



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Kommissionens beslut

av den 20 juni 2001

om att förklara en företagskoncentration förenlig med den gemensamma marknaden och EES-avtalet

(ärende nr COMP/M.2201 – MAN/Auwärter)

(Endast den tyska texten är giltig)

(Text av betydelse för EES)

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT DETTA
BESLUT

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen,

med beaktande av avtalet om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (nedan kallat EES-avtalet), särskilt artikel 57 i detta,

med beaktande av rådets förordning (EEG) nr 4064/89 av den 21 december 1989 om kontroll av företagskoncentrationer¹, senast ändrad genom förordning (EG) nr 1310/97², särskilt artikel 8.2 i denna,

med beaktande av kommissionens beslut av den 15 februari 2001 om att inleda ett förfarande i detta ärende,

efter att ha givit de berörda företagen tillfälle att yttra sig om kommissionens invändningar,

med beaktande av yttrandet från Rådgivande kommittén för företagskoncentrationer³ och

av följande skäl:

¹ EGT L 395, 30.12.1989, s. 1; rättelse EGT L 257, 21.9.1990, s. 13.

² EGT L 180, 9.7.1997, s. 1.

³ EGT C [...], [...] 2001, s. [...].

1. Den 3 januari 2001 mottog kommissionen en anmälan i enlighet med artikel 4 i förordning (EEG) nr 4064/89 (nedan kallad koncentrationsförordningen) om att MAN Nutzfahrzeuge AG, München (nedan kallad MAN) planerade att förvärva fullständig kontroll över hela Gottlob Auwärter GmbH & Co. KG, Stuttgart-Möhringen (nedan kallad "Auwärter").
2. Efter att ha granskat anmälan fastslog kommissionen den 15 februari 2001 att den anmälda transaktionen omfattas av koncentrationsförordningens tillämpningsområde och att det fanns allvarliga farhågor beträffande dess förenlighet med den gemensamma marknaden.
3. Efter ingående undersökning av fallet har kommissionen dock kommit fram till att den planerade koncentrationen inte kommer att skapa eller förstärka en dominerande ställning som avsevärt skulle förhindra effektiv konkurrens inom den gemensamma marknaden eller inom en väsentlig del av denna.

I. PARTERNA

4. MAN är ett tyskt aktiebolag vars affärsverksamhet omfattar utveckling, tillverkning och försäljning av lastbilar, bussar och komponenter samt närliggande tjänster. MAN är ett företag med integrerad tillverkning som producerar kompletta lastbilar och bussar. Bolaget är ett helägt dotterbolag till MAN Aktiengesellschaft, München, det koncernledande moderbolaget i MAN-koncernen; MAN-koncernens väsentliga affärsområden ligger bland annat inom områdena nyttofordon, järnstål, dieselmotorer, tryckmaskiner och stål samt komponenter för luft- och rymdfart.
5. Auwärters affärsverksamhet består av utveckling och tillverkning samt försäljning av bussar under märket "Neoplan". Auwärter är en oberoende, men inte integrerad busstillverkare, som i synnerhet köper motorer från leverantörer som MAN och Mercedes-Benz. Av kommanditandelarna i bolaget innehas 80 % av medlemmar i familjen Auwärter och 20 % av BWK Kapital-Beteiligungsgesellschaft, Stuttgart.

II. TRANSAKTIONEN

6. Den anmälda koncentrationen skall ske genom att MAN förvärvar samtliga bolagsandelar i Auwärter via ett helägt dotterbolag till MAN, som skall grundas för detta syfte. Efter koncentrationen kommer företaget enligt egna bedömningar att producera ungefär 7 500 bussar och chassin om året och därmed få en omsättning på cirka 2,5 miljarder tyska mark. Enligt en tvåmärkesstrategi planeras tillverkning av bussar av båda märkena (MAN och Neoplan) och marknadsföring av dessa vart för sig också efter koncentrationen.

III. KONCENTRATIONEN

7. Genom den avsedda transaktionen får MAN fullständig kontroll över Auwärter. Därigenom förverkligas en koncentration enligt artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen.

IV. GEMENSKAPSDIMENSION

8. De berörda företagen har en sammanlagd omsättning på mer än 5 miljarder euro⁴ (MAN: 14,5806 miljarder euro under det räkenskapsår som slutade den 30 juni 2000, Auwärter: 435,06 miljoner euro under det räkenskapsår som slutade den 31 december 1999). MAN och Auwärter har vidare en omsättning inom gemenskapen på mer än 250 miljoner euro vardera (MAN: 8,6981 miljarder euro under det räkenskapsår som slutade den 30 juni 2000, Auwärter: 347,8 miljoner euro under det räkenskapsår som slutade den 31 december 1999), men de har inte mer än två tredjedelar av sin sammanlagda omsättning inom gemenskapen i en och samma medlemsstat. Den anmälda koncentrationen har därför en gemenskapsdimension (artikel 1.2 i koncentrationsförordningen). Transaktionen utgör dock inget samarbetsärende enligt artikel 57 i EES-avtalet.

V. FÖRFARANDE

9. I ett brev av den 25 januari 2001 förband sig MAN Aktiengesellschaft gentemot kommissionen att, för att undanröja eventuella farhågor beträffande koncentrationen, även efter koncentrationen leverera motorer på sedvanliga marknadsvillkor till busstillverkare som inte har egen motortillverkning och hittills har köpt motorer från MAN AG eller ett av dess dotterbolag. Detsamma gav MAN Aktiengesellschaft uttryck åt i ett cirkulär till sina kunder. Genom detta åtagande förlängdes tidsfristen för preliminär granskning enligt artikel 10.1 i koncentrationsförordningen från en månad till sex veckor.
10. Den 15 februari 2001 beslutade kommissionen i enlighet med artikel 6.1 c i koncentrationsförordningen att inleda ett förfarande.
11. Den 20 april 2001 skickades ett meddelande till MAN med besvärspunkterna, och MAN tog skriftligen ställning till dessa den 4 maj 2001. På begäran av MAN ägde formellt muntligt förhör rum den 7 maj 2001 i Bryssel i enlighet med artikel 14 i kommissionens förordning (EG) nr 447/98 av den 1 mars 1998 om anmälningar, tidsfrister och förhör enligt rådets förordning (EEG) nr 4064/89 om kontroll av företagskoncentrationer⁵.

VI. KONKURRENSMÄSSIG BEDÖMNING

12. Den planerade koncentrationen påverkar huvudsakligen bussektorn i Tyskland. Den leder dock varken där eller i andra delar av Europeiska ekonomiska samarbetsområdet till att marknadsdominans skapas eller förstärks.

⁴ Omsättningen har beräknats på grundval av artikel 5.1 i koncentrationsförordningen och kommissionens tillkännagivande om beräkning av omsättning (EGT C 66, 2.3.1998, s. 25). Enligt artikel 5.4 c och d i koncentrationsförordningen skulle också omsättningen för moderbolaget MAN AG och de andra dotterbolagen i MAN-koncernen räknas in i omsättningen för MAN Nutzfahrzeuge AG; när Auwärterets omsättning beräknades skulle hänsyn tas också till omsättningen för de holdingbolag som var beroende av Auwärter.

⁵ EGT L 61, 2.3.1998, s. 1.

A. DE RELEVANTA PRODUKTMARKNADERNA

13. Kommissionen har i sin ständiga beslutspraxis, i synnerhet i beslut 95/354/EG av den 14 februari 1995 i ärendet IV/M.477 – *Mercedes-Benz/Kässbohrer*⁶ och i det nyligen fattade beslutet 2001/403/EG i ärendet COMP/M.1672 – *Volvo/Scania*⁷, identifierat tre olika marknadssegment inom bussektorn: stadsbussar, bussar avsedda för linjetrafik och turistbussar. Trots möjliga överlappningar mellan dessa tre marknadssegment har kommissionen alltid betraktat dem som separata produktmarknader och ser inte heller i det aktuella fallet någon anledning att avvika från denna indelning.

– Stadsbussar

14. Stadsbussar används inom den lokala kollektivtrafiken i städerna. De används för befordran av ett stort antal passagerare på relativt korta sträckor och under relativt kort tid. Därför finns det ett stort antal ståplatser i stadsbussar. Stadsbussar är också vanligtvis utrustade med låggolvsteknik, har i regel inga eller få trappsteg och fler och bredare dörrar än andra bussar för att underlätta snabb av- och påstigning för passagerarna⁸. Huvudavnamare är offentliga närtrafikföretag och privata bussbolag som tillhandahåller transporttjänster inom den lokala kollektivtrafiken på basis av koncessioner.

– Bussar avsedda för linjetrafik

15. Bussar avsedda för linjetrafik används i trafiken på landsbygden och mellan städer. Med tanke på användningssyftet har snabb av- och påstigning mindre betydelse för bussar avsedda för linjetrafik än för stadsbussar. Bussar avsedda för linjetrafik har vanligen inte särskilt påkostad utrustning. I tekniskt avseende är de till övervägande delen – trots låggolvsteknikens ökande betydelse – fortfarande konstruerade utan låggolv och har i regel klart starkare motorer än stadsbussar, men svagare motorer än turistbussar. Huvudavnamare är offentliga regionala bussbolag och privata bussbolag som kör i linjetrafik enligt tidtabell, för det mesta på basis av koncessioner. En del av avnamarna har samtidigt också stadsbussar.

– Turistbussar

16. Turistbussar är avsedda för fritidssektorn, huvudsakligen långresor. De är i regel högre än stadsbussar och bussar avsedda för linjetrafik, och de har relativt påkostad utrustning. I utrustningen ingår i synnerhet ofta särskilt bagageutrymme, luftkonditionering, toaletter och teveapparater, för att på så sätt göra bussarna behagligare för längre resor. Låggolvstekniken spelar däremot ingen avgörande roll, och inte heller snabb av- och påstigning. I tekniskt avseende har turistbussar i regel manuell växellåda, medan automatisk växellåda är vanlig i stadsbussar och bussar avsedda för linjetrafik. Huvudavnamare är privata arrangörer av utflykter och bussresor.

⁶ Kommissionens beslut nr 95/354/EG av den 14 februari 1995, EGT L 211, 6.9.1995, s. 1 (punkt 9 ff.).

⁷ Kommissionens beslut av den 14 mars 2000, EGT L 143, 29.5.2001, s. 74 (punkt 214 ff.).

⁸ Enligt artikel 3.1 i rådets gemensamma ståndpunkt (EG) nr 50/2000 av den 28.9.2000 (EGT C 370, 22.12.2000, s. 1) skall fordon för personbefordran med fler än åtta sittplatser förutom förarplatsen i framtiden också vara tillgängliga för personer med begränsad rörlighet, inklusive rullstolsbundna, enligt där närmare angivna tekniska föreskrifter.

– Resultat av marknadsundersökningen

17. Den genomförda marknadsundersökningen har med stor tydlighet visat att denna indelning i tre relevanta produktmarknader fortfarande gäller. Eftersom användningsområdena är olikartade och avnämarna i regel inte är desamma, kan de tre typerna av bussar avgränsas från varandra på ett meningsfullt sätt. Enbart därför att vissa överlappningar kan förekomma mellan de enskilda produktmarknaderna – så används till exempel de så kallade kombibussarna både i linjetrafik och i turisttrafik – går det för den skull inte att dra slutsatsen att de är tillräckligt utbytbara.

B. DE RELEVANTA GEOGRAFISKA MARKNADERNA

18. I beslutet om *Mercedes-Benz/Kässbohrer*⁹ förutsattes nationella marknader för alla tre produktområdena, men det kunde lämnas öppet om Tyskland och Österrike utgjorde en enhetlig geografisk marknad. I sitt senare beslut om *Volvo/Scania*¹⁰ ansåg kommissionen att Finland och Förenade kungariket var separata geografiska marknader för turistbussar, liksom Irland och var och en av de nordiska staterna (Sverige, Finland, Norge och Danmark) för stadsbussar och bussar avsedda för linjetrafik; i övrigt lämnades den exakta avgränsningen av de relevanta geografiska marknaderna öppen.
19. MAN anser att numera åtminstone Beneluxländerna, Tyskland, Österrike, Frankrike, Spanien, Portugal och Italien utgör en enhetlig relevant geografisk marknad. Detta framgår i synnerhet av att föreskrifterna för typgodkännande och priserna i stort sett är enhetliga. Framför allt inom sektorn stadsbussar och bussar avsedda för linjetrafik ansågs anbudsinfordringarna, under påverkan av EG-direktiven om tilldelning av kontrakt, ha lett till ett prioriterat beteende vid upphandling, som inte längre ger inhemska leverantörer någon fördel av att de är inhemska. Också det faktum att utländska busstillverkare etablerat sig på marknaden under de gångna åren har bevisat att det har utvecklats överregionala, gränsöverskridande geografiska marknader.
20. Den genomförda marknadsundersökningen har gjort det möjligt att urskilja en begynnande trend i riktning mot en europeisering. I synnerhet tyder förekomsten av anbudsinfordringar som genomförs inom hela gemenskapen med tillämpning av EG-lagstiftningen om tilldelning av kontrakt¹¹ och de alltmer likartade tekniska standarderna på att de relevanta geografiska marknaderna eventuellt börjar sträcka sig över de nationella gränserna. Å andra sidan finns det särskilt i Tyskland fortfarande mycket som tyder på att nationella marknader existerar. Det gäller här särskilt den fortfarande låga importandelen, framför allt inom stads- och

⁹ Kommissionens beslut av den 14.2.1995 (jfr fotnot 6 ovan), punkt 39.

¹⁰ Kommissionens beslut av den 14.3.2000, punkterna 248 och 259 (jfr fotnot 7 ovan); bekräftat genom kommissionens beslut av den 1 september 2000 i fallet COMP/M.1980 – *Volvo/Renault* (EGT C 301, 21.10.2000, s. 23), punkt 28.

¹¹ Jfr särskilt rådets direktiv nr 93/36/EEG av den 14.6.1993 om samordning av förfarandet vid offentlig upphandling av varor (EGT L 199, 9.8.1993, s. 1) och rådets direktiv nr 93/38/EEG av den 14.6.1993 om samordning av upphandlingsförfarandet för enheter som har verksamhet inom vatten-, energi-, transport- och telekommunikationssektorerna (EGT L 199, 9.8.1993, s. 84).

linjebussområdet, och i synnerhet de höga tekniska krav och kvalitetskrav som tyska bussbolag och deras organisationer¹² ställer på tillverkarna.

21. Slutligen kan dock i det aktuella fallet definitionen av relevanta geografiska marknader lämnas öppen, eftersom koncentrationen varken på grundval av den av MAN förutsatta marknaden (jfr punkt 81 nedan) eller på grundval av nationella marknader leder till att en dominerande ställning skapas eller förstärks. Det kan i synnerhet lämnas öppet om Tyskland och Österrike skall räknas som en enhetlig geografisk marknad, eftersom bedömningen av transaktionen från konkurrensynpunkt inte skulle ändras genom detta (jfr punkterna 61–63, 72 och 79 nedan).

C. FÖRETAGSKONCENTRATIONENS FÖRENLIGHET MED DEN GEMENSAMMA MARKNADEN

22. Genom koncentrationen reduceras antalet tyska busstillverkare från tre till två. Inom stadsbussområdet i Tyskland kommer parterna att ligga på ungefär samma nivå som EvoBus. Om man betraktar Tyskland och Österrike som en enhetlig marknad kommer de att ha ett visst försprång framför EvoBus. När det gäller marknadsandelar ändrar koncentrationen ingenting i den ledande roll som MAN redan har på de österrikiska marknaderna för stadsbussar och bussar avsedda för linjetrafik, lika lite som den ändrar något i den ledande roll som EvoBus har på den tyska marknaden för bussar avsedda för linjetrafik och på den tyska, den österrikiska och den danska marknaden för turistbussar.
23. Kommissionen har gjort en omfattande marknadsundersökning, i samband med vilken den på kundsidan i synnerhet inhämtat synpunkter från 206 stads- och linjebussbolag i Tyskland. Dessutom har sammanslutningar utfrågats, särskilt Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) i egenskap av kundernas intresseorganisation. Likaså har kommissionen inbegripit alla betydande konkurrenter till de i koncentrationen delaktiga företagen och parterna själva i marknadsundersökningen.
24. I följande översikt (tabell 1) visas parternas marknadsandelar enligt marknadsundersökningen på den tyska (D), den österrikiska (A) och, som alternativ, den tysk-österrikiska marknaden (D+A) för stadsbussar, bussar avsedda för linjetrafik och turistbussar samt på den danska marknaden för turistbussar (DK), liksom en jämförelse med huvudkonkurrenternas marknadsandelar.

¹² I detta sammanhang bör särskilt den roll uppmärksammas som sammanslutningen Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV), Köln, har genom att den påverkar sina medlemmars upphandlingsbeteende med sina rekommendationer om exempelvis hur förarens arbetsplats bör vara utformad.

Produktmarknad	Geogr. marknad	MAN	Auwärter (Neoplan)	MAN + Auwärter	EvoBus (Mercedes, Setra)	Volvo	Iris-bus ¹³	Övriga
Stadsbussar	A	63,8 %	0 %	63,8 %	34,4 %	1,8 %	0 %	0 %
	D	39,5 %	8,9 %	48,4 %	49,4 %	1,2 %	0,5 %	0,5 %
	D + A	42,2 %	7,9 %	50,1 %	47,7 %	1,2 %	0,4 %	0,6 %
Bussar avsedda för linjetrafik	A	56,5 %	0 %	56,5 %	26,5 %	6,8 %	10,2 %	0 %
	D	17,4 %	15,3 %	32,7 %	59,9 %	3,9 %	1,2 %	2,3 %
	D + A	20,2 %	14,2 %	34,4 %	57,5 %	4,1 %	1,8 %	2,2 %
Turistbussar	A	7,7 %	16,9 %	24,6 %	63,4 %	4,9 %	2,5 %	4,6 %
	D	9,5 %	19 %	28,5 %	51,6 %	1,0 %	4,1 %	14,8 %
	D + A	9,2 %	18,7 %	27,9 %	53,2 %	1,6 %	3,8 %	13,5 %
	DK	4,5 %	16,9 %	21,4 %	48,3 %	3,4 %	9 %	17,9 %

Tabell 1: Marknadsandelar för 1999, baserat på antal fordon [antal nyregistreringar]
Källa: anmälände part och kommissionens undersökningar

1) Marknaden för stadsbussar i Tyskland

25. År 1999 inregistrerades enligt vad kommissionen känner till totalt 1 757 nya stadsbussar i Tyskland, vilket motsvarar 32,4 % av alla nyregistrerade bussar där. Marknadsvolymen är emellertid beroende av transportföretagens aktuella behov och såtillvida också underkastad vissa variationer. Sedan det till följd av Tysklands återförening tidvis kraftigt ökade behovet av stadsbussar tillfredsställts, har dock efterfrågan tenderat att stagnera, och inte heller i framtiden kan några nämnvärda förändringar av marknadsvolymen förväntas.

a) På den tyska marknaden för stadsbussar råder för närvarande effektiv konkurrens trots hög koncentration på leverantörssidan.

26. Redan före koncentrationen kännetecknas situationen på den tyska marknaden för stadsbussar av en hög grad av koncentration på leverantörssidan. Ändå råder effektiv konkurrens på denna marknad för närvarande. Detta bekräftades i samband med marknadsundersökningen av en överväldigande majoritet av de tillfrågade konkurrenterna och kunderna: de tyska busstillverkarnas marknadsandelar har hittills varierat i förhållande till varandra. Avvikelserna har för de olika tillverkarna varit tre (Neoplan), fyra (EvoBus) respektive tio procentenheter (MAN). Också påverkan genom bestämmelserna i EG-lagstiftningen om anbudsinfördan, vilka numera har införlivats i den tyska lagstiftningen¹⁴ och tillämpas i praktiken, har i det nuvarande

¹³ Irisbus är ett samriskföretag som tillhör Renault SA och Iveco (det senare hör till Fiat-koncernen), i vilket de båda företagen har sammanfört sin affärsverksamhet inom bussektorn (jfr kommissionens beslut av den 22 oktober 1998 i ärendet IV/M.1201 – Renault V.I./Iveco, EGT C 384, 10.12.1998, s. 9). I förfarandet för koncentrationskontroll COMP/M.1980 – Volvo/Renault förband sig Renault att upphöra med sin medverkan i detta samriskföretag (jfr kommissionens beslut av den 1 september 2000, EGT C 301, 21.10.2000, s. 23, bilaga III).

¹⁴ Jfr fotnot 11 ovan.

marknadsläget lett till konkurrens inte minst mellan de tre inhemska leverantörerna. Kommissionens undersökningar har också visat att priserna på marknaden för stadsbussar huvudsakligen har hållit sig stabila, vilket innebär en reell prissänkning med tanke på att tekniken och utrustningen förbättrats under de senaste åren. MAN:s och Auwärter's marginaler är enligt parternas uppgifter nära noll eller till och med negativa, vilket har medfört förluster för båda företagen de senaste åren. Som en följd av denna utveckling har till exempel MAN inrättat produktionsenheter i Turkiet och i Polen; även Mercedes-Benz har en tillverkningsenhet i Turkiet.

b) Genom den planerade koncentrationen minskar antalet tyska busstillverkare från tre till två; Auwärter har emellertid inte haft något väsentligt inflytande på konkurrensförhållandena.

27. Genom koncentrationen minskar antalet tyska busstillverkare från tre till två. Med Auwärter faller en leverantör bort som senast kunnat göra anspråk på en marknadsandel på 8,9 % (1999) i Tyskland beträffande stadsbussar.
28. Kommissionen har emellertid kommit fram till att de produkter som Auwärter erbjuder som stadsbussar inte i oväsentlig grad skiljer sig från konkurrenternas och bara delvis konkurrerar med konkurrenternas produkter. Liksom sina båda tyska konkurrenter, EvoBus och MAN, erbjuder Auwärter dock även stadsbussar av standardtyp; företaget har emellertid enligt parternas uppgifter under de senaste åren i ökad omfattning koncentrerat sig på produktion av fordon för bestämda nischmarknader. Auwärter anses av många kunder vara särskilt innovativt och flexibelt när det gäller att uppfylla individuella önskemål från kunderna. Nischprodukter som tvåvåningsbussar för stadstrafik, s.k. midibussar (kortbussar med en längd på ca 10 m), el- eller gasdrivna bussar och tråd- eller duobussar utgjorde också ca 45 % av Auwärter's totala produktion år 2000. Stora delar av Auwärter's produktsortiment inom stadsbussektorn konkurrerar alltså bara i begränsad omfattning med MAN:s produkter, som enligt egna uppgifter i första hand koncentrerar sig på "massproduktion" inom området stadsbussar av standardtyp.
29. Enligt parternas uppgifter har firma Auwärter medvetet avstått från att utöka sin marknadsandel inom området stadsbussar. Företaget har framför allt sett sin styrka inom utveckling och tillverkning av turistbussar. Stadsbusstillverkningen har däremot framför allt bedrivits för att kunna kompensera säsongsbetingad överkapacitet i turistbusstillverkningen. Med tanke på de låga vinstmarginalerna inom stadsbussektorn och Auwärter's produktionsstruktur, som till skillnad från konkurrenternas inte är utformad för tillverkning av stora serier, uppges det inte vara möjligt för företaget att med bibehållen lönsamhet utöka produktionen inom området stadsbussar.
30. Kommissionens marknadsundersökning har bekräftat att Auwärter knappast spelar någon roll i konkurrensen om de stora kunderna. De 76 vagnparker tillhörande stora bussbolag med mer än 100 bussar som ingick i marknadsundersökningen består, så när som på ett undantag, uteslutande av bussar från företagen EvoBus och MAN. Auwärter är däremot i första hand representerat i små och medelstora bussbolag, varför detta företags betydelse som konkurrent på stadsbussmarknaden framstår som än mindre.

31. Med denna bild överensstämmer resultatet av den genomförda marknadsundersökningen också såtillvida att en övervägande majoritet på ca 75 % av de tillfrågade kunderna uppgav att firma Auwärterers deltagande inte hade påverkat resultatet av anbudsinfordringarna avseende stadsbussar i det förflutna. I synnerhet kunde det konstateras att priserna inte påverkats av huruvida Auwärter deltagit eller inte.

c) Kommissionen har ingående undersökt om en tyst uppdelning av marknaden mellan EvoBus å ena sidan och parterna å andra sidan kan komma att ske efter koncentrationen.

32. MAN har efter övertagandet av Auwärter en marknadsandel på 48,4 % (baserat på uppgifter från år 1999) och befinner sig därmed strax efter EvoBus (49,4 %) som nummer två på den tyska marknaden för stadsbussar. Under dessa omständigheter kan det visserligen uteslutas att parternas koncentration på den tyska marknaden för stadsbussar skulle göra det lättare att etablera ensam marknadsdominans, men bland de återstående tyska busstillverkarna sker det en konsolidering och stabilisering av marknadsställningarna. Även om marknadsandelar på upphandlingsmarknader bara har begränsad betydelse¹⁵, ger de ovannämnda siffrorna för marknadsandelar *a priori* intryck av att det skulle uppstå ett symmetriskt duopol, bestående av EvoBus och det nya företaget MAN/Auwärter. Mot denna bakgrund och på grund av de resulterande höga gemensamma marknadsandelarna för parterna MAN/Auwärter å ena sidan och EvoBus å andra sidan (de båda uppnådde år 1999 en andel på totalt 97,8 % på den tyska marknaden för stadsbussar) skulle det prövas om koncentrationen kan skapa en gemensam marknadsdominans på den tyska marknaden för stadsbussar och därmed inom en betydande del av den gemensamma marknaden.
33. I enlighet med detta har kommissionen ingående undersökt om det, när koncentrationen mellan de båda marknadsledarna genomförts, skulle kunna ske en tyst samordning av deras konkurrensbeteende som skulle leda till att den nu konstaterade uppdelningen i två nästan lika delar av den tyska marknaden för stadsbussar mellan EvoBus och det nya företaget MAN/Auwärter befästes permanent. Just på grund av att de båda återstående tyska tillverkarnas marknadsandelar redan idag är nästan jämnt fördelade skulle båda parterna dra nytta av detta i samma utsträckning. En förutsättning är dock att båda avstår från att stärka sina egna marknadspositioner genom aggressiv priskonkurrens och i stället nöjer sig med de uppnådda marknadsandelarna, liksom att marknadsens struktur överhuvudtaget varaktigt tillåter en tyst passiv samordning.
34. I motsats till aktiv samverkan innebär en tyst samordning av marknadsaktörernas beteende inga som helst överenskommelser eller kontakter mellan de berörda. Det skulle följaktligen undersökas om redan en sådan tyst samordning i det aktuella fallet skulle vara tillräckligt för att eventuellt eliminera den inhemska konkurrensen mellan de båda marknadsledarna i Tyskland efter koncentrationen och på längre sikt göra det möjligt för båda parterna att uppnå högre priser och vinster än under konkurrensvillkor.

¹⁵ Jfr. kommissionens beslut av den 3 april 2001 i ärendet COMP/M.2139 – *Bombardier/ADtranz* (punkt 39), ännu inte offentliggjort.

35. Möjligheten till en tyst samordning av konkurrensbeteendet är för övrigt inte utesluten enbart genom att kontrakt tilldelas efter offentlig anbudsinfördan¹⁶. Även om upphandlingsmarknader kanske inte är lämpade för de klassiska formerna av medvetet parallellt beteende i fråga om priser eller kvantiteter – dylika fall har redan flera gånger varit föremål för kommissionens beslut¹⁷ –, kan det dock ske en tyst marknadsuppdelning även på en upphandlingsmarknad med ledning av de tilldelningsförfaranden som äger rum. De berörda företagen kan nämligen stillatigande se vissa aspekter av den rådande marknadssituationen, till exempel närvaron av ett betydande antal stamkunder, som en antydning om vem som i framtiden kommer att vinna vilken upphandling, och de kan anpassa sitt framtida beteende som anbudsgivare efter sådana referensvärden¹⁸.

d) I det aktuella fallet talar dock de särskilda omständigheterna emot ett antagande om en tyst samordning.

36. I det aktuella fallet har kommissionen emellertid på grundval av sin marknadsundersökning kommit fram till att ingen tyst samordning mellan de båda återstående tyska busstillverkarna kan befaras, med tanke på de speciella förhållandena på den tyska marknaden för stadsbussar.
37. För att anta att EvoBus å ena sidan och MAN/Auwärter å andra sidan skulle utöva kollektiv marknadsdominans, skulle det för det första krävas att det gick att ta fram konkreta kriterier med hjälp av vilka de båda marknadsledarna tyst skulle kunna samordna sitt konkurrensbeteende. För det andra skulle det med ledning av omständigheterna i det enskilda fallet behöva bevisas att en sådan tyst samordning också är möjlig på permanent basis, dvs. det skulle behöva bevisas att det duopol som uppkommer är tillräckligt stabilt. I det aktuella fallet kan detta inte bevisas genom resultaten av den genomförda marknadsundersökningen. Den position som de båda ledande leverantörerna på den tyska marknaden för stadsbussar har är nämligen mindre symmetrisk än det kan verka om man ser enbart till deras senast uppnådda marknadsandelar.

– Ingen tyst samordning av konkurrensbeteendet med avseende på respektive stamkunder

38. Tills vidare skulle en marknadsuppdelning efter respektive stamkunder vara tänkbar, dvs. efter sådana kunder i vars vagnparker uteslutande eller huvudsakligen – till mer än 75 % – bussar från en tillverkare är representerade. För detta skulle båda marknadsledarna vara tvungna att förhålla sig passiva och avstå från att angripa den andres position hos dennes stamkunder genom aggressiv anbudsgivning.

¹⁶ Jfr. kommissionens beslut 97/25/EG av den 18 oktober 1995 i ärendet IV/M.580 – *ABB/Daimler-Benz*, EGT L 11, 14.1.1997, s. 1 (i synnerhet punkt 89) och kommissionens beslut av den 28 juni 2000 i ärendet COMP/M.1741 – *MCI Worldcom/Sprint* (punkterna 257–302, i synnerhet punkt 263), ännu inte offentliggjort.

¹⁷ Jfr till exempel kommissionens beslut nr 92/553/EEG av den 22 juli 1992 i ärendet IV/M.190 – *Nestlé/Perrier*, EGT L 356, 5.12.1992, s. 1 (i synnerhet punkt 124) och kommissionens beslut 97/26/EG av den 24 april 1996 i ärendet nr IV/M.619 – *Gencor/Lonrho*, EGT L 11, 14.1.1997, s. 30 (i synnerhet punkt 186).

¹⁸ Jfr. beslutet *MCI Worldcom/Sprint* (jfr fotnot 16 ovan), punkterna 257–302, i synnerhet punkt 263.

39. I samband med den genomförda marknadsundersökningen uppgav visserligen 80 tyska transportföretag (43 %) att de har en vagnpark med endast ett märke eller att deras vagnpark till mer än tre fjärdedelar består av bussar från en tillverkare. Dessutom har det för övrigt visat sig att i synnerhet mindre stadsbussbolag ofta har en vagnpark som klart domineras av ett märke; av de 80 nämnda fallen är mer än två tredjedelar sådana mindre företag med mindre än 100 bussar. Efter koncentrationen kommer antalet vagnparker som domineras av bussar från en tillverkare att öka från 80 till 86 (jfr tabell 2).
40. Mer än en tredjedel av de tillfrågade uppgav också att kompatibilitet med den befintliga vagnparken är ett avgörande urvalskriterium vid upphandlingar, till exempel för att spara in på omställningskostnader i samband med märkesbyte för utbildning av verkstads- och driftpersonal, för anskaffning av specialverktyg och specialutrustning och för lagerhållning av reservdelar. I princip har därmed respektive tillverkare av det bussmärke som uteslutande eller huvudsakligen är representerat i vagnparken en konkurrensfördel. Den andre tillverkaren skulle härigenom vara mindre lockad att i samband med upphandlingar angripa denna ställning, till exempel genom särskilt aggressiva anbud.
41. Risker att de båda marknadsledarna skulle försöka upprätthålla den föreliggande marknadsuppdelningen genom att koncentrera sig på sina respektive stamkunder blir dock mindre genom det jämförelsevis låga antalet bussar som överhuvudtaget finns i vagnparker som domineras av en enskild tillverkare. Den av kommissionen genomförda marknadsundersökningen har i detta sammanhang visat att två tredjedelar av alla kartlagda bussar finns i blandade vagnparker som inte till mer än 75 % består av bussar från en tillverkare; dessa bussar kommer följaktligen inte alls i fråga för den beskrivna samordningen. En tyst samordning som koncentreras enbart på respektive stamkunder skulle följaktligen från första början gälla bara ungefär en tredjedel av alla stadsbussar och tycks därmed inte kunna vidmakthålla den föreliggande uppdelningen av marknaden i två nästan lika delar på den tyska marknaden för stadsbussar.
42. Det föreligger även ett annat skäl till att någon uppdelning av marknaden i lika delar genom koncentration på de egna stamkunderna inte behöver befaras: den genomförda undersökningen har nämligen visat att det råder kraftig obalans mellan de vagnparker som domineras av EvoBus och dem som domineras av MAN. I 54 av de nämnda 80 fallen rör det sig om vagnparker som domineras av EvoBus med totalt ca 3 400 bussar (därav ca 2 900 från EvoBus), men däremot i bara 26 fall om vagnparker där uteslutande eller huvudsakligen MAN-bussar används (totalt ca 1 900 bussar, varav ca 1 800 från MAN). Efter koncentrationen kommer 32 av de kartlagda transportföretagen uteslutande eller huvudsakligen att använda bussar från det nya företaget MAN/Auwärter (jfr tabell 2). Detta leder till en tydlig snedfördelning mellan EvoBus å ena sidan och MAN/Auwärter å andra sidan. Till skillnad från vad som antagits i början skulle följaktligen en uppdelning av marknaden i två ungefär lika delar inte i längden kunna upprätthållas genom att var och en av de båda marknadsledarna avstod från aggressiv anbudsgivning gentemot den andres stamkunder.

Vagnparkens typ och sammansättning	Totalt före koncentrationen ¹⁹	Därav ”EvoBus-vagnparker”	Därav ”MAN-vagnparker”	Totalt efter koncentrationen ¹⁹	Därav ”EvoBus-vagnparker”	Därav ”MAN/Neoplan-vagnparker”
Vagnparker med bussar från enbart en tillverkare	30	19	11	33	19	14
Till över 95 % bussar från en tillverkare	12	11	1	13	11	2
Till >80 %-95 % bussar från en tillverkare	24	12	12	25	12	13
Till >75 %-80 % bussar från en tillverkare	14	12	2	15	12	3
Delsumma	80	54	26	86	54	32
Till >60 %-75 % bussar från en tillverkare	53	30	23	60	30	30
Upp till 60 % bussar från den starkast representerade tillverkaren	44	28	16	37	23	14
Delsumma	97	58	39	97	53	44
Totalt	177	112	65	183	107	76

Tabell 2: Detaljövrsikt: antal tyska stadsbussbolag med vagnparker bestående av ett eller flera märken
Källa: kommissionens efterforskningar inom ramen för den genomförda marknadsundersökningen

– *Ingen tyst samordning av konkurrensbeteendet beträffande kunder med blandade vagnparker och beträffande det totala antalet sålda bussar*

43. Vidare skulle en tyst uppdelning av marknaden mellan MAN/Auwärter å ena sidan och EvoBus å andra sidan vara tänkbar också beträffande transportföretag med blandade vagnparker. Så svarade till exempel 97 tillfrågade kommunala verk (53 %) att högst tre fjärdedelar av fordonen i deras vagnpark kom från en tillverkare. Vad gäller sådana kunder skulle EvoBus och MAN/Auwärter också på medellång sikt kunna underlåta att genom aggressiva anbud angripa den andres ställning i vissa transportföretags vagnparker, så snart dennes ställning befästs där genom att han tilldelats kontrakt efter anbudsförfaranden. På så sätt skulle transportföretag med blandade vagnparker enligt EvoBus och MAN/Auwärters uppfattning faktiskt kunna bli ett prioriterat intresseområde för den ene eller den andre.

¹⁹ Det totala antalet före koncentrationen gäller uteslutande vagnparker där EvoBus eller MAN är representerade som starkaste tillverkare. För tiden efter koncentrationen tas motsvarande siffror för Neoplan med och räknas in i enheten MAN/Neoplan. Enligt vad kommissionen känner till är bussar av märket Neoplan starkast representerade i sex vagnparker.

44. En sådan utveckling med en uppdelning av marknaden i två ungefär lika delar som mål behöver dock inte heller befaras. Med tanke på i synnerhet större kunders upphandlingsbeteende skulle en sådan uppdelning inte heller kunna genomföras i praktiken. När det gäller större transportföretag är nämligen den så kallade "flermärkesstrategin" utbredd bland kunderna, dvs. de eftersträvar medvetet en blandad sammansättning av vagnparkerna med bussar från två eller flera tillverkare, för att främja konkurrensen mellan tillverkarna²⁰. Det faktum att MAN tar över Auwärter kan inte heller förväntas få någon märkbar effekt på bussbolagens möjligheter att tillämpa en flermärkesstrategi. I en övervägande majoritet av de blandade vagnparker som omfattats av marknadsundersökningen är Evobus (Mercedes-Benz eller Setra) och MAN de tillverkare som är starkast representerade. Auwärter (Neoplan) spelar däremot bara en underordnad roll som andra märke hos bussbolagen²¹. Detta resultat stöds också av de tillfrågade bussbolagen, som till mer än 75 % har uppgett att firma Auwärters deltagande inte påverkat resultatet av upphandling i det förflutna (jfr punkt 31 ovan).
45. Kommissionen har också undersökt om det skulle vara möjligt att dela upp marknaden efter tillverkare av de bussar i en vagnpark som skall bytas ut mot nya. Om det vid tidpunkten för en upphandling stod fast exakt vilka bussar som skulle bytas ut och det härvid gällde bussar från en enda tillverkare, skulle de båda tyska marknadsledarna eventuellt kunna upprätthålla sina befintliga marknadsandelar genom att var och en av dem koncentrerade sig på ersättningsaffärer för bussar av det egna märket och i övrigt avstod från aggressiv anbudsgivning.
46. Det har dock visat sig att upphandlingspraxis på den tyska stadsbussmarknaden inte lämpar sig för en sådan uppdelning av marknaden. Anbudsinfordringarna avseende stadsbussar innehåller nämligen inga specificerade upplysningar om vilka bussar som skall bytas ut. Enligt information från transportföretagen står det vid tidpunkten för anbudsinfordringen inte heller alls klart i detalj vilka bussar som skall bytas ut. Beslutet om vilka bussar som till slut skall tas ur drift fattas ofta inte förrän ett anbuds-förfarande avslutats, eftersom detta beslut är beroende av många faktorer som inte står i något direkt samband med anbudsinfordran (löptid för gällande reklamkontrakt²², lönsamhet vid fortsatt drift när bindningstiden för statligt stöd för särskilda ändamål är slut²³ osv.).
47. Det skulle slutligen vara tänkbart att tillverkarna inriktar sig på det totala antal bussar som sålts under en bestämd period och sinsemellan avstår från aktiv konkurrens, så länge som de båda företagens marknadsandelar är ungefär lika stora. På så sätt skulle också sådana transportföretag vars vagnparker för närvarande är relativt jämnt utrustade med bussar från båda marknadsledarna inbegripas i den tysta uppdelningen av marknaden mellan EvoBus och MAN/Auwärter. Leverans till

²⁰ Mindre än 10 % av de större transportföretag med minst 100 bussar som ingick i marknadsundersökningen har vagnparker med bussar av enbart ett märke.

²¹ I mer än 90 % av de blandade vagnparker som ingick i marknadsundersökningen är Evobus och MAN de två tillverkare som är starkast representerade. Endast i mindre än 10 % av de blandade vagnparkerna finns Auwärter med bland de två tillverkare som är starkast representerade.

²² Så är exempelvis enligt vad kommissionen kommit fram till många bussar till exempel lackerade med respektive reklampartners reklam-budskap över stora ytor, och det skulle vara förenat med avsevärda kostnader att överföra dessa till en ny buss.

²³ Denna bindningstid är, beroende på delstat, i regel mellan åtta och tio år. Den ekonomiska livslängden för en stadsbuss kan däremot vara upp till 15 år, vilket ger ett avsevärt spelrum på upp till sju år för att införskaffa ersättningsfordon.

kunder med vagnparker bestående av flera märken från den ena eller den andra av de båda marknadsledarna skulle på så vis kunna användas för volymmässig finavstämning av den antagna uppdelningen av marknaden i två delar.

48. Mot denna tes talar emellertid redan det faktum att de kontrakt som skall tilldelas har blivit mer omfattande på senaste tiden. Så har det genomsnittliga antal bussar som efterfrågas i anbudsinfordringar exempelvis ökat från mellan 21 och 22 till att numera vara 25 till 26 stycken. De enskilda anbudsinfordringarnas betydelse kommer för övrigt att öka ytterligare i och med den redan nu framträdande trenden mot större inköpssammanslutningar²⁴ och större privatiserade transportföretag²⁵. Eftersom den totala marknadsvolymen samtidigt stagnerar (jfr punkt 25 ovan), går utvecklingen därmed mot färre anbudsinfordringar per år. Ju färre anbudsinfordringar som äger rum och ju fler bussar som samtidigt efterfrågas per anbudsinfordran, desto mindre sannolikt är det emellertid att en av de båda marknadsledarna är beredd att avstå från kontraktet i fråga.
49. Till detta kommer att kunderna kan jämföra en tillverkares anbud med dennes anbud vid andra anbudsinfordringar. Vidare deltar i mer än hälften av fallen också utländska tillverkare i anbudsförfarandena för stadsbussar i Tyskland, och deras anbud kan också användas som måttstock vid jämförelsen. De utländska busstillverkarnas framgångar i Tyskland har visserligen varit relativt små hittills, men mer än tre fjärdedelar av de av kommissionen kartlagda transportföretagen, som efterfrågat mer än 95 % av de kartlagda stadsbussarna i Tyskland, förklarade att de var beredda att i framtiden också köpa bussar från andra tillverkare, även utländska fabrikat, om priserna ökade med 5 % till 10 %. Om en anbudsgivare avstod från aktiv konkurrens, skulle detta automatiskt väcka uppmärksamhet och avsevärt minska dennes utsikter till framgång vid anbudsinfordringar.

²⁴ Det talas till exempel om en fusion mellan de kommunala verken i Köln och Bonn. Vad inköpssammanslutningar beträffar, har till exempel de kommunala verken i Dortmund, Bochum, Herne och Castrop-Rauxel liksom Vestische Straßenbahn genomfört gemensamma anbudsinfordringar sedan 1998 ("Kooperationsgemeinschaft Östliches Ruhrgebiet"); på samma sätt förfar de kommunala verken i Wuppertal, Hagen, Solingen och Remscheid ("Bergischer Bus").

²⁵ Det kan i detta sammanhang förväntas att den planerade reformen av gemenskapens föreskrifter om lokal kollektivtrafik avsevärt kommer att påskynda uppkomsten av stora bussbolag som är verksamma i flera städer. I synnerhet planeras en ändring av rådets förordning (EEG) nr 1191/69 av den 26 juni 1969 om medlemsstaternas åtgärder i fråga om allmän trafikplikt på järnväg, väg och inre vattenvägar (EGT L 156, 28.6.1969, s. 1, senast ändrad genom förordning (EEG) nr 1893/91, EGT L 169, 29.6.1991, s. 1). I kommissionens förslag till ändring föreskrivs bl.a. skyldighet att genomföra anbudsinfordran avseende tjänster inom den lokala kollektivtrafiken i städerna, varigenom de hittillsvarande leverantörerna skall bli tvungna att konkurrera med andra leverantörer (jfr beträffande detta *Förslag till Europaparlamentets och rådets förordning om medlemsstaternas åtgärder i fråga om krav på allmänna tjänster och slutande av avtal om allmänna tjänster avseende persontransporter på järnväg, väg och inre vattenvägar*, 26 juli 2000, KOM(2000) 7 slutlig, EGT C 365E, 19.12.2000, s. 169).

– En eventuell tyst samordnings bristande stabilitet på grund av förekomsten av ett stort antal konkurrensparametrar

50. Det stora antalet utslagsgivande kriterier vid tilldelningen av kontrakt försvårar dessutom i det aktuella fallet en samordning och skulle i längden undergräva det antagna samordnade beteendets stabilitet.
51. Stadsbussar är visserligen mindre heterogena produkter än det kan verka vid ytligt betraktande. De detaljerade föreskrifterna i transportföretagens kontroll- och leveransbestämmelser bidrar i stället till att det i varje enskild anbudsinfordran uppnås en hög grad av homogenitet vad gäller de tekniska egenskaperna hos de fordon som tillverkarna skall offerera. Dessutom överensstämmer kundernas krav i de flesta anbudsinfordringarna i hög grad med VDV:s²⁶ rekommendationer, varför en icke försumbar grad av standardisering totalt sett uppnås på den tyska marknaden²⁷.
52. Tilldelningen av kontrakt vid anbudsinfordran avseende stadsbussar är emellertid inte alls avhängigt bara av grundpriset för en bestämd modell, utan också av ett stort antal andra urvalskriterier; en allt större roll spelar i synnerhet kostnaderna under bussens hela livslängd och garantier om bussarnas driftberedskap och tillgänglighet. Likaså förväntas allt oftare att tillverkaren skall lämna restvärdesgaranti för bussen när den tas ur bruk. Även garanti om kundtjänst dygnet runt och snabbt tillhandahållande av reservdelar är idag ofta en nödvändighet för att vara framgångsrik på denna marknad. Genom att alla dessa parametrar samverkar är det uteslutet att de båda marknadsledarna skulle kunna bevaka varandras konkurrensbeteende på basis av exempelvis kvantitet och pris. Följaktligen skulle företagen i fråga knappast kunna kontrollera om en av de båda marknadsledarna avvikit från det antagna samordnade beteendet. Just denna kontrollmöjlighet skulle dock vara en förutsättning för att de skulle kunna vidta eventuella straffåtgärder sinsemellan och upprätthålla den antagna tysta samordningen²⁸.
53. I övrigt betyder reduceringen av antalet tyska busstillverkare från tre till två inte alls att antalet anbudsgivare vid offentliga anbudsinfordringar på den tyska marknaden också reduceras från tre till två. Utländska tillverkare deltar faktiskt också allt oftare i viktiga anbudsinfordringar vid sidan om tyska leverantörer. Numera deltar till exempel utländska tillverkare i över hälften av de anbudsförfaranden som genomförs i Tyskland. Även denna omständighet gör det svårare för de båda tyska marknadsledarna att varaktigt samordna sitt konkurrensbeteende och övervaka varandra, i synnerhet som ett betydande antal kunder blir allt mer beredda att eventuellt välja anbud från utländska tillverkare (jfr punkt 49 ovan).

²⁶ Jfr till exempel VDV:s skrifter nr 230 "Rahmenempfehlung für Stadt-Niederflur-Linienbusse" från juni 1994 och nr 234 "Fahrerarbeitsplatz im Niederflur-Linienbus" från juni 1996 (nu gällande version från oktober 2000)

²⁷ Jfr beträffande hela ärendet också beslutet *MCI Worldcom/Sprint* (jfr fotnot 16 ovan), punkt 258 ff.

²⁸ Så också kommissionens beslut av den 29 september 1999 i ärendet IV/M.1383 – *Exxon/Mobil* (punkt 474 i den preliminära offentliga versionen).

54. För att det uppkommande duopolet skulle få erforderlig stabilitet skulle det vidare krävas en tillräcklig grad av strukturell likhet mellan företagen MAN/Auwärter och EvoBus. Någon sådan har dock inte kunnat fastställas i tillräcklig omfattning trots att det finns vissa gemensamma drag.
55. Både MAN/Auwärter och EvoBus har visserligen i enlighet med en tvåmärkesstrategi för avsikt att tillverka bussar av två olika märken och marknadsföra dem var för sig – även om det sker under en enhetlig företagsledning. Båda företagen kommer samtidigt att tillverka lastbilar, vilket ger fördelar inom områdena forskning och utveckling, vid inköp och tillverkning av komponenter och i förekommande fall vid utnyttjande av respektive verkstads- och servicenät både för bussar och för lastbilar. Båda företagen har dessutom med MAN och Mercedes-Benz sin egen produktion av bussmotorer. Båda har också produktionsenheter i länder utanför EU som Polen och Turkiet och drar nytta av de lägre lönerna där. Slutligen har båda företagen på jämförbart sätt betydande fördelar jämfört med sina aktuella eller potentiella utländska konkurrenter, framför allt de båda tätaste näten av service- och reparationsverkstäder på den tyska marknaden, en omfattande närvaro i de tyska transportföretagens vagnparker och märkestrohet särskilt bland mindre kunder.
56. Trots dessa gemensamma drag går det inte att blunda för de principiella skillnader som finns mellan det nya företaget MAN/Auwärter och EvoBus och som leder till en avsevärd obalans mellan de båda. Detta står klart redan med tanke på de båda tillverkarnas olika betydelse på den totala bussmarknaden och inom området lastbilar. EvoBus tillverkar exempelvis ungefär fyra gånger så många bussar som MAN och Auwärter tillsammans, och DaimlerChrysler-koncernen, som står bakom EvoBus, tillverkar ungefär åtta gånger så många bussar och lastbilar som MAN/Auwärter. Viktigt i detta sammanhang är att antalet så kallade lika delar, dvs. komponenter som kan användas både vid tillverkning av lastbilar och vid tillverkning av bussar, enligt parternas uppgifter utgör mellan 20 % och 30 % av värdet hos en genomsnittlig stadsbuss. På grund av sin betydligt större produktion av bussar och lastbilar kommer DaimlerChrysler-koncernen därför också i framtiden att ha avsevärda storleksfördelar jämfört med det nya företaget MAN/Auwärter. Därmed råder inte tillräcklig symmetri mellan de båda marknadsledarna, särskilt inte vad gäller kostnadsstrukturerna. En sådan symmetri vore emellertid en förutsättning för att man skulle kunna anta att ett stabilt duopol skulle kunna förekomma ²⁹.

²⁹ Så också beslutet *Exxon/Mobil* (punkt 476 i den preliminära offentliga versionen, jfr fotnot 28 ovan). Beträffande kostnadsstrukturernas betydelse jfr beslutet *Nestlé/Perrier* (fotnot 17 ovan, punkt 63).

e) Resultat: Den planerade koncentrationen kan inte resultera i ett marknadsdominerande duopol på den tyska marknaden för stadsbussar.

57. Av ovan nämnda skäl kommer kommissionen fram till att den för närvarande rådande effektiva konkurrensen på den tyska marknaden för stadsbussar inte hotas genom den planerade koncentrationen och genom att Auwärter (Neoplan) i samband med denna elimineras som självständig leverantör. Det sakförhållande som kommissionen fått fram ger ingen grund att anta att en tyst samordning är möjlig. Den planerade koncentrationen kan därför inte anses vara ägnad att framkalla ett marknadsdominerande duopol på den tyska marknaden för stadsbussar.

2) Marknaden för stadsbussar i Österrike

58. År 1999 inregistrerades enligt vad kommissionen känner till totalt 218 nya stadsbussar i Österrike, vilket motsvarar 33,6 % av alla nyregistrerade bussar där. MAN är klar marknadsledare med 63,8 %, före EvoBus med 34,4 % och Volvo med 1,8 %.
59. Koncentrationen leder inte till någon som helst förstärkning av marknadsandelarna, eftersom Auwärter inte kunnat sälja några bussar på denna produktmarknad i Österrike åren 1999 och 2000. Enstaka försäljningar åren innan till Vorarlberg, vilka uppgick till mellan 3 och 13 fordon och ledde till marknadsandelar på mellan 8 % (1996/1997) och 1,7 % (1998/1999)³⁰, genomfördes av Auwärters representant i Bayern och kom inte till stånd som resultat av anbudsinfordringar. Auwärters österrikiska filial sålde fram tills nyligen bara turistbussar. MAN:s övertagande av Auwärter leder alltså på sin höjd till eliminering av en nischleverantör som under de senaste två åren inte kunnat genomföra några som helst försäljningar och därmed i bästa fall har status av potentiell konkurrent. Någon väsentlig förstärkning av MAN:s ställning på den österrikiska marknaden genom denna koncentration behöver däremot inte befaras.
60. Trots EvoBus och marknadsledaren MAN:s starka ställning råder för närvarande effektiv konkurrens på den österrikiska marknaden för stadsbussar. Volvo har sedan övertagandet av den österrikiska tillverkaren Steyr Bus GmbH varit aktiv på marknaden som en tredje kraft och genomgående varit mer framgångsrikt än Auwärter under de senaste fem åren. Mot bakgrund av denna marknadssituation ger det faktum att Auwärter fallit bort som eventuell potentiell konkurrent ingen anledning till konkurrensfarhågor beträffande koncentrationen.

3) Marknaden för stadsbussar i Tyskland och Österrike

61. År 1999 inregistrerades enligt vad kommissionen känner till totalt 1 975 nya stadsbussar i Tyskland och Österrike, vilket motsvarar 32,4 % av alla nyregistrerade bussar i dessa båda medlemsstater. På området stadsbussar i Tyskland och Österrike sammantagna uppgick MAN:s marknadsandel till 42,2 % och Auwärters till 7,9 % (de båda parterna tillsammans: 50,1 %), medan EvoBus kom upp i 47,7 %. Därmed visar sig styrkeförhållandet mellan MAN/Auwärter å ena sidan och EvoBus å andra

³⁰ Uppgifterna gäller MAN:s räkenskapsår (som börjar den 1 juli ett år och slutar den 30 juni följande år).

sidan vara i stort sett detsamma när man ser på en tysk-österrikisk marknad som när man ser enbart på den tyska marknaden (jfr punkt 32 ovan).

62. Konkurrensvillkoren på en tysk-österrikisk marknad för stadsbussar kan jämföras med villkoren i Tyskland. I synnerhet är marknadsledarna och de övriga busstillverkarna på marknaden i stor utsträckning desamma i de båda medlemsstaterna. Dessutom finns det ett nära samband mellan marknaderna i de båda medlemsstaterna på grund av det gemensamma språket, vilket inte minst leder till likartad affärspraxis. Vid upphandlingarna följer de österrikiska transportföretagen exempelvis till största delen de rekommendationer som utarbetats i Tyskland av VDV.
63. De slutsatser som dragits beträffande den tyska marknaden kan därför överföras på den nämnda större geografiska marknaden (jfr punkt 57 ovan).

4) Marknaden i Tyskland för bussar avsedda för linjetrafik

64. År 1999 inregistrerades enligt vad kommissionen känner till totalt 1 922 bussar avsedda för linjetrafik i Tyskland, vilket motsvarar 35,2 % av alla nyregistrerade bussar där. EvoBus är klar marknadsledare med en marknadsandel på 59,9 %, före MAN med 17,4 %, Auwärter med 15,3 % och Volvo med 3,9 %.
65. Marknadsförhållandena inom området bussar avsedda för linjetrafik liknar förhållandena inom stadsbussområdet, även om enskilda aspekter är mindre starkt utpräglade här. Så är till exempel de tekniska kraven och kvalitetskraven höga på bussar avsedda för linjetrafik, även om de är mindre höga än på marknaden för stadsbussar; vidare skiljer sig de enskilda kundernas krav på bussar avsedda för linjetrafik från varandra, om än i mindre grad än inom stadsbussområdet. Offentliga anbudsinfordringar genomförs vid anskaffning av bussar avsedda för linjetrafik, även om det sker mindre ofta än inom stadsbussområdet. Närvaron av utländska tillverkare är låg, men högre än inom stadsbussområdet. Deras marknadsandel uppgår till gott och väl 7 %, med en något ökande tendens. Totalt sett kan för närvarande effektiv konkurrens konstateras även inom området bussar avsedda för linjetrafik i Tyskland.
66. Mot bakgrund av den klart ledande ställning som EvoBus har på marknaden kan det uteslutas att koncentrationen underlättar för parterna att uppnå ensam marknadsdominans på den tyska marknaden för bussar avsedda för linjetrafik. Den – till skillnad från inom stadsbussområdet – synnerligen ojämna fördelningen av marknadsandelarna för MAN/Auwärter å ena sidan (32,7 %) och EvoBus å andra sidan (59,9 %) talar dessutom emot att en gemensam marknadsdominans skulle kunna uppstå. I övrigt kan slutsatserna från området stadsbussar (jfr punkt 57 ovan) i stort sett överföras på den tyska marknaden för bussar avsedda för linjetrafik, eftersom marknadsvillkoren är likartade (jfr punkt 65 ovan).

5) Marknaden i Österrike för bussar avsedda för linjetrafik

67. År 1999 inregistrerades enligt vad kommissionen känner till totalt 147 nya bussar avsedda för linjetrafik i Österrike, vilket motsvarar 22,7 % av alla nyregistrerade bussar där. MAN är klar marknadsledare med en marknadsandel på 56,5 %, före EvoBus med 26,5 %, Irisbus (Renault) med 10,2 % och Volvo med 6,8 %.

68. Koncentrationen leder inte till någon som helst förstärkning av marknadsandelarna, eftersom Auwärter inte kunnat sälja några bussar på denna produktmarknad i Österrike åren 1999 och 2000. Även försäljningsresultaten från åren innan, vilka låg på mellan noll och tre fordon och resulterade i marknadsandelar på mellan 0 % (1997/1998) och 1,8 % (1996/ 1997)³¹, bekräftar Auwärters ringa betydelse på den österrikiska marknaden för bussar avsedda för linjetrafik. MAN:s övertagande av Auwärter leder följaktligen på sin höjd till eliminering av en nischleverantör som inte kunnat genomföra några som helst försäljningar de senaste två åren och följaktligen i bästa fall har status av potentiell konkurrent. Någon väsentlig förstärkning av MAN:s ställning på den österrikiska marknaden genom denna koncentration behöver däremot inte befaras.
69. I än högre grad än inom stadsbussområdet säkerställs i övrigt konkurrensen på den österrikiska marknaden för bussar avsedda för linjetrafik genom den ökade närvaron av leverantörer från det icke tyskspråkiga området. I detta sammanhang bör det särskilt noteras hur Irisbus (Renault)³² på mycket kort tid lyckats etablera sig på marknaden: på bara ett år har företaget uppnått en marknadsandel på 10,2 % – under MAN:s räkenskapsår 1999/2000³³ till och med en marknadsandel på 26 %.
70. Vidare kännetecknas den österrikiska marknaden för bussar avsedda för linjetrafik av stark koncentration på bussbolagssidan, och det kan således konstateras att köparna har en stark förhandlingsposition gentemot säljarna. En avgörande roll spelar särskilt den starka ställning som de båda stora linjebussbolagen i Österrike har, dvs. Österreichische Postbus AG och Österreichische Bundesbahnen (ÖBB). Österreichische Postbus AG har en vagnpark med ca 1 600 bussar från olika tillverkare och tillämpar en uttalad flermärkesstrategi, för att främja konkurrensen mellan leverantörerna. ÖBB har ca 800 bussar och tenderar också till flermärkesstrategi.
71. Under dessa omständigheter leder elimineringen av Auwärter som eventuell potentiell konkurrent på marknaden för bussar avsedda för linjetrafik i Österrike inte till konkurrensfarhågor beträffande koncentrationen.

6) Marknaden i Tyskland och Österrike för bussar avsedda för linjetrafik

72. År 1999 inregistrerades enligt vad kommissionen känner till totalt 2 069 nya bussar avsedda för linjetrafik i Tyskland och Österrike, vilket motsvarar 33,9 % av alla nyregistrerade bussar i dessa båda medlemsstater. På området bussar avsedda för linjetrafik i Tyskland och Österrike sammantagna uppgick MAN:s marknadsandel till 20,2 % och Auwärters till 14,2 % (båda parterna tillsammans: 34,4 %), medan EvoBus kom upp i 57,5 %. Därmed visar sig styrkeförhållandet mellan MAN/Auwärter å ena sidan och EvoBus å andra sidan vara i stort sett detsamma när man ser på en tysk-österrikisk marknad som när man ser enbart på den tyska marknaden. För den konkurrensmässiga bedömningen gäller de slutsatser som dragits ovan om Tyskland (jfr punkt 66 ovan).

³¹ Uppgifterna gäller MAN:s räkenskapsår (som börjar den 1 juli ett år och slutar den 30 juni följande år).

³² Jfr fotnot 13 ovan.

³³ MAN:s räkenskapsår 1999/2000 började den 1 juli 1999 och slutade den 30 juni 2000.

7) Marknaden för turistbussar i Tyskland

73. År 1999 inregistrerades enligt vad kommissionen känner till totalt 1 773 nya turistbussar i Tyskland, vilket motsvarar 32,5 % av alla nyregistrerade bussar där. EvoBus är klar marknadsledare med en marknadsandel på 51,6 %, före Auwärter med 19 % och MAN med 9,5 %.
74. Den genomförda marknadsundersökningen har visat att det för närvarande råder effektiv priskonkurrens på den tyska marknaden för turistbussar. Till skillnad från området stadsbussar och bussar avsedda för linjetrafik är turistbussbolagen redan idag i regel privata företag, som inte drar fördel av statligt stöd och därför i särskilt hög grad måste se till förhållandet mellan pris och prestation vid nyanskaffningar³⁴.
75. Utländska leverantörer³⁵ har bidragit till konkurrensen på den tyska marknaden för turistbussar. De har kunnat öka sin marknadsandel från 10,3 % (1994)³⁶ till idag nära 20 %. Den tyska marknaden för turistbussar kännetecknas visserligen av ett stort antal små och medelstora bussbolag, bland vilka särskilt Kooperationer och gemensamma upphandlingar är mer sällsynta än bland stads- och linjebussbolag. Turistbussar köps också sällan in genom offentliga anbudsinfordringar. Vidare har de flesta turistbussbolagen inte egna servicemöjligheter och är alltså beroende av tillverkarnas serviceutbud eller deras auktoriserade verkstäder. Som den ökande andelen import visar, är det här dock inte fråga om oöverstigliga hinder för etablering på marknaden.
76. Mot denna bakgrund ger koncentrationen mellan MAN och Auwärter ingen anledning till konkurrensfarhågor vad gäller den tyska marknaden för turistbussar. Det finns inte heller någon risk för att MAN/Auwärter å ena sidan och marknadsledaren EvoBus å andra sidan skall utöva kollektiv marknadsdominans. Den ojämna fördelningen av marknadsandelarna (MAN/Auwärter: 28,5 %; EvoBus: 51,6 %) talar liksom den beskrivna importökningen emot risken för tyst samordning.

8) Marknaden för turistbussar i Österrike

77. År 1999 inregistrerades enligt vad kommissionen känner till totalt 284 nya turistbussar i Österrike, vilket motsvarar 43,8 % av alla nyregistrerade bussar där. EvoBus är klar marknadsledare med en marknadsandel på 63,4 %, före Auwärter med 16,9 %, MAN med 7,7 % och Volvo med 4,9 %. De icke tyska tillverkarna har under de gångna åren kunnat öka sin marknadsandel kontinuerligt till över 10 %, och de uppnådde 1999 en andel på 12 %.
78. Den genomförda marknadsundersökningen har visat att konkurrensvillkoren på den österrikiska marknaden för turistbussar inte skiljer sig avsevärt från villkoren i Tyskland. Detta gäller särskilt kundernas krav inom det tekniska området och kvalitetsområdet. Också prisnivån är jämförbar, och de leverantörer som är aktiva på

³⁴ Angående i synnerhet de privata bussbolagens prismetvetenhet, jfr beslutet *Mercedes-Benz/Kässbohrer* (fotnot 6 ovan), punkt 51.

³⁵ Sådana leverantörer är exempelvis det belgiska företaget *Van Hool N.V.* och de nederländska tillverkarna *Autobusfabriek BOVA B.V.* och *Berkhof Jonckheere*, vidare de svenska producenterna *Volvo Bus Corporation* och *Scania AB* samt *Irisbus* (jfr fotnot 13 ovan).

³⁶ Beslutet *Mercedes-Benz/Kässbohrer* (jfr fotnot 6 ovan), punkt 62.

marknaden är desamma. De slutsatser som dragits för Tyskland (jfr punkt 74 ff. ovan) kan följaktligen överföras på Österrike.

9) Marknaden för turistbussar i Tyskland och Österrike

79. År 1999 inregistrerades enligt vad kommissionen känner till totalt 2 057 nya turistbussar i Tyskland och Österrike. Detta motsvarar 33,7 % av alla nyregistrerade bussar i dessa båda medlemsstater. På området turistbussar i Tyskland och Österrike sammantagna uppgick MAN:s marknadsandel till 9,2 % och Auwärter till 18,7 % (båda parterna tillsammans: 27,9 %), medan EvoBus kom upp i 53,2 %. Därmed visar sig styrkeförhållandet mellan MAN/Auwärter å ena sidan och EvoBus å andra sidan vara i stort sett detsamma när man ser på en tysk-österrikisk marknad som när man ser enbart på den tyska marknaden. För den konkurrensmässiga bedömningen gäller det som sagts ovan om Tyskland (jfr punkt 74 ff. ovan).

10) Marknaden för turistbussar i Danmark

80. Inom turistbusektorn i Danmark leder visserligen koncentrationen statistiskt sett till en förstärkning av marknadsandelarna (MAN: 4,5 %; Auwärter: 16,9 %; tillsammans: 21,4 %), och EvoBus förblir klar marknadsledare med 48,3 %. Till skillnad från Auwärter har MAN dock levererat enbart chassin till Danmark, inte kompletta bussar; MAN är alltså verksamt på en annan marknadsnivå än Auwärter. Att MAN ändå har en marknadsandel i Danmark beror uteslutande på sättet att räkna i registreringsstatistiken, vilken anger tillverkaren av chassit som tillverkare av bussen. Denna förstärkning av marknadsandelarna ger därför inte anledning till konkurrensfarhågor.

11) Konkurrensmässig bedömning av koncentrationen på grundval av den geografiska marknad som definierats av MAN

81. Inte heller på grundval av den geografiska marknad som MAN föreslagit, vilken jämte Tyskland och Österrike omfattar medlemsstaterna Italien, Belgien, Luxemburg, Nederländerna, Frankrike, Spanien och Portugal, ger den planerade koncentrationen anledning till konkurrensfarhågor. På den angivna geografiska marknaden ligger Irisbus inom området stadsbussar i ledningen med en marknadsandel på 30,5 % före EvoBus (24,1 %), MAN/Auwärter (21,5 %), van Hool (5,5 %), Volvo och Scania (vardera 3,6 %). När det gäller bussar avsedda för linjetrafik leder EvoBus med 33,6 % före Irisbus (32,7 %) och MAN/Auwärter (18,4 %). På marknaden för turistbussar ligger EvoBus med 33 % klart före Irisbus (22,5 %) och MAN/Auwärter (15,6 %). Volvo kommer upp i 7 % och Scania i 6,2 %³⁷.

³⁷ Alla uppgifter gäller år 1999.

VII. RESULTAT

82. Av ovan beskrivna skäl kan man utgå från att den planerade koncentrationen inte skapar eller förstärker en dominerande ställning som avsevärt skulle förhindra effektiv konkurrens på den gemensamma marknaden eller inom en väsentlig del av denna. Koncentrationen skall därför i enlighet med artikel 2.2 och artikel 8.2 i koncentrationsförordningen och i enlighet med artikel 57 i EES-avtalet förklaras vara förenlig med den gemensamma marknaden och EES-avtalet.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Den anmälda planerade koncentrationen, genom vilken MAN Nutzfahrzeuge AG i den betydelse som avses i artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen övertar fullständig kontroll över Gottlob Auwärter GmbH & Co. KG, förklaras vara förenlig med den gemensamma marknaden och EES-avtalet.

Artikel 2

Detta beslut riktar sig till:

MAN Nutzfahrzeuge AG
Dachauer Straße 667
D-80995 München

Utfärdat i Bryssel den 20 juni 2001

På kommissionens vägnar
Mario MONTI
Ledamot av kommissionen