføre.

Produktmarkedet

Detailsalg af motorbrændstof

436. Detailsalg af motorbrændstof omfatter salg til bilister fra varemærkestationer og tankstationer uden varemærke. De produkter, der sælges, er især benzin og dieselolie. Set fra efterspørgselssiden er der ingen substitution mellem disse produkter, da bilister skal bruge den type brændstof, der passer til deres køretøj. Fra udbudssiden er der derimod mulighed for substitution, da raffinaderierne kan producere forskellige former for brændstof. Der er en betydelig fleksibilitet afhængigt af kvaliteten af råolien og indretningen af raffinaderiet. På distributionsplan er begge produkter altid tilgængelige på de samme salgssteder. Markedsandelene for de enkelte typer brændstof falder i det store og hele sammen med den samlede markedsandel. Derfor betragtes det relevante produktmarked i detailledet i den foreliggende sag som detailsalg af motorbrændstof uden noget behov for en yderligere sondring.

Detailssalg af motorbrændstof ved betalingsmotorveje

437. I nogle lande kan man betragte detailsalg af motorbrændstof ved motorveje som et særskilt produktmarked. Denne sondring er baseret på de forskellige konkurrenceforhold, der karakteriserer en motorvej. For det første er efterspørgslen beskyttet, da bilister på en motorvej normalt ikke kender den egn, de rejser igennem.

Som følge heraf er muligheden for at forlade motorvejen for at købe brændstof på en tankstation uden for motorvejen meget begrænset. For det andet vælger bilisterne at køre på motorvejen for at komme hurtigt frem, og de er dermed ikke tilbøjelige til at spilde tid på at tanke op. Betaling af vejafgift er endnu en faktor, der afholder bilisterne fra at forlade motorvejen og købe brændstof på tankstationer udenfor. Generelt betaler bilisterne en afgift for at opnå høj hastighed, og de vil ikke være interesseret i at forlade motorvejen for at tanke op. En stærk indikation af, at motorveje kan udgøre et særskilt marked er, at brændstofpriserne ved motorvejene generelt er højere end på almindelige veje.

Engrossalg

438. Engrossalg af brændstof kan opdeles på samme måde. De forskellige typer brændstof leveres til forskellig anvendelse til forskellige typer kunder. Distributionskanalerne kan også være meget forskellige, idet forsyning af et elværk med fuelolie adskiller sig fra at levere LPG til opvarmning af et hus. Investeringen i at etablere disse distributionskanaler adskiller sig fra investeringerne i detailsalg af brændstof. For de to typer brændstof, der sælges i betydelige mængder på såvel detail- som engrosmarkedet, nemlig dieselolie og LPG, afhænger anvendelsen af brændstoffet af distributionskanalen. I detailhandelen køber brugere af dieselmotorer og andre køretøjer dieselolie. I engrosleddet leveres dieselolie typisk til store transportselskaber med en betydelig flåde af køretøjer og egne lageranlæg. På samme måde sælges LPG til køretøjer gennem detailsalgssteder og til opvarmningsformål til husstande via engrosleddet.
439. På baggrund af ovenstående udgør hvert raffineret produkt et relevant produktmarked på engrosmarkedet.

Geografisk marked

Detailsalg af motorbrændstof

440. Fra et geografisk synspunkt har markedet for detailsalg af brændstof et lokalt element, idet efterspørgslen består af bilister, som normalt benytter tankstationer i nærheden af deres aktivitetscenter. Som følge heraf er substitutionen mellem tankstationer geografisk begrænset.
441. På den anden side er der normalt tale om en vis overlapning mellem tankstationernes dækningsområde, som ikke blot bestemmer de konkurrencemæssige relationer mellem nærliggende tankstationer, men også i en vis udstrækning kan have en afsmittende kædereaktionsvirkning på tankstationer længere væk. Som følge heraf kan det geografiske område, der skal lægges til grund for den konkurrencemæssige vurdering, omfatte en række mindre overlappende områder. Fra forsyningsiden fastsættes mange vigtige konkurrenceparametre, som produktudvalg, leverandører af disse produkter, kvalitet og serviceniveau (åbningstider m.m.) desuden ikke lokalt, men regionalt eller nationalt. Samtidig er beskatningen så vigtig for de endelige brændstofpriser i detailhandelen (i Det Forenede Kongerige udgør afgifter over 80 % af detailprisen), at prisudsvingene på de fleste nationale markeder i praksis er forholdsvis små. Desuden er de forskellige leverandørers markedspositioner ofte omtrent den samme på de forskellige dele af de nationale markeder, hvor de er aktive. På baggrund heraf vil markedet for detailsalg af brændstof i den foreliggende sag blive betragtet som nationalt.

Salg af motorbrændstof ved betalingsmotorveje

442. Betragtningerne i punkt 440-441 gælder også salg af motorbrændstof ved betalingsmotorveje.

Engrossalg af raffinerede produkter (brændstof)

443. Der er en række af indikationer for, at det geografiske marked for engrossalg er lokalt. På dette marked foretages leverancerne af de raffineringsselskaber, der kan sælge store mængder raffinerede produkter fra deres raffinaderier eller terminaler. Efterspørgslen kommer fra mellemhandlere og slutbrugere, som søger en lokal forsyningskilde for at undgå ekstraomkostninger til transport af produkterne fra oprindelsestedet til det endelige bestemmelsessted (en tankstation, en husstand, en fabrik). Derfor er substitutionsmulighederne mellem forsyningskilderne geografisk begrænset. Generelt kan hvert oprindelsested betjene et vist geografisk område (dækningsområde eller bagland), hvis radius afhænger af de transportomkostninger, kunderne skal bære, når produkterne skal transporteres til det endelige bestemmelsessted. Disse omkostninger kan variere efter transportmidlet. Da kunderne imidlertid normalt benytter vejtransport, ligger den radius mellem 100 og 150 km.
444. På den anden side kan der være en vis overlapning mellem dækningsområdet for de forskellige forsyningskilder, hvilket ikke blot vil bestemme de konkurrencemæssige relationer mellem geografisk nærliggende tankstationer, men også, i en vis udstrækning kan have en afsmittende kædereaktionsvirkning på tankstationer længere væk. Som følge heraf kan det geografiske område, der skal lægges til grund for den konkurrencemæssige vurdering, omfatte en række mindre overlappende områder.
445. Under alle omstændigheder kan dette spørgsmål stå åbent, da transaktionen ikke giver anledning til særlige konkurrencemæssige betænkeligheder, uanset hvilken geografisk markedsafgrænsning der vælges i den foreliggende sag.

Konkurrencevurdering

Vurdering af BP-Mobils joint venture

446. For at vurdere den konkurrencemæssige virkning af transaktionen må man først tage stilling til det fusionerede selskabs position med hensyn til de strukturelle forbindelser mellem BP og Mobil. På downstream-markedet for olierelaterede produkter har Mobil sammen med BP oprettet et joint venture, der samler alle deres europæiske aktiviteter i denne sektor. Joint venturet omfatter således raffinering, forsyning, salg og markedsføring af raffineret brændstof og smøremidler. Inden for joint venturet står BP for brændstoffdelen, mens Mobil tager sig af smøremidlerne. Joint venturet blev anmeldt og godkendt i henhold til fusionsforordningen.
447. I den foreliggende anmeldelse fremfører parterne, at mens det blev fastslået, at Mobil havde fælles kontrol over BP-Mobil i henhold til fusionsforordningen, er Mobil ikke involveret i den daglige forvaltning af BP-Mobils brændstoffdel. Som følge heraf hævder parterne, at det kombinerede selskab Exxon-Mobil og BP-Mobil vil få alle incitamentet til at konkurrere intenst med hinanden i denne sektor. Det vil derfor ikke være rimeligt at lægge BP-Mobils andele sammen med Exxons for at vurdere de konkurrencemæssige virkninger af transaktionen.

448. Essensen af parternes argumenter er, at selv om Mobil har fælles kontrol over BP-Mobils joint venture, skal de fusionerede selskab Exxon-Mobil og BP-Mobils joint venture behandles som to uafhængige virksomheder, der konkurrerer med hinanden, i hvert fald på downstream-markedet for brændstof. Med andre ord mener parterne, at kontrollen ikke påvirker incitamentet til at konkurrere hos de virksomheder, der er berørt af forbindelsen.
449. Dette argument må afvises på grundlag af en række forhold. I henhold til fusionsforordningen udgør erhvervelse af fælles kontrol eller oprettelse af et selvstændigt fungerende joint venture fusioner, og man må derfor benytte den test for dominerende stilling, der fremgår af fusionsforordningens artikel 2. For at afgøre, om der er tale om en dominerende stilling, vurderes forholdet mellem joint venturet og moderselskaberne på grundlag af den generelt korrekte formodning, at de opnår en vis form for integration, og at moderselskabet er i stand til at kontrollere joint ventures forretningspolitik, så de fra et konkurrencemæssigt synspunkt må siges ikke at konkurrere med hinanden.
450. I den foreliggende sag skal det erindres, at joint venturet mellem BP og Mobil blev anmeldt til Kommissionen i henhold til fusionsforordningen og behandlet som en fusion. Både BP og Mobil blev betragtet som havende fælles kontrol over det samlede joint venture, selv om de to partnere havde et særligt driftsmæssigt ansvar for en specifik division (BP for brændstof og Mobil for smøremidler). Konklusionen var især baseret på den kendsgerning, at de to moderselskaber i fællesskab udøvede afgørende indflydelse på joint ventures politik gennem et tilsynsudvalg, der blandt andet havde til opgave at træffe afgørelser inden for følgende områder: forretningsplaner, større indkøb, lukninger, afhændelser, investeringer og visse andre strategiske beslutninger. Mobil var en af de anmeldende parter og anfægtede på daværende tidspunkt ingen af disse forhold.
451. Parternes argument om, at Mobil ikke er i stand til at gribe ind i den daglige forvaltning af brændstofdelen, som BP driver, er ikke overbevisende. Det indsamlede materiale tyder på, at Mobil i den nuværende situation (og det fusionerede selskab Exxon-Mobil efter fusionen) faktisk udøver en betydelig og afgørende indflydelse på alle relevante konkurrencemæssige beslutninger, der berører BP-Mobils brændstofdel, især i forbindelse med godkendelse i forretningsudvalget af større beslutninger, f.eks. den strategiske forretningsplan, fastsættelse af parametrene for finansiell kontrol, godkendelse af større indkøb, lukninger, afhændelser, investeringer og andre strategiske beslutninger. BP's kontraktlige forpligtelse til at indhente Mobils godkendelse af sådanne beslutninger indebærer afsløring for Mobil af en langt større mængde konkurrencemæssigt yderst følsomme oplysninger, som f.eks. afhændelse af raffinaderier, joint ventures inden for raffinering, brændstofresultater (inkl. prognoser, fortjenstmargener for raffinering, fortjenstmargener i detailhandelen, planer om forbedringer, detailomsætning), strategi for brændstofdelen (herunder konkurrencepres, konkurrenceposition, vækst, produktivitetsgrader) og driftsplanen for brændstofdelen (herunder de driftsmæssige rammer, kommerciel udvikling, indtjening, udgifter, likviditetsprognoser, afhændelser i detailledet og langfristede strategiske mål). Kort sagt får Mobil i sit joint venture med BP så stor indflydelse, at selskabet - og dermed også det fusionerede selskab - kan udøve afgørende indflydelse på joint ventureselskabets konkurrencemæssige adfærd, også hvad angår den brændstofdel, som BP driver.

452. Parterne hævder imidlertid, at BP-Mobil og Exxon-Mobil i lyset af de exceptionelle omstændigheder i den foreliggende sag skal betragtes som to uafhængige selskaber, der konkurrerer med hinanden. Denne påstand er baseret på, i) at BP har det driftsmæssige ansvar for brændstoffdelen, og ii) at BP er det "ledende" moderselskab i joint venturet, der således kan modsætte sig og imødegå indblanding fra Exxon-Mobils side i joint ventures konkurrencemæssige beslutninger. Selv hvis man accepterer denne påstand, skal der tages højde for den ene virksomheds relevante andel i den anden. I denne forbindelse skal det bemærkes, at en forbindelse af denne type uanset de formelle omstændigheder i høj grad mindsker de pågældende virksomheders incitament til at konkurrere. Det er et veletableret princip i den traditionelle økonomiske teori på konkurrenceområdet, at forbindelser mellem to konkurrerende virksomheder i form af den ene virksomheds betydelige andel i den anden generelt kan ændre incitamenterne til at konkurrere. For det første skaber en forbindelse af denne karakter en betydelig økonomisk interesse i den ene virksomhed for konkurrentens velfærd. Dette ændrer automatisk dynamikken i det konkurrencemæssige spil, da den ene virksomhed er mindre interesseret i at konkurrere med den anden end i at finde en fælles forretningsstrategi til fordel for dem begge. Desuden kan en sådan forbindelse sikre adgang til kommercielt følsomme oplysninger. Det gør igen virksomhedernes konkurrencemæssige adfærd over for hinanden mere gennemskuelig, og den kan derfor let forudsiges og overvåges. Det kan endvidere være nok så vigtigt, at en forbindelse af denne type kan give den ene virksomhed mulighed for at påvirke konkurrentens strategiske valg i retning af den fælles interesse. Endelig har en forbindelse af denne type en disciplinerende virkning, da den kan udsætte den ene virksomhed for risikoen for gengældelse i tilfælde af uenighed. Alle disse faktorer kan drive de deltagende virksomheder til at samordne deres forretningspolitik. Det skal bemærkes, at den adfærd for hver af de deltagende virksomheder, der er beskrevet ovenfor, er fuldt rationelt, da den er baseret på udsigterne til at maksimere fortjenesten.
453. Den foreliggende sag skal derfor vurderes på denne baggrund. Da forbindelsen er relevant med hensyn til Mobils indflydelse (og efter fusionen Exxon-Mobils indflydelse) på joint ventureselskabets adfærd, og da der i den foreliggende sag er tale om en række strukturelle træk, som er typiske for et potentielt oligopolistisk marked, kan forbindelsen mellem Exxon-Mobil og BP-Mobil vurderes efter testen om kollektiv dominans. Kort sagt forbliver den konkurrencemæssige vurdering af sagen uændret.
454. I deres svar på Kommissionens beslutning om at indlede en tilbundsgående undersøgelse og i svaret på klagepunktsmeddelelsen gør parterne endnu to indsigelser mod det ræsonnement, der er beskrevet ovenfor.
455. For det første hævder de, at Exxon-Mobil ikke kan ændre sin konkurrencemæssige adfærd til fordel for BP-Mobil, fordi andre konkurrenter også vil udnytte enhver svækkelse af Exxon-Mobils konkurrencepolitik. De fremfører især, at Exxon-Mobils direkte interesse gennem Exxon-netværket er større end de indirekte interesser som følge af selskabets 30 procentsandel i BP-Mobil. Som følge heraf ville Exxon-Mobil have interesse i at maksimere sin fortjeneste frem for at favorisere BP-Mobils joint venture. De mener, at BP ikke ville have noget incitament til at ændre sin konkurrencemæssige strategi til fordel for Exxon-Mobil, da selskabet ikke har nogen interesser i Exxon-Mobil. I denne forbindelse skal det bemærkes, at den samordning af Exxon-Mobils og BP-Mobils konkurrencestrategi, som fusionen kan medføre, vil

tage sigte på at maksimere begge selskabers fortjenester på markedet. En sådan samordning af konkurrencestrategier er en rationel handlemåde, som den enkelte virksomhed vælger i egen interesse. Hvad angår andre konkurrenters muligheder for at udnytte "svækkelsen" af den konkurrencemæssige dynamik mellem Exxon-Mobil og BP-Mobil, finder Kommissionen, at da det pågældende marked har visse oligopolitiske træk (se nedenfor), kan en samordning af de to selskabers konkurrencestrategier begrænse konkurrencen til skade for forbrugerne uden at udløse konkurrencemæssige reaktioner fra nogen anden aktør.

456. For det andet fremfører parterne, at Kommissionens fremgangsmåde er i strid med nyere EU-retspraksis. Parterne henviser især til Gencor/Lonrho-dommen af 25. marts 1999⁵⁸, hvor Førsteinstansretten fastslog, at en virksomhed, hvori en fusionerende part havde en aktiepost på 27 %, stadig var en betydelig konkurrent til mindretalsaktionæren. Ifølge parterne var situationen i Gencor inden fusionen strukturelt meget lig scenariet efter en fusion mellem Exxon, BP og BP-Mobil på brændstofområdet. Som følge af fusionen vil det fusionerede selskab få sin egen brændstofdel og bevare en minoritetspost i en konkurrerende virksomhed, nemlig BP-Mobil.
457. Som svar på parternes argumentation skal det bemærkes, at der er to specifikke punkter, som tydeligt adskiller den foreliggende sag fra den faktuelle baggrund for Gencor-dommen. For det første tyder det efter en grundig vurdering af den faktuelle baggrund i de to sager på, at situationen i Gencor inden fusionen på ingen måde kan sammenlignes med situationen i Exxon-Mobil efter fusionen. Som det fremgår eksplicit af dommen havde Gencor ikke blot ingen indflydelse på den daglige forvaltning af Lonrho, men heller ikke på markedsføringen eller salget af Lonrhos platinproduktion. Kort sagt udøvede Gencor-koncernen ingen indflydelse på LPD's konkurrencestrategi (se dommens præmis 176). Derimod bevarer Mobil som nævnt en betydelig og omfattende indflydelse på alle relevante konkurrencebeslutninger, der vedrører BP-Mobils brændstofdel. I denne forbindelse er det tilstrækkeligt at minde om, at enhver beslutning om joint ventures prispolitik skal godkendes af Mobil.
458. Desuden er det nok så vigtigt, at parternes i deres sammenligning ikke tager hensyn til forskellen mellem en situation inden og efter en fusion. I Gencor-sagen var spørgsmålet, hvorvidt den konkurrencemæssige situation ville ændre sig efter fusionen mellem Gencor og Lonrho. Derfor kunne Kommissionen (og Førsteinstansretten) basere deres konklusioner på en efterfølgende analyse af de to virksomheders konkurrencemæssige adfærd og konkludere, at på trods af Gencors minoritetsaktiepost i Lonrhos platindivision, havde de to virksomheder konkurreret med hinanden inden fusionen. I denne forbindelse understreger både Kommissionen og Førsteinstansretten tydeligt, "*at LPD og Implats ved at bibeholde deres respektive markedsføringsafdelinger konkurrerede med hinanden før fusionen (...), eller at LPD sammen med Rusland har været hovedelementet af konkurrence på markedet de sidste ti år*" (se betragtning 174 til 176 i beslutningen og dommens præmis 177). Derimod ligger forholdet mellem Exxon-Mobil og BP-Mobils joint venture efter en fusion ude i fremtiden og skal vurderes ved en efterfølgende analyse. Derfor skal Kommissionen i overensstemmelse med den fremgangsmåde, der skal følges ved undersøgelser som led i fusionskontrollen, tage udgangspunkt i det værst tænkelige

⁵⁸ Sag T-102/96, Gencor mod Kommissionen, endnu ikke offentliggjort.

scenarie i konkurrencesammenhæng, nemlig samordning af Exxon-Mobils og BP-Mobils konkurrencestrategier, hvilket vil medføre at Exxon-Mobil får fælles kontrol over BP-Mobil.

Mobils interesser i Aral

459. Ved vurderingen af de konkurrencemæssige virkninger af transaktionen for detailhandelen med motorbrændstof skal der også tages hensyn til de omfattende forbindelser mellem Mobil og Aral. Aral er Tysklands førende operatør inden for detailsalg af motorbrændstof og er også aktiv i Østrig og Luxembourg. Mobil har en aktiepost på 28 % i Aral, mens de øvrige aktionærer er Veba (56 %), Wintershall (15 %) og en række benzenproducenter med tilsammen 1 %. Hver af de tre hovedaktionærer har [...]">% af stemmerettighederne. Ifølge parterne har Mobil ikke fælles kontrol over Aral, som omhandlet i fusionsforordningen. [...]*
460. Man kunne dog hævde, at Mobil sammen med Veba og Wintershall i praksis har fælles kontrol over Aral, idet følgende gør sig gældende: [...]*
461. Under alle omstændigheder kan dette spørgsmål stå åbent, fordi det uanset spørgsmålet om kontrol er uomtvisteligt, at Mobil har væsentlige interesser i Aral, hvilket betyder, at Mobil økonomisk er yderst interesseret i, at det går Aral godt. Gennem sin aktiepost kan Mobil endvidere udøve afgørende indflydelse på Arals forretningspolitik. Mobil har de samme stemmerettigheder som de øvrige storaktionærer og udpeger samme antal medlemmer af forretningsudvalget, som igen vælger bestyrelsen. Endelig har Mobil adgang til en lang række strategiske oplysninger, som udveksles mellem Arals besluttende organer. Det er således klart, at forbindelsen må mindske Mobils incitamenter til at konkurrere med Aral og omvendt. Når det ene selskab har så store interesser i det andet, synes konkurrencen mellem de to operatører at blive svækket betydeligt.

Detailhandel med motorbrændstof

462. Nedenstående tabel viser parternes og deres konkurrenters andele af de nationale markeder i de lande, hvor den samlede markedsandel efter fusionen ligger over 15 %.
463. Markedspositioner inden for detailhandel med motorbrændstof

1997	Østrig	Tyskland	Franske motorveje	Luxembourg	Nederlandene	Det Forenede Kongerige
Exxon	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
BP-Mobil	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*
Ex/BP-M	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[10-20]*	[30-40]*	[30-40]*
Shell	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[20-30]*	[20-30]*	[10-20]*
Aral	[0-10]*	[10-20]*		[10-20]*		
Andre	[20-30]* OMV	[0-10]* DEA	[30-40]* TotalFina [20-30]* Elf	[10-20]* TotalFina	[10-20]* Texaco [0-10]* TotalFina	[0-10]* TotalFina

Hyper- markeder		[0-10]* (i alt.)				[0-10]* Tesco [20-30]* (i alt.)
--------------------	--	---------------------	--	--	--	--

Parternes overslag

464. I procenter varierer positionen på de enkelte nationale markeder noget fra land til land. Generelt skal det bemærkes, at det fusionerede selskab vil blive markedsførende i de fleste af disse lande med samlede markedsandele til Exxon, BP-Mobil og Aral på mellem [20-30]*% (franske motorveje) op til næsten [30-40]*% (i såvel Tyskland som Det Forenede Kongerige). Da der i alle disse lande imidlertid findes nogle store konkurrenter (store multinationale selskaber eller dominerende nationale selskaber) med markedsandele på mindst 15-20 %, er der ingen mulighed for, at det fusionerede selskab alene vil være i stand til at dominere markedet.
465. Derimod skal spørgsmålet om, hvorvidt der kan blive skabt eller styrket en kollektiv dominans, vurderes, især på grund af de særlige strukturelle træk ved de berørte markeder. I denne forbindelse udviser detailmarkederne for motorbrændstof generelt alle de træk, der normalt betragtes som nødvendige for, at kollektiv dominans kan opstå. Der er tale om følge forhold:

Udbudskoncentration

466. Koncentration på markedet set fra udbudssiden er den første betingelse for, at der er tale om et oligopol. Et oligopol er et marked med nogle få store leverandører, som handler uafhængigt på konkurrenceområdet. De nationale detailmarkeder for brændstof er generelt koncentrerede om blot nogle få leverandører (mellem 3 og 5), der tegner sig for ca. to tredjedele af hvert nationalt marked. Parterne hævder, at de markeder, Kommissionen analyser, ikke er tilstrækkeligt koncentrerede. I sin tidligere praksis har Kommissionen således generelt ment, at der skulle en langt højere grad af koncentration til for at give anledning til betænkeligheder. Dette spørgsmål vil blive yderligere belyst i afsnittene om de enkelte nationale markeder. Generelt skal det bemærkes, at jo flere selskaber der deltager i et oligopol, jo større er risikoen for, at nogen springer fra. I henhold til den gængse økonomiske teori på konkurrenceområdet kan et oligopol imidlertid fungere også på mindre koncentrerede markeder. Det er tilfældet, når prisgennemsigtigheden på markedet gør det let at foretage gensidig overvågning, selv for et stort antal markedsaktører.

Produktthomogenitet

467. En høj grad af homogenitet gør det lettere at samordne prispolitikken. Når der ikke findes andre kendetegn, som kan gøre det muligt at skelne den ene leverandør fra den anden, vil konkurrencen på et homogent produktmarked derfor ofte blive koncentreret om priserne. Motorbrændstof er i den foreliggende sag afgjort en vare, som giver meget lille mulighed for at differentiere eller tilpasse produktet. Det er sandsynligvis en af de få varegrupper, hvor kunderne (bilisterne) ikke er i stand til at pege på nogen forskel mellem to forskellige mærker med hensyn til kendetegn og ydeevne. Motorbrændstof er så ombyttelig en handelsvare, at raffineringsselskaberne systematisk foretager ombytninger (*swaps*) for at forsyne deres tankstationer.

468. I parternes svar på Kommissionens beslutning om at indlede anden fase fremførte de, at detailhandelen med motorbrændstof er karakteriseret af intens konkurrence om det samlede udbud til forbrugeren. Ud over prisen ser forbrugeren ofte på andre faktorer som bekvemmelighed, udbuddet af andre produkter i butikken og adgang til andre faciliteter (bilvask) og ydelser, der opfattes som goder, som f.eks. særtilbud og loyalitetsordninger. Som følge heraf mener parterne, at der ikke vil være tale om megen homogenitet, da der stor forskel på konkurrenternes samlede udbud.
469. Disse betragtninger synes ikke at være understøttet af det bevismateriale, der blev indsamlet som led i undersøgelsen. Undersøgelsen har bekræftet, at varemærkegenkendelse og produktdifferentiering ikke spiller nogen væsentlig rolle for kundernes præferencer. Det store flertal af de detailhandlende, som Kommissionen adspurgte, oplyste, at varemærkegenkendelse spiller en mindre rolle for detailhandelen med motorbrændstof. Ganske vist har de detailhandlende søgt at skabe varemærkegenkendelse, især gennem marketingkampagner og loyalitetsordninger. Imidlertid skal det generelt bemærkes, at de store olieselskabers forsøg på at skabe et varemærkeimage inden for detailhandel med motorbrændstof ikke har været særlig vellykkede. Kun i Nederlandene og i mindre grad i Tyskland har de detailhandlende haft held med at skabe en vis varemærkegenkendelse gennem loyalitetsordninger. Dette spørgsmål vil blive belyst yderligere i afsnittene om Nederlandene og Tyskland.
470. Hvad angår de andre produkter, parterne peger på, er der intet, der tyder på, at sådanne faktorer har spillet nogen rolle for bilisternes præferencer. Dette har branchen da heller aldrig givet udtryk for i sine svar.
471. Faktisk tyder de oplysninger, Kommissionen har indsamlet, på, at bilisternes valg af brændstof styres af to vigtige parametre, nemlig bekvem beliggenhed og pris. En undersøgelse, som parterne selv har foretaget, viser endvidere tydeligt, at de fleste forbrugere i de udviklede lande ikke mener, at der er tale om nogen væsentlig forskel i kvaliteten på de større mærker af brændstof. I stedet vælger langt størstedelen af dem en tankstation på grund af dens beliggenhed og priser.
472. Ifølge denne undersøgelse er bekvem beliggende den afgørende faktor for køb af brændstof. I modsætning til, hvad parterne hævder, er bekvemmelighed imidlertid kun relevant for afgrænsningen af det geografiske marked. Som nævnt i afsnittet om markedsdefinition bestemmer bilistens behov for at købe brændstof uden at køre en lang omvej den konkurrencemæssige dynamik i den lokale detailhandel med brændstof. Derimod kan denne faktor på ingen måde opfattes som afgørende for sondringer mellem, hvilke produkter der er tale om.

Lav teknologisk fornyelse

473. Manglende teknologisk fornyelse er et andet typisk træk ved et potentielt oligopolitisk marked, og den er direkte forbundet med spørgsmålet om homogenitet. Uden fornyelse har konkurrenterne ikke andet valg end at konkurrere på prisen. Samtidig sikrer lav teknologisk fornyelse, at konkurrencen og (produkternes homogenitet) ikke vil ændre sig markant i den nærmeste fremtid. Detailhandelen med motorbrændstof er præget af lav teknologisk fornyelse. Den teknologiske udvikling sker gennem gradvise og forholdsvis langsomme ændringer af processer og produkter og ikke gennem revolutionerende omslag.

Markedets gennemsigtighed

474. Et gennemsigtigt marked er et andet af de basale krav til et potentielt oligopolistisk marked. For det første giver en sådan gennemsigtighed markedsaktørerne mulighed for at nærme sig en given pris uden noget behov for egentlig samordning. Derfor kan prisgennemsigtighed forventes at føre til parallelle priser hos de virksomheder, der er aktive på markedet. For det andet har disse virksomheder mulighed for at overvåge hinandens adfærd blandt andet med henblik på at fastslå, om nogen af dem snyder. Det foreliggende marked er karakteriseret af fuld gennemsigtighed, da der er tale om et detailmarked, hvor brændstofpriserne er offentligt kendte. Faktisk er der nem adgang til prisoplysninger ikke blot på marketingniveau, men på alle niveauer. F.eks. offentliggøres handelspriserne på brændstof af raffinaderi dagligt af respekterede organisationer som Platts og Petroleum Argus. Der er desuden prisgennemsigtighed i handelen med råolie. Kort sagt er der adgang til prisoplysninger i hele branchen op til marketingniveau. Det er også værd at bemærke, at et gennemsigtigt marked er en forudsætning for, at et oligopol kan fungere effektivt. I detailhandelen med motorbrændstof gør gennemsigtigheden enhver form for snyderi fra nogen af markedsaktørernes side umuligt. Endelig er markedet for detailhandel med motorbrændstof gennemsigtigt med hensyn til salgsmængder. I denne forbindelse er det tilstrækkeligt at sige, at de fleste operatører i branchen synes at have et grundigt kendskab til konkurrenternes salgstal, fordi der foregår en intens udveksling af oplysninger mellem brancheorganisationerne. I denne sektor offentliggøres der desuden en række statistiske oplysninger.

Moderat markedsvækst

475. På markeder, hvor væksten stagnerer eller kun stiger moderat, kan markedsvæksten af to årsager ikke skabe konkurrence på markedet. For det første har de etablerede virksomheder ikke noget incitament til at konkurrere for at øge efterspørgslen. En stigning i markedsandelen kan kun opnås på konkurrenternes bekostning, hvilket kan ende i en prisrig uden vindere. For det andet vil en beskeden vækst i efterspørgslen ikke tiltrække nye markedsaktører. I den foreliggende sag erkender parterne, at efterspørgslen efter motorbrændstof i Europa er forholdsvis stagnerende. Mere specifikt har benzinefterspørgslen været mat, mens dieselolie har tegnet sig for størstedelen af væksten. Efterspørgslen efter motorbrændstof i EØS er i gennemsnit steget med 0,4 % om året i de sidste fem år.

Omkostningssymmetri

476. Oligopolistisk dominans er mere stabil, hvis deltagerne i oligopolet har de samme omkostningsstrukturer. For det første vil de samme omkostningsstrukturer normalt skabe de samme incitament i en given markedssituation. For det andet øger de samme omkostningsstrukturer risikoen for gengældelse, da en leverandør ved, at konkurrenterne kan imødegå hans konkurrencemæssige initiativer på lige fod. I den foreliggende sag vil der blive foretaget en analyse af omkostningsstrukturerne for de detailhandlende i de enkelte lande med detailhandel med motorbrændstof som enkeltstående forretning som udgangspunkt.

Symmetri mellem markedsandele

477. Symmetri mellem konkurrenternes markedsandele opfattes som en anden faktor, der generelt fremmer konkurrencebegrænsende parallel adfærd. Det er især tilfældet,

fordi sådanne ligheder kan afspejle ligheder mellem virksomhedernes omkostninger. Da omkostningerne er afgørende for en virksomheds prispolitik, gør ovennævnte symmetrier en samordning lettere. På nogle af de nationale markeder, som Kommissionen gennemgår nedenfor, er markedsandelene ujævnt fordelt mellem de forskellige aktører. Denne faktor kan dog ikke i sig selv udelukke muligheden for oligopolitisk dominans. Det er tilfældet, fordi symmetri mellem markedsandele nok giver yderligere incitamenter til parallel adfærd, men ikke kan betragtes som en forudsætning for, at der er tale om en sådan parallel adfærd. Selv om der er tale om asymmetriske markedsandele, kan der være symmetriske omkostninger. Det er tilfældet i detailhandelen med motorbrændstof, hvor de største stordriftsfordele opnås på tankstationsplan. På lignende måde kan medlemmerne af oligopolet mene, at de har en rimelig andel af markedet, og at de er på lige fod med hinanden og har omtrent samme styrke. De ville derfor kun have lidt at vinde og meget at tabe ved aggressiv konkurrenceadfærd. Det er netop tilfældet i detailhandelen med motorbrændstof, hvor næsten alle de mulige medlemmer af et oligopol er vertikalt integrerede operatører, som er aktive i hele verden og har økonomisk kapacitet, der rækker langt ud over detailniveauet på et specifikt nationalt marked. For sådanne aktører spiller symmetrien i de nationale markedsandele antagelig ikke nogen væsentlig rolle. I denne forbindelse er det værd at bemærke, at alle de vertikalt integrerede detailhandlere har indført et kompensationsystem, der skal dække de økonomiske tab i deres detailnet, når der opstår intens priskonkurrence. På baggrund af ovenstående kan det fastslås, at den asymmetri i markedsandele, der gør sig gældende i en række af de lande, Kommissionen analyser i forbindelse med sin undersøgelse af, om der er tale om et oligopol, ikke er relevant i den foreliggende sag.

Vertikal integration

478. Samme grader af vertikal integration blandt medlemmerne af et oligopol øger generelt deres villighed til at deltage i parallel adfærd, som samtidig ofte vil være stabil. Det skyldes først og fremmest, at integration kan give omkostningsbesparelser og omkostningsligheder mellem integrerede aktører i modsætning til ikke-integrerede. For det andet er det nok så vigtigt, at lige integrerede virksomheders strategiske interesser ofte falder sammen på alle kommercielle niveauer. Ændringer af markedsbetingelserne vil påvirke alle integrerede virksomheder på samme måde og fremkalde de samme reaktioner. Som følge heraf forventer man større stabilitet på grund af parallel adfærd på sådanne markeder. Den foreliggende sag omhandler olieindustrien, som er præget af store vertikalt integrerede selskaber. Konsekvenserne af denne integration for detailhandelen med brændstof er visse fordele for de integrerede selskaber, f.eks. forsyningssikkerhed og på længere sigt bedre muligheder for at tilpasse sig nye markedsvilkår. Desuden fører vertikal integration til et sammenfald af interesser mellem de integrerede selskaber, der dækker alle sektorer i industrien. Dermed øger integrationen mulighederne for stabil parallel adfærd drastisk, fordi de store olieselskabers interesser er de samme.

Efterspørgselsstivhed

479. Hvis efterspørgselen generelt er uelastisk med hensyn til priser, er incitamentet for parallel adfærd større. Da de samlede efterspørgselsmængder ikke vil falde væsentligt i tilfælde af prisstigninger, har markedsaktørerne et kraftigt incitament til at kræve alt for høje priser. I detailhandelen med motorbrændstof er efterspørgslen stiv, fordi der ikke findes reelle erstatninger for produktet. En række undersøgelser har vist, at efter

en prisstigning forbliver det gennemsnitlige forbrug af motorbrændstof stabilt på lang sigt. Det skyldes samtidig, at efterspørgslen i nogen grad er beskyttet.

Strukturelle forbindelser

480. Sandsynligheden for oligopolitisk adfærd stiger generelt, hvis der er tale om strukturelle forbindelser mellem medlemmerne af oligopolet. Dette skyldes især, at strukturelle forbindelser får markedsaktører til at interessere sig for deres partners velfærd og giver dem kendskab til hinandens strategier, omkostningsstrukturer og planer. Sådanne forbindelser kan mindske konkurrencelysten blandt medlemmerne af oligopolet eller være potentielle gengældelsesinstrumenter. Afhængigt af omstændighederne kan de også skabe en vis fælles kommerciel interesse i det pågældende marked. Markedet for downstream-olieprodukter er præget af en række forbindelser mellem de store aktører, enten fordi de tilhører samme selskaber (som f.eks. joint venturet mellem BP og Mobil og Mobils interesser i Aral, Tyskland), eller fordi de er knyttet sammen mere uformelt eller har forretningsmæssige aftaler (f.eks. swap-aftaler om brændstof).

Adgangshindringer - Ingen potentiel konkurrence

481. Et oligopol fungerer mere effektivt, hvis der er tale om betydelige adgangshindringer. Sådanne hindringer kan gøre et marked næsten urørligt og immunt over for pres fra potentielle konkurrenter. Detailhandelen med motorbrændstof og mere generelt hele olieindustrien er præget af betydelige adgangshindringer. Vertikal integration har vist sig ikke at være en uoverstigelig hindring i de senere år, idet nogle ikke-integrerede detailhandlere har haft held til at komme ind på markederne. Imidlertid gør andre betydelige hindringer det usandsynligt, at nye aktører vil komme ind på markedet for detailhandel med motorbrændstof.
482. For at kunne konkurrere effektivt på markedet er det for det første afgørende at nå op på en kritisk masse af tankstationer med en høj gennemsnitlig omsætningsmængde. Dette kræver igen store investeringer, blandt andet til dækning af opfyldelse af miljøbestemmelserne (parterne anslår omkostninger ved at åbne en ny tankstation til [...] *EUR), samt adgang til passende detailhandelssteder. I mange lande er det netop vanskeligt at få tilladelse til at opføre nye tankstationer, fordi markedet allerede er mættet. Det gælder alle de lande, der er berørt af denne transaktion. Det kan hævdes, at der kunne komme nye aktører til i fremtiden, fordi man kunne genåbne anlæg, som har været lukket i de senere år, men sådanne anlæg er ofte små og uinteressante. Samtidig gør miljøbestemmelserne det næsten lige så svært og dyrt at genåbne et gammelt anlæg som at opføre et nyt.
483. Faktisk er de eneste nye aktører, som har haft held med at få en betydelig tilstedeværelse i nogle medlemsstater i de senere år, hypermarkeder, som har udnyttet en særlig blanding af vilkår: i) adgang til konkurrencedygtige leverancer, ii) omfattende distributions- og terminalfaciliteter, iii) centrale indkøb, iv) adgang til bekvemme forretningssteder, v) relative få problemer med tilladelser, vi) lav omkostningsstruktur i forhold til traditionelle konkurrenter, samt i mindre udstrækning nogle lavprisdetailhandlere, som har formået at opbygge et rimeligt netværk af salgssteder med høj gennemsnitlig omsætningsmængde (Save i Det Forenede Kongerige eller Jet Conoco i Tyskland).

484. På den anden side har man i mange medlemsstater oplevet en imponerende konsolidering på grund af et generelt fald i fortjenesten, som har tvunget et antal mindre uafhængige detailhandlere ud af markedet. Dette er karakteristisk for alle de markeder, der er analyseret nedenfor. På denne baggrund synes muligheden for, at små selskaber i fremtiden i mindre udstrækning vil kunne komme ind på markedet for detailhandel med motorbrændstof at være meget ringe.
485. Derfor er den eneste reelle potentielle konkurrent om detailhandelen med motorbrændstof hypermarkederne, som i nogle lande har haft stort held med at øge deres salg (i Frankrig har hypermarkederne på under 20 år erobret over 50 % af markedet). At sådanne operatører imidlertid stort set ikke er repræsenteret i lande som Nederlandene, Luxembourg og Østrig tyder på, at der findes nogle strukturelle hindringer, som også i fremtiden vil lægge sig i vejen for en udvikling på denne front. I andre lande, hvor disse operatører allerede er etableret (Det Forenede Kongerige og Tyskland), skal deres reelle konkurrencemuligheder vurderes under inddragelse af alle de mange faktorer, der kan forventes at forhindre dem i at vokse yderligere. Dette punkt vil blive drøftet i afsnittene om analyserne af de enkelte lande.

Manglende markedsstyrke hos aftagerne

486. Oligopolmedlemmernes mulighed for at hæve priserne kan blive udlignet af kundernes markedsstyrke. Stærke og koncentrerede kunder kan enten forhindre medlemmerne af oligopolet i at kræve urimelige priser eller give dem et tilstrækkeligt incitament til at afholde sig fra hemmelige aftaler og konkurrere. Inden for detailhandel med motorbrændstof er der overhovedet ikke tale om markedsstyrke, da efterspørgslen kommer fra bilisterne.

Kontakt med en række markeder

487. Kontakt med en række markeder kan medvirke til at bevare en oligopolitisk dominans, fordi dette øger mulighederne for gengældelse, evt. på andre markeder. Olieindustrien er præget af vertikalt integrerede selskaber, som er aktive i alle led fra udvinding af råolie til markedsføring af brændstof.
488. På denne baggrund, der er fælles for alle ovennævnte nationale markeder, skal der tages stilling til, om de specifikke markedsvilkår på hvert af de nationale markeder er af en sådan karakter, at et oligopol kan fungere effektivt som følge af denne fusion. Nedenfor vil situationen i de enkelte lande blive behandlet udførligt med særlig vægt på koncentrationsgraden på de enkelte markeder, konkurrencepresset fra andre operatører end de selskaber, der angiveligt er medlemmer af oligopolet, og årsagssammenhængen mellem denne fusion og konstateringen af, at der er tale om en kollektiv dominerende stilling.
489. Nedenstående tabel giver en oversigt over priserne på motorbrændstof i de lande, der er berørt af transaktionen.

Produkt: Benzin til detailsalg - Standerpris

Region	Gennemsnitspris pr. ton (USD)					
	1996		1997		1998	
	Inkl. afgift	Eksl. afgift	Inkl. afgift	Eksl. afgift	Inkl. afgift	Eksl. afgift

Østrig	1,438	491	1,288	457	1,193	390
Belgien	1,500	398	1,389	370	1,312	313
Frankrig	1,524	285	1,384	278	1,391	266
Tyskland	1,400	354	1,222	334	1,174	279
Luxembourg	1,148	401	1,028	383	936	321
Nederlandene	1,579	428	1,447	406	1,405	347
Det Forenede Kongerige	1,271	270	1,397	300	1,487	271

Produkt: Diesellole til detailsalg - Standerpris

Region	Gennemsnitspris pr. ton (USD)					
	1996		1997		1998	
	Inkl. afgift	Eksl. afgift	Inkl. afgift	Eksl. afgift	Inkl. afgift	Eksl. afgift
Østrig	1,014	407	900	369	820	314
Frankrig	937	255	856	239	854	220
Tyskland	955	334	822	294	762	234
Luxembourg	832	333	739	305	659	247
Nederlandene	1,003	366	903	329	842	271
Det Forenede Kongerige	1,044	249	1,194	266	1,278	228

ØSTRIG

GENEREL OVERSIGT

Raffinering

490. I Østrig findes der kun ét raffinaderi, som ejes og drives af OMV. Traditionelt leveres over 70 % af alle olieprodukter direkte fra det indenlandske raffinaderi. Importen til Østrig foregår tilsyneladende ikke gennem en uafhængig mellemhandler, men gennem integrerede selskaber. Der er tilstrækkelig kapacitet i Østrig. Råolien opkøbes af OMV og RAG og transporteres gennem en rørledning fra Adriaterhavet til Wien, hvor den raffineres på OMV's Schwechat-raffinaderi. OMV spiller således en vigtig rolle i Østrig. Selskabet ejer landets eneste raffinaderi, det har aktiemajoriteten i rørledningen fra Adriaterhavet til Wien og lageret Erdöl-Lagergesellschaft. Det har desuden aktier i Autobahn-Betriebsgesellschaft og ejer en rørledning, der går fra Wien til St. Valentin.
491. OMV har kontrakter om deling af selskabets raffinaderi med Shell, Mobil, Esso og AGIP. Tilsammen udnytter disse selskaber 15 % af raffinaderiet. OMV laver også swaps med Conoco, Agip og Aral. Shell, Mobil, Esso og Agip er desuden aktionærer i AWP, Erdöl-Lagergesellschaft (lager) og Autobahn-Betriebsgesellschaft. *Paritätische Ausschuss für Kartellangelegenheiten* har fastslået, at dette samarbejde mellem de store olieselskaber kan være tæt på et kartel. De store selskaber forsyner hinandens tankstationer med brændstof for dermed at spare transportomkostninger.

Infrastruktur

492. Exxon oplyser, at flere rederier for nylig har tilbudt fragttakster for leveringer fra Rotterdam til Wien på [...] DM/T for destillat og [...] for benzin, hvilket giver en gennemsnitlig mængdevægtet takst for motorbrændstof på ca. [...] DM/T. Fragttaksten fra Rotterdam til en typisk destination i Tyskland (området omkring Rhinen/Main) er ca. [...] DM/T. De gennemsnitlige leveringsomkostninger i Østrig ligger dermed ca. [...] over Tyskland. Den højere takst skyldes den længere afstand, kanalafgifter, det usædvanligt store antal sluser på kanalen mellem Rhinen og Donau, der øger transporttiden, den lavere vandstand end i Rhinen og en stor risiko for forsinkelser på grund af lav vandstand i Donau (hvilket skyldes at vandstanden i Donau ikke kontrolleres af dæmninger).
493. Ud over de store olieselskabers lagre findes der uafhængige lagermuligheder som Tamoil i Linz, Roth Öl i Steiermark og mindre terminaler, der dækker den regionale efterspørgsel. Selv om parterne ikke har fremlagt oplysninger om kapaciteten af disse alternative lagre, er det blevet antydnet, at kapaciteten ikke er særlig stor. Under alle omstændigheder har konkurrenterne oplyst, at der ikke er nogen risiko for udelukkelse af konkurrencen om lagerkapacitet, da de store selskaber vælger at leje lagerkapacitet frem for at kontrollere den.

Engroshandel

494. I 1997 blev 27 % af forbruget af brændstof og 35 % af forbruget af dieselolie importeret. De store olieselskaber, mellemhandlere og "udenforstående" importerer olieprodukter med pram via Donau, med jernbane eller ad landevejen.

Udenforstående eller såkaldte B-varemærker (dvs. mindre detailnet end dem, der drives af OMV, Aral eller BP-Mobil, nemlig Avia, Jet, Turmöl, Rühl, IQ, AWI, Roth, Hölzl, Champion, A1, og Eurol) importerer brændstof eller køber det af de store selskaber og mellemhandlere, og de kan tilsyneladende vælge de billigste tilbud og fastsætte deres priser uafhængigt. Exxon dækker [...] *% af sit behov ved indkøb fra tredjemand. Resten kommer fra datterselskaber eller leveres i henhold til terminsordninger fra OMV's Schwechat-raffinaderi. BP-Mobil køber [...] *% af den mængde, selskabet sælger, fra tredjemand. Den resterende del raffineres i Østrig.

Detailhandel

495. I Østrig består de detailhandlende af varemærkestationer, uafhængige (eller frie) stationer og hvide tankstationer. Supermarkeder spiller ikke nogen vigtig rolle for handelen med brændstof og driver kun meget få tankstationer.
496. De største varemærkenetværk tilhører OMV, Aral, BP-Mobil, Shell og Esso. De øvrige varemærkestationer er B-varemærker og hvide tankstationer.
497. 64 % af tankstationerne er varemærkestationer. De drives af agenter gennem et system, der forpligter agenterne til at fastsætte deres priser efter de store olieselskabers instruktioner. Det er vigtigt at bemærke, at de store selskaber (OMV, Aral, BP-Mobil, Shell og Esso) er aktionærer i mindst [...] *% af tankstationerne i Østrig.
498. De frie stationer (eller B-varemærker) er Avia, Jet, Turmöl, Rühl, IQ, AWI, Roth, Hölzl, Champion, A1, Eurol m.f.. Andre B-varemærker er delvis kontrolleret af de store selskaber: Genol (29 % OMV) og Avanti (50 % Shell) har et net, der dækker hele landet. I Østrig ejes de hvide tankstationer ikke af uafhængige selskaber, men af de store selskaber, som foretrækker ikke at bruges deres varemærker (OMV har f.eks. et netværk af hvide tankstationer ved navn Stroh-Tankstellen).
499. [...] *.
500. Tankstationer er kraftigt reguleret i Østrig. Indtil den 16. september 1981 blev brændstofpriserne fastsat af myndighederne. Priserne blev kun ændret efter anmodning fra olieselskaberne, hvis deres omkostninger steg. I 1981 blev priserne på alt brændstof, undtagen diesel, liberaliseret. Aktørerne på markedet har været OMV, Agip Østrig AG, BP Østrig AG, Mobil Oil Østrig AG, Shell Østrig AG og Aral Østrig GmbH. På lokalt plan må de store selskaber konkurrere med B-varemærker (som Avanti, Jet, Turmöl) og uafhængige. I de omkringliggende områder tilbød de store selskaber deres tankstationer lavere priser for at give dem mulighed for at konkurrere ("priskoncentration"). I 1990 trådte en ny aftale i kraft (*B Branchenübereinkommen*), som skulle gøre prisfastsættelsen mere objektiv. Der blev indført et markedsinformationssystem for at følge de internationale og nationale brændstofpriser hver uge. Denne ordning blev ikke nogen stor succes, og aftalen er opgivet sammen med reguleringen af prisen på dieselolie.
501. Østrig stiller også høje miljøkrav, men de er de samme som i Tyskland. Små tankstationer har ikke råd til at opfylde de strenge krav (Exxon peger på dette forhold som den væsentligste årsag til, at markedet vil blive rationaliseret yderligere). Der gives tilskud til lukning af tankstationer. Alle de nævnte omkostninger svarer til omkostningerne i Tyskland.

502. Østrig har et meget fintmasket net af tankstationer (mere fintmasket end i Tyskland). Som følge heraf er den gennemsnitlige omsætningsmængde pr. station lavere, nemlig 1 422 m³ i Østrig mod 3 170 m³ i Tyskland. Antallet af tankstationer faldt med 23 % fra 1995 til 1997. Siden 1995 er ingen nye aktører kommet ind på markedet, med undtagelse af Jet-Conoco, som har udvidet sit netværk fra 29 til 55 tankstationer.

SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ

Markedsstruktur

503. Nedenstående tabel viser udviklingen i markedsandele i Østrig i de sidste fire år. Det fremgår, at markedet hidtil har været domineret af tre selskaber, OMV, BP-Mobil og Shell med tilsammen [50-60]*% af markedet. De to efterfølgende markedsaktører er Esso og Aral, som hver har en andel på over [0-10]*%.

	1995	1996	1997	1998
OMV	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%
BP ⁵⁹	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
Shell	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
ESSO	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
Aral	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
Andre varemærker	[20-30]*%	[20-30]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
Andre	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%

504. Som nævnt består gruppen af øvrige markedsaktører af andre mindre varemærkenetværk, supermarkeder og hvide tankstationer. Nogle af de mindre varemærkenetværk, som udgør ca. [30-40]*% af B-varemærkerne, har en af de tre største aktører på markedet interesser i. Ifølge de anmeldende parter har supermarkedernes markedsandel ligger fast på 2 % i de sidste fem år og forventes ikke at ændre sig markant fremover. Samtidig er de hvide tankstationers andel faldet fra 8,4 % til 8,0 % i samme periode. Parterne forventer ikke, at konkurrencesituationen i Østrig vil ændre sig væsentligt på kort sigt. Det skyldes de skrappe nugældende betingelser for at få tilladelser.

⁵⁹ Mobils andel er lagt sammen med BP's i 1997. Mobils andel inden oprettelsen af joint venturet er ikke oplyst.

Konkurrencemæssig dynamik - Omkostninger og priser

Omkostninger

505. Det er højst usandsynligt, at nogle af de øvrige varemærker skulle kunne lægge noget konkurrencepres på de tre største markedsaktører. Som led i undersøgelsen har konkurrenterne fortalt Kommissionen, at hvis de store selskaber hævede deres priser, ville de uafhængige følge efter. De uafhængige vil gerne opretholde det gode forhold til de store selskaber, da de ikke ville kunne overleve en priskrig eller for hård konkurrence. Dette skyldes i første række OMV's, BP-Mobils eller Shells økonomiske interesse i nogle af disse aktører. For det andet har disse aktører større omkostninger end de store selskaber. Deres gennemsnitlige omsætningsmængde var i 1998 på ca. 824 m³ mod et branchegennemsnit på 1 422 og et gennemsnit på 2 000 for de tre største. Med så lave omsætningsmængder er de faste omkostninger fordelt på et beskedent grundlag og udgør derfor en væsentlig del af de samlede omkostninger. Disse forskelle i omsætningsmængder fører derfor til betydelige omkostningsforskelle. For det tredje afhænger de mindre konkurrenter i væsentlig udstrækning af engrosforsyninger fra de tre største aktører, som sammen med Exxon deler produktionen fra OMV's raffinaderi.
506. På baggrund af ovenstående synes konkurrencevilkårene på det østrigske marked at være dikteret af OMV, BP-Mobil, Shell, Esso og Aral. På grund af det lille antal faktiske konkurrenter, og fordi de generelle betingelser i sektoren for detailhandel med motorbrændstof traditionelt er befordrende for oligopolistisk adfærd, tyder meget på, at det østrigske marked kunne fungere under oligopolistiske betingelser eller noget meget tilsvarende.
507. I Østrig skal man desuden være opmærksom på, at BP-Mobil og Aral er forbundet strukturelt (jf. det generelle afsnit ovenfor), og at alle disse selskaber har særordninger med OMV's Schwechat-raffinaderi.

Priser

508. En undersøgelse af prisniveauet og prisudsving på detailmarkedet for motorbrændstof mere end antyder, at der mangler konkurrence på dette marked.
509. Faktisk er priserne (eksklusive afgifter) i Østrig blandt de højeste i Europa. Nettopriserne på benzin og diesel lå henholdsvis 33 % og 29 % højere end i Tyskland i 1998. Desuden udviser priserne på LPG en begrænset sammenhæng med råoliepriserne eller Platts noteringer for diesel og benzin. I den Puwein-undersøgelse, som parterne henviser til, forklares det, at de månedlige udsving i Tyskland var 50 % større end i Østrig, og at en ændring på 10 % i råolieprisen udløser et prisudsving på 3 % i Østrig og 5 % i Tyskland (eksklusive afgifter).
510. Parterne har begrundet de højere priser i Østrig med en kombination af højere logistikomkostninger, lavere omsætningsmængder og restriktioner for tankstationernes butikker. Logistikomkostningerne kan opdeles i supplerende transportomkostninger (i forhold til Tyskland) på [...] USD, mens [...] USD skyldes supplerende omkostninger i Østrig på grund af de geografiske forhold og detailnettets struktur. Den lavere omsætningsmængde giver en supplerende enhedsomkostning på [...] USD, som skal dækkes gennem større fortjenester. Endelig omfatter restriktionerne for butikkerne også deres størrelse (80 m² mod Exxons standard på

[...]* m²), kravet om en særlig tilladelse til at sælge tobak m.m. Dette betyder et indtægtstab for operatøren på [...]* USD. Parterne lægger disse tre tal sammen og når således op på [...]* USD og konkluderer, at dette forklarer 90 % af forskellen på østrigske og tyske standerpriser.

511. Formodningen om indtægtstab som følge af restriktioner for butikker er tvivlsom. For det første taler parterne om et indtægtstab og ikke tabt fortjeneste, hvilket betyder et mindre tab end det samlede indtægtstab. For det andet henviste parterne til en post, de kaldte "bruttodistributionsmargen - andet", som var på [...]* USD/ton for Tyskland ([...]*), da man bad dem om en vurdering af de supplerende margener for butikker på tankstationer i Tyskland. Den samme post for Østrig er imidlertid højere, nemlig [...]* USD/ton.
512. Under alle omstændigheder vil den uforklarede prisforskel [...]*% i forhold til Tyskland stadig være på ca. [...]* cent/liter, hvis man antager, at 85 USD/ton er realistisk. Eftersom parterne selv har anslået, at en margin på ca. [...]* cent/liter over driftsomkostningerne ville være et rimeligt afkast af investeringen, vil der være tale om en stigning i afkastet på [...]*%. [...]*.

Adgangshindringer - Ekspansion – Potentiel konkurrence

513. Exxon har både på møder med Kommissionens tjenestegrene og i sine interne dokumenter givet udtryk for, at selskabet ikke forventer nogen konkurrence fra supermarkeder i Østrig. Dette blev bekræftet af markedsundersøgelsen.

SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNINGER FOR KONKURRENCEN

514. Transaktionens virkninger skal vurderes på ovennævnte baggrund med inddragelse af de forhold, der er påpeget i afsnittet om de strukturelle kendetegn ved detailmarkedet for motorbrændstof generelt.
515. Fusionen mellem Exxon og Mobil vil skabe stærke bånd mellem BP-Mobil, Aral og Exxon inden for detailhandel med motorbrændstof i Østrig. Dette vil mindske incitamenterne for Aral og Esso til at udfordre den ledende position, som OMV, BP-Mobil og Shell indtager. Aral og Esso forekom at være de eneste netværk med tilstrækkelig kapacitet til at pålægge de tre største selskaber nogen form for konkurrencemæssige begrænsninger. Efter fusionen vil oligopolet omfatte samlede markedsandele på [70-80]*% (herunder kontrol over eller interesser i tankstationer med andre varemærker end A-varemærker), og der vil kun være meget små marginale konkurrenter tilbage med et omkostningsgrundlag, som ikke giver dem mulighed for at konkurrere effektivt. Desuden vil disse små konkurrenter i nogen grad være omfattet af en af de tre topaktørers økonomiske interesser og samtidig være afhængige af forsyninger fra disse selskaber. Fusionen vil derfor skabe eller styrke en dominerende stilling for OMV, trioen Exxon - BP-Mobil - Aral, samt Shell på det østrigske marked for detailhandel med motorbrændstof.

DE FRANSKE MOTORVEJE

GENEREL OVERSIGT

516. Som det fremgår af nedenstående er konkurrencesituationen på markedet for detailsalg af motorbrændstof ved de franske betalingsmotorveje præget af de meget få aktører. Leverancerne er meget koncentrerede, og alle aktører er store vertikalt integrerede olieselskaber. Eftersom der ikke synes at være tale om nogen form for markedsafskærmning inden for raffinering og engrossalg på dette marked, berøres disse punkter ikke yderligere i denne vurdering.

Betalingsmotorveje som særskilt produktmarked

517. Transaktionen vil få meget stor betydning for de franske motorveje. Som nævnt kan betalingsmotorvejene udgøre særskilte produktmarkeder, fordi de har nogle særlige kendetegn. Desuden er Frankrig et af de EU-lande, hvor den største del af motorvejene er betalingsmotorveje, hvor bilisterne betaler afgift i forhold til den strækning, de har tilbagelagt. Dette forhold afholder i endnu større grad bilisterne fra at forlade motorvejene for at tanke op på tankstationer uden for motorvejsnettet. Fra forsyningsiden er isoleringen af motorvejsmarkedet desuden begrundet af de omfattende adgangshindringer (se punkt 554-561).

518. I nedenstående tabel vises forskellene mellem Exxons motorvejspriser og selskabets gennemsnitlige standerpriser i de medlemsstater, der berøres mest af transaktionen⁶⁰.

Anslået delta for standerpriser ved motorveje i % af Exxons gennemsnitlige netværkspris	Benzin inkl. afgift	Diesel inkl. afgift	Benzin ekskl. afgift	Diesel ekskl. afgift
[...]*				

519. Som det fremgår af ovenstående tabel, er Frankrig det eneste af de lande, der er berørt af denne sag, hvor der er tale om betydelige forskelle mellem priserne (ekskl. afgift) på og uden for motorvejene (mellem [...]*%). Det skyldes formentlig, at tankstationer ved motorveje i andre lande er underlagt større konkurrencemæssige begrænsninger af tankstationer uden for motorvejsnettet.

520. Parterne mener, at detailmarkedet for motorbrændstof ikke adskiller sig fra markedet for motorbrændstof uden for motorvejsnettet. Dette er også blevet fremført af andre

⁶⁰ Da der ikke foreligger brancheoplysninger om de gennemsnitlige standerpriser ved motorvejene, bruges Exxons gennemsnitlige standerpris ved motorvejene som udtryk for den gennemsnitlige standerpris i branchen. Parterne var desuden ikke i stand til at oplyse data alene om betalingsmotorveje. Kommissionen benyttede derfor data for alle motorveje som udgangspunkt.

olieselskaber som svar på Kommissionens klagepunktsmeddelelse som led i proceduren. De påpeger alle, at da moderne biler har stor brændstofkapacitet, kan bilisterne køre langt for at købe brændstof uden for motorvejsnettet. Desuden bliver de franske bilister regelmæssigt informeret om forskellene i priser på tankstationer på og uden for motorvejsnettet ved hjælp af særlige brochurer. I henhold til såvel parterne som de øvrige olieselskaber er det gennemsnitlige forbrug af brændstof endvidere faldet på de franske motorveje, især hvis man indregner den gennemsnitlige trafiktilvækst.

521. Mere specifikt fremføres det, at efterspørgslen efter brændstof på de franske motorveje er faldt markant, netop fordi tankstationer uden for motorvejsnettet har udøvet konkurrencepres. Til støtte herfor henviser parterne til en undersøgelse foretaget i 1992 af Union Française de l'Industrie du Pétrole, hvor man regnede med en stigning i salget af motorbrændstof ved betalingsmotorveje på omkring 410 millioner liter over de kommende fem år, også med inddragelse af en tilvækst i trafikken og en udbygning af motorvejsinfrastrukturen. Det viser sig, at mens trafikken faktisk voksede, og motorvejsnettet blev udbygget, faldt salget af motorbrændstof med næsten 270 millioner liter i denne periode. På dette grundlag konkluderer parterne, at kunderne er gået fra tankstationer ved motorvejene til stationer uden for.
522. Parternes bevismateriale kan i bedste fald betegnes som ufuldstændigt. At der er sket et fald i salget af motorbrændstof ved motorvejene på 270 millioner liter over fem år, er ikke i sig selv bevis for noget som helst. For at bevise, at salget af motorbrændstof på motorvejene er faldet til fordel for salg uden for, skulle parterne have sammenlignet forbrugsmønstrene i begge netværk. I stedet har parterne undladt at foretage en sådan vurdering. Det er endnu vigtigere, at de helt har overset den kendsgerning, at der rent logisk også omkring tankstationer uden for motorvejsnettet kan have været en trafiktilvækst og være sket en udbygning af vejinfrastrukturen.
523. En meningsfuld sammenligning mellem efterspørgslen på tankstationer ved og uden for motorvejene viser, at forbrugsmønstrene i de to netværk ligner hinanden meget. Nedenstående tabel viser, den samlede omsætningsmængde for motorbrændstof ved de franske motorveje i de sidste fem år, samt det samlede salg på hele det franske marked. Der er ikke taget hensyn til trafiktilvæksten og udbygningen af vejinfrastrukturen.

FRAN- KRIG		<u>1994</u>	<u>1995</u>	<u>1996</u>	<u>1997</u>	<u>1998</u>	
<u>ANSLÅET MÆNGDE OMSAT VED MOTORVEJE</u>							
	Benzin	Kt	908	852	799	788	781
	Diesel	Kt	<u>1449</u>	<u>1519</u>	<u>1509</u>	<u>1587</u>	<u>1684</u>
			2357	2371	2308	2375	2465
<u>SAMLET DETAILSALG</u>							
	Benzin	Kt	16122	15379	14738	14377	14289
	Diesel	Kt	<u>15649</u>	<u>16532</u>	<u>17139</u>	<u>18118</u>	<u>19005</u>
			31771	31911	31877	32495	33294

524. Som det fremgår af ovenstående tabel, svarer trenden i motorvejsalget i de sidste fem år stort set til den generelle trend. Der er sket en mindre stigning i efterspørgslen, især efter diesel, mens benzinformbruget er faldet en smule. Denne trend er den samme for både motorvejsnetværket og netværket uden for. På grundlag af disse oplysninger synes forbrugsmønstrene ved motorvejene at svare til dem uden for motorvejsnettet.
525. En kvalitativ analyse af kunderne på tankstationer ved motorvejene er også interessant. Nedenstående tabel giver en vurdering af Exxons samlede omsætningsmængde af motorbrændstof i detailledet i årene 1996-1998 på månedsbasis.
526. Procentsats af Exxons salg pr. måned ved motorvejene

Jan	Feb	Mar	April	Maj	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec
-----	-----	-----	-------	-----	------	------	-----	------	-----	-----	-----

[...]*

Tallene er udtrykt i procent

527. Det fremgår af ovenstående tabel, at størstedelen af årets salg ved de franske motorveje sker i feriemånederne. Især hvad angår forbruget af benzin, tegner to af årets måneder, nemlig juli og august, sig for over [...]*% af det samlede salg, hvis man medregner april og maj, udgør salget i disse fire måneder ca. [...]*% af årets samlede salg. Med hensyn til diesel er denne trend mindre klar, men dog stadig en realitet. Generelt giver alle måneder med offentlige feriedage højere salg. Med andre ord viser ovenstående data, at efterspørgslen er yderst sæsonbetonet, hvilket igen indebærer en højere grad af beskyttet salg. Feriekunderne er i det store og hele turister, som kan forventes at tanke op ved motorvejene. Disse kendsgerninger taler for at betragte motorvejene som et særskilt marked.

528. Det endelige bevis for, at detailsalget af motorbrændstof ved de franske betalingsmotorveje udgør et særskilt marked, er, at priserne ligger 5-10 % højere end priserne uden for motorvejsnettet. Her hævder parterne, at de detailhandlende har større omkostninger til drift af tankstationer på motorvejene. Det forklarer imidlertid ikke, hvorfor bilisterne faktisk er villige til at betale mere for brændstof, de køber ved motorvejene. Kort sagt er isoleringen af motorvejssegmentet fra resten af det franske marked netop afspejlet i priserne, som ligger mellem 5 og 10 % højere end priserne på tankstationer uden for motorvejsnettet.

SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ

Markedsstruktur

529. Situationen inden fusionen er følgende. I modsætning til detailhandelen uden for motorvejsnettet er markedet for detailsalg af motorbrændstof ved de franske betalingsmotorveje allerede meget koncentreret. Det er præget af, at der kun findes seks aktører, som alle er vertikalt integrerede olieselskaber, hvoraf et, Agip, er ubetydeligt. De fem øvrige aktører kan opdeles i to kategorier: de dominerende nationale selskaber, dvs. Total og Elf, og de store olieselskaber, dvs. Shell, Exxon og BP-Mobil. De to dominerende nationale selskaber er markedsførende. Det skyldes deres historiske position i Frankrig, som ikke er blevet anfægtet ved betalingsmotorvejene. I denne forbindelse har begge aktører deres egne raffinaderier i Frankrig, som sikrer rettidige og billige leverancer af motorbrændstof. De ejer begge talrige lageranlæg fordelt over hele landet. De har begge et meget stort antal tankstationer, som udgør et fintmasket net, der dækker hele motorvejsnettet. Af disse to aktører har Total den ledende position ved betalingsmotorvejene. Efter fusionen med Fina har selskabet yderligere styrket sin førerstilling og opnået en markedsandel på ca. [30-40]*%. Som det vil blive demonstreret nedenfor, er Total samtidig den mest omkostningseffektive detailhandlende, når man ser på gennemsnitlig omsætningsmængde pr. station. De tre store olieselskaber er alle mellemstore aktører. Shell og Exxon har omtrent samme markedsposition (henholdsvis [10-20]*% og [10-20]*%), både med hensyn til omsætningsmængde og antal stationer, mens BP-Mobil ikke er langt efter. Inden fusionen er CR4 tæt på [80-90]*%.
530. Der findes næsten ingen uafhængige detailhandlende på markedet. Det skyldes en række forhold, især vanskeligheder med at få tilladelser til at drive tankstation ved motorvejene, det begrænsede antal anlægssteder, de høje investeringsomkostninger (disse forhold vil blive behandlet i punkt 554-561).
531. Denne tabel giver et overslag over parternes og deres konkurrenters markedsandele (omsætningsmængde) i de sidste fem år.

Frankrig	1994	1995	1996	1997	1998
Total	[30-40]*	[30-40]*	[30-40]*	[30-40]*	[30-40]*
Elf	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
Shell	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Esso	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
BP-Mobil	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Fina	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*

Agip	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
------	---------	---------	---------	---------	---------

532. Markedet er forblevet ret stabilt med hensyn til udvikling i markedsandele. Der har været udsving i markedsandele mellem nogle aktører inden for et bånd på ca. 10 % over en femårig periode. Imidlertid bevarer de førende aktører deres markedsposition næsten uændret med Total i spidsen efterfulgt af Elf, Shell, Exxon og BP-Mobil.
533. Det er også værd at måle de forskellige aktørers position med hensyn til antallet af tankstationer.

Antal tankstationer	1996	1997	1998
Total	111	113	126
Elf	128	125	124
Shell	48	51	57
Esso	55	56	60
BP-Mobil	22	42	41
Fina	26	34	24
Agip	9	9	7

534. Total og Elf har omtrent lige mange stationer (henholdsvis 126 og 124), hvorefter kommer Shell, Exxon og BP-Mobil. Stabiliteten i udviklingen af markedsandele over tid er mindre udtalt end udtrykt i andele af omsætningsmængden, men den er stadig markant. Over en periode på fem år har Total øget antallet af tankstationer med ca. 20 % (uden at medregne overtagelsen af Fina) og dermed overhalet Elf. De øvrige ledende aktører har alle med undtagelse af BP, som i 1997 slog sit netværk sammen med Mobils, opretholdt stort set uændrede positioner.
535. Alt i alt synes markedet for detailsalg af motorbrændstof ved de franske betalingsmotorveje i de senere år på baggrund af ovenstående betragtninger at være forblevet ret statisk, og der er ikke registreret ændringer. Efterspørgslen har været ret flad i denne femårsperiode. Konkurrenterne har stort set opretholdt deres positioner.

Konkurrencedynamik – Omkostninger og priser

Omkostninger

536. En væsentlig faktor for rentabiliteten af et detailnetværk er omsætningsmængden. Jo højere omsætningsmængde, jo lavere er de gennemsnitlige driftsomkostninger pr. liter. Nedenstående tabel viser den gennemsnitlige omsætningsmængde pr. station for de forskellige aktører i de sidste fem år, og giver således mulighed for at sammenligne deres omkostninger.

Frankrig
Mængde

	Agip	BP/M	Elf	Esso	Fina	Total	Shell	I alt
1998								
Stationer	7	58	124	60	24	126	73	472
Km ³ /år	29	309	771	389	93	1004	430	3026

Mængde	4199	5333	6220	6482	3889	7970	5891	6412
1997								
Stationer	9	60	125	64	34	113	70	475
Km ³ /år	35	296	731	399	106	929	425	2922
Mængde	3911	4933	5851	6234	3118	8223	6078	6152
1996								
Stationer	9	60	128	67	26	111	66	467
Km ³ /år	37	292	702	408	90	893	422	2844
Mængde	4139	4873	5485	6089	3465	8042	6390	6090
1995								
Stationer	8	57	128	64	25	108	67	457
Km ³ /år	35	318	705	414	89	914	450	2927
Mængde	4392	5585	5506	6476	3570	8466	6719	6404
1994								
Stationer	9	60	121	59	21	103	66	439
Km ³ /år	39	328	697	424	78	897	454	2918
Mængde	4364	5469	5761	7184	3734	8705	6881	6646

Kilde : UFIP

537. Ovenstående tabel viser, at Total har den største omsætningsmængde med 7 970 m³ pr. station, fulgt af Exxon med 6 482 m³. Imidlertid har alle de ledende aktører en omsætningsmængde på langt over 5 000 m³. Man kan generelt sige, at den gennemsnitlige omsætningsmængde er ret høj i forhold til gennemsnittet på tankstationer uden for motorvejsnettet. Det skyldes imidlertid, at tankstationerne ved motorvejene generelt er større end almindelige stationer uden for.
538. En gennemsnitlig omsætningsmængde på mellem 3 000 og 3 500 m³ pr. station betragtes i branchen som nødvendigt for, at en almindelig tankstation kan nå op på den minimale effektivitetsgrad. Eftersom tankstationer ved motorveje imidlertid har høje omkostninger end andre stationer, skal der en højere gennemsnitlig omsætningsmængde til at sikre denne minimale effektivitetsgrad. En omsætningsmængde på 6 000 m³ (to gange den gennemsnitlige mængde) kan med rimelighed bruges som benchmark for rentabilitet. Med denne fremgangsmåde synes der ikke at være nogen væsentlig forskel mellem de forskellige aktørers omkostningseffektivitet. Tre aktører (Total⁶¹, Exxon og Elf) rammer stort set målet, mens to andre (Shell og BP-Mobil) er meget tæt på.

Priser

539. For at få et nuanceret billede af konkurrencesituationen inden for detailsalg af motorbrændstof ved de franske betalingsmotorveje kan man tage udgangspunkt i de samlede franske marked for detailsalg af motorbrændstof. Dette marked har parterne kaldt et af de mest konkurrencebetonede i Europa.
540. Som nævnt i punkt 518-520 synes Frankrig at have langt de største prisforskelle. Sammenligninger med tal fra andre lande kan undertiden være misvisende, fordi der er tale om forskellige konkurrencevilkår på hvert nationalt marked. I nogle lande,

⁶¹ Der skal også tages hensyn til, at Total for nylig overtog Fina, som har de dårligste resultater med hensyn til omsætningsmængde pr. station.

som f.eks. Østrig og Nederlandene, er de generelle priser ekskl. afgift uden for motorvejsnettet ekstremt høje, og det kan delvis forklare det mindre spring op til motorvejspriserne. Med undtagelse af Frankrig er motorvejene desuden gratis i alle disse lande. Det peger i retning af et mere intenst konkurrencepres på motorvejtankstationerne fra stationerne uden for motorvejsnettet. Situationen i Frankrig kan imidlertid sammenlignet med Det Forenede Kongerige, idet standerpriserne i Det Forenede Kongerige ekskl. afgifter ligger tæt på de afgiftsfrie priser i Frankrig. Ikke desto mindre er forskellen i Det Forenede Kongerige under en femtedel af forskellen i Frankrig. Situationen i Tyskland kan også sammenlignes med Frankrig, da prisforskellene ikke er særligt store.

541. Nedenstående tabel viser en sammenligning mellem Exxons motorvejspriser og Exxons netværkspriser i Frankrig, Det Forenede Kongerige og Tyskland.

	Frankrig	Det Forenede Kongerige	Tyskland
Exxons priser ekskl. afgift ved motorveje - benzin	[...]*	[...]*	[...]*
Exxons gennemsnitlige priser ekskl. afgift i netværket - benzin			
Exxons priser ekskl. afgift ved motorveje - diesel			
Exxons gennemsnitlige priser ekskl. afgift i netværket - diesel			

542. Det skal bemærkes, at prisforskellene mellem disse lande er meget store og dårligt kan forklares ved, at omkostningerne er højere i Frankrig end i Det Forenede Kongerige og Tyskland. Selv hvis man medgiver, at nogle af de omkostninger, parterne angiver ved de franske motorveje, ikke findes i Det Forenede Kongerige og Tyskland (f.eks. forpagtningsafgift), synes de øvrige omkostninger at være almindelige ekstraomkostninger, som en detailhandlende må bære, når han driver en tankstation ved en motorvej i et hvilket som helst land.

543. En sammenligning af bruttofortjenstmargenen og omkostninger for Exxon ved motorveje i Frankrig, Det Forenede Kongerige og Tyskland kan give en god indsigt. Det er især interessant at sammenligne, hvad parterne i deres indlæg kalder "andre engrosomkostninger", dvs. alle direkte (leje af grund/skatter, reklame, personale) og indirekte (selskabets generelle omkostninger og systemer) omkostninger, der er specifikt forbundet med at drive og forvalte detailhandel i det pågældende land. Transport- og leveringsomkostninger er ikke medregnet.

Motorveje - 1998	Frankrig	Det Forenede Kongerige	Tyskland
Exxons engrosomkostninger - benzin		[...]*	

Exxons engrosomkostninger - diesel	[...]*
Exxons bruttofortjenstmargen - benzin	[...]*
Exxons bruttofortjenstmargen - diesel	[...]*

Tallene angiver USD pr. ton

544. Ovenstående tabel viser, at de omkostninger, som parterne betragter som årsagen til, at priserne er højere på de franske motorveje, er lavere i Frankrig end i Det Forenede Kongerige og Tyskland. Derimod er bruttofortjenstmargener og priser i Frankrig væsentligt højere end i Det Forenede Kongerige og Tyskland.
545. Man kan heller ikke hævde, at det er misvisende at sammenligne ovenstående oplysninger, fordi strukturen af Exxons detailnetværk er forskelligt fra land til land. I denne forbindelse er det tilstrækkeligt at sige, at Exxons netværk på de franske motorveje udelukkende består af tankstationer, der ejes af selskabet, dvs. stationer, hvor Exxon har de højest tænkelige omkostninger.
546. I deres svar på klagepunktsmeddelelsen bemærker parterne, at ovennævnte omkostningsdata, der skulle være repræsentative for tankstationer ved motorveje, faktisk omfatter stationer både ved og uden for motorvejene. I denne forbindelse skal det bemærkes, at de oplysninger, Kommissionen har taget som udgangspunkt, er afgivet af parterne som svar på en anmodning om oplysninger, der entydigt gjaldt omkostningsdata for tankstationer ved motorveje. Kommissionen har derfor antaget, at parterne betragtede disse data som nogenlunde repræsentative også for deres omkostninger på motorvejsstationer.
547. Selv hvis man foretager vurderingen på grundlag af de data, parterne ikke anfægter, forekommer fortjenstmargenerne ved de franske motorveje at være usandsynligt store. Som nævnt ligger standerpriserne ekskl. afgift på de franske motorveje i gennemsnit mellem [...]* og [...]*% højere end de generelle standerpriser ekskl. afgift i Frankrig. Parterne fremfører, at disse forskelle skyldes de højere omkostninger for en detailhandlende, som driver en tankstation ved motorvejene. De hævder især:
- i)* at alle franske forpagtede tankstationer ved motorvejene (som udgør [...]*% af Exxons stationer) skal betale forpagtningsafgift efter omsætningsmængden på ca. [...]*centimes/liter til selskabet
 - ii)* at tankstationer ved motorveje har større investeringsomkostninger, fordi forpagteren skal tilbyde supplerende faciliteter; det drejer sig typisk om yderligere tankanlæg, supplerende vaske- og parkeringsfaciliteter m.m., og ekstraomkostningerne hertil beløber sig til [...]* centimes/liter
 - iii)* at tankstationer ved motorveje skal være åbne hver dag 24 timer i døgnet; det giver ekstraomkostninger på ca. [...]* centimes/liter
 - iv)* at brugen af erhvervskreditkort er mere udbredt ved motorvejene, hvilket giver ekstraomkostninger på ca. [...]* centimes/liter.
- Alle disse omkostninger skulle forklare en stor del af forskellene - [...]*% for benzin og [...]*% for diesel.

548. Selv hvis man accepterer parternes rundhåndede overslag, er der imidlertid stadig en væsentlig forskel på omkring 20-30 %, som der ikke er redegjort for. På grundlag af parternes beregning vil der stadig være en margen på op til 10 centimes/liter, som ikke kan begrundes af nogen ekstraomkostning.
549. Ovenstående tyder på, at de generelle fortjenstmargener og i sidste ende de detailhandlendes fortjenester ved de franske motorveje er højere end på tankstationer uden for det franske motorvejsnet. Fortjenesterne er også højere end på motorvejtankstationer i de øvrige medlemsstater, der er behandlet ovenfor.

Prisudvikling

550. En sammenligning mellem prisudviklingen i standerpriser ved og uden for det franske motorvejsnet i de sidste fire år er også ganske illustrativ.

Standerpriser		1995		1996		1997		1998	
USD/T		Afgift	Afgift	Afgift	Afgift	Afgift	Afgift	Afgift	Afgift
		VED	EJ	VED	EJ	VED	EJ	VED	EJ
Motorveje	Benzin	1630	378	1653	380	1500	364	1465	327
	Diesel	1007	331	1066	355	984	339	934	286
Detail ekskl. motorveje	Benzin	1568	326	1598	334	1426	302	1384	260
	Diesel	949	282	1006	305	909	277	848	215
Prisdelta	Benzin	62	52	55	46	75	62	80	67
Motorveje vs. ikke-motorveje	Diesel	59	49	60	50	75	62	87	72

551. Det fremgår af tabellen, at de absolutte priser ekskl. afgift er faldet både ved motorvejene og uden for på grund af et fald i råolieprisen. I relative standerpriser har der imidlertid tilsyneladende været tale om en anden udvikling, idet priserne uden for motorvejsnettet er faldet langt mere. I denne forbindelse er det slående, at forskellen mellem priserne ved og uden for motorvejene er steget mellem 30 og 40 %.
552. Tabellen viser først og fremmest, at markedet for detailsalg af motorbrændstof ved de franske motorveje er uberørt af prisudviklingen på det beslægtede marked for tankstationer uden for motorvejsnettet. For det andet synes aktørerne på markedet ved betalingsmotorvejene at have nået en ligevægt på et niveau over den konkurrencedygtige pris, som ikke forstyrres af den hårde konkurrence mellem de forskellige aktører på markedet uden for motorvejsnettet.
553. I forhold til graden af priskonkurrence mellem de forskellige detailhandlere på dette marked, er det endelig værd at bemærke, at der er tale om meget små prisforskelle. Generelt følger standerpriserne hinanden nøje, og udsvingene mellem de forskellige detailhandlendes priser er ubetydelige. Denne manglen på priskonkurrence er igen en indikator for, at den enkelte detailhandler er tilfreds med sin indtjening, og at markedet har nået en balance på et niveau over den konkurrencedygtige pris.

Adgangshindringer – Ekspansion – Potentiel konkurrence

Adgangshindringer

554. I industrien erkender man, at en række forhold gør det vanskeligere at komme ind på markedet for detailhandel med motorbrændstof ved betalingsmotorvejene end på det samlede detailhandelsmarked. Det er også tilfældet i Frankrig.
555. For det første kræver det en del investeringer at anlægge en tankstation ved en motorvej. Parterne anslår, at omkostningerne ved at opføre et nyt anlæg ved en motorvej kan være fra fem til ti gange højere end normalt. Ifølge parterne kan et anlæg på begge sider af motorvejen koste op til [...] * USD, mens et anlæg på kun den ene side kan koste [...] * USD, og et anlæg uden for motorvejsnettet normalt koster omkring [...] * USD. Ekstraomkostningerne skyldes især behovet for yderligere faciliteter som lagertanke og supplerende vaske- og parkeringsfaciliteter m.m.
556. For det andet kan det tage meget lang tid at få et nyt anlæg godkendt. Alt i alt går der i Frankrig fra 1 til 2 år, før et motorvejsanlæg er færdigt, inkl. tid til at indhente den nødvendige tilladelse og afslutte udbudsprocedurene.
557. For det tredje er opførelsen af ny tankstationer kraftigt reguleret og kontrolleres omhyggeligt af det franske vejdirektorat. Blandt andet regulerer man afstanden mellem tankstationer på motorvejene. Dermed begrænses mulighederne for at udvikle nye anlæg væsentligt.
558. For det fjerde er markedet allerede forholdsvis mættet med stationer, hvilket yderligere begrænser mulighederne for at opføre nye.
559. Faktisk har manglen på nye anlægssteder sammen med de øvrige nævnte faktorer traditionelt holdt nye markedsaktører ude fra markedet ved de franske betalingsmotorveje. Det er betegnende, at der i de sidste ti års udbudsprocedurer kun er tildelt tre tankstationer ved motorveje til virksomheder, der inden 1989 ikke var repræsenteret på de franske motorveje. En tankstation er givet til Leclerc (en fransk kæde af hypermarkeder), mens to er gået til Dyneff (en stor uafhængig mellemhandler).
560. Parterne hævder, at der er et element af konkurrence på markedet, fordi tilladelserne til at udnytte et anlægssted er af begrænset varighed og med faste mellemrum tages op til ny vurdering af vejdirektoratet. De franske motorveje ejes enten af de nationale myndigheder, af de lokale eller af helt eller delvis privatejede selskaber. Disse selskaber får tildelt retten til at opføre og drive motorveje på grundlag af tilladelser fra de nationale/lokale myndigheder. De udsteder igen tilladelser til at drive tankstationer til detailhandlende i motorbrændstof. Tilladelserne til at drive motorveje gælder normalt i mellem 15 og 30 år. Dog gælder dem, der udstedes direkte af de lokale eller nationale myndigheder, generelt i 30 år.
561. På denne baggrund skal det bemærkes, at selv om dette system teoretisk skulle skabe en form for konkurrence om tilladelsen til at drive en bestemt tankstation, har det aldrig fungeret særlig godt. Partene indrømmer, at de ikke har kendskab til, at nogen ny bydende skulle have overtaget eksisterende tankstationer efter den første tilladelses udløb. Årsagen er, at det er kutyme i branchen, at den nuværende leverandør får forlænget den oprindelige tilladelse, normalt sammen med en aftale om

en investering i eller modernisering af tankstationen, inden den første tilladelse udløber.

Potentiel konkurrence

562. Det skal også bemærkes, at der ikke findes nogen reel konkurrencetrussel på markedet ved de franske betalingsmotorveje. Den hårdeste konkurrence om detailhandel med motorbrændstof uden for det franske motorvejsnet er kommet fra supermarkeder og hypermarkeder (de tegner sig for over 50 % af det samlede salg i Frankrig). Disse aktører har udviklet detailhandel med brændstof som en sekundær aktivitet, der supplerer deres kerneaktiviteter. De har som udgangspunkt øget deres salg, fordi de har kunnet holde priserne nede ved at opnå omkostningsbesparelser. Det er blevet muligt gennem den logistiske synergi mellem deres kerneaktiviteter og detailhandel med motorbrændstof. Hypermarkederne placerer typisk en tankstation bekvemt ved siden af deres parkeringsplads for at udnytte, at et stort antal kunder kommer for at købe ind i hypermarkedet. Det giver operatørerne en stor omsætningsmængde og lave driftsomkostninger. Alle disse faktorer kan imidlertid ikke uden videre genskabes ved motorvejene. Med en enkelt mindre undtagelse er der hidtil ingen af supermarkeds-kæderne, der er repræsenteret ved de franske motorveje (Leclerc har én tankstation med priser under gennemsnittet). De fleste super- og hypermarkeds-kæder, der beskæftiger sig med detailsalg af motorbrændstof, har i deres svar som led i Kommissionens undersøgelse oplyst, at de ikke agter at gå ind på markedet ved betalingsmotorvejene netop af ovenstående årsager. De påpeger endvidere, at det er yderst vanskeligt at gå ind på markedet ved betalingsmotorvejene uden et tilstrækkeligt stort antal tankstationer.

SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNING FOR KONKURRENCEN

563. Som nævnt er situationen inden fusionen allerede præget af mangel på konkurrence, hvilket skyldes en række forhold. Markedet er yderst koncentreret med fem operatører (TotalFina, Elf, Shell, Esso og BP-Mobil), der tegner sig for næsten 90 % af salget. Der findes ingen aggressive konkurrenter som på markedet uden for motorvejsnettet. Markedet er beskyttet mod nogen konkurrencetrussel på grund af de betydelige adgangshindringer. Desuden har uafhængige detailhandlende og især hypermarkederne, som teoretisk ville være oplagte kandidater til at gå ind på dette marked, ikke vist nogen interesse eller har ikke været i stand til det.
564. Virkningen af den foreliggende transaktion skal vurderes på ovennævnte baggrund med inddragelse af de forhold, der er peget på i afsnittet om de strukturelle kendetegn ved markederne for detailhandel med motorbrændstof generelt. For det første skærper transaktionen koncentrationen på markedet yderligere. I praksis betyder transaktionen, at en mellemstor konkurrent elimineres fra markedet.
565. Endnu vigtigere er det, at transaktionen vil ændre markedsstrukturen, da den vil skabe et nyt magtcenter omkring de to selskaber Exxon-Mobil og BP-Mobil, der tilsammen får en markedsposition, som groft set kan sammenlignes med konkurrent nr. 2. Kort sagt vil transaktionen få en betydelig negativ virkning, da den vil skabe ny balance internt i oligopolet. I stedet for fem aktører, hvoraf tre havde ret beskedne markedsandele, vil der optræde to store aktører, nemlig Total/Fina med [30-40]*% og Elf med [20-30]*, plus et tilsvarende tredje selskab, Exxon og BP-Mobil, med tilsammen [20-30]*% og en mindre aktør, Shell, med [10-20]*%.

566. Konkurrenceforholdet mellem medlemmerne af oligopolet vil blive ændret, da mulighederne for gengældelse vil blive styrket. Når deltagerne får større og mere afbalancerede markedsandele, er følgerne af konkurrenceinitiativer potentielt mere omfattende og alvorlige end med den nuværende forsyningsstruktur.
567. Inden fusionen kunne de tre mellemstore aktører stadig forstyrre oligopolets ligevægt. De kunne især legitimt søge at øge deres markedsandele på baggrund af deres gode omkostningseffektivitet. Samtidig repræsenterer de tre aktører de eneste kæmpestore multinationale, der altid er i stand til at udøve et konstant konkurrencepres på et nationalt dominerende selskab. Efter fusionen vil markedsstrukturen ikke tillade noget konkurrenceinitiativ uden en meget kraftig og omfattende reaktion. På grund af den ringe vækst i efterspørgslen efter brændstof vil ethvert forsøg fra en af aktørerne på at øge sit salg nødvendigvis gå ud over de øvrige aktører. På grund af produktets homogenitet er den eneste mulige konkurrencestrategi for at øge markedsandele at sætte priserne ned. Imidlertid vil enhver prisnedsættelse føre til gengældelse fra de øvrige aktører, som vil føle sig direkte ramt. Da tre ud af fem aktører endvidere har et meget forgrenet netværk og er lige omkostningseffektive, vil de gøre alt for at undgå priskonkurrence. Shell, som er det eneste "lille" medlem af oligopolet, der er tilbage, og som kunne have andre incitament, ville imidlertid løbe meget alvorlige risici ved at konkurrere intenst, da selskabet har en mindre markedsandel end de større detailhandlende og derfor er lettere at ramme. Kort sagt vil fusionen gøre samspillet mellem de få dominerende aktører lettere at gennemføre og kontrollere og samtidig forværre de i forvejen dårlige økonomiske resultater på markedet.
568. På baggrund af ovenstående synes transaktionen at ville føre til en styrkelse af den kollektive dominerende stilling, som TotalFina, Elf, Shell, Esso og BP-Mobil indtager, hvilket vil føre til en væsentlig begrænsning af den effektive konkurrence på fællesmarkedet.

TYSKLAND

GENEREL OVERSIGT

Raffinering

569. Der findes i øjeblikket 17 brændstofraffinaderier i Tyskland, enten på kysten eller inde i landet. De største raffineringsselskaber er Exxon, Shell, BP-Mobil og DEA, som ejer ca. 42 % af den samlede kapacitet. Disse tre selskaber er vertikalt integreret, idet de også er aktive inden for engros- og detailhandel med motorbrændstof. De fleste øvrige raffineringsselskaber (som Conoco, Elf, Total, Agip og OMV) er også vertikalt integrerede olieselskaber. Ikke-integrerede raffineringsselskaber som Ruhr Öl, Wintershall, Beta og Holborn tegner sig for 43 % af den samlede tyske produktion. Disse raffinaderier har en samlet kapacitet på 2 186 KBD. Forbruget i hele Tyskland (diesel, LPG og benzin) nåede i 1996 op på 622 millioner bbl. Ifølge Eurostat er den tyske nettoimport på ca. 21 % af landets produktionskapacitet, selv om dette tal ikke omfatter det nyopførte raffinaderi i Leuna. Det er vigtigt at bemærke, at de indlandske raffinaderier ikke kan sælge deres overskydende produktion på fragtmarkedet og derfor må markedsføre den i Tyskland.

Infrastruktur

570. Raffinaderierne og lagerkapaciteten ligger strategisk tæt på de store forbrugsområder, mens regionale lagre forsyner mere fjerntliggende egne af Tyskland med produkter. Rhinen forbinder raffinaderierne i vest (Gelsenkirchen VEBA, Wesseling DEA, Godorf Shell, Karlsruhe Esso/DEA/VEBA/Conoco) og indirekte gennem Mittellandkanal også Wintershalls raffinaderi. De sydlige raffinaderier (Ingolstadt Esso, Vohburg BP-Mobil/AGIP/ RuhrÖl) kan nås via Donau. Tre raffinaderier er forbundet med Hamborgs havn (Heide DEA, Hamburg Holborn og Hamburg Shell). Indlandske raffinaderier, som ikke er forbundet med en havn eller en flod, betjener hovedsagelig den region, de ligger i, eller store lageranlæg, hvilket er tilfældet for Leuna (Elf) i Dresden-området, Burghausen (OMV) i München og Østrig (gennem rørledning til Donau) og Schwedt (DEA/Ruhröl/AGIP/Total/Elf) i Berlin-området. Regioner med stort forbrug (Hamborg, Hannover, Köln, Frankfurt, Stuttgart, München, Berlin, Dresden m.fl.) forsynes af nærliggende raffinaderier.

571. Rørledninger (både produktørledninger og NATO's jetrørledning) dækker den vestlige og sydlige del af Tyskland, mens den østlige del af landet dækkes af store lagre, der er forbundet både med rørledninger og Elben. Rørledninger forbinder alle større lagre med raffinaderierne, selv om man bør skelne mellem selskabernes egne produktørledninger og NATO's rørledningssystem, som kører på fuld kapacitet, og som især bruges til at transportere jetbrændstof til militærflughavne.

572. Det meste af Tyskland kan forsynes via fragtmarkedet med pramtraffiken på Rhinen, Donau og Elben (der forbinder Hamborg med den østlige del af landet). På grund af udsving i vandstanden må prammene maksimalt medbringe 1 000 tons. Pramtransport på Rhinen kan berøres af både høj og lav vandstand. Mens stigende vandstand næsten ikke påvirker fragttaksterne, når blot trafikken ikke afbrydes (hvilket sker meget sjældent), kan lav vandstand have betydning for fragttaksterne, fordi lasten må begrænses for at sikre, at prammen kan sejle gennem lavt vand. I sådanne perioder

stiger fragttaksterne, selv om virkningen for taksterne også afhænger af den faktiske efterspørgselsituation i det tidligere produktionsled. I perioder med lav efterspørgsel (især om sommeren, hvor efterspørgslen efter gasolie er lav) kan lav vandstand have begrænset virkning for fragttaksterne. I perioder med stor efterspørgsel kan lav vandstand derimod påvirke fragttaksterne væsentligt. Der er typisk lav vandstand på Rhinen mellem en uge og en måned om året.

Engroshandel

573. Markedsundersøgelsen viser, at det er forholdsvis let for detailhandlende at få adgang til engrosmarkedet. Salgspriserne til uafhængige mellemhandlere er typisk baseret på OMR (Oil Market Report, en lokal pendant til Platts) med en aftalt præmie til at dække faktorer som ugunstig beliggenhed og eventuelle tjenesteydelser. OMR-noteringen er den pris, en mellemhandler skal betale, hvis han vil købe motorbrændstof fra lagre i nærheden af Rhinen. Den svarer til Platts notering, men ligger ca. 10-15 % højere. Ifølge parterne skulle pramtransport fra ARA-området (Antwerpen-Rotterdam-Amsterdam) til Karlsruhe-området udgøre ca. halvdelen af forskellen mellem Platts og OMR's noteringer. Den anden halvdel af forskellen skyldes alle de øvrige omkostninger, som et selskab, der transporterer produktet ind i Tyskland og sælger det til kunder der, vil pådrage sig, herunder handlingomkostninger (f.eks. til lastning og losning af pramme), terminal-/lageromkostninger, (eventuelle) lokale havneafgifter, forsikring, omkostninger til salgspersonale m.m. og en eventuel fortjenstmargen til det selskab, der sælger produktet.
574. Parterne har anslået, at 55 % af den tyske lagerkapacitet kontrolleres af uafhængige selskaber. Dette har Kommissionen fået bekræftet hos uafhængige lagerselskaber som Petroplus, Oiltanking og Van Ommeren samt af direkte kunder som Mabanaf (mellemhandler), AVIA og Baywa (engrosselskaber). Disse uafhængige selskaber tilbyder deres tjenester til alle slags kunder, også de store olieselskaber.
575. I Tyskland leveres traditionelt over 70 % af alle olieprodukter direkte fra indenlandske raffinaderier. Importen går normalt til uafhængige mellemhandlere, men kan også komme fra handel mellem koncerner. I øjeblikket køber de fleste af parternes konkurrenter kun begrænsede mængder for at sikre deres uafhængighed af de store olieselskaber, der kontrollerer raffinaderierne. Ikke-integrerede konkurrenter har oplyst, at over 90 % af indkøbene i de senere år er kommet fra indenlandske raffinaderier eller købt af de store olieselskaber, som får produktet gennem udveksling eller køb gennem datterselskaber. De ikke-integrerede konkurrenter køber både af de indenlandske raffinaderier og på fragtmarkedet (ARA). Valget afhænger af betingelserne. Da prisforskellen mellem fragtmarkedet og de indenlandske raffinaderier svinger hele tiden, ligger priserne på fragtmarkedet sommetider lavere. Kommissionen har f.eks. fået forklaret, at de indenlandske raffinaderier i øjeblikket tilbyder en mere attraktiv pris end fragtmarkedet plus transport og lagring. Med mindre fragtpriiserne er væsentlig lavere, er det mere interessant at købe fra indenlandske raffinaderier.
576. De vertikalt integrerede detailhandlende får motorbrændstof fra tre kilder, nemlig egenproduktion, udvekslingsaftaler med andre raffinaderier eller køb af tredjemand [...]*. BP-Mobil køber [...] % af sit behov fra tredjemand. Exxon har

udvekslingsaftaler for motorbrændstof med [...]*. Det er især, fordi Exxon hovedsagelig driver raffinaderier i Sydtyskland.

577. En række aktører som Avia, Mabanft og Petroplus (engrosselskaber og mellemhandlere) beskæftiger sig med engrossalg, hvilket sikrer, at ikke-integrerede detailhandlere kan få leverancer af motorbrændstof. Det skal dog bemærkes, at de nævnte engrosselskaber kun i begrænset omfang har fået leverancer fra mellemhandlere, da de fleste engrosselskaber også har (begrænsede) aktiviteter som mellemhandlere eller tilstrækkeligt samlet købekraft til at bestille skibe/pramme på fragtmarkedet.

Detailhandel

578. Der findes fire kategorier af detailhandlere i Tyskland: A-varemærker, B-varemærker, uafhængige og supermarkeder. A-varemærker omfatter vertikalt integrerede olieselskaber som Exxon, BP-Mobil, DEA og Shell, men også Aral, hvor Mobil som nævnt har en aktiepost på 28 % (de øvrige aktionærer er Veba (56 %) og Wintershall (15 %)), og som får interne leverancer fra aktionærerne Mobil (gennem BP), Veba og Wintershall. B-varemærker omfatter mindre integrerede selskaber som Elf, TotalFina eller Jet/Conoco.
579. Fra 1994 til 1997 er antallet af tankstationer faldet med 7 %. I samme periode lå omsætningsmængden for motorbrændstof på tankstationer stabilt på 50 mio. m³.
580. Ca. 60 % af tankstationerne er varemærkestationer. Somme tider ejer olieselskabet grunden og bygningerne/investeringerne på den. Somme tider ejer olieselskabet kun bygningen og investeringerne, mens grunden tilhører den detailhandlere. De store olieselskaber på det tyske marked har indført et såkaldt agenturkontraktsystem. Det er specielt for Tyskland, hvor personaleomkostningerne siges ikke at tillade COCO-strukturer. Agentursystemet kan enten omfatte alle tankstationens aktiviteter eller udelukke visse dele, som f.eks. butikken eller bilvasken.
581. Man kan skelne mellem forhandlerejede og selskabsejede tankstationer. Der findes nogle få "teststationer", som drives af olieselskaber. Inden for forhandlerejede stationer står olieselskaberne stadig meget stærkt. Agenterne er afhængige af olieselskabet, som fastsætter prisen. F.eks. er forhandlerdrevne Esso-stationer i Tyskland alle underlagt agenturkontrakter. I henhold til disse kontrakter ejer Exxon det brændstof, der er oplagret på stationen, og Exxon fastsætter detailprisen. Agentursystemet sikrer større og sikrere fortjenstmargener [...]***⁶².
582. Forhandleren aflønnes med en kommission i forhold til salgsmængden og uafhængigt af standerprisen. Agenten har typisk kun en fortjenstmargen på det enkelte salg på 2,5-3 pfennig pr. liter på forhandlerdrevne og på 5 pfennig pr. liter på forhandlerejede tankstationer. Kommissionen er højere på forhandlerejede stationer, fordi forhandleren der skal dække flere omkostninger end på en selskabsejet station.
583. For selskabsejede tankstationer, der drives af en forhandler (agent), gælder der langfristede kontrakter (normalt omkring 10 år, men de kan forlænges to gange for en periode på fem år), hvilket gør det vanskeligt for konkurrenter at komme ind på

⁶² [...]***.

markedet. Varigheden af Exxons leverancekontrakter varierer fra [...]*. Gennemsnittet ligger på [...]*

584. Butikker er et vigtigt element i tankstationers rentabilitet i Tyskland, fordi de subsidierer brændstofprisen. De drives af olieselskabernes datterselskaber eller af selskaber som "Lækkerland". Olieselskabet modtager en leje, dog gælder agentursystemet for nogle selskabers vedkommende også butikken.
585. På grund af de strenge regler for forretningers og supermarketers åbningstider har tankstationernes butikker fået en stor andel af detailmarkedet (4 % af salget af føde- og drikkevarer i Tyskland). Butikken tiltrækker kunder og søger at forbedre tankstationens service- og kvalitetsimage. Lejeindtægten fra butikkerne giver pæne fortjenester, der opvejer den lavere efterspørgsel efter brændstof ([...]*). Vigtigheden af en butik forventes at stige yderligere. De store olieselskaber mener, at butikkerne adskiller deres stationer tydeligt fra hvide tankstationer og B-varemærker.
586. [...]*. Derfor investerer de store olieselskaber store summer i serviceudbuddet, idet de tyske forbrugere udviser en varemærkeloyalitet på hele 70 %. Med denne strategi vil de opretholde rentabiliteten og markedsandelene ved at lade A-varemærker skille sig ud fra "pristrykkerne". [...]*.

Det vestlige og det østlige Tyskland

587. På grund af forskellene mellem den østlige og den vestlige del af Tyskland med hensyn til leverancer, velstand og selv markedsaktører, kunne man argumentere for, at de udgør to særskilte relevante geografiske markeder. Der er faktisk tale om visse prisforskelle, og markedsandelene er ikke de samme.
588. Denne påstand blev dog ikke bekræftet af Kommissionens undersøgelse. For det første er prisforskellen mellem de to regioner begrænset, og i nogle tilfælde er den lavere end prisforskellene inden for den vestlige del af landet. Priserne er typisk en smule lavere i den østlige del af Tyskland. Det skyldes, at de traditionelle vesttyske detailhandlere gik kraftigt ind på dette marked i begyndelsen af 1990'erne for at sikre sig tilsvarende markedsandele i de nye delstater. Dette har skabt overkapacitet og deraf følgende pristryk. For det andet er de markante forskelle i markedsandele mellem det vestlige og det østlige Tyskland historisk betinget. Efter den tyske genforening blev Minols monopol ophævet, da Elf, som havde en andel af det vesttyske marked på under 10 %, i 1992 overtog Minol og dermed blev førende på markedet. Hidtil har Elf bevaret sin position som markedsførende, selv om selskabets andel er faldet til 24 %⁶³. Minol havde et nedslidt netværk, og konkurrenterne har vundet markedsandele ved at opføre nye tankstationer på strategiske steder. Da Minols nedslidte netværk må formodes at blive rationaliseret yderligere, må man forvente, at markedet i det østlige Tyskland langsomt vil udvikle sig i retning af den fordeling af markedsandele, der gælder i den vestlige del. For det tredje er der ingen forskelle med hensyn til lovgivning, skatteforhold eller miljøforpligtelser. For det fjerde er der ingen naturlig adskillelse mellem den østlige og den vestlige del af Tyskland. Det betyder, at en ensartet prisstigning i den vestlige del af landet ville

⁶³ Ifølge parternes oplysninger om de største konkurrenters markedsandele i det østlige Tyskland i 1998.

blive imødegået af marginal konkurrence på grænsen mellem den østlige og den vestlige, der vil sprede sig som ringe i vande.

SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ

Markedsstruktur

589. Tilsammen har de store olieselskaber (ARAL, Shell, Esso, BP, DEA eller de såkaldte A-varemærker) en markedsandel på over 65 %. Hyper-/supermarkeder har omkring [0-10]*%, hvide tankstationer [0-10]*% og det vigtigste B-varemærke JET-Conoco ca. [0-10]*%. Ifølge parternes tal fra 1997 er Aral markedsførende med [20-30]*%, Shell har [10-20]*%, Exxon [10-20]*%, DEA, [0-10]*%, BP-Mobil [0-10]*%, Elf [0-10]*%, TotalFina [0-10]*%, Agip [0-10]*% og KPI under [0-10]*%. De såkaldte pristrykkere tegnede sig for [10-20]*% (fordelt på Hypermarkeder [0-10]*%, JET Conoco [0-10]*% og hvide tankstationer [0-10]*%). De mindre B-varemærker (som Avia, Tamoil ...) havde omkring [0-10]*%.
590. Som det fremgår af denne tabel, er der ikke sket store udsving i fordelingen af markedsandele mellem A-varemærker eller B-varemærker fra 1994 til 1998.

	1994	1995	1996	1997	1998
ARAL	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
SHELL	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
ESSO	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
DEA	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
BP	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
CONOCO	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
ELF / MINOL	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
AGIP			[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
FINA			[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Total			[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Andre	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Hypermarkeder og hvide tankstationer	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*

Konkurrencedynamik – Omkostninger og priser

591. Ifølge de anmeldende parter er der kun marginale forskelle på standerpriser i Tyskland. Prisforskellene skyldes højere driftsomkostninger i landdistrikter og i mindre grad transportomkostninger til fjerntliggende områder. Markedsundersøgelsen har vist, at det tyske marked er præget af, at alle A-varemærker benytter samme priser, mens de øvrige konkurrenter ligger 1 pfennig under. Supermarkedernes priser

ligger 3 pfennig under A-varemærkernes priser. Prisstrukturen synes ikke at ændre sig med tiden.

592. Aral er markedsførende. Prisændringer iværksættes tilsyneladende af A-varemærkerne efter forskellige mønstre og følges af de øvrige konkurrenter. De store olieselskaber har størst indflydelse på priserne. Alle vertikalt integrerede olieselskaber (Aral, Shell, Esso, BP og DEA) har sammenlignelige virksomhedsstrukturer. I forhold til deres konkurrenter har de meget nem adgang til indkøbs- og forsyningsmarkederne. Kun de fem nævnte selskaber har et fintmasket detailnet for hele det relevante geografiske marked. Der findes en lang række forbindelser mellem disse fem selskaber (i form af joint ventures inden for raffinering, udveksling, oplagring og leverancer af flybrændstof). Det betyder, at A-varemærker har næsten identiske eller i hvert fald sammenlignelige indkøbsomkostninger.
593. På trods af deres lavere priser følger B-varemærker og supermarkeder normalt prisudviklingen. Det fremgår af Kommissionens markedsundersøgelse, at prisændringer normalt iværksættes af de store olieselskaber, og kun sjældent er der et af de store selskaber, der ikke følger efter. Priskrige bryder under tiden ud i et begrænset tidsrum, f.eks. når et supermarked åbner en ny tankstation. Konkurrenterne har påpeget, at hvis de store olieselskaber hævede brændstofpriserne med 5 - 10 %, ville de øvrige selskaber følge efter for at udnytte deres højere fortjenstmargener. I detailhandelen har man indset, at man ikke kan vinde større markedsandele ved at konkurrere med de store olieselskaber om lavere priser. Desuden har konkurrenterne påpeget, at på grund af de lave fortjenstmargener og de store investeringsomkostninger (for at opfylde miljøkrav), ville de ikke kunne klare en længere priskrig.
594. Ifølge konkurrenterne kan B-varemærkerne tilbyde lavere priser, fordi de ofte drives mere effektivt og har en anden omkostningsstruktur end de store olieselskaber, fordi deres generelle omkostninger oftest er en smule lavere (ingen marketing- og reklameomkostninger, mindre butikker, lavere investeringer i anlægget, mindre personale), og fordi de tilbyder mere begrænset service. B-varemærkerne sælger til en pris, der ligger 1 pfennig lavere end de store olieselskabers pris. De er imidlertid normalt meget små i forhold til A-varemærkerne. Selskaber som Elf, Agip, Fina, Total og OMV har hver for sig højst 3 % af markedet.
595. [...]*.
596. Mens de store olieselskaber ikke reagerede, da Conoco kom ind på markedet i slutningen af 1980'erne, viser markedsundersøgelsen, at når en ny konkurrent i dag forsøger at tilbyde prisforskelle på 1 pfennig eller mere, bryder der en lokal priskrig ud. Kommissionen fik forklaret, at da Conoco for to år siden forsøgte sig med ubemandede tankstationer med en pris, som lå 2 pfennig under de store olieselskabers pris, reagerede de store, og da Conoco er afhængig af deres accept og forsyninger, indstillede selskabet priskrigen og hævede sine priser.
597. [...]*. Dermed begrænses det potentielle tab af omsætningsmængde for pristrykkerne til to tredjedele af deres nuværende omsætning.
598. Selv om nogle af de små/uafhængige selskaber tilbyder lavere standerpriser (1 %), er dette ikke tilstrækkeligt til at konkludere, at der vil blive priskonkurrence, idet de

uafhængige selskaber kun er aktive i bestemte regioner. De har typisk lavere omsætningsmængde (1 600 m³ mod gennemsnittet på 3 000 m³ i branchen) og dermed højere faste omkostninger pr. solgt enhed. De kompenserer for den lavere omsætningsmængde ved at tilbyde mindre service for at bevare deres konkurrenceevne. Selv hvis afsætningsmængden blev øget, ville disse uafhængige selskaber ikke være i stand til at konkurrere på priserne, da deres variable omkostninger er væsentlig højere end de store olieselskabers. Med en graf over de samlede omkostninger som en funktion af omsætningsmængden⁶⁴ har Exxon vist, at omkostningerne ligger ret stabilt for traditionelle tankstationer, som de fleste tyske tankstationer tilhører. Det er Bundeskartellamts vurdering, at de uafhængige hverken vil eller kan lægge konkurrencepres på de fem A-varemærkeselskaber. Dette blev bekræftet af Kommissionens markedsundersøgelse. De uafhængige detailhandlere har tilsyneladende for lave fortjenstmargener til at indlede en priskonkurrence med de store olieselskaber. Da de i reglen er koncentreret om bestemte geografiske områder, ville de lide mere under priskonkurrence end A-varemærkerne.

599. De store olieselskaber konkurrerer med supermarkederne og tilbyder lave priser i ugens løb, tilbud om fredagen og højere priser om søndagen, hvor supermarkederne er lukkede.
600. I Tyskland har hyper- og supermarkeder ikke så stor konkurrencemæssig betydning for markedet som i Frankrig, men i nogle områder pålægger de de store olieselskaber visse prisbegrænsninger. Supermarkederne har en noget mindre markedsandel på knap [0-10]*%. [...]*. Hypermarkeder udgør ikke så stor en konkurrencetrussel for de store olieselskaber, hvilket skyldes:
- at de hypermarkeder, der sælger brændstof, er yderst fragmenterede og ikke har nogen landsdækkende kæde
 - at deres priser typisk ligger 3 % til 4 % lavere end de store olieselskabers, men de kan ikke tilbyde kunderne samme service på grund af deres begrænsede åbningstid
 - de har ingen butikker i forbindelse med standerne, og
 - de modtager kun kontant betaling.
601. I modsætning til hvad der skete i Frankrig (hvor supermarkederne kom ind på markedet samtidig), er supermarkederne ikke integreret i forsyningskæden. De har ikke erobret væsentlige omsætningsmængder og har ikke særlige omkostningsfordele i forhold til A-varemærkerne. [...]*.⁶⁵ Man kan derfor kun forvente begrænset konkurrence fra supermarkederne.
602. De store olieselskaber koncentrerer sig om de store byer, mens de uafhængige er mere aktive i landdistrikter og små og mellemstore byer, hvor konkurrencen er mindre hård. Omsætningsmængden er større i byerne, mens omkostningerne er lavere

⁶⁴ [...]*

⁶⁵ [...]*

i landdistrikter, da der ikke er behov for store investeringer, og personlig kontakt er vigtigere m.m. Brændstofprisen er normalt den samme eller højere i landdistrikter.

603. I Tyskland har agentursystemet medvirket til at undgå priskrige, da de store olieselskaber har absolut kontrol over priserne. De store kontrollerer priserne, fordi de handler med agenter og ikke med uafhængige forhandlere. Agenter er nødt til at acceptere priserne, som undertiden endog ændres automatisk af et computersystem.
604. Ifølge tredjemand har de detailhandlende kendskab til forhøjelser af standerpriserne på forhånd og har således tilstrækkelig tid til at ændre dem. Markedsobservationer i Sydtykland⁶⁶ har ført til den konklusion, at der ikke er nogen betydelig konkurrence mellem A-varemærkerne. Ved denne undersøgelse benyttede man spottjek (af offentligt tilgængelige oplysninger) i 1990, 1991, 1993, 1997 og 1998 og konkluderede, at prisstigninger kun blev iværksat af de fem store olieselskaber (A-varemærker), og at selskaberne tager initiativ til prisstigningen i henhold til en aftalt (men variabel) tidsplan. På et konkurrencebetonet marked ville konkurrenterne overveje at give afkald på muligheden for at hæve priserne for at forbedre deres image hos forbrugerne.

Adgangshindringer - Ekspansion – Potentiel konkurrence

605. I den vestlige del af Tyskland er mulighederne for markedsadgang og ekspansion meget begrænsede. Det skyldes ejendomsrestriktioner, en lang række planlægningsforhold og specifik lovgivning, der begrænser mulighederne for at opføre nye anlæg (lokale myndigheder). Det skal også bemærkes, at det meste af Tyskland allerede er tæt befolket. Det gør det vanskeligt og dyrere at opføre nye anlæg. Miljøhensyn spiller også en afgørende rolle for de begrænsede muligheder for adgang og ekspansion. Miljølovgivningen er strengere end i de fleste andre europæiske lande. Det såkaldte trin II og kravet om væsketæt brolægning indebærer betydelige investeringer, der forventes at udløse yderligere nedskæringer af netværket. Agentursystemet, der giver olieselskaberne mulighed for at forlænge varigheden af forhandlerens drift af tankstationen, udgør en alvorlig adgangshindring for nye aktører. Endelig lægger tyske forbrugere stor vægt på loyalitetsordninger og varemærker (som garant for servicekvalitet), hvilket gør det endnu vanskeligere at komme ind på markedet.
606. Markedsadgang var lettere i den østlige del af Tyskland, fordi det gamle Minol-netværk skulle ombygges, og de traditionelt lange vesttyske detailkontrakter (om ejendomme og leverancer) holdt ikke nye aktører ude. Da de store olieselskaber ville opnå samme markedsandele i det østlige Tyskland som i det vestlige, blev tankstationerne meget store (3 – 4 gange større end i det vestlige Tyskland), men fik lave omsætningsmængder. I øjeblikket er der for mange tankstationer i den østlige del af landet med for stor kapacitet, hvilket betyder, at de fleste stationer har økonomiske problemer, især hvide tankstationer. Hypermarkederne har en markedsandel i øst på 10-12 %, men har lave omsætningsmængder og alvorlig konkurrence fra supermarkeder i de tidligere østbloklande.

⁶⁶ Undersøgelse fra Bayerische Landeskartellbehörde 1998.

607. Alt i alt er det tyske marked mættet, omsætningsmængden er lav, og efterspørgslen forventes at falde. 600 tankstationer er lukket siden 1998, og der er kun åbnet 150 nye. Denne tendens forventes at fortsætte fremover.

SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNING FOR KONKURRENCEN

608. Virkningerne af denne transaktion skal vurderes på ovennævnte baggrund under inddragelse af de forhold, der er peget på i afsnittet om de generelle strukturelle kendetegn ved detailmarkedet for motorbrændstof.
609. Fusionen vil skabe en situation, hvor tre A-varemærker har stærke indbyrdes forbindelser. Tilsammen vil Aral, Esso og BP-Mobil sidde på 40 % af detailmarkedet. De to andre A-varemærker, Shell og DEA, vil få henholdsvis 14 og 10 % af markedet.
610. Etableringen af en forbindelse mellem tre af de største konkurrenter på det tyske detailmarked for motorbrændstof vil skabe kraftige incitamenter for disse selskaber til ikke at konkurrere med hinanden. Det er usandsynligt, at andre A-varemærker som Shell eller DEA vil have noget imod, at der ikke er nogen væsentlig konkurrence fra Aral, Esso og BP-Mobil. Som forklaret i punkt 591-604, er det tyske marked præget af mangel på nogen egentlig udfordrer til A-varemærkerne og noget nær umiddelbar efterkommelse af retningslinjer om priserne fra de store olieselskaber. I et sådant konkurrencemiljø vil Shell (som traditionelt har lagt mere vægt på kvalitet end pris) og DEA snarere søge at udnytte højere fortjenstmargener i kraft af stabile markedsandele end at sænke disse fortjenstmargener for de samme markedsandele.
611. Af de årsager, der er anført ovenfor, er det usandsynligt, at andre konkurrenter, som ikke er A-varemærker, vil anfægte en sådan situation. For de første har de tilsammen mindre end 34 % af markedet, og ingen sidder på mere end 5 %. De ville lide mere under en prisrig med A-varemærkerne end A-varemærkerne selv (da de vil kunne krydssubsidiere i kraft af deres størrelse). For det andet er de til en vis grad afhængige af A-varemærkernes leverancer af motorbrændstof. For det tredje har de med undtagelse af Jet-Conoco et højere omkostningsgrundlag end de fleste A-varemærker.
612. Derfor vil transaktionen give A-varemærkerne Exxon, BP-Mobil, Aral, Shell og DEA en oligopolistisk dominerende stilling.

LUXEMBOURG

GENEREL OVERSIGT

Raffinering

613. Da der ikke ligger nogen raffinaderier i Luxembourg, sikres leverancerne af motorbrændstof gennem import fra nabolandene, især ARA-regionen, via sekundære transportmidler som jernbane, flodpramme og lastvogne. Mere specifikt har en markedsaktør, der vil importere produkter til Luxembourg, to muligheder, nemlig at sikre sig kapacitet på en af de terminaler, der ligger i Luxembourg, og købe pramlaste fra brændstofleverandører i ARA-regionen, eller at få leveret pramlaste til andre terminaler i nabolandene og transportere produkterne til Luxembourg via lastbil.

Engroshandel

614. Da de fleste detailhandlende i Luxembourg er vertikalt integrerede olieselskaber, er engroshandelen meget begrænset. Logistisk er der ingen risiko for markedsafskærmning med hensyn til antallet af terminaler til oplagring af motorbrændstof. Der findes fire aktive terminaler i Luxembourg, hvoraf en, der ligger strategisk ved flodhavnen i Mertert (ca. 56 000 m³), ejes af et uafhængigt terminalsselskab. På grund af landets beskedne størrelse udgør mange depoter i nabolandene konkurrencemæssige alternativer, som i øjeblikket benyttes af nogle af de detailhandlende i Luxembourg.

Detailhandel

615. Detailmarkedet for motorbrændstof i Luxembourg har to specifikke kendetegn. For det første stimuleres efterspørgslen efter motorbrændstof af regeringens politik med lave afgifter, der giver standerpriser, som er lavere end i nabolandene. Som følge heraf afsættes der store mængder i forhold til landets størrelse. Desuden sker dette salg i vid udstrækning til kunder fra nabolandene. For det andet lægger myndighederne loft over standerpriserne. Som det vil blive påvist nedenfor, har denne prisregulering betydet en samordning af de detailhandlendes standerpriser omkring myndighedernes maksimalpris.

SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ

Luxembourg som et særskilt geografisk marked

616. Mens man kunne argumentere for, at Luxembourg ikke kan udgøre et særskilt geografisk marked på grund af sin geografiske beliggenhed, taler de specielle markedsvilkår i landet for, at der er tale om et særskilt marked. I denne forbindelse er det værd at bemærke, at Luxembourg på grund af de lave afgifter har langt de laveste priser efter afgift (936 USD/ton). Sammenlignet med nabolandene svinger priserne på motorbrændstof i Luxembourg fra 15 % lavere end i Tyskland til 40 % lavere end i Frankrig (se ovenstående tabel).

Markedsstruktur

617. Set fra udbudssiden er konkurrencemiljøet præget af et antal vertikalt integrerede olieselskaber med detailhandelsaktiviteter. Fem aktører har hver markedsandele på over 10 %, mens to andre har over 5 %. Ingen af dem har væsentlige fordele med hensyn til adgang til forsyningskilder, da der ikke ligger nogen raffinaderier i Luxembourg. Da der er tale om et lille land, og nogle af de vigtige raffineringssområder (ARA) ligger i nærheden, kan de detailhandlende indkøbe motorbrændstof og forsyne deres netværk uden særlige ekstraomkostninger i forhold til gennemsnittet i Europa. Ingen hyper- eller supermarkeder er aktive på det luxembourgske marked. Uafhængige detailhandlende har en meget marginal position.
618. Situationen inden fusionen er følgende. Nedenstående tabel giver et overslag over parternes og deres konkurrenters markedsandele (udtrykt i mængder) i de sidste fem-seks år.

Luxembourg	1994	1995	1996	1997	1998	Jun 1999
Shell	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
Aral	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Exxon	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Q8	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Texaco	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Total	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*
BP-Mobil	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*

619. Markedet synes at være moderat koncentreret. Shell er markedsførende med [20-30]*%, efterfulgt af Aral med omkring [10-20]*% og Total, der efter fusionen med Fina har øget sin markedsandel til omkring [10-20]*%. Exxon er en mellemstor aktør med en andel på [10-20]*%. BP har en mindre andel på [0-10]*%. Inden fusionen er CR4 tæt på 70 %.
620. Markedstrenden viser en vis udvikling nederst i rangordenen (antagelig fordi der er tale om små mængder), mens de førende aktørers positioner ligger ret stabilt over en periode. Mere specifikt har Total fordoblet sin markedsandel over en periode på fem år (uden at indregne fusionen med Fina), mens både BP og Texaco har oplevet et fald på ca. [...] i deres omsætning. Derimod er der tale om større stabilitet for de førende markedsaktører, nemlig Shell, Aral Exxon og Q8. [...]*
621. Hvis man bruger en kortere tidshorisont som referenceværdi (tre eller fire år), fremtræder markedet som endnu mere statisk. Med undtagelse af for Total, som for nylig fusionerede med Fina, er der kun tale om ubetydelige markedsudsving.
622. Det er også værd at måle de forskellige aktørers markedsposition på baggrund af antallet af tankstationer.

Luxembourg	1994	1995	1996	1997	1998
Shell	55	59	58	52	
Aral	51	52	53	50	

Exxon	34	31	30	30	29
Q8	56	52	52	48	
Texaco	29	23	22	22	
Total	15	15	15	16	34
Fina	21	19	19	18	
BP-Mobil	1	3	2	3	
Hele branchen	293	272	275	261	

623. Tallene fra 1997 tyder på, at tre operatører har omtrent lige mange tankstationer. Shell, Aral og Q8 har således henholdsvis 52, 50 og 48. Total/Fina og Exxon har henholdsvis 34 og 30 tankstationer. BP ejer kun tre stationer. Med hensyn til udvikling over en periode er der igen tale om en markant stabilitet. Blandt de ledende aktører er den største ændring sket for Q8, som har lukket otte tankstationer over en femårig periode. Derefter kommer Exxon, som har lukket fem af sine tankstationer i samme periode.
624. Det er også slående, at de samlede antal tankstationer er meget højt i forhold til landets størrelse. Som det fremgår af nedenstående er en sådan koncentration af tankstationer på et så lille område antagelig tegn på, at yderligere ekspansion i form af anlæggelse af nye stationer ikke kan forventes.
625. Alt i alt synes ovennævnte at vise, at markedet for motorbrændstof i Luxembourg har været ret statisk i de senere år. Der er syv hovedaktører (Shell, Aral, Exxon, Q8, Texaco, TotalFina og BP-Mobil), og der er ikke sket dramatiske ændringer. Efterspørgslen har været ret flad gennem fem år. Konkurrenterne har mere eller mindre bevaret deres position.

Konkurrencedynamik – Omkostninger og priser

Omkostninger

626. En vigtig faktor for rentabiliteten af et detailnetværk er omsætningsmængden. Jo højere omsætningsmængde, jo lavere bliver stationernes gennemsnitlige driftsomkostninger. Nedenstående tabel muliggør en sammenligning af omkostningerne for aktørerne på markedet, idet den anfører den gennemsnitlige omsætningsmængde pr. tankstation for de forskellige aktører gennem de sidste fem år.

Gennemsnitlig omsætningsmængde pr. station – m ³	1994	1995	1996	1997	1998
Shell	4394	4318	4051	4849	
Aral	3915	4210	3741	4197	
Exxon	3470	4370	4732	5057	6795
Q8	1929	2174	2150	2542	
Texaco	4976	5695	4895	4988	

Total	2990	4486	5875	6609	
BP-Mobil	10272	30502	27741	14486	

627. Med udgangspunkt i 1997, som der foreligger fuldstændige oplysninger fra, ser man, at BP har langt den største omsætningsmængde. Det skyldes imidlertid, at selskabet kun ejer tre meget store tankstationer. Af de øvrige detailhandlere har Total den største omsætningsmængde med 6 609 m³ pr. station (dette tal er dog for situationen inden fusionen med Fina), efterfulgt af Exxon med 5 057 m³ (6 795 m³ i 1998) og Texaco og Shell begge med en gennemsnitlig omsætningsmængde på 4 900 m³. Q8 har det laveste gennemsnit på 2 542 m³ pr. station.

628. Man kan dog generelt sige, at den gennemsnitlige omsætningsmængde er meget høj i Luxembourg sammenlignet med andre lande.

Sammenligning af gennemsnitlig omsætningsmængde	Østrig	Tyskland	Det Forenede Kongerige	Nederlandene	Luxembourg
	1422	2932	2577	2502	4372

629. En gennemsnitlig omsætningsmængde på over 3 000-3 500 m³ pr. station giver ifølge branchefolk en detailhandler mulighed for at nå en effektivitetsgrad, der kan dække de faste omkostninger. En intern undersøgelse foretaget af parterne viser, at en almindelig tankstation når denne effektivitetsgrad, hvis den opnår en omsætningsmængde på [...] m³ og en bruttofortjeneste på [...] cent pr. liter. På denne baggrund ser ingen af de førende aktører ud til at have nogen væsentlig fordel frem for de øvrige aktører med hensyn til driftsomkostninger pr. station.

Priser

630. For at få fuld forståelse for konkurrencemiljøet inden for detailsalg af motorbrændstof i Luxembourg må man sammenligne prisudviklingen ekskl. afgifter i de lande, der er berørt af transaktionen.

Produkt: Detailhandel med benzin - Standerpris

Region	Gennemsnitspris pr. ton (USD)					
	1996		1997		1998	
	Inkl. afgift	Eksl. afgift	Inkl. afgift	Eksl. afgift	Inkl. afgift	Eksl. afgift
Østrig	1,438	491	1,288	457	1,193	390
Belgien	1,500	398	1,389	370	1,312	313
Frankrig	1,524	285	1,384	278	1,391	266
Tyskland	1,400	354	1,222	334	1,174	279
Luxembourg	1,148	401	1,028	383	936	321
Nederlandene	1,579	428	1,447	406	1,405	347

Det Forenede Kongerige	1,271	270	1,397	300	1,487	271
------------------------	-------	-----	-------	-----	-------	-----

Produkt: Detailhandel med diesel - Standerpris

Region	Gennemsnitspris pr. ton (USD)					
	1996		1997		1998	
	Inkl. afgift	Eksl. afgift	Inkl. afgift	Eksl. afgift	Inkl. afgift	Eksl. afgift
Østrig	1,014	407	900	369	820	314
Belgien	981	363	860	324	784	264
Frankrig	937	255	856	239	854	220
Tyskland	955	334	822	294	762	234
Luxembourg	832	333	739	305	659	247
Nederlandene	1,003	366	903	329	842	271
Det Forenede Kongerige	1,044	249	1,194	266	1,278	228

631. Som det fremgår af ovenstående tabel er priserne ekskl. afgift i Luxembourg faldet i de sidste tre år (fra 401 USD pr. ton i 1996 til 321 USD pr. ton i 1998), men det skyldes hovedsagelig prisfaldet på råolie. Generelt ligger priserne ekskl. afgift omkring gennemsnittet i EU.

632. Det er også værd at sammenligne bruttfortjenestmarginerne i de lande, der er berørt af transaktionen. Exxons bruttfortjenester tages som udgangspunkt for den gennemsnitlige fortjeneste i branchen.

Bruttfortjenester – 1998 – USD/ton - benzin	Østrig	Tyskland	Det Forenede Kongerige	Nederlandene	Frankrig	Luxembourg
						[...]*

633. Som det fremgår af tabellen, er bruttfortjenesterne i Luxembourg meget store i forhold til de franske fortjenestmarginer, som parterne har betegnet som de mest konkurrenceprægede i Europa, men de når ikke så højt op som i Nederlandene og Østrig. De luxembourgske fortjenester er ca. [...]*% større end de franske. Ingen særlige omkostninger på grund af særegenheder ved det luxembourgske territorium kan begrunde disse forskelle. Nedenstående tabel viser en sammenligning af Exxons transport- og leveringsomkostninger samt Exxons "øvrige engrosomkostninger" i de nævnte lande.

1998 - USD/ton	Østrig	Tyskland	Det Forenede Kongerige	Nederlandene	Frankrig	Luxembourg
Transport- og leveringsomkostninger						[...]*
Øvrige engrosomkostninger						[...]*

634. Ovenstående tabel viser, at transport- og leveringsomkostningerne ligger omkring det europæiske gennemsnit. På den anden side er de øvrige engrosomkostninger væsentligt højere i Luxembourg end i Frankrig. Disse forskelle forklarer dog stadig ikke de store forskelle mellem bruttfortjenstmargener i de to lande. Selv hvis man fratrukker disse ekstraomkostninger, ligger fortjenstmargener i Luxembourg mere specifikt stadig ca. [...] * højere end i Frankrig. Eftersom de luxembourgske tankstationer har højere gennemsnitlige omsætningsmængder (og dermed antagelig lavere gennemsnitlige omkostninger) end de franske, og da der er tale om produkthomogenitet inden for motorbrændstof, tyder så høje fortjenester på en betydelig mangel på konkurrence på markedet.

Specifikke træk ved det luxembourgske marked - Prisregulering

635. Et særligt træk ved markedet i Luxembourg er, at myndighederne fastsætter en maksimumspris for de forskellige typer motorbrændstof. Mere specifikt er det Økonomiministeriet, som administrerer et system med maksimale engros- og detailpriser. Som udgangspunkt er formlen for maksimumsprisen baseret på fire hovedkomponenter: *i*) fragtmærkednoteringen, *ii*) en basal (engros)fortjenstmargen for det leverende olieselskab, *iii*) en yderligere kompensation for forskellige omkostninger (jernbanetransport, obligatoriske lageromkostninger og miljøinvesteringer) samt *iv*) en fortjenstmargen for forhandleren.

636. De fleste prisændringer sker som følge af udsving i fragtmærkedpriserne og fører ikke til ændringer af fortjenstmargenkomponenterne i formlen. Den officielle (engros)fortjenstmargen baseret på de faktiske maksimumspriser og dagspriserne på fragtmærkedet beregnes hver dag af ministeriet (og af branchen). Disse beregninger omfatter punktafgift og moms. Hvis fragtmærkedprisen er steget efter fastsættelsen af de gældende maksimumspriser, falder de faktiske fortjenstmargener for industrien til under de fastsatte basale fortjenstmargener, men hvis fragtmærkedpriserne falder, sker det modsatte, og de faktiske fortjenstmargener vil ligge over den basale fortjenstmargen. Valutakursudsving kan også ændre de faktiske fortjenstmargener i forhold til de basale, da maksimumspriserne fastsættes i den lokale valuta. Det er disse udsving, der udløser ændringer af maksimumspriserne. Ministeriet skønner, at ændringer af maksimumspriserne er rimelige, hvis forskellen mellem de maksimale og faktiske (beregnete) fortjenstmargener for et bestemt produkt er højere end 0,25 LUF pr. liter i ti på hinanden følgende dage eller overstiger 0,4 LUF pr. liter i mere end to dage i træk. Ændringer af maksimumspriserne skal dog altid godkendes af regeringen, hvilket betyder, at de følger umiddelbart efter sådanne perioder med prisudsving. Industrien - og ministeriet - følger under- og overskridelser (som følge af udsving på fragtmærkedet og i valutakurserne) af de basale fortjenstmargener. Underskridelser udlignes typisk af en bevidst forsinkelse af nedsættelsen af maksimumspriserne, når priserne på fragtmærkedet falder, og overskridelser udlignes gennem forsinkelser af gennemførelsen af forhøjelser af maksimumspriserne, når fragtmærkedpriserne stiger.

637. Der kan også foretages en justering af prisformlen efter anmodning fra industrien for at dække omkostningsstigninger. I så fald skal den lokale olieindustri sammenslutning indgive en anmodning om at få sat prisen op. Imidlertid er prisændringer som følge af eller inklusive en forhøjelse af fortjenstmargenerne sjældne i forhold til ændringer, der skyldes udsving på fragtmærkedet eller i valutakurserne. I denne forbindelse er det værd at bemærke, at der i de 12 måneder op

til juni 1999 skete 12 ændringer af maksimumsprisen på benzin og 11 på diesel. De seneste ændringer af fortjenstmargenerne skete i august 1998.

638. Det er en kendsgerning, at den offentlige intervention i fastsættelsen af maksimumsprisen er en fordrejende faktor for et velfungerende marked, men på den anden siden forhindrer den ikke de detailhandlende i at konkurrere indbyrdes ved at benytte priser, der ligger under myndighedernes loft. Imidlertid anvender de fleste konkurrenter faktisk den maksimumspris, myndighederne har fastsat, med meget små rabatter i sjældne tilfælde.
639. I det store og hele tilpasser de detailhandlende deres priser efter myndighedernes, som de kun sjældent afviger fra. Kommissionens undersøgelse viser, at blandt alle de detailhandlende er der kun nogle få, der i øjeblikket sælger motorbrændstof til lavpris. Nogle operatører af hvide tankstationer og enkelte varemærketankstationer, nemlig Total og **Exxon**, har i øjeblikket priser, der ligger 0,1 LUF/liter under maksimumsprisen.
640. Kort sagt synes konkurrencen ikke at være velfungerende i øjeblikket. Der er i praksis kun tale om meget begrænset konkurrence mellem de syv store detailhandlende, som systematisk afpasser deres priser efter myndighedernes maksimumspris.

Adgangshindringer - Ekspansion - Potentiel konkurrence

641. Ud over de adgangshindringer, der normalt gælder i denne sektor, er den største hindring for nye aktørers adgang til det luxembourgske marked for motorbrændstof, at markedet er mættet med hensyn til antallet af anlægspladser. Dermed begrænses mulighederne for at åbne nye tankstationer kraftigt.
642. Hvad angår muligheden for, at aggressive konkurrenter kommer ind på det luxembourgske marked, skal det bemærkes, at der ikke sælges motorbrændstof ved hypermarkeder i Luxembourg. Af endnu større betydning er den kendsgerning, at mulighederne for, at det en dag vil blive en realitet synes at være urealistiske. For det første har både de nationale og lokale myndigheder i Luxembourg meget strenge regler og lovbestemmelser om tilladelser. For det andet er der begrænset adgang til erhvervsgrunde, fordi landet ikke er større. For det tredje er de eksisterende erhvervsgrunde meget dyre. For det fjerde er Luxembourg for lille et land til at bære en betydelig vækst i antallet af supermarkeder. Endelig kommer efterspørgslen efter motorbrændstof i Luxembourg fra udlændinge på gennemrejse, som er tiltrukket af de lave priser. Denne efterspørgsel kan hypermarkederne ikke dække ved at sælge brændstof.

SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNING FOR KONKURRENCEN

643. Transaktionens virkninger skal vurderes på ovennævnte baggrund med inddragelse af de forhold, der er påpeget i afsnittet om de strukturelle kendetegn ved detailmarkedet for motorbrændstof generelt.
644. I den nuværende situation er priskonkurrencen på det luxembourgske detailmarked for motorbrændstof på trods af tilstedeværelsen af syv store aktører meget begrænset. Eftersom myndighederne fastsætter et prisloft, afpasser de fleste detailhandlende deres priser herefter og undgår at konkurrere indbyrdes. De fortjenstmargener, der garanteres gennem myndigheders formel, er pæne og giver selv de mest ineffektive

detailhandlende mulighed for at blive på markedet uden at få nogen konkurrence. Faktisk afviger meget få aktører på markedet fra myndighedernes pris, der fungerer som et benchmark i et kartel. Standerpriserne varierer sjældent på grund af et initiativ fra en af aktørerne på markedet, men kun som følge af myndighedernes prisjusteringer.

645. Selv om det er en kendsgerning, at konkurrencedynamikken forstyrres af offentlige bestemmelser om maksimale standerpriser, kunne konkurrencen meget vel fungere under prisloftet. I stedet foretrækker de detailhandlende at undgå priskonkurrence. Kort sagt synes markedet at være præget af en betydelig mangel på konkurrence.
646. Som direkte følge af transaktionen vil det fusionerede selskab få fælles kontrol over en mindre aktør (Exxon [10-20]*% og BP-Mobil [0-10]*%). Man skal dog være opmærksom på forbindelsen mellem Mobil og Aral, som er den andenstørste konkurrent i Luxembourg med [10-20]*% af markedet.
647. På denne baggrund vil transaktionen skærpe koncentrationsgraden på markedet, idet trio'en Exxon-Mobil, BP-Mobil og Aral vil tegne sig for ca. [30-40]*% af markedet.
648. Desuden vil transaktionen ændre oligopolets struktur, da den vil samle aktører med en betydelig markedsstyrke på en ny måde. Som følge heraf vil markedet blive præget af en førende koncentration af aktører, nemlig Exxon-BP-Mobil-Aral, en anden stærk aktør, Shell, samt en række mindre aktører. I denne forbindelse vil transaktionen betyde, at det eksisterende oligopol bliver strammet betydeligt, hvorved enhver mulighed for konkurrence mellem de forskellige aktører på markedet bliver endnu fjernere. Efter fusionen vil markedsstrukturen blive sådan, at man ikke vil kunne forestille sig noget konkurrencemæssigt initiativ, som ikke vil udløse en kraftig og omfattende reaktion. Hvis myndighederne f.eks. hæver eller eventuelt ophæver sit nuværende prisloft, vil fusionen gøre det endnu mindre sandsynligt, at en markedsaktør skulle gøre noget for at skærpe konkurrencen, da det vil blive endnu mere sandsynligt, at det vil fremkalde en kraftig reaktion over en bred front. Samtidig vil enhver potentiel ny markedsaktør blive mødt med endnu større og mere generel fjendtlighed fra de nuværende markedsaktører.
649. På baggrund af ovenstående synes transaktionen at ville skabe eller føre til en styrkelse af den kollektive dominerende stilling, som Shell, Aral, Exxon, Q8, Texaco, TotalFina og BP-Mobil indtager, hvilket vil føre til en væsentlig begrænsning af den effektive konkurrence på en betydelig del af fællesmarkedet.

NEDERLANDENE

GENEREL OVERSIGT

650. Nederlandene er et af de EU-lande, som berøres mest af transaktionen med hensyn til detailhandel med motorbrændstof. Der findes to kategorier af aktører, nemlig de integrerede store olieselskaber (Shell, Exxon, BP-Mobil, Texaco, TotalFina og Q8) og ikke-integrerede uafhængige detailhandlende med og uden varemærker. Detailmarkedet er karakteriseret af en høj koncentrationsgrad, idet de store olieselskaber tegner sig for over [80-90]*% af de omsatte mængder, mens resten er fordelt blandt uafhængige operatører. I modsætning til andre nationale markeder, især Det Forenede Kongerige og Frankrig, er ingen supermarkeder i øjeblikket aktive inden for detailhandel med brændstof i Nederlandene. Engrosleverancer af brændstof organiseres lokalt, og både integrerede og ikke-integrerede selskaber forsyner deres detailnetværk fra et af de fem lokale raffinaderier (Shell, Exxon, Total, BP-Exxon og Q8). Antallet af tankstationer er faldet i de senere år (3 980 tankstationer i 1997 med en gennemsnitlig omsætningsmængde på 2 502 m³, eller en af de laveste blandt de undersøgte markeder). Standerpriserne er blandt de højeste. Myndighedernes planlægnings- og tilladelsespolitik er en af de mest restriktive på de relevante markeder, hvilket gør mulighederne for at ekspandere detailnetværket meget dårlige. På grund af landets topografi (blød absorberende jordbund) er miljølovgivningen en af de strengeste i EU, hvilket fører til øgede driftsomkostninger.

Raffinering

651. De store olieselskaber (Shell, Exxon, BP-Mobil, Texaco, TotalFina og Q8) er hovedleverandører af motorbrændstof. De driver fem raffinaderier i Nederlandene, som det fremgår af nedenstående tabel. Der findes et sjette raffinaderi i Amsterdam, som ejes af Smith & Hollander, men som imidlertid ikke producerer motorbrændstof, men især asfaltprodukter.

Raffinaderikapacitet i Nederlandene (1997)

Raffinaderi	Ejes af	Kompetent ejer	Raffineringskapacitet 000 bcd
Europoort-Pernis	NL Refining Co	Texaco (35%) BP-Mobil (65%)	399
Pernis	Shell	Shell (100%)	374
Rotterdam	Esso Nederland BV	Exxon (100%)	180
Rotterdam	Kuwait Petroleum	Q8 (100%)	76
Vlissingen	Total Raffinaderij	Total (55%) Dow (45%)	148

Roland Berger & Partners GmbH, 1997

Engroshandel

652. Nederlandene er nettoeksportør af raffinerede olieprodukter. Motorbrændstof til forsyning af detailnetværket leveres lokalt fra et af ovennævnte raffinaderier. De store olieselskaber er derfor de vigtigste leverandører af brændstof. De handler med deres

produkter enten gennem deres egne marketingorganisationer eller gennem uafhængige operatører, som videresælger dem til detailmarkedet.

Detailhandel

653. På detailplanet findes der to kategorier af operatører, nemlig alle ovennævnte integrerede store olieselskaber på den ene side og en række ikke-integrerede uafhængige detailhandlende på den anden. Som nævnt i foregående punkt køber de uafhængige detailhandlende næsten alt deres motorbrændstof af et af ovennævnte raffineringsselskaber.
654. Hypermarkeder er ikke aktive inden for detailsalg af brændstof. Det skyldes især myndighedernes strenge miljøpolitik samt den kendsgerning, at supermarkederne i Nederlandene generelt ikke er omgivet af store parkeringspladser, hvor man kunne anlægge tankstationer, som det ofte er tilfældet i Frankrig eller Det Forenede Kongerige. Det hævdes, at supermarkederne beskæftigede sig med detailsalg af brændstof i Nederlandene indtil for 15 år siden. På grund af miljørelaterede omkostninger og besværligheder besluttede de imidlertid at forlade markedet (Exxon købte f.eks. 15 tankstationer af supermarkeds kæden Miro, som Exxon lukkede tre år senere). I henhold til nederlandsk praksis for tilladelser mister ejeren sin licens, når hans tankstation lukker. Derfor er det ikke sandsynligt, at de aktører, der har forladt markedet i de senere år, vil vende tilbage, så længe myndighederne anvender det nuværende tildelingssystem.

SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ

Markedsstruktur

655. Markedets karakteristika er befordrende for en oligopolitisk struktur blandt de integrerede store olieselskaber. På trods af asymmetriske markedspositioner afspejler stabile markedsandele og de øvrige fælles træk ved de store olieselskaber (vertikal integration, sammenlignelige omkostningsstrukturer for raffinering, engros- og detailhandel, sammenligneligt afkast af kapitaludgifter) et marked, som fungerer med fortjenstmargener og prisniveauer, der er uafhængige af konkurrencedynamikken i ARA-området.
656. Shell er den ledende aktør og det dominerende nationale selskab. Selskabets dominans på det nederlandske marked siges at være historisk betinget, fordi det sammen med Exxon opdagede naturgasfeltet Groningen. Regeringen tilskyndede de to selskaber til at reinvestere indtægterne fra den gas, de fandt, i Nederlandene. Shell reinvesterede sine indtægter i downstream-sektoren og opførte raffinaderier og et omfattende distributionsnet⁶⁷. Shells andel af detailmarkedet var i 1998 på [30-40]*%.
657. Den næststørste aktør efter Shell er BP-Mobil, som sidder på [10-20]*% af detailmarkedet. Derefter kommer Texaco, Exxon og TotalFina med markedsandele på mellem [10-20]*% og Q8 med en mindre tilstedeværelse i detailmarkedet. Disse selskaber tegner sig for ca. [80-90]*% af markedet. Den resterende del går således til en række uafhængige detailhandlende og hvide tankstationer, der især adskiller sig fra

⁶⁷ [...]*.

de store olieselskaber ved ikke at være vertikalt integreret, og ved at de alle er afhængige af leverancer fra de store olieselskaber.

Andele af detailmarkedet i 1998

Shell	BP-Mobil	Exxon	Texaco	TotalFina	Q8	Uafhængige
[30-40]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%

Parternes data

658. De stabile markedsandele i de senere år viser, at der mangler intens konkurrence og nye aktører på markedet. Alt i alt blev der ikke registreret væsentlige udsving i de forskellige konkurrenters relative konkurrencepositioner. Nedenstående tabel viser bevægelser i markedsandele i detailledet i de sidste fem år.

Bevægelser i markedsandele i detailledet

	1994	1995	1996	1997	1998
SHELL	[20-30%]*	[30-40%]*	[30-40%]*	[30-40%]*	[30-40%]*
MOBIL	[0-10%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	0,00%	0,00%
BP	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[10-20%]*	[10-20%]*
TEXACO	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*
ESSO	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*
TOTAL	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*
FINA	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*
Q8	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*
Uafhængige	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*

Parterne data

659. Disse markedspositioner afspejles også i fordelingen af tankstationer i Nederlandene. Detailmarkedet domineres af de store raffineringsselskaber, som kontrollerer over 75 % af alle tankstationer. Selv om antallet af stationer er faldet i de senere år, har de store olieselskaber som følge af miljørationisering og en restriktiv planlægningspolitik været i stand til at udvikle deres netværk yderligere på bekostning af de uafhængige detailhandlere.

Antal tankstationer i Nederlandene

	Ult.-94	Ult.-95	Ult.-96	Ult.-97
Shell	770	770	750	745
Mobil	375	470	450	0
BP	300	300	300	750
Texaco	555	551	555	557
Esso	395	395	390	390

Total	185	180	190	185
FINA	170	170	172	185
Q8	200	200	190	190
Raffineringselskaber i alt	2950	3036	2997	3002
Avia (uafhængig)	185	185	190	190
Andre uafhængige	1010	829	813	788
Samlet antal tankstationer	4145	4050	4000	3980
Samlet mængde (tusind m ³)	8846	9097	9443	9957
Gennemsnitsmængde i industrien (m ³)	2949	3237	3373	3078

Parternes data

Konkurrencedynamik – Omkostninger og priser

Omkostninger

660. De store raffineringselskaber omsætter ikke blot de største mængder i detailledet. De gør det også på den mest omkostningseffektive måde og opnår den største omsætningsmængde pr. tankstation. Nedenstående tabel viser de store olieselskabers og de uafhængige forhandlers gennemsnitlige omsætningsmængder i Nederlandene.

	Gennemsnitlig omsætningsmængde (m ³)			
	1994	1995	1996	1997
SHELL	3395	3629	3884	4218
MOBIL	2256	2026	2233	
BP	2574	2519	2595	2426
TEXACO	1922	2024	2149	2311
ESSO	2424	2348	2463	2776
TOTAL	2262	2582	2546	2728
FINA	2261	2161	2286	2308
Q8	1636	1559	1641	1537
Uafhængige	1221	1389	1401	1433
Gennemsnit for industrien	2134	2246	2361	2502

661. I 1997 var de store olieselskabers gennemsnitlige omsætningsmængde næsten dobbelt så stor som de uafhængige selskabers. Som følge af koncentrationen vil forskellen øges endnu mere. Denne forskel i omsætningsmængde skyldes især to forhold. De store selskabers tankstationer er større (de har næsten alle de store tankstationer ved motorvejene) og de fleste af dem ligger langt bedre. Ifølge en rapport udarbejdet for den nederlandske regering har de store olieselskaber i kraft af deres finansielle formåen været i stand til at opføre og drive større tankstationer med den bedste beliggenhed. Desuden har de tidligere haft mulighed for at etablere et omfattende netværk af stationer med stor omsætning langs de nederlandske motorveje. Indtil 1994 blev tilladelser udstedt til de store olieselskaber i forhold til deres eksisterende

markedsandele. Da denne praksis viste sig at være urimeligt restriktiv, blev den opgivet og erstattet af en ordning, hvor nye tilladelser gives til højstbydende i et ubegrænset tidsrum.

662. En større omsætningsmængde sænker den detailhandlendes omkostninger. Naturligvis kan de store olieselskaber på dette punkt forvente bedre fortjenstmargener end uafhængige detailhandlere. Selv om deres absolutte bruttofortjenstmargener kan være sammenlignelige, er deres relative omkostninger forskellige, fordi de store olieselskaber kan sprede deres over et større omsætningsgrundlag. Denne situation tilskynder de store olieselskaber til at opnå stordriftsfordele ved etableringen af detailnetværket. Deres fortjenstmargener stiger i takt med omsætningen. Den nederlandske regerings rapport og markedsundersøgelsen viste, at i det nuværende konkurrencemiljø, hvor man ikke forventer tildeling af nye omfattende koncessioner, kan stordriftsfordele være påkrævede for, at en aktør fortsat kan være rentabel på markedet. At de uafhængige selskabers netværk skrumper ind, kan i vid udstrækning forklares af manglende stordriftsfordele ved mindre netværk og tankstationer.

Priser

663. Priserne i Nederlandene er høje på baggrund af brændstoføkonomien i ARA-området. Selv om priserne ab raffinaderi tilpasses efter Platts noteringer, synes engros- og detailmargener og -priser at være uforholdsmæssigt højere. Det har betydet højere standerpriser end på nabomarkedene inden for det samme forsyningsmiljø. I de sidste fem år har standerpriserne f.eks. være op til 40 % højere end i Frankrig, som parterne har beskrevet som et af de mest konkurrenceprægede i Europa. Nedenstående tabel viser, at engros- og standerpriserne i 1998 var højere i Nederlandene end på de omkringliggende markeder, der følger Platts ARA-noteringer.

	Nederlandene	Frankrig	Det Forenede Kongerige	Tyskland
Standerpriser	1	0,7	0,72	0,75
Engrospriser	1	0,84	0,88	0,9

664. Denne forskel kan ikke tilskrives højere punktafgifter og moms i Nederlandene (afgiften er omtrent den samme eller endog en smule lavere i Nederlandene), men især væsentligt højere bruttodistributionsmargener. De var over dobbelt så høje som i Frankrig i denne periode. Nedenstående tabel viser udsving i bruttomargener (engrospris over for detailpris ekskl. afgift) på fire tilgrænsende geografiske markeder, der følger Platts ARA-noteringer.

Gennemsnitlig bruttomargen

	Nederlandene	Frankrig	Det Forenede Kongerige	Tyskland
Diesel	[...]*			
Benzin				
Motorbrændstof				

Udledt af parternes data Bilag 7.7

665. De væsentlige forskelle kan heller ikke tilskrives højere omkostninger. Distributionsomkostninger består især af terminal- og transportomkostninger. I Nederlandene findes der en lang række velplacerede forsyningskilder. De fem lokale raffinaderier forsyner praktisk taget hele detailmarkedet. Der er tale om forholdsvis korte afstande, hvilket betyder, at direkte distribution fra forsyningskilde til salgssted kan foretages på nogle timer. Lageromkostninger og andre logistikomkostninger mindskes dermed væsentligt, hvorimod transportomkostningerne svarer til omkostningerne på andre benchmarkmarkeder (flodpram: 1 % af ikke-detailprisen på benzin, tog: 2 %, rørledning: 1 % og lastvogn: 3 %).
666. I deres svar på klagepunktsmeddelelsen fremfører parterne, at de højere distributionsmargener i Nederlandene især skyldes høje fortjenstmargener i detailledet, som tankstationerne og ikke de forsynende olieselskaber nyder godt af. Desuden har de detailhandlere i Nederlandene supplerende ekstraomkostninger på grund af loyalitetsordninger og strenge miljøbestemmelser.
667. Det er en kendsgerning, at de nederlandske forhandlers fortjenstmargener er blandt de højeste i Europa, men som nævnt er det også en kendsgerning, at engrospriserne og -fortjenstmargenerne er uforklarligt høje i Nederlandene, især på grund af strukturelle forhold i regionen. Nedenstående tabel indeholder en sammenligning mellem Exxons bruttomargener minus forhandlermargener i Nederlandene og Frankrig.

Engros fortjenstmargener 1998 (USD pr. ton)	Nederlandene	Frankrig
Benzin - Bruttodistributionsmargener	[...]*	
Forhandlermargener		
Rest		
Diesel - Bruttodistributionsmargener		
Forhandlermargener		
Rest		

668. Det fremgår, at de nederlandske engros­margener ligger omkring [...] * højere end de franske. Disse forskelle kan dårligt forklares med de ekstraomkostninger, parterne henviser til (loyalitetsordninger og miljøbestemmelser), som i øvrigt hovedsagelig bæres af den forhandler, der ejer grunden.
669. Kort sagt er højprismiljøet i Nederlandene præget af manglende konkurrence. Kernen i det nederlandske detailmarked synes ikke at blive berørt af prisudviklingen på de omkringliggende markeder. Priserne er strukturelt højere i hele området med undtagelse af nogle grænseegne, som er i direkte konkurrence med et nabomarked. Det er tilfældet langt den nederlandsk-tyske grænse, hvor de lavere tyske priser har påvirket prisfastsættelsen på de nederlandske stationer. Det er ret karakteristisk, at den nederlandske regering for at forhindre en udhuling af fortjenstmargenerne i dette område besluttede at indføre et kompensationssystem for uafhængige detailhandlere.

Hindringer for adgang/ekspansion - Potentiel konkurrence

Adgangshindringer

670. De vigtigste hindringer for adgang og/eller ekspansion på det nederlandske detailmarked er forbundet med regeringens strenge miljøpolitik og deraf følgende restriktive tilladelsespolitik. En del af faldet i antallet af tankstationer skyldtes ifølge den nederlandske regering, at den gav tankstationer, som ikke opfyldte miljølovgivningens krav (forebyggelse af forurening af jordbunden), incitament til at lukke. De kommunale eller regionale myndigheder udsteder driftstilladelser. Generelt giver sådanne myndigheder ikke mulighed for at benytte nye anlægspladser for tankstationer, eftersom markedet allerede er mættet. Når de gør det, stiller de strenge krav til sikkerhed og miljøbeskyttelse. Dermed forekommer de at være mere villige til at udstede nye tilladelser til de store olieselskaber end til uafhængige eller hvide tankstationer. En uafhængig ansøger kan efter sigende komme til at vente i op til fire år på at få en ny tilladelse, hvorimod de store olieselskaber kan få en tilladelse langt hurtigere, især når der indgår anlæggelse af supplerende infrastruktur i projektet. Eftersom nye tilladelser eller fornyelse af gamle gives til højstbydende, er de store olieselskaber desuden ofte bedst i stand til at udvide deres netværk.

Potentiel konkurrence

671. De uafhængige detailhandlendes konkurrencemuligheder er væsentligt begrænset. I øjeblikket synes markedet at have fundet en ligevægt på et niveau over den konkurrencedygtige pris, hvilket gavner såvel de integrerede som de ikke-integrerede detailhandlende. De store olieselskaber er aktive på begge niveauer i forsyningskæden, dvs. som engrosleverandører og som detailhandlende. De uafhængige er kun aktive i detailledet og køber næsten alt deres brændstof fra de lokale store olieselskaber i de fleste tilfælde gennem eksklusive leveringsaftaler, der fornyes årligt. De store integrerede olieselskaber kan hente deres indtægter forskellige steder i forsyningskæden, mens de detailhandlende kun har indtægter i detailledet. Bruttoengrosmarginerne tilfalder de store olieselskaber, mens fortjenesterne i detailledet tilfalder både de store olieselskaber og de uafhængige.
672. Det er tydeligt, at de integrerede store olieselskaber har en kæmpemæssig økonomisk fordel frem for de uafhængige. De har en højere grad af fleksibilitet i tilfælde af priskonkurrence. Efter sigende kan de store olieselskaber tilbyde deres detailnetværk kompensationsordninger i tilfælde af en lokal priskrig. De store olieselskabers økonomiske magt, og den kendsgerning, at de kontrollerer forsyningskilderne, har gjort det muligt for dem, især Shell, at skabe sig en position som prisførende. Markedsundersøgelsen har vist, at når detailpriserne stiger, følger de uafhængige detailhandlende prisstigningerne, fordi de finder det mere attraktivt at øge deres fortjenstmargener gennem højere priser end at afsætte større mængder med en lavere fortjeneste. Da de fleste tankstationer allerede kører med fuld omsætningskapacitet, vil en forøgelse af omsætningsmængden kræve en ekspansion af tankstationerne eller af detailnetværket. Dette vanskeliggøres af i) de højere differensomkostninger ved en ekspansion af tankstationerne, og ii) de begrænsede muligheder for at ekspandere detailnetværket, jf. de årsager, der er anført i punkt 670-671.
673. Sandsynligheden for, at de uafhængige selskaber vil indlede en priskrig mindskes betydeligt af en række forhold. De uafhængige vil muligvis kunne øge

omsætningsmængden, men kun op til et vist loft. Hvis de beslutter at indlede en prisrig, kan de bringe deres kommende forsyningskontrakter med de store olieselskaber i fare. En prisrig på deres initiativ vil være kortvarig, fordi de store olieselskaber vil kunne følge de lavere priser, uden at det berører deres økonomiske situation. På længere sigt vil de uafhængige blive nødt til at finde andre forsyningskilder, som fragtmarkedet. Undersøgelsen har imidlertid vist, at de uafhængige detailhandlere generelt ikke er villige hertil. Priserne på fragtmarkedet er faktisk ikke nødvendigvis mere konkurrencedygtige end priserne hos de lokale raffinaderier. Dette forstærkes af, at for at opnå bedre priser på fragtmarkedet skal man aftage betydelige mængder. I Nederlandene er den gennemsnitlige omsætningsmængde for uafhængige detailhandlere generelt lavere end i nabolandene, hvor store uafhængige selskaber og supermarkeder får leverancer fra fragtmarkedet (f.eks. i Frankrig eller Tyskland). De fleste uafhængige kræver blot 4 000 liter pr. anlæg pr. uge, mens fragtmarkedspriserne bliver attraktive, når der aftages mængder på over 10 000 liter. Det tvinger de uafhængige til at gå sammen og foretage fællesindkøb. Desuden vil eventuelle prisfordele blive udlignet af omkostninger til håndtering og oplagring. Endvidere har de uafhængige detailhandlere udtalt, at produktkvaliteten ikke kan garanteres ved køb på fragtmarkedet. Generelt vælger de at købe produkter af de lokale raffinaderier for at sikre produktkvaliteten og opnå andre fordele som loyale raffinaderikunder. Som følge heraf følger de uafhængige detailhandlere priserne, så længe deres detailfortjenester ikke kommer under pres, hvilket kan få dem til at overveje at trække sig ud af markedet, typisk ved at sælge deres tankstationer til et af de store olieselskaber.

674. De dårlige udsigter til konkurrence fra de uafhængige selskaber er afspejlet tydeligt i følgende case study fra den nederlandske regerings rapport. De lokale myndigheder i byen Almere overtalte en operatør af en hvid tankstation til at gå ind på det lokale marked (ved at give ham lettere adgang til en tilladelse) for at bryde det lokale oligopol af eksisterende tankstationer. Som modydelse for tilladelsen forpligtede operatøren af den hvide tankstation sig til udbyde en detailpris, der lå 4 % under de umiddelbare konkurrenters pris.
675. Den hvide tankstation blev installeret i nærheden af tre eksisterende tankstationer. Der var yderligere seks tankstationer lidt længere væk, men stadig inden for Almeres bygrænse. Alle eksisterende tankstationer tilhørte de store olieselskaber.
676. Det første år fik den hvide tankstation en passende omsætning, hvilket også gjaldt de tre tankstationer, som havde fulgt den nye aktørs lavere priser. Omsætningsmængden i Almere blev ikke øget i denne periode, og de seks tankstationer, som ikke fulgte prisnedsættelserne, mistede derfor markedsandele. Efter et år tilbød alle ni tankstationer samme pris som den hvide tankstation.
677. Efter det første år øgede den hvide tankstation presset og sænkede sin pris med 7 %, 9 % og i en periode med hele 12 %. Ved hvert prisfald fulgte konkurrenterne hurtigt efter. Også da den hvide tankstation hævede prisen, fulgte alle de øvrige tankstationer med. Med andre ord var den hvide tankstation gået fra at være ny aktør til prisførende.
678. Da alle tankstationerne tilbød samme pris, kunne den hvide tankstation kun tiltrække ekstra omsætning gennem den goodwill som lavprisselskab, den havde opbygget på

det lokale marked. Selv om folk satte pris på den hvide tankstation som lavprisselskab, forsvandt denne goodwill efter et stykke tid. Da operatøren af den hvide tankstation sænkede sin pris med 12 %, kunne ham kun lige dække sine omkostninger. Derimod kunne de store olieselskabers tankstationer hurtigt følge det prisførende selskab, fordi de modtog kompensation fra olieselskaberne for deres lavere distributionsmargin. Dermed konkurrerede den hvide tankstation ikke med de lokale tankstationer, men med olieselskaberne. På dette tidspunkt var priserne på brændstof i Almere tilbage på niveauet fra det tidspunkt, hvor den hvide tankstation blev åbnet. Nu besluttede operatøren af den hvide tankstation at sælge anlægget til det højstbydende store olieselskab.

679. På baggrund af ovenstående kan man konkludere, at den potentielle konkurrence fra de uafhængige detailhandlere ikke kan lægge kraftigt pres på de store olieselskaber.

SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNINGER FOR KONKURRENCEN

680. Transaktionens virkninger skal vurderes på ovennævnte baggrund med inddragelse af de forhold, der er påpeget i afsnittet om de strukturelle kendetegn ved detailmarkedet for motorbrændstof generelt.
681. Som følge af transaktionen vil den oligopolitiske markedsstruktur blive styrket yderligere. Der bliver tale om tre konkurrenter, som tilsammen tegner sig for over halvdelen af markedet, og to sammenlignelige mellemstore aktører, nemlig Texaco og TotalFina. Resten af markedet vil fortsat være fordelt mellem små marginale uafhængige detailselskaber.
682. Den anmeldte transaktion vil således føre til en yderligere koncentration af de store olieselskaber. Det nuværende oligopolitiske greb vil blive strammet yderligere, og samspil mellem aktørerne blive lettere at etablere og overvåge. Efter fusionen vil de dårlige økonomiske resultater på det nederlandske detailmarked blive forværret yderligere. De uafhængige detailhandlere har intet incitament til at konkurrere på prisen, da de tværtimod kan drage fordel af de store olieselskabers prisforhøjelser i detailledet. Alt i alt vil den endelige forbruger blive stillet dårligere under sådanne omstændigheder. Man kan konkludere, at fusionen vil føre til oprettelse eller styrkelse af en kollektiv dominerende stilling på detailmarkedet for de store olieselskaber (Shell, BP-Mobil, Exxon, Texaco og TotalFina).

DET FORENEDE KONGERIGE

GENEREL OVERSIGT

Raffinering

683. Det Forenede Kongerige er nettoimportør af raffinerede olieprodukter. Traditionelt købes over 85 % af alle olieprodukter direkte fra nationale raffinaderier. Importen (der normalt afskibes fra det europæiske fastland eller Skandinavien) går generelt til uafhængige mellemhandlere, men kan også være et resultat af intern handel mellem selskaber i raffineringsselskabernes koncerner.
684. De findes i øjeblikket 10 store brændstofferaffinaderier i Det Forenede Kongerige. De fleste ligger i den sydlige halvdel af Storbritannien og er forbundet med de store rørledninger, der dækker det meste af England og Wales. Ofte kan de også nås med skib. Det skal dog bemærkes, at der kun findes ét raffinaderi i Skotland (BP-Mobils i Grangemouth), som leverer til de fleste af de lokale distributionsterminaler.
685. De største raffineringsselskaber i Det Forenede Kongerige er BP-Mobil, Exxon og Shell, som ejer ca. 57 % af den samlede kapacitet. Imidlertid er de fleste af de øvrige raffineringsselskaber (f.eks. Elf, TotalFina, Texaco og Conoco) også vertikalt integrerede olieselskaber med detailaktiviteter i Det Forenede Kongerige, som hver for sig ofte tegner sig for over 10 % af landets samlede raffineringskapacitet.

Engroshandel

686. Importeret eller indenlandsk raffineret motorbrændstof sælges enten på fragtmarkedet og eksporteres eller transporteres til detailhandlere, slutbrugere eller mellemhandlere. I nogle tilfælde hentes benzin og dieselolie direkte på raffinaderiet eller importlageret og distribueres ad landevejen. I de fleste tilfælde transporteres motorbrændstof dog til distributionsterminaler, der findes i hele Det Forenede Kongerige, og forsynes via et rørledningsnet på landjorden, ad søvejen eller (mindre hyppigt) med jernbane. Motorbrændstof hentes derefter af tankvogne og distribueres til kunder i nærområdet.
687. I England og Wales transporteres det meste motorbrændstof gennem en af de seks rørledninger, som forbinder raffinaderierne med distributionsterminalerne. I Skotland findes der ikke noget net, og de fleste produkter afskibes fra BP-Mobils Grangemouth-raffinaderi.
688. Engrossektoren i Det Forenede Kongerige synes at være konkurrencepræget i øjeblikket. Det fremgår for det første af, at intet selskab i øjeblikket synes at tegne sig for mere end 20 af engrossalget af motorbrændstof til tredjemand. Dette bekræftes af, at de fleste selskaber, der deltog i Kommissionens undersøgelse, oplyste, at engrospriserne på motorbrændstof generelt svarer til det internationale indeks Platts og de transportomkostningerne fra raffinaderiet eller importterminalen, og at de ikke havde svært ved at sikre sig leverancer.

689. Office of Fair Trading (OFT) nåede til lignende konklusioner i sin rapport om konkurrence i benzinsektoren i Det Forenede Kongerige⁶⁸. OFT fastslog, at på grund af disse konkurrencevilkår havde tendensen i de sidste fem år været, at de halvstore olieselskaber havde fået tab på deres engrosaktiviteter.
690. En af de mest afgørende faktorer for konkurrencen synes at være den kroniske overkapacitet på raffineringsmarkedet i Det Forenede Kongerige, idet den samlede produktion af olieprodukter ligger næsten 20 % over den indenlandske efterspørgsel, som er taget af siden 1990. Selv om man forventer at kunne mindske overkapaciteten efter lukningen af Shell Haven (det mindste raffinaderi i Det Forenede Kongerige), vil den stadig udgøre ca. 15 % af den samlede efterspørgsel.
691. En anden forklaring er, at et stort antal uafhængige selskaber ejer og/eller driver distributionsterminaler, hvortil de kan importere produkter fra fragtmarkedet og levere til detailhandlere uden raffineringsselskaber (f.eks. hypermarkeder) eller detailhandlere uden varemærke. Deres tilstedeværelse sikrer store endelige forbrugere og detailhandlere uden raffineringsselskaber leverancer til konkurrencedygtige priser.

SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ

Markedsstruktur

692. Markedet i Det Forenede Kongerige er kendetegnet ved, at der findes en lang række konkurrenter. Ud over de tre store raffineringsselskaber (Exxon, BP-Mobil og Shell), som stadig tilsammen har over 50 % af markedet, er en række andre olieselskaber (Total/Fina, Elf, Texaco og Conoco) aktive på markedet sammen med hypermarkeder og uafhængige detailhandlere.
693. Udviklingen i markedsandele (med hensyn til mængder) fra 1994 til 1998 kan opsummeres på følgende måde:

Selskab	Exxon	BP-Mobil	Shell	Total/Fina	Texaco	Conoco/ Jet	Hyper- markeder
Markedsandel (1994)	[10- 20%]**	[10- 20%]*	[10- 20%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[10- 20%]*
Markedsandel (1998)	[10- 20%]*	[10- 20%]*	[10- 20%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[20- 30%]*

694. Detailsektoren kan opdeles i fire hovedlag: i) de store olieselskaber (Exxon, BP-Mobil og Shell), ii) de halvstore olieselskaber (Total/Fina, Texaco, Conoco/Jet og Elf), iii) hypermarkederne (Tesco, Sainsbury's, Safeway og Asda), og iv) de uafhængige detailhandlere.
695. Exxon, BP-Mobil og Shell (de store olieselskaber) er de tre største detailhandlere i Det Forenede Kongerige med individuelle markedsandele (udtrykt i mængder) på

⁶⁸ Competition in the supply of petrol in the United Kingdom – A report by the Office of Fair Trading: May 1998.

over [10-20]*% (stigende). De har stor geografisk dækning, hvilket fremgår af det store antal tankstationer (over 1 800 hver).

696. Deres omkostninger er forholdsvis lave på grund af i) lave leveringsomkostninger (direkte leverancer fra egne raffinaderier eller swaps med andre raffineringsselskaber), ii) store gennemsnitlige omsætningsmængder pr. station (omkring [...] m³ og derover) og iii) butikker, der giver yderligere indtjening og fortjenester.
697. Deres markedsandele (udtrykt i mængder) er steget en smule siden 1994 og når i øjeblikket op på [50-60]*%.
698. Total/Fina, Texaco, Conoco/Jet og Elf er også vertikalt integrerede olieselskaber med raffinaderier i Det Forenede Kongerige. De tilhører ikke samme kategori som de rigtigt store olieselskaber, da deres markedsandele er væsentligt lavere, og deres udbredelse er mere begrænset (med undtagelse af Texaco har de alle under 1 000 anlæg).
699. Selv om de også modtager leverancer direkte fra egne raffinaderier eller gennem swaps med andre raffineringsselskaber, har de tilsyneladende højere leveranceomkostninger end de superstore olieselskaber, da de har fået tab på engroshandel næsten hvert af de sidste fem år. Endelig opnår de fleste af disse selskaber væsentligt lavere omsætningsmængder (ca. 2 000 m³ og derunder) end de rigtigt store olieselskaber, og deres detailomkostninger er derfor højere.
700. I modsætning til de superstore olieselskaber synes deres samlede markedsandele endelig at være faldet med over 23 % siden 1994, og de udgør i øjeblikket i alt ca. 20 %.
701. Hypermarkederne (Tesco, Sainsbury's, Safeway og Asda) sælger motorbrændstof fra tankstationer på deres parkeringspladser. De ligger hovedsagelig i byer og andre tætbefolkede områder og har derfor begrænset geografisk dækning, hvilket bekræftes yderligere af det forholdsvis lave antal tankstationer, hvert hypermarked driver (under 200 anlæg).
702. Hypermarkederne får størstedelen af deres leverancer fra raffineringsselskaber (for nogles vedkommende især BP-Mobil). De aftager imidlertid oftest store mængder brændstof og handler derfor også med mellemhandlere eller importører, som kan tegne sig for 35-40 % af deres forsyninger.
703. Hypermarkedernes tankstationer har normalt meget større omsætningsmængder (typisk 10 000 m³) end andre detailhandlendes stationer. Dette gav dem betydelige omkostningsfordele frem for alle andre detailhandlende, indtil de store olieselskaber mindskede antallet af tankstationer for at nå op på en større omsætningsmængde.
704. Hypermarkederne har vundet betydelige markedsandele i de sidste ti år. De tegner sig nu for i alt [20-30]*%, og Tesco er blevet den fjerdestørste detailhandlende i brændstofbranchen i Det Forenede Kongerige. Ifølge OFT⁶⁹ skyldtes denne markante vækst især, at hypermarkederne priser hele tiden lå betydeligt lavere (mellem 2,5 og

⁶⁹ Se fodnote 68.

4 pence pr. liter) end konkurrenternes. Samtidig er der sket en kraftig ekspansion (på over 10 % om året fra 1994 til 1997) i antallet af tankstationer. Som det vil blive beskrevet nærmere nedenfor, er der imidlertid tegn på, at hypermarkedernes markedsandele på grund af kapacitetsbegrænsninger, begrænsede ekspansionsmuligheder og stigende omkostninger antagelig ikke vil stige mærkbart i de kommende år.

705. Uafhængige tankstationer er normalt etablerede anlæg, som blev åbnet for mange år siden. Typisk sælger de ikke kun brændstof, men også andre artikler (f.eks. fyringsolie, kolonialvarer m.m.).
706. Selv om de uafhængige detailhandlende tilsyneladende har let adgang til leverancer, er det ikke vertikalt integrerede og har derfor normalt høje leveringsomkostninger. Resultaterne af Kommissionens undersøgelse tyder på, at deres detailomkostninger også er højere end andre detailhandlendes, især på grund af deres lave omsætningsmængder (typisk 500 m³). Der ligger en række tankstationer af denne type i landdistrikter, hvor de kan kræve højere priser (op til 3-4 pence pr. liter) for supplerende service eller bekvemmelighed. Disse tankstationer fungerer f.eks. også som landhandel, postkontor m.m.
707. Deres samlede markedsandele ligger nu under 6 % og falder stadig.

Konkurrencedynamik – Omkostninger og priser

Et historisk perspektiv

708. Der er tegn på, at sektoren for detailhandel med motorbrændstof var alt andet end konkurrencepræget inden 1995: [...]*
709. I slutningen af 1994 eller begyndelsen af 1995 gik det tilsyneladende op for de store olieselskaber, at hypermarkedernes fremmarch udgjorde en alvorlig trussel mod deres forretningsområde, og at den kunne skabe samme markedsstruktur som i Frankrig, hvor hypermarkederne har en markedsandel på ca. 50 %, og hvor priserne ekskl. afgift er lave. Nogle af dem, især Exxon, besluttede at forsøge at øge hypermarkedernes omkostninger og sænke deres egne ved at trække omsætning væk fra hypermarkederne og tilbage til de store olieselskaber. Især Exxon indledte såvel en intens prisrig med store olieselskaber (den såkaldte Pricewatch-kampagne) som drastiske omkostningsnedskæringer.
710. Dette førte til at betydeligt prisfald, der igen betød, at alle detailhandlende tilsyneladende fik tab i første halvdel af 1996. Man søgte da at hæve priserne, men det lykkedes kun, hvis Exxon var med. Priserne er tilsyneladende steget siden da og har overskredet det niveau, hypermarkederne tidligere fastsatte med de samme priser på fragtmarkedet.
711. Endelig forsøgte de store olieselskaber i samme periode [...] at udligne forskellene mellem deres omkostninger og hypermarkedernes. [...]*
712. Frem til 1995 var markedet øjensynligt ikke fuldt konkurrencebetonet. Det fremgår af, at detailprisen på benzin ekskl. afgift i begyndelsen af 1994 var 20 % højere end i Frankrig, hvorefter den faldt med over 30 % i løbet af to år. [...]*

713. På denne baggrund blev hypermarkederne ikke taget særlig alvorligt, og OFT bemærker, at "frem til 1995 kunne supermarkederne stort set uhindret benytte priser, der lå væsentligt lavere end priserne på resten af markedet. (...) Olieselskabernes forsøg på at imødegå truslen fra supermarkederne (ved at indføre pristøtteordninger) for de tankstationer, der var hårdest ramt, var usystematiske, foregik typisk lokalt og fik ikke den store opmærksomhed."
714. [...]*
715. I slutningen af 1994 havde supermarkedernes andel af omsætningsmængden nået næsten 17 %. OFT bemærker, at "det vedvarende tab af omsætning til det hurtigt ekspanderende supermarkedsnet fik de store olieselskaber til at gribe til mere probate midler, end man hidtil havde oplevet".
716. [...]*. I den forbindelse frygtede Exxon, at "Essos position og rentabilitet på markedet ville blive væsentligt undergravet i de næste 5-10 år".
717. Dette fremkaldte en kraftig reaktion med forskellige midler. Det første var hård priskonkurrence, som skulle trække omsætning tilbage til Exxon og væk fra hypermarkederne, og dermed mindske gabet mellem Exxons omkostninger og hypermarkedernes. Det skulle desuden forhindre nye hypermarkeder i at komme ind på markedet og de eksisterende i at ekspandere. Det andet middel var en drastisk nedskæring af omkostningerne.

Pricewatch-kampagnen

718. Den første detailhandlende, der tog initiativ, var BP, som i slutningen af 1994 meddelte, at selskabet ville fastsætte sine priser nationalt for at tage kampen op med supermarkederne. Exxon fulgte hurtigt efter, da selskabet i efteråret 1995 afprøvede sin Pricewatch-kampagne i Skotland og Nordøstengland inden den landsdækkende lancering i januar 1996. Shell erklærede samtidig, at selskabet ville følge Exxons priser i samtlige Pricewatch-områder.
719. Pricewatch-kampagnen bestod i at følge hypermarkedernes priser og gøre opmærksom på ordningen for at trække omsætning tilbage til Exxons anlæg og væk fra hypermarkedernes tankstationer. De øvrige store olieselskaber fulgte samme fremgangsmåde, omend i mindre udstrækning.
720. I første halvdel af 1996 synes virkningerne af denne priskonkurrence at have været katastrofale for detailhandlendes fortjenstmargener. [...]*. Bruttofortjenesterne faldt til et niveau, der lå 50 % lavere end i Frankrig. På et sådant niveau kunne ingen detailhandlende i motorbrændstof tilsyneladende tjene penge.

Genopretning af priserne

721. Disse tab fik formentlig enten hypermarkederne, BP eller Shell til at søge at forhøje priserne. De fleste af de første forsøg slog fejl, [...]*. Denne udvikling fortsatte i 1997, hvor detailpriserne nåede det niveau, som hypermarkederne normalt ville lægge på baggrund af priserne på fragtmarkedet.

722. Imidlertid fortsatte denne udvikling i 1998 i modsætning til situationen inden Pricewatch-kampagnen, idet hypermarkederne tilsyneladende accepterede, at detailpriserne steg til over det niveau, der typisk gjaldt inden Pricewatch.

Omkostningsudvikling

723. I 1994-1995 var omkostningsforskellen mellem hypermarkederne og de store olieselskaber omkring 0,02-0,03 GBP pr. liter til fordel for hypermarkederne. På denne baggrund ville enhver priskonkurrence fra de store olieselskaber antagelig være slået fejl uden en supplerende omkostningsorienteret ordning.

724. Derfor var perioden fra 1995 til 1988 ud over priskonkurrence mellem de store olieselskaber (ikke mindst Exxon) og hypermarkederne præget af omfattende bestræbelser for at begrænse omkostningerne.

725. Selv om disse foranstaltninger omfattede en række forhold, bestod den mest synlige (om ikke den vigtigste) ordning i at mindske forskellen mellem den gennemsnitlige omsætningsmængde pr. anlæg for hypermarkederne og de store olieselskaber. Dette opnåede man tilsyneladende hovedsagelig gennem to forskellige initiativer:

- Priskonkurrence med hypermarkederne. Dermed ville man trække omsætning tilbage til de store olieselskaber (og således øge deres samlede omsætning) og væk fra hypermarkederne (og således mindske deres samlede omsætning). Som følge af Pricewatch-kampagnen synes Exxons omsætningsmængde at være steget med ca. [...] % i første halvdel af 1996.
- Lukning af mindre økonomiske tankstationer. Mellem 1994 og 1997 mistede Exxon 11 % af sine varemærkestationer, BP og Mobil mistede 10 % af deres, mens Shell mistede 30 % af sine tankstationer. Det skal endvidere bemærkes, at fordi de fleste af tankstationerne var forhandlerejede eller forhandlerdrevne, gav kampagnen samtidig de store olieselskaber bedre kontrol over deres detailnetværk.

726. Derfor og som følge af andre omkostningsbesparende foranstaltninger [...] *.

727. Alle de øvrige konkurrenter tabte tilsyneladende terræn i forhold til de store olieselskaber og hypermarkeder. De kunne formentlig ikke følge det tempo, som hypermarkeder og de store olieselskaber satte, da markedsandelene for hver af disse grupper af konkurrenter faldt med over 23 % i perioden mellem 1994 og 1998.

Halvstore olieselskaber og uafhængige detailhandlende udøver ikke længere konkurrencepres

728. Ændringerne i sektoren for detailhandel med motorbrændstof i Det Forenede Kongerige har skabt en ny markedsstruktur, hvor de halvstore selskaber og de uafhængige detailhandlende ikke længere kan udøve noget reelt konkurrencepres.

729. Det fremgår tydeligt af, at de halvstore olieselskaber og de uafhængige detailhandlende ikke kunne følge det tempo, der blev sat af hypermarkederne og de store olieselskaber. Det underbygges af, at de har langt lavere gennemsnitlige omsætningsmængder (under 2 300 m³) end de store olieselskaber (over [...] *) eller hypermarkederne, hvilket endelig bekræftes af, at inden af disse individuelle konkurrenter i øjeblikket har en markedsandel på over 6 %, og at [...] *.

730. OFT's rapport peger i samme retning. I den hedder det, at "uafhængige detailhandlendes fortjenstmargener i de fleste tilfælde vil være lavere end for andre tankstationer i tilsvarende områder, og kan være for lave for mange af dem".

Hypermarkederne vil blive prisfølgere

731. Der er også tegn på, at hypermarkederne ikke længere vil søge eller være i stand til at tage priskonkurrenceinitiativer og i stedet vil følge de store olieselskabers priser. Hypermarkederne har påpeget, at selv om de forsat vil lade deres priser følge deres største konkurrenters laveste priser, vil de nu søge væk fra en politik, hvor de aktivt stræber efter lavere standerpriser end de førende konkurrerende olieselskaber benytter på deres anlæg.
732. [...]*. Dette bekræftes samtidig af, at selv om bruttofortjenstmargenerne nåede rekordhøjder i 1997, forventes de at stige i de kommende år.
733. Den væsentligste årsag til denne udvikling er, at hypermarkederne har meget begrænsede muligheder for aggressive konkurrencetiltag, fordi de ikke længere har reelle omkostningsfordele frem for de store olieselskaber. [...]*. Endvidere tyder resultaterne af Kommissionens undersøgelse på, at hypermarkedernes omkostninger vil stige i fremtiden, da nye anlæg vil få lavere omsætningsmængder og dermed højere omkostninger end de eksisterende.
734. Kommissionens undersøgelse viser, at en anden årsag er, at hypermarkederne efter Pricewatch-kampagnen, har lært, at de store olieselskaber vil følge ethvert initiativ til aggressiv prispolitik, selv hvis det indebærer store tab i detailledet. Dermed er der ikke noget incitament til at sænke priserne, da det ikke vil føre til større markedsandele, men blot lavere fortjenester.
735. At hypermarkederne antagelig ikke har noget at vinde ved at føre en aggressiv prispolitik, bekræftes af, at de ikke kan øge deres omsætningsmængde væsentligt. Resultaterne af Kommissionens undersøgelse viser, at det ville være meget vanskeligt for dem at øge omsætningen gennem deres eksisterende tankstationer eller at opnå tilladelse til at åbne nye, og selv om hypermarkederne har planer om at åbne flere tankstationer, vil de få lavere omsætningsmængder (og dermed lavere rentabilitet). Hypermarkederne har desuden oplyst, at de ikke forventer nogen væsentligt større markedsandel.
736. Disse konklusioner støttes af OFT's rapport, hvori det hedder, at "supermarkedernes tankstationer synes at være tæt på deres vækstpotentiale. (...) Yderligere omsætningsforøgelser kan kun ske gennem erobring af større markedsandele, og mulighederne herfor er også begrænsede. Når benzinsalget topper, vil incitamentet til at sælge med lavere fortjeneste (...) blive mindsket".
737. Endelig er nogle hypermarkeder for nylig indgået i joint ventures med de store olieselskaber om forsyninger til og drift af butikker med hypermarkedernes varemærker på de store olieselskabers tankstationer. Som eksempel på sådanne joint ventures kan nævnes BP/Safeway og Exxon/Tesco. Dette samarbejde er foreløbig begrænset til de pågældende olieselskabers egne stationer og har ingen betydning for driften af eller forsyninger til hypermarkedernes egne tankstationer. Imidlertid vil der naturligvis blive skabt langfristede relationer mellem hypermarkederne og de store olieselskaber, hvilket før eller siden kunne udvides til at omfatte hypermarkedernes

detailhandel med brændstof, og under alle omstændigheder antagelig vil mindske hypermarkedernes incitament til at konkurrere med de store olieselskaber.

738. Selv om hypermarkederne traditionelt har fungeret som prisførende i sektoren for detailhandel med motorbrændstof, flader deres markedsandele og kapacitet ud, og de synes at ville følge de store olieselskabers priser. Dette bekræftes yderligere af Kommissionens undersøgelse, hvori hypermarkederne har oplyst, at de generelt vil se på de store olieselskabers reaktion, inden de beslutter, hvad de selv vil gøre, når engrospriserne ændrer sig.

De store olieselskaber bliver klart markedsførende

739. Derimod synes de store olieselskaber at være blevet styrket frem for svækket af den hårde priskonkurrence i 1995-1996. Det fremgår for det første tydeligt at, at deres samlede markedsandele er steget med ca. [...]">% fra 1995 til 1998.
740. Selv om de nuværende bruttofortjenstmargener er meget lavere end i begyndelsen af 1995 (inden den aggressive konkurrence med hypermarkederne startede), synes nogle af de store olieselskabers fortjenester endvidere at være endnu højere end i 1995.
741. Ud over større fortjenester har de store olieselskaber fået bedre kontrol over markedet, da det var de halvstore olieselskaber og de uafhængige detailhandlende, der led størst skade under priskrigen. Hypermarkederne synes ikke længere at være i stand til at true Exxon, BP-Mobil og Shell væsentligt, og en lang række forhandlerdrevne tankstationer (hvor priserne ikke så let lader sig kontrollere) er blevet lukket.
742. På baggrund af ovenstående synes de store olieselskaber nu at være ved at blive klart markedsførende i sektoren for detailhandel med motorbrændstof i Det Forenede Kongerige, og eneste større kilde til konkurrence vil derfor være rivalisering mellem medlemmerne af denne gruppe, idet de øvrige konkurrenter har mistet evnen eller incitamentet til for alvor at tage kampen op med Exxon, BP-Mobil og Shell.
743. Parterne svarer, at standerpriserne ekskl. afgift og bruttodistributionsmargenerne i Det Forenede Kongerige stadig er blandt de laveste i Europa, og dette tyder på intens konkurrence, og at den generelle udvikling i retning af faldende fortjenstmargener som følge af intens konkurrence må forventes at fortsætte. Selv om standerpriserne ekskl. afgift og bruttodistributionsmargenerne i Det Forenede Kongerige nok er forholdsvis lave, er omkostningerne det tilsyneladende også. F.eks. synes Exxons omkostninger at være faldet med [...]">% fra 1994 til 1997. Derimod og i strid med parternes indsigelser [...]*. Disse tal synes ikke at støtte nogen af parternes påstande.
744. Parterne fremfører også, at de dokumenter, de har fremsendt til Kommissionen, viser, at hypermarkederne ikke vil følge enhver mulig prisforhøjelse foretaget af de store olieselskaber, og det ikke er sandsynligt, at hypermarkederne vil ændre deres politik med at tilbyde den laveste pris i deres dækningsområde efter gennemførelsen af den anmeldte transaktion. Dette er tegn på, at de store olieselskaber ikke kan udøve nogen markedsstyrke. Som nævnt kan hypermarkederne imidlertid fortsat reklamere med de laveste priser i deres dækningsområde og alligevel følge prisstigningerne. [...]*. Dette bekræftes endvidere af, at hypermarkederne har oplyst, at de nu vil være tilbøjelige til at opgive deres politik med aktivt at søge at opnå lavere standerpriser end de førende olieselskabers tankstationer, og at de i tilfælde af en prisstigning generelt vil afvente

de store olieselskabers reaktion, inden de beslutter, hvordan de selv vil reagere. Endelig er det i overensstemmelse med den kendsgerning, at hypermarkederne har svært ved både at øge salget på de nuværende tankstationer og åbne konkurrerende stationer. I den forbindelse skyldes den kendsgerning, at nogle hypermarkeder har oplyst, at de ikke vil følge en prisstigning på 5 % fuldt ud, antagelig, at en prisstigning på 5 % er meget usædvanlig på detailmarkedet for brændstof (som det fremgår af svarene).

745. Desuden synes den nye markedsstruktur at skabe stærke incitamenter for oligopolitisk adfærd, som synes at være endnu stærkere, end inden hypermarkederne kom ind på markedet.
746. At markedsstrukturen er befordrende for oligopolitisk adfærd fremgår tydeligt af de generelle kendetegn for sektoren for motorbrændstof i Europa (nemlig produkthomogenitet, gennemsigtighed, ingen teknologisk udvikling, efterspørgselsstivhed, ingen udlignende købekraft, store adgangshindringer m.m.) og for forholdet mellem Exxon, BP-Mobil og Shell (vertikal integration, kontakt med en række markeder m.m.).
747. Ud over disse generelle træk har den markedsstruktur, der er opstået i Det Forenede Kongerige som følge af den seneste tids udvikling, øget disse incitamenter i en grad, der ikke er set i årevis (om nogensinde).
748. For det første synes markedet for detailsalg af motorbrændstof i Det Forenede Kongerige at have været særligt stillestående i de senere år, idet omsætningsmængden i Det Forenede Kongerige kun er vokset med knap 2 % fra 1994 til 1998.
749. For det andet er der en klar symmetri mellem Exxons, BP-Mobils og Shells markedsandele, som i 1998 lå mellem [10-20]*% (for Shell) og [10-20]*% (for Exxon). Selv om man kan hævde, at der ikke har været tale om stabile markedsandele i de sidste fire år, er det vigtigere, i) at alle disse markeder er vokset (hvilket afspejler de store olieselskabers øgede indflydelse på sektoren for motorbrændstof), ii) at symmetrien i de store olieselskabers markedsandele er taget til i de senere år, idet forskellen mellem den største og mindste andel er mindsket med 37 % siden 1994.
750. For det tredje synes der også at være en klar parallel mellem disse selskabers omkostningsstrukturer [...]*. Parterne er uenige heri, og fremfører, at forskellene mellem de forskellige markedsdeltageres driftsomkostninger er langt større. [...]*. De fremfører også, at selv inden for Exxon er der forskelle i omkostninger afhængigt af tankstationens størrelse og udbud. Det skal for det første bemærkes, at markedsaktørernes nationale strategi (i hvert fald Exxons) lægges efter de gennemsnitlige krav for at få balance i regnskaberne, og at det derfor er markedsaktørernes gennemsnitlige omkostningsstruktur, der skal lægges til grund for en vurdering af symmetrien mellem selskabernes omkostningsstrukturer. For det andet bekræfter det forhold, at omkostningerne kan variere kraftigt selv for en enkelt konkurrents vedkommende, at en forskel på omkring 0,01 GBP pr. liter mellem en række konkurrenters gennemsnitlige omkostninger, er tegn på, at der er tale om symmetri mellem deres omkostninger.
751. For det fjerde synes Exxon, BP-Mobil og Shell at have symmetriske incitamenter, alle tre store olieselskaber dækker hele Det Forenede Kongerige og har samme grad af vertikal integration. De ejer også i fællesskab nogle lageranlæg og rørledninger.

752. Nok så vigtigt er det endelig, at de store olieselskaber nu har en betydelig markedsstyrke i sektoren for detailsalg af motorbrændstof i Det Forenede Kongerige. Dermed øges de fordele, som de store olieselskaber kan høste af at samordne deres adfærd væsentligt, og dermed øges deres incitament til at gøre det kraftigt.
753. Selv om man således kan konkludere, at sektoren for detailsalg af motorbrændstof i Det Forenede Kongerige stadig er konkurrencebetonet, som parterne hævder det, og som OFT skrev i sin rapport i 1998, synes de store olieselskaber at have overtaget kontrollen med markedet igen. Nogen form for egentlig konkurrence kan derfor kun opstå som følge af rivalisering mellem medlemmerne af denne gruppe, og en sådan rivalisering er blevet mere usandsynlig på grund af ovennævnte udvikling.
754. Parterne svarer, at konkurrencen på det britiske detailmarked for motorbrændstof er intens, og henviser til, at de britiske konkurrencemyndigheder i deres rapporter om dette marked har betegnet det som yderst konkurrencebetonet. Imidlertid synes markedet at have udviklet sig betydeligt i de senere år, hvor de store olieselskaber efter den hårde priskonkurrence i midten af 1990'erne igen har overtaget kontrollen. Selv om OFT i sin sidste rapport betegner markedet som konkurrencebetonet, hedder det desuden afslutningsvis, at "markedet skal overvåges for at sikre, at konkurrencen mellem de store aktører ikke dør hen, hvis markedet koncentrerer sig yderligere".

Adgangshindringer - Ekspansion - Potentiel konkurrence

755. Exxon, BP-Mobil og Shell synes ikke at blive udfordret af udsigten til markedsvækst, da de mængder, der er afsat i Det Forenede Kongerige synes at være omtrent de samme siden 1994 (de er vokset med under 2 % på tre år), og fordi det virker meget usandsynligt, at nogen skulle komme ind på markedet.
756. I OFT's rapport hedder det, at "adgang til detailledet er i øjeblikket uinteressant på grund af de lave fortjenstmargener på salg af brændstof og omkostningerne ved at opfylde miljølovgivningens krav. For at opnå en tilstrækkelig stor indtjening skal en ny markedsaktør være forholdsvis bredt repræsenteret, og det kan være vanskeligt at få byggetilladelser til anlæg på nye grunde. Man kunne hævde, at man i fremtiden kunne komme ind på markedet ved at genåbne en lang række anlæg, som er blevet lukket i de senere år. Der er dog ofte tale om mindre anlæg og i henhold til miljølovgivningen skal anlæg lukkes helt af og tankene fyldes med beton. Sådanne anlæg vil ofte blive anvendt på anden måde. Derved bliver det næsten lige så svært at genåbne gamle anlæg som at opføre nye".
757. Selv om parterne hævder, at der hyppigt kommer nye aktører ind på markedet for detailhandel med brændstof, kan de som eksempler kun nævne hypermarkederne (som egentlig ikke er nye markedsaktører) og selskabet Save (som har en meget begrænset markedsandel og mistede 15 % af sine tankstationer i 1997).

SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNINGER FOR KONKURRENCEN

758. Transaktionens virkninger skal vurderes på ovennævnte baggrund med inddragelse af de forhold, der er påpeget i afsnittet om de strukturelle kendetegn ved detailmarkedet for motorbrændstof generelt.
759. Som nævnt er det nu afgjort de store olieselskaber, der er førende på det britiske marked for detailsalg af motorbrændstof, da de øvrige konkurrenter har mistet enhver

evne og ethvert incitament til at kaste sig ud i omfattende konkurrence med Exxon, BP-Mobil og Shell. Markedsstrukturen er afgjort befordrende for oligopolitisk adfærd fra de tre store olieselskabers side, idet de har sammenlignelige kendetegn og markedsandele.

760. Tredjemand har påpeget, at der har været tale om konkurrencebaseret prisfastsættelse mellem Exxon og BP, og at denne dynamik kan forventes at påvirke prissætningen på det britiske marked i fremtiden. [...]*. I lyset af de store olieselskabers nye og stærke incitamenter til oligopolitisk adfærd kan man ikke forvente, at denne rivalisering vil fortsætte i samme grad fremover.
761. Som nævnt vil den anmeldte fusion skabe en strukturel forbindelse mellem Exxon og BP-Mobil, som vil give Exxon mulighed for at udøve afgørende indflydelse på BP-Mobil og mere generelt skabe nye incitamenter til et samarbejde mellem de to selskaber. Da der samtidig er tale om kraftige markedsrelaterede incitamenter til et sådant samarbejde, er det meget sandsynligt, at enhver reel konkurrence mellem Exxon og BP-Mobil vil ophøre efter fusionen.
762. Der er samtidig stærke indikationer af, at Shell ikke ville anfægte Exxons og BP-Mobils konkurrencemæssige stilling. Det er yderst sandsynligt, at Shell i stedet vil slutte sig til Exxon og BP-Mobil og danne et oligopol.
763. Tilsyneladende har Shell inden fusionen traditionelt ikke været særlig aggressiv i priskonkurrencen. [...]*. Endvidere synes Shell at have været en af hovedkræfterne bag bestræbelserne for at genetablere priserne [...]*.
764. Derimod har tredjemand oplyst, at Shells politik er at skabe sig en position som kvalitetsvaremærke ikke blot inden for brændstof. Dette synes at have fået Shell til at lægge sine priser over markedspriserne.
765. Der er heller ingen tegn på, at Shell vil søge eller være i stand til at ændre denne strategi efter fusionen. [...]*. Samtidig er Shell ikke som Exxon og BP-Mobil engageret i joint ventures med hypermarkeder og kan derfor ikke fremsætte tilsvarende tilbud. Endelig synes Shell at have haft ret stor succes med sin nuværende strategi, da selskabets andel af detailmarkedet for motorbrændstof steg med 13 % fra 1994 til 1998 (selv om denne vækst som nævnt skulle blive afdæmpet fremover).
766. Desuden deltager Shell allerede i en række partnerskaber med BP-Mobil og Exxon. Shell er medejer af en række distributionsterminaler i Det Forenede Kongerige sammen med BP-Mobil eller Exxon, og Shell og BP-Mobil er begge medejere af to af de vigtigste rørledningsnet, der dækker England og Wales. Shells forbindelser med BP forventes desuden at blive intensiveret efter lukningen af Shell Haven-raffinaderiet, idet Shell antagelig vil hente en betydelig del af sit raffinerede brændstof fra BP-Mobils Coryton-raffinaderi.
767. Endelig vil Shell ikke være så tilbøjelig til at søge at skærpe konkurrencen, da incitamenterne til oligopolitisk adfærd som nævnt nu antagelig er stærkere, end de har været i årevis.
768. På baggrund af ovenstående kan man konkludere, at de store olieselskaber efter fusionen vil skabe et oligopol på det britiske marked for motorbrændstof.

Unik konkurrenceposition i engrossektoren

769. Exxon, BP-Mobil og Shell er aktive inden for engrossalg af benzin og dieselolie til tredjemand. Ifølge de data, Kommissionen har adgang til, vil deres samlede andele af sektoren blive på mellem [30-40]*%.
770. Desuden undervurderer disse tal de store olieselskabers faktiske markedsstyrke. I den forbindelse skal det bemærkes, at selv efter lukningen af Shell Haven-raffinaderiet vil de store olieselskaber tilsammen tegne sig for ca. [50-60]*% af den samlede raffineringsskapacitet i Det Forenede Kongerige. De vil også tilsammen eje omkring [40-50]*% af distributionsterminalerne i hele landet, og de deltager (sammen med de øvrige olieselskaber) i ejerskabet af yderligere [0-10]*% af distributionsterminalerne. Endelig vil Exxons anlæg i Fawley og BP-Mobils i Coryton være de eneste to raffinaderier i Syd- og Sydøstengland.
771. Exxon, BP-Mobil og Shell vil således have en unik konkurrenceposition. For det første vil disse selskaber som raffineringsselskaber have mulighed for swaps med andre raffinaderier og dermed kunne få leverancer i hele landet på bedre vilkår end selskaber uden adgang til eget raffinaderi. For det andet vil de have betydelige konkurrencemæssige fordele frem for andre raffineringsselskaber, fordi de vil opnå langt de største salgsmængder og den bedste geografiske dækning i hele Det Forenede Kongerige. De store olieselskabers raffineringsskapacitet vil f.eks. blive fem gange højere end de nærmeste konkurrenters (Texaco og Conoco), og antallet af distributionsterminaler, som de ejer eller har andel i, vil være langt højere end den nærmeste konkurrents.
772. De store olieselskaber vil være langt mindre afhængige af swaps med andre raffineringsselskaber, end andre raffineringsselskaber vil være af swaps med dem. Derfor er en mulig konsekvens af deres samarbejde, at de får incitamentet til og muligheden for at stille hårdere betingelser for swaps med andre raffineringsselskaber.
773. En anden mulig følge af situationen efter fusionen er, at de store olieselskaber vil være bedre i stand til at afskrække lokale konkurrenter som andre raffineringsselskaber eller andre engroshandlere fra at tage initiativer (f.eks. at gå ind på markedet), fordi de med deres mere omfattende geografiske dækning kan sprede omkostningerne ved lokale konkurrenceinitiativer over større omsætningsmængder og områder.
774. En tredje mulig konsekvens af situationen efter fusionen er, at Exxon vil få BP-Mobil (eller måske Shell), som i øjeblikket er storleverandør til hypermarkederne, til at tilbyde disse kunder højere priser eller begrænsede mængder. Nogle hypermarkeder har udtrykt bekymring for, at denne form for adfærd skulle øge deres omkostninger og dermed undergrave deres konkurrenceevne på downstream-markedet for detailhandel med motorbrændstof.
775. På grund af overkapaciteten i raffineringssektoren og det store antal engroshandlere i Det Forenede Kongerige, vil transaktionen antagelig skabe en dominerende stilling i engrossektoren. De store olieselskaber vil imidlertid få en unik position i denne sektor, hvilket som nævnt vil øge deres konkurrenters omkostninger.

776. Parterne fremfører, at den kendsgerning, at andre selskaber end de store vil få kontrollen med ca. 46 % af raffineringskapaciteten i Det Forenede Kongerige og 58 % af landets distributionsterminaler, stiller spørgsmålstegn ved en konklusion om, at de store olieselskaber vil være i stand til at udøve deres markedsstyrke eller til at øge konkurrenternes leveringsomkostninger efter transaktionen. Som nævnt kan man på baggrund af disse tal og Kommissionens undersøgelse konkludere, at konkurrencen vil blive bevaret i engrossektoren. Imidlertid tager parterne i deres argumentation tilsyneladende ikke hensyn til, at de andre konkurrenter i engrossektoren er langt mindre end nogen af de store olieselskaber, at de normalt har begrænset geografisk dækning, og at de enten ikke har adgang til swaps eller er langt mere afhængige af swaps med de store end omvendt. Derfor er der ikke tvivl om, at de store olieselskaber vil være i stand til at påvirke deres konkurrenters leveringsomkostninger eller med held gennemføre lokale konkurrenceinitiativer.
777. Ifølge parterne tyder det desuden på, at de integrerede selskaber behandler raffinering og markedsføring som særskilte forretningsaktiviteter. Parterne mener derfor, at vertikal integration ikke giver de store olieselskaber nogen fordel frem for ikke-integrerede aktører, og at dette fremgår af væksten i antallet af ikke-integrerede virksomheder, især hypermarkederne og kæder som British Fuels. Imidlertid udelukker den kendsgerning, at raffinering og markedsføring betragtes som særskilte forretningsområder, ikke, at vertikal integration kan indebære og i dette tilfælde allerede indebærer konkurrencefordele for integrerede selskaber, da raffineringsselskaber har forsyningssikkerhed og adgang til swaps, og de store olieselskaber desuden har fordele i kraft af deres omfattende geografiske dækning og distributionsinfrastruktur (f.eks. rørledninger og distributionsterminaler. Det skal endvidere bemærkes, at ud over hypermarkederne (hvis størrelse, udbredelse og varemærkegenkendelse gør dem til noget specielle konkurrenter) tegner ikke-integrerede selskaber sig kun for en meget lille og stadigt faldende del af detailsalget (under 6 %).

Suveræn lederstilling i detailledet

778. De store olieselskaber er de tre største detailhandlende i Det Forenede Kongerige. Især de to største skiller sig ud. Deres samlede markedsandele er på ca. [50-60]*% - næsten [...] * gange så meget som deres nærmeste konkurrent (Tesco, som har indgået et joint venture med Exxon).
779. Som forklaret i punkt 728-738 har den seneste tids udvikling i sektoren for detailsalg af motorbrændstof været præget af dårlige resultater for de store olieselskabers traditionelle konkurrenter, nemlig de halvstore olieselskaber og de uafhængige detailhandlende. Dette har samtidig betydet, at hypermarkederne er gået fra at være prispførende og aggressivt konkurrerende til en position som prispfølgende med begrænsede forventninger til vækst i markedsandelen.
780. Mere specifikt viser den nuværende markedsdynamik, at de store olieselskaber stadig vinder markedsandele på bekostning af de halvstore selskaber og de uafhængige detailhandlende. På baggrund af denne udvikling og hypermarkederne kapacitetsbegrænsning kan man derfor forvente, at de store olieselskabers samlede markedsandel vil blive endnu større i den kommende år, og at disse selskaber vil sikre deres kontrol over detailmarkedet.

781. Disse forhold vil endog blive forstærket efter transaktionen, fordi de store olieselskaber som forklaret i punkt 769-777 nu vil få mulighed for at øge de øvrige detailhandlendes leveringsomkostninger og dermed svække disse konkurrenters stilling i detailledet.
782. Endelig vil Exxon, BP-Mobil og Shell på baggrund af hypermarkedernes og de uafhængige detailhandlendes usædvanligt begrænsede geografiske dækning og de store olieselskabers meget omfattende udbredelse i hele landet tilsammen iværksætte selektive konkurrenceforanstaltninger i nogle områder og skade konkurrenterne betydeligt, mens de selv udligner omkostningerne til disse foranstaltninger ved at foretage begrænsede prisforhøjelser i hele landet. Parterne er ikke enige i, at hypermarkederne har begrænset geografisk dækning, og henviser til, at [...] *% af Exxons tankstationer og [...] *% af BP-Mobils ligger inden for en radius af fem kilometer fra et hypermarked. Det skal dog bemærkes, at kun en brøkdelen af hypermarkederne er udstyret med tankstationer. Ifølge nogle af hypermarkederne har kun mellem 35 % og 50 % af deres forretninger en tilhørende tankstation. Heraf følger, at selv om parterne har et anlæg i nærheden af et hypermarked, får dette anlæg ikke nødvendigvis konkurrence fra hypermarkedet. Parternes oplysninger omhandler desuden hypermarkeder under et. De kan derfor være misvisende, idet den enkelte hypermarkeds kæde har en langt mere begrænset udbredelse end hypermarkeder som sådan, der tilsammen kan dække hele landet.
783. Efter transaktionen vil de store olieselskabers markedspositioner derfor ikke kunne angribes af konkurrenter, som ikke selv er store olieselskaber.
784. Derfor vil den anmeldte transaktion skabe en oligopolitisk dominerende stilling for Exxon, BP-Mobil og Shell på markedet for detailsalg af motorbrændstof i Det Forenede Kongerige, der vil føre til en begrænsning af den effektive konkurrence i denne medlemsstat, som udgør en betydelig del af EØS.

F. SMØREMIDLER TIL FLY

785. Smøremidler til fly (også kaldet esterbaserede turbinesmøremidler eller syntetiske turbineolier til fly) bruges til smøring af enten turbofanmotorer (kommercielle fly og militærfly) eller luftfartsafledte applikationer (udviklet på grundlag af flymotorteknologi, som f.eks. turbinemotorer til skibe og visse former for turbodrevne elgeneratorer og andre industrielle anvendelser). Som det vil fremgå af afsnittene om definition af produktmarkeder, tilhører smøremidler til kommercielle fly, smøremidler til militærfly og smøremidler til luftfartsafledte applikationer tre særskilte produktmarkeder.
786. Produktionsprocessen følger stort set de typiske trin i fremstillingen af almindelige smøremidler, nemlig blanding af syntetiske baseolier med additiver, selv om der anvendes andre ingredienser end ved fremstilling af almindelige smøremidler.
787. Ligesom det er tilfældet for smøremidler til biler, kræves der en godkendelse af fremstillingsprocessen og det færdige smøremiddel fra de relevante organisationer, i dette tilfælde de relevante militære myndigheder og OEM'er, inden man kan markedsføre og anvende smøremidlet. I forhold til smøremidler til biler skal smøremidler til fly på grund af de strengere sikkerhedskrav dog gennem en skrappere og længerevarig godkendelsesproces.
788. Der findes tre hovedkategorier af aftagere af smøremidler til fly, nemlig kommercielle luftfartsselskaber, de forskellige landes forsvar og en række industrikunder.

MARKEDSDEFINITION

Relevant produktmarked

Smøremidler til fly tilhører ikke samme marked som andre smøremidler

789. Parterne hævder, at smøremidler til fly tilhører samme marked som de almindelige smøremidler (til biler og industriel anvendelse), der er behandlet ovenfor. Selv om de to kategorier af smøremidler ikke er substituerbare fra efterspørgselssiden, hævder parterne, at de er substituerbare fra udbudssiden, og at producenter af almindelige smøremidler, som ikke fremstiller smøremidler til fly, ubesværet og hurtigt kan omlægge deres produktionsproces til fremstilling af smøremidler til fly. Tre forhold taler for denne opfattelse. For det første er der almindelig adgang til de råmaterialer, der er påkrævede for at blande smøremidler til fly (dvs. polyolester baseolie og additiver). For det andet anvendes det samme blandingsudstyr til begge kategorier af smøremidler. For det tredje er der generel overkapacitet til blanding, hvilket gør det økonomisk muligt at genanvende blandingsudstyret. Derfor vil substitution med andre smøremidler på forsyningssiden være mulig ved at rense det blandingsudstyr, man tidligere har anvendt til blanding af smøremidler til biler og inden for et forholdsvis kort tidsrum konvertere det til udstyr til fremstilling af smøremidler til fly.
790. Konklusionen på markedsundersøgelsen var, at almindelige smøremidler (til biler og industriel anvendelse) og smøremidler til fly tilhører to særskilte produktmarkeder. Fra efterspørgselssiden er der afgjort ingen substitution mellem de to kategorier. De

højere sikkerhedskrav til smøremidler til fly og de vidt forskellige miljøer, bil- og flymotorer anvendes i, udelukker enhver mulighed for substitution med almindelige smøremidler til biler på efterspørgselssiden. Dette bestrider parter ikke. Set fra udbudssiden kan parternes argumenter ikke siges at tale for, at der er tale om et enkelt marked, da de kun tager udgangspunkt i rent logistiske aspekter af forsyningssubstitution. Selv hvis man antager, at substitution af blandingsudstyr er teknisk mulig (andre producenter har dog taget forbehold for denne mulighed), og at en blander af almindelige smøremidler kan begynde at blande smøremidler til fly, er det dog ikke muligt let og uhindret at få fuld markedsadgang, da der er tale om betydelige adgangshindringer, som vil blive beskrevet nedenfor. Desuden er almindelige smøremidler ikke blot ikke substituerbare for smøremidler til fly, men der findes, som det vil fremgå af nedenstående, endnu snævrere produktmarkeder for smøremidler til kommercielle fly, militærfly og luftfartsafledte applikationer.

Kommercielle, militære og luftfartsafledte applikationer

791. At der findes tre snævrere markeder for smøremidler til fly fremgår af, at der ikke er tale om substitution på efterspørgsels- og udbudssiden for de tre ovennævnte kategorier. Den manglende substitution på efterspørgselssiden for de forskellige kategorier af smøremidler til fly skyldes, at der findes en lang række kvalitetskrav, der begrænser anvendelsen af de tre typer produkter. Smøremidler til kommercielle fly skal opfylde højere kvalitets- og sikkerhedskrav end smøremidler til militærfly (motorer i militærfly serviceres meget hyppigt, nemlig for hver 200-1.000 timer mod 20.000 timer for kommercielle flys motorer). Den manglende substitution på udbudssiden skyldes forskellige specifikationer og den tid, der er påkrævet for at komme ind på hvert af de snævrere markeder for smøremidler til fly. For at få fuld adgang til markedet for smøremidler til kommercielle fly skal en potentiel leverandør typisk opfylde en række krav, inden han kan markedsføre sit produkt. Den typiske procedure, der er skitseret nedenfor, kan tage op til seks år for smøremidler til militærfly og op til 12 år for smøremidler til kommercielle fly.
792. For at opnå et afsætteligt produkt, der opfylder behovene hos flertallet af de luftfartsselskaber, der opererer blandede flyflåder, skal en leverandør foretage omfattende forskning for at nå frem til den rette produktformulering. Alt i alt kræver dette første trin fra tre måneder for etablerede producenter til fire år for ny markedsaktører. På dette trin kan en leverandør vælge ikke at gå ind i en akkrediteringsproces til militær og/eller kommerciel anvendelse, men at fremstille og markedsføre produkter til industriel anvendelse (dvs. turbinemotorer til olieboring, gaspumper, elproduktion eller turbiner til skibe). Derefter skal en leverandør, der vil sælge produkter til militærfly eller kommercielle fly, indhente de nødvendige militære og civile godkendelser. Først skal en leverandør godkendes af de pågældende landes militære myndigheder (f.eks. US Navy, det britiske forsvarsministerium MoD, det franske DGA osv.). Denne proces omfatter laboratorietest (reagensglas og forsøgsopbygning) og motorbænktest. Den kan tage op til to år og er normalt påkrævet for at kunne søge om OEM-testning eller påkrævet inden man kan opnå fuld godkendelse af den pågældende OEM. Igen kan en leverandør vælge ikke at søge OEM-godkendelse, da det kun er påkrævet for produkter til anvendelse i kommercielle fly. I så fald kan en leverandør vælge at koncentrere sig om smøremidler til militære kunder. Ifølge parterne er det militære marked baseret på bud, der er ingen varemærkeloyalitet, og markedet er mere selektivt.

793. Det næste trin for fuld adgang til markedet for smøremidler til kommercielle fly er OEM-godkendelse. Det består af fuld akkreditering for flertallet af de flymotorer og tilhørende udstyr, der bruges af de kommercielle luftfartsselskaber. Der er normalt tale om syv store motorproducenter (General Electric, Rolls Royce, Pratt & Whitney, Allied Signal, Snecma, International Aero Engines og CFM International), 20 hovedtyper af motorer, 4 store producenter af tilhørende udstyr, og 4 hovedtyper af tilhørende udstyr (APU, CSD, IDG og ATS)⁷⁰. Denne proces omfatter laboratorietests (reagensglas og forsøgsopbygning) og motorbænktest for hver model og en længerevarende evaluering af resultaterne i luften for hver model. Parterne anslår, at den samlede tid, der kræves, fra udarbejdelsen af formuleringen til den fulde godkendelse og markedsføring af smøremidler til kommercielle fly kan være op til 12 år. Parterne hævder imidlertid, at der er tendens til, at det går hurtigere med at opnå kommerciel OEM-godkendelse. Nogle producenter kræver ikke flyvevurderinger for nogle af deres motorer. F.eks. har Pratt & Whitney revideret deres program, og kræver nu kun evaluering af én motor, hvilket begrænser den tid og de omkostninger, der kræves for at gå fra militær til kommerciel godkendelse, til [...] år og [...] USD. Parterne forklarer, at det gennemsnitlige tidsrum, der kræves for at opnå OEM-godkendelse til kommercielle fly varierer fra [...] til [...] år og koster fra [...] til [...] USD. Under alle omstændigheder er der stadig tale om en betydelig adgangshindring.
794. Rent teknisk kan smøremidler til kommercielle fly anvendes til militærfly, mens det omvendte ikke er tilfældet. Det skyldes, at der er behov for yderligere afprøvning for at opnå godkendelse til civil luftfart. Derimod skal smøremidler til luftfartsafledte applikationer kun gennem meget begrænsede godkendelsesprocesser. Rent teknisk kunne både smøremidler til kommercielle og militære fly anvendes til sådanne applikationer, mens det omvendte ikke er teknisk muligt. Som illustration af denne envejssubstitution kan nævnes, at de fleste luftfartsselskaber bruger samme produkt til alle deres flyapplikationer (såvel fly som udstyr på jorden), og de køber derfor kun den bedre kvalitet af smøremidler til kommercielle fly, som har opnået OEM-godkendelse⁷¹. Derfor kan såvel udbuds- som efterspørgsels substitution siges at være ensrettet. Dette har betydet, at der kun findes nogle få leverandører til kommercielle luftfartsselskaber (Exxon, Mobil og i mindre grad Shell og Castrol) og flere leverandører til militæret (ovennævnte store olieselskaber plus en række mindre specialiserede producenter, f.eks. NYCO, Henkel, Hatco etc.).
795. På baggrund af ovenstående kan man konkludere, at sektoren for smøremidler til fly består af tre særskilte produktmarkeder, som er opdelt efter den påtænkte anvendelse. Transaktionen vil berøre markedet for smøremidler til kommercielle fly mærkbart.

Det relevante geografiske marked

796. Parterne hævder, at det geografiske marked er verdensomspændende og henviser til, at de fleste producenter forsyner deres verdensomspændende netværk med produkter fra et enkelt eller nogle få anlæg, at smøremidler til fly er lette og billige at

⁷⁰ Auxiliary Power Units, Constant Speed Drivers, Integrated Drive Generators og Air Turbine Starters.

⁷¹ Det hedder sig, at luftfartsselskaberne for at mindske sikkerhedsrisikoen bruger samme OEM-godkendte smøremiddel til stationære og luftbårne applikationer. Derved sikrer de sig, at man ikke ved en fejltagelse anvender ikke-godkendt smøremiddel beregnet til luftfartsafledte applikationer til en flymotor.

transportere, og at priserne svarer til hinanden i de forskellige dele af verden, samt at der ikke er tale om handelshindringer. Markedsundersøgelsen har bekræftet denne definition for alle typer smøremidler til fly. Det geografiske marked betragtes derfor som verdensomspændende.

KONKURRENCEVURDERING

797. Exxon og Mobil tegner sig for [60-70]*% af verdens samlede produktion og salg af esterbaserede turbinesmøremidler (Exxon: [30-40]*%, Mobil: [20-30]*%). De øvrige storleverandører er Shell ([0-10]*%), Castrol ([0-10]*%), NYCO ([0-10]*%) og andre ([20-30]*%).
798. På markedet for smøremidler til kommercielle fly har de fusionerende parter tilsammen en væsentlig større markedsandel. Parterne anslår selv deres samlede markedsandel ved udgangen af 1997 til [80-90]*% (Exxon: [40-50]*%, Mobil: [40-50]*%, Shell: [0-10]*%, andre: [0-10]*%). Luftfartsselskaber og konkurrenter har som led i undersøgelse oplyst, at det kombinerede selskab vil få over [0-90]*% af markedet, og at Shell og Castrol i øjeblikket ville være de eneste alternative leverandører med henholdsvis [0-10]*% og [0-10]*% (det er værd at bemærke, at Shell ingen kunder har blandt amerikanske luftfartsselskaber og kun sælger begrænsede mængder til kommercielle selskaber i EU).
799. Exxon og Mobil synes at have en næsten uangribelig position som markedets førende selskaber, hvilket ifølge nogle konkurrenter skyldes den historiske udvikling på markedet. Industrien for smøremidler til fly har lidt under dårlig rentabilitet og et højt omkostningsgrundlag på grund af det vedvarende behov for forskning og udvikling som følge af teknologiske fremskridt inden for fremstilling af fly. Derfor har mange leverandører trukket sig ud af markedet. Alle de adspurgte har oplyst, at markedet for kommercielle fly kræver et meget stort engagement. De fusionerende selskaber har været engageret i dette marked siden udviklingen af jetturbineteknologien og er efterhånden blevet alle de store luftfartsselskabers foretrukne leverandør. Ifølge parterne skyldes deres større markedsandel, at de i årtier har været aktive her, mens andre leverandører af smøremidler til fly har koncentreret sig om de to øvrige markeder (Castrol om det industrielle og militære, Shell om det militære og de øvrige luftfartsprodukter, Hatco om salg af esterbaserede olier, egenmærkning og det militære marked). Parterne hævder, at de ikke har nogen definitiv teknologisk førerstilling, fordi den teknologi, der er behov for i konkurrencen, er moden. Det er antagelig sandt, men ændrer ikke ved, at der er store adgangshindringer på grund af godkendelsesprocedurer, som gør det usandsynligt, at nye aktører vil dukke op, selv hvis priserne stiger.
800. De resterende producenter af smøremidler til fly er oftest specialiserede producenter af smøremidler og kemikalier, som især koncentrerer sig om luftfartsafledte og for nogles vedkommende militære applikationer. Hatco (USA) er storleverandør af esterbaseolier, især til militære og luftfartsafledte applikationer, og har nogle kommercielle godkendelser sammen med Shell. NYCO (F), er en uafhængig leverandør med et udbud af især militære luftfartsprodukter og godkendelser fra nogle motorproducenter. Anderol (USA) leverer især smøremidler til luftfartsafledte applikationer og har nogle begrænsede aktiviteter inden for militære flyapplikationer. Henkel (USA) leverer ester og har specialiseret sig i luftfartsafledte og militære applikationer, men har ingen godkendelser af smøremidler til kommercielle fly. Af

andre producenter af esterbaserede turbinesmøremidler og de produktmarkeder, de er aktive på, kan nævnes: Arpol Petroleum (USA - egenmærkning - militær), BP Marine Ltd (Det Forenede Kongerige - egenmærkning - industri), Caltex (USA - egenmærkning - industri), Delta Petroleum (USA - egenmærkning - militær, industri), Hexagon (USA - egenmærkning - militær, industri), Petron International (USA - egenmærkning - militær), Total (F - egenmærkning - militær), Velsicol (USA - egenmærkning - militær, industri).

801. Det er tydeligt, at Exxon og Mobil er de førende leverandører af egne smøremidler til flymotorer i kommercielle fly, og at de har den største produktionskapacitet af smøremidler til fly. Den reelle konkurrence på markedet for smøremidler til kommercielle fly er begrænset til de to fusionerende leverandører (de har i de seneste fem år hævet deres priser med henholdsvis [...] *% og [...] *%). Alle kundernes resterende muligheder for at opnå lavere priser vil derfor forsvinde, når konkurrencen mellem disse to selskaber indstilles.
802. Parterne hævder, at hvis det fusionerede selskab hævdede sine priser til over det konkurrencedygtige niveau, ville de etablerede leverandører øge deres salg, og der ville komme potentielle konkurrenter ind på markedet. Undersøgelsen har vist, at efterspørgslen efter smøremidler til kommercielle fly er uelastisk, fordi omkostningerne til smøremidler udgør så lille en del af de kommercielle flyselskabers samlede omkostninger, og fordi sådanne kunder lægger stor vægt på at sikre den højeste grad af flysikkerhed, hvilket øger omkostningerne ved at skifte mærke og forhindrer dem i at foretage indkøb forskellige steder. Parterne har f.eks. forklaret, at kunderne har et incitament til fortsat at benytte deres nuværende leverandør, da de ville få udgifter til at skifte varemærke, blandt andet til anmeldelses- og registreringsdokumenter til de lokale luftfartsmyndigheder (blandt andet til Federal Aviation Authority, hvis de flyver i USA), til ændring af samtlige eksemplarer af deres drifts- og vedligeholdelsesmanualer og til at udsende meddelelser til alle de lufthavne, de flyver på. I henhold til parterne træffer luftfartsselskaberne endvidere beslutninger om køb af smøremidler på grundlag af vurderinger af tekniske og historiske resultater, mens prisen derfor ikke spiller den store rolle.
803. Med en samlet markedsandel på [0-90] *% vil det fusionerede selskab afgjort være i stand til at agere uafhængigt af sine konkurrenter og kunder. Parterne fremfører, at på trods af efterspørgslens ringe priselasticitet vil det blive mere sandsynligt, at nye aktører som Castrol, Hatco og Shell, som kan udvide deres produktion af smøremidler til luftfartsafledte applikationer og motorer til militærfly til at omfatte smøremidler til kommercielle fly, vil gå ind på markedet. De hævder endvidere, at deres adgang vil blive finansieret af luftfartsselskaberne som en reaktion på højere priser. Markedsundersøgelsen har vist, at der ikke nødvendigvis vil blive tilskyndet til markedsadgang med den forventede vækst i efterspørgslen (1-2 % i de næste fem år), og lysten kan blive hæmmet betydeligt af de høje umiddelbare adgangsomkostninger i forbindelse med godkendelseskrav og behovet for at sikre rentabilitet gennem højere omsætningsmængder. Derudover har parterne udtalt, at en leverandør af smøremidler til kommercielle fly for at kunne konkurrere på dette marked på en rentabel og optimal måde nok skal have en markedsandel på mindst 20 %. Faktisk er de eksisterende leverandører gået tilbage og deler et mindre kundeunderlag, mens der ikke er kommet nye aktører ind på markedet for smøremidler til kommercielle fly i de sidste 20 år.

804. Parterne hævder, at deres kundeunderlag har en betydelig købekraft og påpeger, at det stigende antal fusioner i luftfartsindustrien øger selskabernes forhandlingsstyrke. Selv om smøremidler til fly ikke udgør noget større udgiftsområde for luftfartsselskaberne, har undersøgelsen vist, at fusionsbølgen vil få de strategiske alliancer mellem luftfartsselskaberne til at fokusere på omkostninger og salg af sæder, men medmindre deres tekniske afdelinger lægges sammen, vil denne købekraft antagelig aldrig blive relevant for leverandørerne af smøremidler. Endvidere fremfører parterne, at en prisstigning til over den konkurrencedygtige pris ville få skadelige følger for en række andre luftfartsprodukter, som de samme luftfartsselskaber køber af leverandøren. De adspurgte luftfartsselskaber ser imidlertid smøremidler til fly som et enkeltstående produkt og mener, at hvis der ikke findes alternative smøremidler, kan tilstedeværelsen af andre luftfartsprodukter ikke påvirke de eksisterende forretningsmæssige relationer inden for smøremidler til kommercielle fly.
805. Transaktionen vil samle og eliminere konkurrencen mellem de største konkurrerende leverandører og skabe en dominerende stilling for det fusionerede selskab på markedet for smøremidler til kommercielle fly.

G. FLYBRÆNDSTOF

PRODUKTMARKED

806. Flybrændstof (eller jetbrændstof) er en form for kerosen, der bruges til at drive jetmotorer i fly. Selv om det minder om petroleum (som bruges til opvarmning især i Det Forenede Kongerige), opfylder det strenge ydelsesspecifikationer. I henhold til tidligere beslutninger udgør flybrændstof et særskilt produktmarked, der adskiller sig fra markedet for andre former for brændstof (f.eks. benzin, dieselolie og brændstof til skibe). De anmeldende parter deler denne opfattelse.

GEOGRAFISK MARKED

807. Parterne mener, at markedet for flybrændstof er verdensomspændende eller i hvert spænder videre end EØS. Til støtte herfor henviser de til, at flybrændstof sælges efter udbud om globale forsyningskontrakter med de forskellige luftfartsselskaber, som kræver brændstoffet leveret i lufthavne i hele verden. Priserne er desuden relateret til Platts noteringer, hvilket gør det muligt at følge brændstofpriserne på fragtmarkedene i hele verden.

808. Kommissionen finder ikke, at disse forhold betyder, at der er tale om ét enkelt verdensomspændende marked. Man må skelne mellem fremstilling af flybrændstof, som kan være af verdensomspændende relevans, og den faktiske forsyning af specifikke bestemmelsessteder med flybrændstof, hvor infrastrukturlogistik kan begrænse konkurrencens geografiske udbredelse.

809. At priserne på raffinaderi og på fragtmarkedet følger hinanden, skyldes produktets karakter af en råvare, og det er samtidig en afspejling af en generel prisensretning for raffinerede olieprodukter. På grund af den ensartede prissætning for råmateriale (råolie) og den mere eller mindre ensartede omkostningsstruktur for raffineringprocessen og transportomkostninger i forskellige dele af verden, må man forvente en ensartet pris på flybrændstof i hele verden, ligesom det er tilfældet for de øvrige raffinerede olieprodukter. Imidlertid forsvinder den verdensomspændende karakter af dette marked, når det gælder forsyning af specifikke lufthavne med flybrændstof. Selv om luftfartsselskaberne benytter globale udbudsprocedurer, vælger de ikke nødvendigvis den samme leverandør til at dække alle deres behov på verdensplan. Tværtimod vælger de det mest attraktive bud for hver enkelt lufthavn afhængigt af leverandørernes styrker og fordele et bestemt sted. Endvidere kan prisen for at få produktet lastet på flyet variere fra en kontrakt til en anden. Konkurrencevilkårene kan også være forskellige i forskellige lufthavne eller på forskellige bestemmelsessteder. Det skyldes især distributionsinfrastrukturen til forsyning af de forskellige lufthavne med flybrændstof, der ofte er indrettet på én bestemt lufthavn. Derfor skal leverandørerne ikke blot producere flybrændstof for at opnå en kontrakt med luftfartsselskaberne. De skal også have adgang til den specifikke distributions- og lastningsinfrastruktur, der giver dem mulighed for at markedsføre deres produkt effektivt i sidste led af forsyningskæden, dvs. optankning af fly.

810. Konkurrenter, som blev adspurgt under markedsundersøgelsen, anfægtede også, at der skulle være tale om et verdensomspændende marked. De oplyste, at der kunne

være tale om lufthavnsspecifikke markeder, selv når der ligger flere lufthavne i samme område (f.eks. Londons lufthavne, Heathrow, Gatwick og London City). Set fra efterspørgselsiden ville et luftfartsselskab ikke kunne skifte til en anden lufthavn for at købe billigere brændstof, hvis prisen på flybrændstof steg i én lufthavn. Det skyldes især manglende adgang til slots. Set fra udbudssiden afhænger et olieselskabs mulighed for at skifte fra forsyning af en lufthavn til en anden af adgang til den logistiske infrastruktur. Substitution på udbudssiden er derfor også begrænset.

811. Parterne indrømmer, at det er vigtigt at have adgang til infrastruktur til forsyning af lufthavnen. Imidlertid fremfører de, at der er hård konkurrence mellem en række leverandører, hvoraf mange optræder i forskellige lufthavne, mens andre har indgået joint ventures om oplagring i lufthavne og optankning af fly.
812. Selv om denne udtalelse ikke er ukorrekt, har undersøgelsen vist, at den nuværende distributionsinfrastruktur i mindst én europæisk lufthavn - Gatwick i London - som følge af fusionen kan begrænse nye leverandørers adgang til lufthavnen kraftigt og samtidig påvirke adgangsbetingelserne for eksisterende leverandører mærkbart. Gatwick forsynes gennem et netværk af dedikerede rørledninger, hvoraf den ene tilhører Exxon og den anden et konsortium bestående af Shell, Mobil, BP og Texaco. Derfor kan udbud af og efterspørgsel efter flybrændstof i Gatwick ikke slås sammen med forsyning af andre lufthavne, selv ikke de nærliggende, som Heathrow eller London City. Luftfartsselskaber, der flyver fra Gatwick, kan derfor ikke udnytte et prisudsving i en anden lufthavn til at flytte efterspørgsel derhen. Leverandørerne vil ikke kunne vælge at forsyne en anden lufthavn end Gatwick, da det er betinget af adgang til de logistiske infrastruktur. Dermed synes efterspørgsels- og udbudsbetingelserne for Gatwick at udgøre et lukket system, hvilket umuliggør substitution mellem lufthavne, fordi efterspørgsel og udbud kun kan afbalanceres lokalt. Under sådanne omstændigheder kan man konkludere, at forsyning af Gatwick lufthavn med flybrændstof udgør et særskilt geografisk marked.
813. Gatwick lufthavn udgør en væsentlig del af fællesmarkedet. Med hensyn til lufttrafik er Gatwick den femtestørste lufthavn i EØS. Med hensyn til forbrug af flybrændstof tegner Gatwick sig for 25 % af de samlede forbrug i Det Forenede Kongerige (Heathrow 55 % og resten af Det Forenede Kongerige tilsammen 20 %) og 6 % af det samlede salg af flybrændstof i EØS⁷².

Forsyningsproces og infrastruktur

814. Ifølge parterne er luftfartsselskaberne de vigtigste aftagere af flybrændstof. De køber brændstof tanket på flyet. Det vil sige, at leverandørerne skal have adgang til logistisk infrastruktur for at transportere produktet fra deres raffinaderi eller importterminal til lufthavnen og til at tanke flyet op. Denne infrastruktur kan være ejet af de store olieselskaber eller tredjemand, herunder staten. De fleste lufthavne forsynes via rørledninger, oftest direkte fra en række raffinaderier. Jernbane og flodpramme kan også anvendes til transporten fra raffinaderiet til lufthavnen, selv om det kan være dyrere. I lufthavnen skal flybrændstoffet oplagres og hvile i mindst to døgn. Fra

⁷² I sin beslutning af 6. juli 1994 (sag IV/M.460 - Holdercim/Cedest) (EFT C 211 af 2.8.1994) fastslog Kommissionen, at markeder, der udgør mindre end 1 % af Fællesskabets forbrug af produktet, udgør en ubetydelig del af fællesmarkedet. EFT L 395 af 9.7.1997, s. 1, berigtiget udgave EFT L 257 af 21.9.1990, s. 13.

lufthavnslageret transporteres flybrændstoffet ud til flyene enten gennem et rørledningssystem eller med specielle tankvogne. Det sidste trin kaldes også "into-plane operation". Inden for oplagring i lufthavnene og tankning af flyene har leverandørerne indgået joint ventures for at begrænse omkostningerne og opnå stordriftsfordele. Det er imidlertid ikke altid tilfældet for transporten af brændstof fra raffinaderiet eller importterminalen til lufthavnen, hvor private eller fuldt udnyttede rørledninger kan hæmme adgangen væsentligt og dermed vanskeliggøre markedsadgang og/eller ekspansion. Det er ikke mindst tilfældet i Gatwick lufthavn.

Leverancer af flybrændstof til Gatwick lufthavn

815. Som følge af fusionen vil det fusionerede selskab tilsammen tegne sig for [40-50]*% af leverancerne af flybrændstof til Gatwick. Denne markedsandel vil blive lagt oven i en allerede betydelig andel i de mest konkurrencedygtige forsyningskilder (industrijede rørledninger som West London Pipeline, Walton Gatwick Pipeline og det eksisterende Exxon-system, som forbinder selskabets Fawley-raffinaderi med Gatwick). Ifølge konkurrenterne er alle andre forsyningskilder enten hæmmet af kapacitetsbegrænsninger eller alvorligt handicappet set fra et konkurrencesynspunkt. Desuden vil Exxon få kontrol med en væsentlig del af kapaciteten til raffinering af flybrændstof i det sydøstlige England, fordi selskabet ejer Fawley-raffinaderiet og vil få fælles kontrol over Coryton-raffinaderiet, der nu tilhører BP-Mobil. Det skal bemærkes, at det eneste andet tilgængelige raffinaderi i området, Shell Haven, skal lukkes ved årets udgang, hvilket betyder, at det fusionerede selskab vil sidde på hele raffineringskapaciteten i det sydøstlige England (Mobil har krav på [...]">% af produktionen af flybrændstof i Coryton til indenlandsk distribution – NB flybrændstof og brændstof til skibe indgår ikke i det nuværende joint venture mellem BP og Mobil). Parternes samlede andel af forsyningerne af flybrændstof til Heathrow og London City Airport er på henholdsvis [30-40]*% og [40-50]*%. Desuden vil parterne eje en mindre del af den relevante infrastruktur, der bruges til at forsyne disse lufthavne.
816. Efter fusionen vil det fusionerede selskab kontrollere en væsentlig del af den samlede rørledningslogistik i Gatwick og en endnu større del af de industrijede rørledninger (se vedlagte forsyningsoversigter fra konkurrenterne og parterne). Exxon ejer en rørledning mellem sit Fawley-raffinaderi og Gatwick. Ingen tredjemand får adgang til denne rørledning (med undtagelse af British Airways, som har fået begrænset adgangsret til egne forsyninger). Den eneste alternative direkte forbindelse til Gatwick er UKOP-rørledningen, via Walton- og West London-rørledningerne. Denne forbindelse siges at lide under manglende kapacitet. Ejerforholdene for disse rørledninger fremgår af nedenstående tabel:

Industrijede rørledninger til Gatwick lufthavn

%	Shell	Mobil	TotalFina	Texaco	BP	Chevron
UKOP	[...]*					
West London						
Walton						

817. De øvrige alternative forsyningskilder er ikke konkurrencedygtige. Jernbanetransport ville koste 5 GBP ekstra pr. ton. GPSS (en alment tilgængelig offentligt ejet

rørledning) har ingen direkte forbindelse til Gatwick, men skal gå via Walton-rørledningen ([...]*% Mobil). Dette alternativ er ikke rentabelt. For det først fordi det ville koste 5 GBP ekstra pr. ton, og for det andet fordi GPSS-Walton-rørledningen udnyttes fuldt ud. En alternativ forbindelse via GPSS-rørledningen fra North Thames Estuary via Aldermaston er i praksis udelukket, da strømmen ved visse knudepunkter går i den forkerte retning til at forsyne Gatwick. Selv hvis man antager, at der opnås adgang til Walton-rørledningen, som er direkte forbundet med Gatwick, skal man gennem West London-rørledningen ([...]*% Mobil), som siges at have begrænset kapacitet.

818. Eftersom omkostningerne ved at få adgang til lufthavnene via industriejede rørledninger beløber sig til omkring [...] GBP/ton, er leverandører, der er nødt til at anvende alternative forbindelser, tilsyneladende væsentligt dårligere stillet i konkurrencen. Resultatet er, at det fusionerede selskab i praksis vil få en logistisk fordel frem for alle andre konkurrenter med hensyn til ekstra forsyningskapacitet. Hårdest ramt er de aktører, som ikke har andel i eksisterende rørledninger. Det kan virke som en alvorlig afskrækkende faktor for potentielle nye markedsaktører, da det er logistikomkostningerne, der bestemmer fortjenstmargenen og dermed den pris, luftfartsselskabet skal betale (produktomkostningerne er i det store og hele baseret på Platts notering plus omkostninger til adgang og optankning af fly, hvoraf sidste omkostningskategori er den samme for alle de aktører, som har fået adgang til lufthavnen).
819. I deres svar på klagepunktsmeddelelsen fremfører parterne, at der ud over de to hovedrørledninger til forsyning af Gatwick med flybrændstof findes mindst tre alternative forbindelser, nemlig forskellige dele af den offentligt ejede GPSS-rørledning. Det skal dog bemærkes, at alle disse alternative forbindelser er forbundet indirekte med Gatwick via Walton-rørledningen. Da de ikke giver direkte adgang til Gatwick lufthavn, kan de ikke betragtes som alternativer til de to hovedrørledninger.
820. Parterne bemærker også, at mens hovedrørledningerne til Gatwick alle udnyttes næsten fuldt ud, er det forholdsvis let at udvide de dedikerede flybrændstofrørledninger, hvis ejerne beslutter det. Det er imidlertid en kendsgerning, at Exxon/Mobil efter fusion vil få enekontrol med den ene rørledning og betydelige interesser i den eneste alternative forbindelse til Gatwick. Det fusionerede selskab er derfor i stand til at begrænse adgangen til infrastrukturen og en udvidelse heraf. Kort sagt kan det fusionerede selskabs kontrol med det meste af den afgørende infrastruktur, som man skal have adgang til for at forsyne Gatwick lufthavn med flybrændstof, udelukke de øvrige leverandører af flybrændstof fra at levere til Gatwick lufthavn.
821. Med hensyn til forsyningskilder er det værd at bemærke, at efter lukningen af raffinaderiet Shell Haven, vil Exxons Fawley- og Mobils Coryton-raffinaderi blive langt de mest konkurrencedygtige kilder til forsyning af Gatwick med flybrændstof. [...]*. Andre britiske raffinaderier med adgang til distribution i det sydøstlige England har ingen overskydende kapacitet til produktion af flybrændstof (Det Forenede Kongerige var nettoimportør af flybrændstof i 1998 med en import på 1,6 mio. tons). Udover Fawley og Coryton er den vigtigste forsyningskilde fragtmarkedet. På fragtmarkedet kan der opstå en betydelig prisforskel, da omkostningsforskellen mellem CIF-prisen og prisen frit om bord i øjeblikket ligger omkring [...] GBP/ton. Desuden er der i øjeblikket ingen konkurrencedygtig forbindelse til Gatwick fra de

vigtigste importterminaler, eftersom adgang vil foregå gennem industriejede rørledninger og/eller GPSS-rørledninger eller jernbane, hvoraf de to sidstnævnte som forklaret ovenfor er upraktiske og ikke konkurrencedygtige.

822. Parterne bestrider, at de skulle få kontrol over de mest konkurrencedygtige forsyningskilder til det pågældende marked. I denne forbindelse peger de på, at en række konkurrenter forsyner Gatwick lufthavn fra raffinaderier uden for det sydøstlige England. Det kan ikke bestrides, at andre operatører leverer flybrændstof til Gatwick fra produktionsfaciliteter, der ikke ligger i nærheden af lufthavnen, men det er stadig en kendsgerning, at som følge af fusionen vil det fusionerede selskab kunne forsyne markedet for flybrændstof fra de bedst placerede raffinaderier. Med andre ord giver placeringen af Exxons og Mobils raffinaderier i nærheden af Gatwick lufthavn selskaberne en betydelig konkurrencemæssig fordel.

Etablering af en dominerende stilling inden for leverancer af flybrændstof til Gatwick lufthavn

823. Exxon tegner sig i øjeblikket for en betydelig del af leverancerne af flybrændstof til Gatwick. Fusionen vil styrke denne position yderligere. Det fusionerede selskab vil dække [40-50]*% af Gatwicks behov for flybrændstof. Parterne er enige i dette overslag. Ud over sin egen rørledning vil Exxon overtage Mobils andele i de tre industriejede rørledninger ([...]*% af UKOP, [...]*% af West London og [...]*% af Walton Gatwick). Desuden vil det fusionerede selskab have områdets eneste konkurrencedygtige raffinaderier.
824. Ifølge konkurrenterne har Exxon i øvrigt en overskydende kapacitet i sine egne rørledninger på 1,1 mio. tons. Selskabet kunne bruge denne ekstra kapacitet til at sikre sig enhver vækst i efterspørgslen i Gatwick, som forventes at blive fordoblet i de næste ti år. Andre leverandører har ingen overskydende raffinerings- eller rørledningskapacitet til at udnytte yderligere markedsvækst.
825. En konkurrent og et større luftfartsselskab, som er kunde i britiske lufthavne, herunder Gatwick, har klaget over, at det fusionerede selskab vil opnå en position, der hæver det over konkurrence om leverancer af flybrændstof til Gatwick. På baggrund af de forhold, der er redegjort for i de foregående afsnit, mener Kommissionen, at transaktionen vil skabe en dominerende stilling på markedet for leverancer af flybrændstof til Gatwick lufthavn i Det Forenede Kongerige.

IV. TILSAGN OG VURDERING

826. Den 3. september 1999 afgav parterne en række tilsagn for at fjerne de konkurrencemæssige betænkeligheder, som Kommissionen havde givet udtryk for i sin klagepunktsmeddelelse af 26. juli 1999. Den 20. september 1999 afgav parterne ændrede tilsagn under hensyntagen til visse justeringer, som Kommissionen havde anmodet om, blandt andet på baggrund af markedsundersøgelsen. Tilsagnene vil blive opsummeret og vurderet i det efterfølgende i den rækkefølge, hvor Kommissionen opstillede klagepunkterne vedrørende de relevante markeder, og som er fulgt i ovenstående vurdering.
827. Tilsagnenes fulde ordlyd er vedhæftet denne beslutning og udgør en integrerende del af den.

A. NATURGAS

DET NEDERLANDSKE TRANSMISSIONSMARKED

828. Senest [...] * efter datoen for Kommissionens beslutning om at godkende fusionen (skæringsdatoen) vil parterne indgå en bindende aftale om salg af Mobil Europe Gas Inc. (MEGAS) til en køber, som Kommissionen skal godkende. MEGAS skal sælges som en rentabel going concern, herunder selskabets kontraktportefølje om forsyning og salg, og alle tilhørende transport- og andre serviceaftaler. Parterne skal desuden udpege en uafhængig og erfaren administrator til at føre tilsyn med den løbende forvaltning af MEGAS, indtil salget er gennemført.
829. MEGAS er det Mobil-selskab, der sælger naturgas i konkurrence med Gasunie på det nederlandske marked. Dette selskab skal sælges sammen med sin kontraktportefølje om forsyning. Det skal bemærkes, at Mobils produktionsdatterselskab i det foregående omsætningsled har indgået kontrakter om hele produktionen for alle sine koncessioner med Gasunie, MEGAS eller Mobils tyske datterselskab. MEGAS' rettigheder og forpligtelser i henhold til disse kontrakter vil blive overdraget til køberen, så køberen får adgang til nederlandsk gas i samme udstrækning, som MEGAS ville have haft, hvis selskabet var blevet i Mobilkoncernen. Derfor får køberen samme unikke position med hensyn til TPA-kontrakter med Gasunie, som Mobil havde før (se punkt 218). Da køberen skal være en rentabel eksisterende eller potentiel konkurrent med evne til at bevare og udvikle MEGAS som en aktiv konkurrent, vil Kommissionen tage hensyn til køberens mulighed for adgang til naturgas fra andre kilder end Nederlandene og for at bringe denne gas ind på det nederlandske marked. Hvis disse betingelser opfyldes (hvilket vil blive kontrolleret af Kommissionen), vil situationen inden transaktionen blive genoprettet, hvorfor transaktionen ikke vil styrke Gasunies dominerende stilling på det nederlandske transmissionsmarked, hvis tilsagnet overholdes.

DET ELLER DE TYSKE TRANSMISSIONSMARKEDER

Frasalg af Exxons aktiepost på 25 % i Thyssengas

830. Senest [...] * efter skæringsdatoen vil parterne indgå en bindende aftale om salg af Exxons aktiepost på 25 % i Thyssengas GmbH til en tredjemand, som Kommissionen skal godkende. Senest 10 dage efter skæringsdatoen udpeger parterne en uafhængig og erfaren administrator til at repræsentere Exxons interesser og udøve Exxons 25 % stemmerettigheder i Thyssengas.
831. Kommissionen finder, at frasalget af Exxons aktiepost i Thyssengas alt i alt kompenserer for den styrkelse af den dominerende stilling, der eller ville være sket som følge af fusionen. Denne styrkelse vedrører Mobils aktiviteter på langdistancemarkedet, hvor selskabet nu har en markedsandel på 1,5 %, og Mobils aktiepost på 7,4 % i Ruhrgas. Det skal i denne forbindelse bemærkes, at Thyssengas har en markedsandel på ca. 7,3 % på langdistancemarkedet og er medlem af det tyske oligopol.
832. Når parterne ikke længere har interesser i Thyssengas, mener Kommissionen, at denne virksomhed vil have større incitamenter til at udfordre oligopolets øvrige

medlemmer og på denne måde "overtage" Mobils muligheder. Dette blev anfægtet af en tredjemand, som fremførte, at Exxons udtræden af Thyssengas ikke vil trække Thyssengas ud af oligopolet og gøre selskabet til en konkurrent, hvorved der kompenseres for elimineringen af Mobil. Denne tredjemand forklarede, at dette skyldtes de resterende kapitalforbindelser mellem Thyssengas og de øvrige medlemmer af oligopolet gennem RWE-DEA (50 % aktiepost i Thyssengas) og Shell (25 % aktiepost i Thyssengas).

833. Af følgende årsager er Kommissionen overbevist om, at Thyssengas' foreslåede udtræden vil genskabe konkurrencen på samme niveau som inden fusionen. For det første var Mobil også forbundet med Ruhrgas og arbejdede tæt sammen med BEB om sin tyske produktion. For det andet er RWE-DEA's aktiepost og indflydelse i Thyssengas afgjort vigtigere end selskabet aktiepost på 3,5 % i Ruhrgas (hvor det er medlem af Bergemann Pool), og dets forpligtelse til at levere 60 % af sin tyske gasproduktion til Ruhrgas (denne mængde udgør mindre end 1 % af det tyske naturgasforbrug). RWE-DEA har derfor alle incitamenter til at udvikle og styrke Thyssengas. Angående Shell skal det bemærkes, at som følge af Exxons fusion med Mobil og Exxons frasalg af Thyssengas vil interesserne mellem Exxon og Shell for første gang i over 30 år ikke længere være parallelle på de tyske naturgasmarkeder. Det er vanskeligt at vurdere virkningerne heraf for de forskellige selskabers konkurrencemæssige adfærd (konkurrence mellem BEB-Thyssengas, BEB-Ruhrgas, Thyssengas-Ruhrgas osv.), men man kan konkludere, at det tilfører forvaltningen af oligopolet et element af ustabilitet.
834. I sin vurdering af egnetheden af køberen af Exxons aktiepost i Thyssengas vil Kommissionen tage hensyn til de incitamenter for Thyssengas til at udvise konkurrencemæssig adfærd, der skyldes køberens identitet.

Stemmerettigheder i Erdgas Münster

835. Parterne skal bestræbe sig for at opnå enighed blandt de øvrige aktionærer i EGM om at omfordele en vis procentdel af de stemmerettigheder, Mobil i øjeblikket er indehaver af, til disse aktionærer (i forhold til deres nuværende stemmerettigheder), så at BEB og Mobil (eller Exxon Mobil) tilsammen kontrollerer under 50 % af stemmerettighederne i EGM. Tilsagnet omfatter en omfordeling for begge selskaber i EGM.
836. Som led i markedsanalysen af de påtænkte tilsagn har de øvrige EGM-aktionærer oplyst Kommissionen, at de ikke vil modsætte sig en omfordeling efter de retningslinjer, der er beskrevet i tilsagnet. På dette grundlag og under henvisning til, at aftaler med aktionærerne skal godkendes af Kommissionen, har Kommissionen tillid til, at parterne ikke vil erhverve kontrol over EGM's ledelsesstruktur.
837. Derfor vil EGM's incitamenter til at konkurrere blive de samme som inden fusionen. Kommissionen finder, at EGM bevarer muligheden for at udvikle sig til en potentiel konkurrent på markedet for langdistancetransmission i det kommende liberaliserede miljø.

UNDERJORDISKE OPLAGRINGSFACILITETER TIL BETJENING AF SYDTYSKLAND

838. I en periode på ti år efter skæringsdatoen [...] * tilbyder parterne at indgå en bindende aftale med tredjemand om salg af alle Mobils rettigheder til en eller flere af de

udtømte lagre, der egner sig til konvertering til lageranlæg til betjening af Sydtysskland, indtil selskabet har solgt en samlet anslået gasmængde efter konverteringen på ca. 600 MCM.

839. Hvis parterne og en potentiel køber ikke når til enighed om en rimelig markedspris i løbet af seks måneder efter denne købers skriftlig tilkendegivelse af interesse i et bestemt lager, indhenter parterne på den potentielle købers anmodning en markedsvurdering fra tre uafhængige eksperter, som er godkendt af Kommissionen. Parterne indvilger i, at de er bundet af disse eksperters værdiansættelse.
840. Tilsagnet om at sælge et eller flere udtømte lagre med en samlet anslået gaskapacitet på 600 MCM åbner mulighed for at øge den nuværende lagerkapacitet med ca. [...]%. Det fremgår endvidere af markedsundersøgelsen, at en sådan mængde vil være tilstrækkelig til at konkurrence med Ruhrgas på det relevante marked. Ingen af de adspurgte i Kommissionens markedsanalyse har modsat sig de påtænkte foranstaltninger som middel til at fjerne de konkurrencemæssige betænkeligheder. Derfor finder Kommissionen, at tilsagnet sikrer, at adgangshindringerne for potentielle konkurrenter ikke vil blive større som følge af fusionen. Man kan derfor konkludere, at Ruhrgas' dominerende stilling på markedet under disse omstændigheder ikke vil blive styrket.

B. BASEOLIER

841. Senest [...] * efter skæringsdatoen har parterne afgivet tilsagn om at overdrage kontrollen (som defineret i fusionsforordningen) over en eller flere baseolieselskaber med en samlet daglig kapacitet til fremstilling af baseolier på [...] * tønder til BP Amoco og/eller en eller flere tredjemænd, som skal godkendes af Kommissionen, på en eller flere af følgende måder eller som en kombination heraf:
- a) overdragelse (eller genoverdragelse) af ejerskabet [...] * eller tilsvarende rettighed, eller
 - b) en langfristet licensaftale eller lignende ordning [...] *, som kan fornys efter licenshaverens ønske, hvorefter den driftsmæssige og strategiske forvaltning af den pågældende baseoliekapacitet overføres, så at licenshaveren egenhændigt og uden at underrette parterne kan træffe afgørelse om alle driftsmæssige og strategiske spørgsmål. Et sådant arrangement skal godkendes af Kommissionen, og i licensaftalen skal det stipuleres, at licensudstederen ikke vil få nogen adgang til licenshaverens konkurrencemæssigt følsomme oplysninger. Når sådanne oplysninger er nødvendige for, at licensudstederen kan udøve sine normale rettigheder, vil de blive afgivet til en uafhængig repræsentant, som er underlagt krav om fortrolighed, undtagen på et begrænset antal områder (som f.eks. udslip, der kræver, at licensudstederen griber ind), som skal fremgå af licensaftalen.
842. Ud over faciliteter til fremstilling af baseolier skal baseolieselskaberne omfatte alle nødvendige ansatte, forsyningskontrakter, kundefortegnelser og kontrakter, der udelukkende vedrører de frasolgte faciliteter, adgang til teknologi og teknisk support til at drive et baseolieselskab.
843. I overgangsperioden vil smøremiddeldivisionen af BP-Mobils joint venture (som også omfatter baseolieaktiviteterne) blive forvaltet helt uafhængigt af resten af Exxon-Mobil-koncernen, og der vil ikke blive afgivet oplysninger eller aflagt rapporter til personer uden for joint venturet. Visse overgangsforanstaltninger vedrørende joint venturet mellem BP og Mobil, som vil blive forklaret i afsnit C, er også afgjort relevante for tilsagnet inden for baseolier. Hvis baseolieaktiviteterne ikke bliver købt af BP Amoco, har parterne påtaget sig at holde dem adskilt fra deres aktiviteter ved at udpege en administrator med denne opgave.
844. Parterne har også afgivet tilsagn om at hjælpe køberen med at indhente de nødvendige kvalitetsakkrediteringer. Desuden har de lovet at overdrage forsyningskontrakter, der kun vedrører de frasolgte forretningsområder, til køberen. Disse kontrakter udgør kun [...] *% af omsætningen. Endelig vil Mobil (hvis køberen ønsker det) fortsat aftage de mængder, selskabet normalt bruger, fra de frasolgte raffinaderier i en periode på [...] *. Dette svarer til ca. [...] *% af disse raffinaderiers produktion.
845. Den heraf følgende begrænsning af overlappning som følge af fusionen vil afhænge af udfaldet af drøftelserne mellem BP Amoco og Mobil om opgivelse af smøremiddeldelen af deres joint venture. Tilsagnene sikrer imidlertid, at uanset udfaldet af forhandlingerne om opgivelse af joint venturets smøremiddeldel, vil Exxon-Mobils andel af handelsmarkedet ikke blive på mere end ca. [under 40] *%. På

dette grundlag vil den ændrede transaktion ikke skabe en dominerende stilling for Exxon Mobil på baseolie markedet.

846. Når der i stedet for at sælge produktionsanlæg er tale om overdragelse af kontrol gennem langfristede licensordninger, skal Kommissionen også godkende sådanne ordninger. Her finder Kommissionen, at en skitsering af en sådan aftale, som beskrevet i tilsagnene, er tilstrækkeligt udgangspunkt for Kommissionen til at vurdere, om aftalen vil føre til overdragelse af kontrol og give licenshaveren mulighed for at drive virksomheden som en aktiv konkurrent.
847. Tredjemand har forklaret, at en licensordning i princippet vil være gennemførlig, hvis der er tale om en tilstrækkeligt lang løbetid. Vedkommende har også forklaret, at enhver køber af de frasolgte aktiviteter skal have nogle aktiviteter inden for blanding for at kunne blive en seriøs konkurrent. Kommissionen finder, at en periode på 15 år, som kan forlænges, hvis køberen ønsker det, skulle sikre køberen tilstrækkeligt lang tid til at kunne drive virksomheden på længere sigt. Hvad angår vigtigheden af, at køberen har aktiviteter inden for smøremidler, vil Kommissionen efterprøve egnetheden af den køber eller licenshaver, parterne foreslår den, og den vil samtidig tage hensyn til integrationen af baseolieaktiviteterne med de øvrige aktiviteter.

C. DETAILSALG AF MOTORBRÆNDSTOF

848. Som svar på Kommissionens konklusion om, at fusionen vil skabe eller styrke en oligopolitisk dominans i Østrig, ved de franske betalingsmotorveje, i Tyskland, Luxembourg, Nederlandene og Det Forenede Kongerige, har parterne afgivet tilsagn om at frasælge Mobils andel i Aral og opgive Mobils deltagelse i brændstoffdelen af joint venturet mellem BP og Mobil.

ARAL

849. Mobils rettigheder i Aral indehaves af Mobil Marketing und Raffinerie GmbH (MMRG), som er et helejet datterselskab af Mobil. [...]*
850. Parterne forpligter sig til at trække sig helt ud af Aral senest [...]* efter skæringsdatoen. [...]*
851. [...]*
852. Dette tilsagn fjerner fuldstændig incitamenterne for Exxon eller BP-Mobil og Aral til at samordne deres konkurrencemæssige adfærd og dermed baggrunden for Kommissionens indsigelser.

BP-MOBIL JOINT VENTURET

853. Parterne forpligter sig til senest [...]* efter skæringsdatoen at trække sig helt ud af joint ventures brændstofaktiviteter. Dette skal ske gennem et af følgende to alternativer: i) salg af Mobils andel i joint venturet til BP Amoco (eller, hvis BP Amoco ikke ønsker at købe denne andel og accepterer en tredjemand, til en passende tredjemand), eller ii) opløsning af BP-Mobil joint venturet og overdragelse af stort set alle brændstofaktiver til BP eller en passende tredjemand.
854. I den mellemliggende periode har parterne forpligtet sig til i) at udpege uafhængige repræsentanter til joint ventures bestyrelse, som vil afgive deres stemmer i joint ventures bedste interesse og ikke udveksle oplysninger om brændstof, baseolie eller smøremidler med Mobil eller Exxon Mobil; og ii) at forhindre, at ansatte i joint ventures smøremiddeldel (forvaltet af Mobil) får adgang til oplysninger om brændstoffdelen.
855. Kommissionen finder, at dette giver den bedst mulige beskyttelse i overgangsperioden. Kommissionen erkender, at gennemførelsen af disse overgangsforanstaltninger i nogen grad afhænger af den anden partner i joint venturet, BP Amoco. Som forvalter af brændstoffdelen vil BP Amoco imidlertid have et incitament til at sikre, at ingen oplysninger kan afgives til Exxon Mobil. Ikke desto mindre har BP Amoco protesteret mod udpegelsen af uafhængige repræsentanter i joint ventures bestyrelse under henvisning til, at dette er ensbetydende med en overdragelse af Mobils rettigheder, hvilket kontrakten forbyder. At parterne over for Kommissionen forpligter sig til at udpege visse repræsentanter, som Kommissionen skal godkende, synes dog ikke at forhindre parterne i at udpege disse repræsentanter som Mobils i henhold til joint ventureaftalen. Det er heller ikke sikkert, at BP Amoco og Mobil kan nå til enighed om, hvordan de skal isolere de informationssystemer, der vedrører brændstoffdelen, fra smøremiddeldelen. Parterne har imidlertid forpligtet sig

til ensidigt at opgive sådanne forbindelser, hvis de ikke hurtigt kan nå til enighed med BP Amoco. Parterne har også afgivet tilsagn om at udpege en uafhængig observatør, hvis opgave bliver at kontrollere, at de overholder de afgivne tilsagn.

856. BP Amoco har fremført, at det tidsrum, Mobil skal have til at trække sig ud af BP-Mobil joint venture, ikke må overskride [...]*. Det er der to årsager til. For det første vil Mobil ikke skulle lede efter en køber, fordi kun BP Amoco kan overtage selskabets andel af BP-Mobil joint venture. For det andet vil overgangsperioden blive skadelig for konkurrencen, fordi Exxon Mobil kan udnytte oplysninger om BP-Mobils aktiviteter inden for detailsalg af brændstof.
857. Kommissionen finder dog, at overgangsperioden er af rimelig varighed. Ved fastsættelsen af den rette tidsfrist skulle Kommissionen finde en balance mellem på den ene side behovet for en hurtig imødegåelse af de konkurrencemæssige betænkeligheder og den skade, Mobils fortsatte tilstedeværelse i joint venture kunne forvolde en af Exxons største konkurrenter, og på den anden side parternes behov for at få en rimelig vurdering, selv om der kun er tale om en enkelt køber. BP Amoco kunne blive fristet til at diktere salgsvilkårene, hvis overgangsperioden var for kort. Denne overgangsperiode må parterne ikke benytte til en urimelig forlængelse af Mobils deltagelse i joint venture. Derfor omfatter tilsagnene også i) en forpligtelse for Mobil til at acceptere en ekspertløsning på alle problemer i forbindelse med vurderingen af Mobils andel, hvis BP Amoco ønsker det, og ii) en forpligtelse for alle parter til at forhandle i god tro med BP Amoco. Kommissionen vil blive holdt underrettet om alle disse spørgsmål i rapporterne fra den uafhængige observatør. Derved vil den få mulighed for eventuelt at forkorte tidsfristen for frasalg af Mobils andel eller opløsningen af joint venture.

KONKLUSION

858. Tilsagnene om brændstof vil eliminere alle overlapninger mellem Exxons og Mobils brændstofaktiviteter på alle de markeder, hvor Kommissionen konkluderede, at en oligopolitisk dominans kunne opstå eller blive styrket, og muligvis i hele den europæiske brændstofsektor. Derfor vil sådanne dominerende stillinger ikke opstå eller blive styrket.

D. SMØREMIDLER TIL FLY

859. Senest [...] efter skæringsdatoen afhænder parterne Exxons verdensomspændende aktiviteter inden for smøremidler til kommercielle fly til en køber, som Kommissionen har godkendt. Aktiviteterne omfatter produktforskning- og udvikling, marketing og salg, blandings- og pakningsanlæg, produktkvalitetsstyring og teknisk support og det tilhørende personale inden for marketing og salg, produktkvalitetsstyring og teknisk support. En administrator vil sikre, at Exxons og Mobils aktiviteter holdes adskilt i overgangsperioden.
860. Kommissionens markedsanalyse bekræftede, at frasalget af Exxons aktiviteter inden for smøremidler til fly vil være at foretrække frem for Mobils (som parterne oprindeligt foreslog). Mobils aktiviteter er nemlig integreret i Mobilkoncernen. Mobil producerer sin egen esterbaseolie samt fem egne additiver. Det syntes ikke muligt at tilbyde Mobils blandingsanlæg, da det indgik i et større kompleks. De adspurgte i Kommissionens markedsanalyse gav derfor udtryk for tvivl om, hvorvidt en køber af Mobils aktiviteter inden for smøremidler til fly ville være i stand til at fungere som en seriøs konkurrent, der kunne hæmme Exxons konkurrencemæssige adfærd. Da parterne blev underrettet om Kommissionens tvivl om, hvorvidt det var passende at frasælge Mobils aktiviteter inden for smøremidler til fly, tilbød de at frasælge Exxons aktiviteter. I modsætning til Mobils division for smøremidler til fly er Exxons ikke tæt forbundet med andre Exxonselskaber (råmaterialer leveres i vid udstrækning af tredjemand og blandingsanlægget er separat).
861. På dette grundlag finder Kommissionen, at der ikke vil blive skabt en dominerende stilling på dette marked, og at de konkurrencemæssige betænkeligheder i klagepunktsmeddelelsen er fjernet.

E. FLYBRÆNDSTOF

862. Parterne har forpligtet sig til senest [...] * efter skæringsdatoen at sælge rørledningskapacitet til flybrændstof fra Coryton-raffinaderiet til Gatwick lufthavn svarende til omfanget af Mobils salg i Gatwick i 1998. Dette tilsagn skal fjerne den flaskehalskontrol, parterne gennem fusionen ville have opnået med leverancer af flybrændstof til Gatwick lufthavn. Derfor vil der ikke blive skabt en dominerende stilling på markedet for leverancer af flybrændstof til Gatwick lufthavn -

VEDTAGET FØLGENDE BESLUTNING:

Artikel 1

På betingelse af, at de tilsagn, der er opsummeret i punkt 826-862 og detaljeret beskrevet i bilaget, opfyldes fuldt ud, erklæres den fusion, der blev anmeldt den 3. maj 1999, af Exxon Corporation og Mobil Corporation for forenelig med fællesmarkedet og EØS-aftalen.

Artikel 2

Denne beslutning er rettet til:

1. Exxon Corporation
5959 Las Calinas Boulevard
Irving
USA – Texas
2. Mobil Corporation
3225 Gallows Road
Fairfax
USA - Virginia

Udfærdiget i Bruxelles, den

På Kommissionens vegne

I. PARTERNE OG TRANSAKTIONEN	2
II. FÆLLESSKABSDIMENSION.....	3
III. KONKURRENCEVURDERING.....	3
A. EFTERFORSKNING, UDVIKLING OG PRODUKTIONSFORLØB	5
RELEVANTE PRODUKTMARKEDER	6
RELEVANTE GEOGRAFISKE MARKEDER	6
MARKEDSAKTØRERNE	7
PARTERNES STILLING PÅ MARKEDET.....	7
<i>Efterforskning</i>	7
<i>Produktion og salg</i>	8
FUSIONENS VIRKNINGER FOR KONKURRENCEN	8
B. GASKONDENSERING.....	11
C. NATURGAS.....	12
INDLEDNING	12
<i>Beskrivelse af "gassøjlen"</i>	12
<i>Kontraktmæssige rammer</i>	14
<i>Kort oversigt over gassøjlen i Nederlandene og Tyskland</i>	14
MARKEDERNE FOR GASTRANSMISSION.....	15
<i>Relevant produktmarked</i>	15
(a) Markedet for transmission over for markedet for lokal distribution	15
(b) Fjerntransmissionsmarkedet over for nærtransmissionsmarkedet: Fjerntransmission er et særskilt marked, hvor adgangen er afhængig af de etablerede selskabers gode vilje eller en meget stor engangsinvestering.....	16
Konklusion	22
<i>Gas med lav brændværdi og gas med høj brændværdi</i>	22
Substitution på efterspørgselssiden: Gassøjlen overgang fra LCV-kompatibilitet til HCV- kompatibilitet.....	23
Konklusioner med hensyn til substitution på efterspørgselssiden	26
<i>Relevant geografisk marked</i>	26
(a) Nederlandene.....	27
(b) De tyske fjerntransmissionsmarkeder	27
<i>Markedsaktørernes stilling</i>	29
(a) Det nederlandske transmissionsmarked	29
(b) De(t) tyske marked(er) for fjerntransmission.....	31
<i>Konkurrencevurdering</i>	34
(a) Det nederlandske transmissionsmarked	34
(b) <i>De(t) tyske fjerntransmissionsmarked(er)</i>	37
Det ikke-konkurrenceprægede tyske gasmarked	37
EneDominans i en gammel demarkationsregion	40
Oligopolistisk dominans.....	40
Resultatet af en fusion.....	41
UNDERJORDISK OPLAGRING	43
<i>Relevant produktmarked</i>	43
<i>Relevant geografisk marked</i>	43
<i>Underjordiske oplagringsfaciliteter i Sydtykland</i>	43
D. BASEOLIER, ADDITIVER OG SMØREMIDLER	46
INDLEDNING	46
BESKRIVELSE AF MARKEDET OG DETS FUNKTION.....	46
<i>Baseolier er slutproduktet ved raffinering af råolie</i>	46
<i>Karakteristika</i>	46
<i>Klassifikation</i>	47
<i>Råmaterialer</i>	47
<i>Additiver</i>	48
<i>Smøremidler</i>	48
Automobilsøremidler og industrisøremidler	49

Fremstilling af smøremidler	49
Kvalitetskrav til industri- og skibssmøremidler	50
Standardfastsættelses- og godkendelsessystemer for automobilsmøremidler	50
MARKEDSDEFINITION	52
<i>Produktmarkeder</i>	52
Baseolier	52
Additiver	54
Smøremidler	55
<i>Relevante geografiske markeder</i>	55
Baseolier	55
Additiver	56
Smøremidler	57
KONKURRENCEVURDERING	57
<i>Baseolier</i>	57
Den nuværende markedsstruktur	57
Hindringer for at komme ind på og ud af markedet	61
Privilegeret rolle for Exxon, BP-Mobil og Shell med mindre begrænsninger som følge af små baseolieproducenter	61
Fusionens virkninger for konkurrencen på markedet for baseolie	75
Konklusion	79
<i>Additiver</i>	79
<i>Smøremidler</i>	80
E. RAFFINERING OG MARKEDSFØRING AF BRÆNDSTOF (DOWNSTREAM-OLIE).....	81
GENEREL OVERSIGT	81
<i>Forsyningskæden</i>	81
Raffinering	81
Salg og markedsføring af raffinerede produkt	81
Transport af raffinerede produkter	82
Logistik	82
Konkurrencesituationen	82
<i>Produktmarkedet</i>	83
Detailsalg af motorbrændstof	83
Detailssalg af motorbrændstof ved betalingsmotorveje	83
Engrossalg	84
<i>Geografisk marked</i>	84
Detailsalg af motorbrændstof	84
Salg af motorbrændstof ved betalingsmotorveje	85
Engrossalg af raffinerede produkter (brændstof)	85
<i>Konkurrencevurdering</i>	85
Vurdering af BP-Mobils joint venture	85
Mobils interesser i Aral	89
Detailhandel med motorbrændstof	89
ØSTRIG	97
GENEREL OVERSIGT	97
<i>Raffinering</i>	97
<i>Infrastruktur</i>	97
<i>Engroshandel</i>	97
<i>Detailhandel</i>	98
SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ	99
<i>Markedsstruktur</i>	99
<i>Konkurrencemæssig dynamik - Omkostninger og priser</i>	100
Omkostninger	100
Priser	100
<i>Adgangshindringer - Ekspansion – Potentiel konkurrence</i>	101
SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNINGER FOR KONKURRENCEN	101
DE FRANSKE MOTORVEJE.....	102
GENEREL OVERSIGT	102
<i>Betalingsmotorveje som særskilt produktmarked</i>	102
SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ	105
<i>Markedsstruktur</i>	105
<i>Konkurrencedynamik – Omkostninger og priser</i>	106

Omkostninger	106
Priser	107
Prisudvikling	110
<i>Adgangshindringer – Ekspansion – Potentiel konkurrence</i>	111
Adgangshindringer	111
Potentiel konkurrence	112
SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNING FOR KONKURRENCEN	112
TYSKLAND.....	114
GENEREL OVERSIGT	114
<i>Raffinering</i>	114
<i>Infrastruktur</i>	114
<i>Engroshandel</i>	115
<i>Detailhandel</i>	116
<i>Det vestlige og det østlige Tyskland</i>	117
SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ	118
<i>Markedsstruktur</i>	118
<i>Konkurrencedynamik – Omkostninger og priser</i>	118
<i>Adgangshindringer - Ekspansion – Potentiel konkurrence</i>	121
SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNING FOR KONKURRENCEN	122
LUXEMBOURG.....	123
GENEREL OVERSIGT	123
<i>Raffinering</i>	123
<i>Engroshandel</i>	123
<i>Detailhandel</i>	123
SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ	123
<i>Luxembourg som et særskilt geografisk marked</i>	123
<i>Markedsstruktur</i>	124
<i>Konkurrencedynamik – Omkostninger og priser</i>	125
Omkostninger	125
Priser	126
Specifikke træk ved det luxembourgske marked - Prisregulering	128
<i>Adgangshindringer - Ekspansion - Potentiel konkurrence</i>	129
SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNING FOR KONKURRENCEN	129
NEDERLANDENE.....	131
GENEREL OVERSIGT	131
<i>Raffinering</i>	131
<i>Engroshandel</i>	131
<i>Detailhandel</i>	132
SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ	132
<i>Markedsstruktur</i>	132
<i>Konkurrencedynamik – Omkostninger og priser</i>	134
Omkostninger	134
Priser	135
<i>Hindringer for adgang/ekspansion - Potentiel konkurrence</i>	137
Adgangshindringer	137
Potentiel konkurrence	137
SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNINGER FOR KONKURRENCEN	139
DET FORENEDE KONGERIGE.....	140
GENEREL OVERSIGT	140
<i>Raffinering</i>	140
<i>Engroshandel</i>	140
SITUATIONEN INDEN FUSIONEN – DET NUVÆRENDE KONKURRENCEMILJØ	141
<i>Markedsstruktur</i>	141
<i>Konkurrencedynamik – Omkostninger og priser</i>	143
Et historisk perspektiv	143
<i>Adgangshindringer - Ekspansion - Potentiel konkurrence</i>	149
SITUATIONEN EFTER FUSIONEN - TRANSAKTIONENS VIRKNINGER FOR KONKURRENCEN	149
<i>Unik konkurrenceposition i engrossektoren</i>	151

<i>Suveræn lederstilling i detailledet</i>	152
F. SMØREMIDLER TIL FLY	154
MARKEDSDEFINITION.....	154
<i>Relevant produktmarked</i>	154
Smøremidler til fly tilhører ikke samme marked som andre smøremidler.....	154
Kommercielle, militære og luftfartsafledte applikationer.....	155
<i>Det relevante geografiske marked</i>	156
KONKURRENCEVURDERING.....	157
G. FLYBRÆNDSTOF	160
PRODUKTMARKED.....	160
GEOGRAFISK MARKED.....	160
<i>Forsyningsproces og infrastruktur</i>	161
<i>Leverancer af flybrændstof til Gatwick lufthavn</i>	162
<i>Etablering af en dominerende stilling inden for leverancer af flybrændstof til Gatwick lufthavn</i>	164
IV. TILSAGN OG VURDERING	165
A. NATURGAS	166
DET NEDERLANDSKE TRANSMISSIONSMARKED.....	166
DET ELLER DE TYSKE TRANSMISSIONSMARKEDER.....	166
<i>Frasalg af Exxons aktiepost på 25 % i Thyssengas</i>	166
<i>Stemmerettigheder i Erdgas Münster</i>	167
UNDERJORDISKE OPLAGRINGSFACILITETER TIL BETJENING AF SYDTYSKLAND.....	167
B. BASEOLIER	169
C. DETAILSALG AF MOTORBRÆNDSTOF	171
ARAL.....	171
BP-MOBIL JOINT VENTURET.....	171
KONKLUSION.....	172
D. SMØREMIDLER TIL FLY	173
E. FLYBRÆNDSTOF	174

BILAG I

Den fulde originale tekst til de i artikel 1 nævnte betingelser og forpligtelser kan ses på Kommissionens netsted:
http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html.