



Brüssel, den 10.10.2001 *
SG (2001) D/291745

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 10. Oktober 2001

zur Erklärung der Unvereinbarkeit eines Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt

(Sache Nr. COMP/M.2283 – Schneider/Legrand)

Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates

(Nur die französische Textfassung ist verbindlich)

(Text von Bedeutung für den EWR)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN -

Gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

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

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates vom 21. Dezember 1989 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen¹, zuletzt geändert durch Verordnung (EG) Nr. 1310/97 des Rates vom 30. Juni 1997², insbesondere auf Artikel 8 Absatz 3,

gestützt auf die Entscheidung der Kommission vom 30. März 2001, das Verfahren in dieser Sache einzuleiten,

nachdem den beteiligten Unternehmen Gelegenheit gegeben wurde, sich zu den Einwänden der Kommission zu äußern,

gestützt auf die Stellungnahme des Beratenden Ausschusses für die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen³,

gestützt auf den Abschlussbericht des Anhörungsbeauftragten in dieser Sache⁴,

¹ ABl. L 395 vom 30.12.1989, S. 1; ABl. L 257 vom 21.9.1990, S. 13 (berichtigte Fassung).

² ABl. L 180 vom 9.7.1997, S. 1; ABl. L 40 vom 13.2.1998, S. 17 (Berichtigung).

³ ABl. C ... vom ... 2001, S. ...

⁴ ABl. C ... vom ... 2001, S. ...

IN ERWÄGUNG NACHSTEHENDER GRÜNDE:

1. Am 16. Februar 2001 wurde bei der Kommission ein Zusammenschlussvorhaben gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates angemeldet, wonach das Unternehmen SCHNEIDER ELECTRIC durch ein am 15. Januar 2001 angekündigtes öffentliches Aktientauschangebot die Kontrolle über die Gesamtheit des Unternehmens LEGRAND im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b) der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates (nachstehend : Fusionskontrollverordnung) erwirbt.

I. DIE PARTEIEN UND DAS VORHABEN

2. SCHNEIDER ELECTRIC (nachstehend: Schneider), eine Aktiengesellschaft nach französischem Recht, ist die Muttergesellschaft einer Unternehmensgruppe, die in der Produktion und im Vertrieb von Erzeugnissen und Systemen der Sektoren elektrische Anlagen, industrielle Prozesssteuerung und Automatisierung tätig ist. Sie hat ein weltweites Betätigungsfeld.
3. LEGRAND (nachstehend: Legrand), ebenfalls eine Aktiengesellschaft nach französischem Recht, ist die Muttergesellschaft einer Unternehmensgruppe, die in der Produktion und im Vertrieb von elektrischen Geräten und Zubehör elektrischer Niederspannungsanlagen tätig ist. Sie hat ein weltweites Betätigungsfeld.

II. DER ZUSAMMENSCHLUSS

4. Der Zusammenschluss besteht in einem öffentlichen Aktientauschangebot von Schneider, das sich auf die Gesamtheit der Aktien in der Hand freier Aktionäre erstreckte. Somit stellt der Zusammenschluss einen Erwerb von Anteilsrechten dar, mit dem die unmittelbare Kontrolle über die Gesamtheit eines anderen Unternehmens im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b) der Fusionskontrollverordnung ausgeübt wird. Das öffentliche Austauschangebot wurde am 25 Juli 2001 abgeschlossen; Schneider Electric hält jetzt 98,1% des Kapitals von Legrand.

III. DIE GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

5. Die einschlägigen Unternehmen erzielen weltweit einen Gesamtumsatz von über 5 000 Millionen Euro⁵ (Schneider : 8 750 Millionen Euro ; Legrand : 2 791 Millionen Euro). Jedes von ihnen erzielt einen innergemeinschaftlichen Umsatz von über 250 Millionen Euro (Schneider : 4 095 Millionen Euro ; Legrand : 1 684 Millionen Euro), aber keines von beiden erzielt mehr als zwei Drittel seines Umsatzes in einem einzigen Mitgliedstaat. Das Vorhaben hat somit eine gemeinschaftsweite Bedeutung.

⁵ Der Umsatz wurde gemäß Artikel 5 Absatz 1 der Fusionskontrollverordnung und der Mitteilung der Kommission über die Berechnung des Umsatzes im Sinne der Verordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen (ABl. C 66 vom 2.3.1998, S. 25) ermittelt. Betreffen diese Daten die Umsätze eines vor dem 1.1.1999 liegenden Zeitraums, so sind sie auf der Grundlage des durchschnittlichen ECU-Wechselkurses zu ermitteln und eins zu eins in Euro wiederzugegeben.

IV. VERFAHREN

6. Die Kommission gelangte nach Prüfung der Anmeldung zu der Auffassung, dass das angemeldete Vorhaben in den Anwendungsbereich der Fusionskontrollverordnung fällt und Anlass zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen gibt. Deshalb entschied die Kommission am 30. März 2001, in dieser Sache ein Verfahren nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c) der Fusionskontrollverordnung einzuleiten.
7. Um das angemeldete Zusammenschlussvorhaben prüfen zu können, richtete die Kommission am 6. April 2001 ein Auskunftsverlangen gemäß Artikel 11 der Fusionskontrollverordnung an Schneider und an Legrand. Die Einlassungsfrist zur Beantwortung dieses Auskunftsverlangens lief am 18. April 2001 ab. Jedoch erteilten Schneider und Legrand nicht alle angeforderten Auskünfte innerhalb der festgesetzten Frist.
8. Die Kommission forderte folglich die Auskünfte von Schneider und Legrand durch Entscheidung gemäß Artikel 11 Absatz 5 der Fusionskontrollverordnung an. Aufgrund von Artikel 10 Absatz 4 dieser Verordnung wurde die Viermonatsfrist zum Erlass einer Entscheidung nach Artikel 8 Absatz 3 dieser Verordnung ausnahmsweise vom 6. April 2001 bis zum Zeitpunkt des Eingangs der Gesamtheit der von der Kommission angeforderten Auskünfte gehemmt, also bis zum 25. Juni 2001.
9. Am 3. August 2001 übermittelte die Kommission Schneider ihre Einwände. Die Parteien antworteten auf diese Mitteilung der Einwände mit einem am 16. August 2001 zugesandten Dokument (nachstehend: "Erwiderung"). Anschließend fand am 21. August 2001 eine Anhörung statt.

V. DIE VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT

A. Der Wirtschaftssektor der elektrischen Niederspannungsprodukte

A.1 Einführung

10. Die Auswirkungen des Zusammenschlusses machen sich hauptsächlich im Sektor der elektrischen Niederspannungsanlagen bemerkbar, in dem die Gesamtheit des Vertriebsgeschäftes von Legrand und fast die Hälfte der Wirtschaftstätigkeiten von Schneider abgewickelt wird.
11. Dieser Sektor umfasst die Einrichtungen und Ausrüstungen in Industrie-, Dienstleistungs- oder Wohngebäuden, die dem Anschluss an das Stromversorgungsnetz mittlerer Spannung nachgelagert sind. Er umfasst ebenfalls die Gesamtheit der zum Anschluss eines Gebäudes an die Elektrizitätsversorgung notwendigen Ausrüstungen (wie beispielsweise Verteilerschalttafeln, Verteilerkästen mit elektrischen Kabeln und Leitungen, Steckdosen und Schalter), Bauteile von Kommunikations- und Kontrollanlagen (für die Klimatisierungs- und Beleuchtungstechnik etc.) und Ausrüstungen für bestimmte Anlagen der Gebäudesicherheit, wie Alarm- und Schutzsystemen bei Brand oder Einbruch.
12. Genau genommen betrifft das vorliegende Zusammenschlussvorhaben im Wesentlichen die folgenden drei Tätigkeitskomplexe:

- (a) Die Verteilerschalttafeln elektrischer Niederspannungsanlagen, die im Wesentlichen zur Verteilung der elektrischen Energie auf die verschiedenen Ebenen der baulichen Anlage dienen (z.B. Gebäude, Etage oder Wohnung), wie auch zum Schutz von Gebäude und Verbraucher gegen die Gefahren von Überstrom und Kurzschluss.

Diese Schalttafeln, die hauptsächlich aus einem Schutzgehäuse und –bauteilen (wie Trennschaltern, Sicherungen oder Fehlerstromschutzschaltern) bestehen, können entsprechend den verschiedenen Stromversorgungsebenen in drei verschiedene Kategorien unterteilt werden : (i) Gesamtverteilerschalttafeln (für den Anschluss großer Industrie- oder Dienstleistungsgebäude an das Stromversorgungsnetz mittlerer Spannung), (ii) Trennverteilerschalttafeln (typischerweise auf der Geschossebene verwandt) und (iii) Endverteilerschalttafeln (auf der Endverbraucherebene mit schwachem Energiebedarf eingesetzt, wie z.B. bei Wohnräumen) ;

- (b) Die vorgefertigten Verlegungsprodukte mit elektrischen Leitungen, die als Kanalisationssysteme im Boden, in technischen Umhüllungen oder in eingezogenen Decken eines Gebäudes dienen ;
- (c) Die elektrischen Ausrüstungen, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind und sechs Produktkategorien umfassen : (i) Endverbraucherapparaturen, die Endpunkte der Elektroinstallation sind (Steckdosen und Schalter etc.) ; (ii) Kontrollsysteme, die eine spezifische Anlage (z.B. die Heizung) in einem speziellen Bereich des Hauses steuern ; (iii) Schutzsysteme, welche die Sicherheit von Personen und Sachen gewährleisten (Alarm-, Brandmelde-, Notbeleuchtungssysteme etc.) ; (iv) informatikgestützte Geräteverbindungsrichtungen für Kommunikationssysteme (rechnergesteuerte Leitungswähler, Mischschaltkästen etc.) ; (v) Klemm- und Verteilermaterialien, welche die Verkabelung, Kabelführung und Verteilung der den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Elektroinstallationen ermöglichen ; (vi) raumgestalterische Bauteile der Kabelführung (Kanalisationssysteme, Boden-, Wand- oder Pfahlmuffen).

13. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben hat ebenfalls Auswirkungen auf andere gewerblich genutzte Produkttypen, so vor allem auf die Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktionen, die auch unter der Bezeichnung “industrielle Knopffabrikation” laufen, wie auch auf die Ausrüstungen der Stromumwandlung und - zuführung.

14. Die Parteien schlagen vor, diesen Sektor in folgende Segmente aufzugliedern, was in der Folge der vorliegenden Entscheidung als Ausgangspunkt zur Festlegung der sachlich relevanten Produktmärkte dient :

Tabelle 1

Segment	Name	Erzeugnisse
Segment 1	Gesamtverteilerschalttafeln für Niederspannungsanlagen	Bauteile von Schaltkästen, Schalter, Sicherungen etc.
Segment 2	Trennverteilerschalttafeln	Bauteile von Schaltkästen, Schalter, Sicherungen etc.
Segment 3	Vorgefertigte Verlegungsprodukte mit elektrischen Leitungen	Vorgefertigte Kabel- und Leitungsträger
Segment 4	Endverteilerschalttafeln	Bauteile von Schaltkästen, Schalter, Sicherungen, Trennschalter und Fehlerstromschutzschalter (Differenzialschutzsperren) etc.

Segment 5	Segment 5A	Elektrische Ausrüstungen, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind	Endverbraucherapparaturen, die Endpunkte der Elektroinstallation sind Kontrollsysteme Sicherheits- und Schutzsysteme Bauteile für Kommunikations- und Vernetzungssysteme
	Segment 5B	Verteilerzubehör zur Elektroinstallation	Verteilerkästen, Klemm- und Verkabelungsmaterialien, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert und den Elektroinstallationen für die Endverbraucherapparaturen vorgeschaltet
	Segment 5C	Raumgestalterische Bauteile der Vernetzung	Boden-, Wand-, Pfahlmuffen etc.
Industriell genutzte Bauteile		Produkte für die Stromumwandlung und -zuführung Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktionen	Ausrüstungen zur Sicherstellung der Stromversorgung aus alternativer Energiegewinnung oder aus laufender industrieller Energiegewinnung Verbindungsapparaturen zur Sicherstellung der Steuerung der Beschaffung industrieller Energiebestände

A.2 Darstellung des Wirtschaftszweiges

A.2.1 Die beteiligten Akteure

15. Angebot an und Nachfrage nach den betreffenden Ausrüstungen können sechs unterschiedliche Arten von Wirtschaftsbeteiligten auf den Plan rufen: Hersteller, Großhändler, Schalttafelbauer, Elektroinstallateure, Hauptauftragnehmer (Architekten, Ingenieurgesellschaften etc.) und die Endabnehmer.

A.2.2 Die Hersteller von elektrischen Niederspannungsanlagen

16. Bei den Herstellern von Elektromaterial handelt es sich um die gewerblichen Gruppen, welche die betreffenden Ausrüstungen produzieren und einstellen. Nach einer internen Segmentaufteilung⁶ von Schneider können drei verschiedene Arten von Akteuren unterschieden werden: "Großakteure", "gesunde Unternehmen" und "angeschlagene Betriebe".
17. Schneider stellt in erster Linie eine der großen internationalen Unternehmensgruppen (oder "Großakteure") dar, und zwar im Hinblick auf ihre Größe, ihre diversifizierte Produktpalette und ihre Kapazitäten für große Veränderungen zur Neupositionierung ihrer Tätigkeiten. Außer Schneider fallen in diese Kategorie der großen weltweiten Unternehmensgruppen noch ABB, Siemens, General Electric, Tyco, Matsushita und Emerson. In Europa üben nur vier dieser Unternehmensgruppen bedeutsame Aktivitäten im Bereich von Elektromaterial für Niederspannungsanlagen aus. Dabei handelt es sich um Schneider, ABB, Siemens und GE, die alle über eine umfangreiche Produktpalette bei Niederspannungsanlagen verfügen und erhebliche Geschäftstätigkeiten bei Elektromaterial für Mittel- und Hochspannungsanlagen entfalten. Bekanntlich sind ABB, Siemens und GE auch in gewissen Maßen vertikal integriert und führen Elektroinstallations- und Schalttafelbautätigkeiten aus. Emerson ist vor allem in den Vereinigten Staaten tätig, während Matsushita in Europa quasi nicht und Tyco in Europa nur in einigen Nischenbereichen der den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Ausrüstungen und der Kabelträgersysteme aktiv ist.

⁶ "Entwicklung der strategischen Positionierung unserer Hauptkonkurrenten".

18. Nach Schneider handelt es sich bei den “angeschlagenen Betrieben” [...] * um Unternehmen, die stärker spezialisiert und hauptsächlich in zyklischen Wirtschaftssektoren positioniert sind [...] * sowie vorübergehend an einem Mangel an Wachstum leiden. Diese Gesellschaften sind auch durch wichtige Veränderungen in ihren Betätigungsfeldern gekennzeichnet und konnten sich nicht zu einer kohärenten Unternehmensgruppe formieren, was einen beträchtlichen Verfall ihrer Börsenwerte zur Folge hatte.
19. Bei den “gesunden Unternehmen” [...] * handelt es sich um kleinere Gesellschaften, die auf Niederspannungsanlagen spezialisiert sind. Sie besitzen meistens ein gesundes Betätigungsfeld, das geringen Entwicklungen unterliegt, ihnen aber den Vorteil wachsender Umsatzzahlen bietet, die dank auswärtiger Zukäufe aufrechterhalten werden. Diese Beschreibung trifft eigentlich auch auf [...] * zu.
20. Die vorstehende Segmentaufteilung erfolgt vor allem aufgrund der Größe und Verschiedenartigkeit der Produktpalette, was der handelspolitischen und strategischen Sichtweise von Schneider entspricht. Diese gilt mehr oder weniger auch für die internationale Diversifizierung der betreffenden Unternehmen. Die “Großakteure”, so vor allem Schneider, ABB und Siemens, sind im Allgemeinen in einer großen Anzahl von Mitgliedstaaten tätig, während bestimmte “gesunde Unternehmen” ihre Tätigkeiten meistens auf eine geringe Anzahl von Ländern begrenzt haben. So tritt [...] * in erster Linie in Frankreich, Deutschland, den Niederlanden und Portugal auf, während [...] * mehr als die Hälfte seines Umsatzes in Deutschland tätigt und [...] * hauptsächlich in Italien aktiv ist.
21. Zusammenfassend können die Geschäftstätigkeiten der wichtigsten Hersteller in folgender Tabelle veranschaulicht werden (***= große Produktpalette mit Absatzmärkten in den meisten Mitgliedstaaten, **= Lücken in der Produktpalette oder im Absatzgebiet, *= starke Lücken in der Produktpalette und im Absatzgebiet):

Tabelle 2

Name	Gesamtverteiler erschalttafeln	Trennverteiler erschalttafeln	Vorgefertigte Kanalisationssysteme	Endverteilerschalttafeln	Den Endverteilerschalttafeln nachgelagerte Ausrüstungen
Schneider	***	***	***	***	**
Legrand		**	*	***	***
ABB	***	***	*	***	**
Siemens	***	***		**	*
GE	***	***		**	*
Hager		**	*	***	*
Moeller	**	**	**	**	*
Gewiss		*		*	*

A.2.3 Die Großhändler

22. Bei den Großhändlern handelt es sich um Unternehmen der Nahversorgung, welche die gesamte Bandbreite an Materialien anbieten, die Elektroinstallateure oder Schalttafelbauer zur Durchführung einer Elektroinstallation benötigen. Nach Angaben der Parteien erfüllen sie die Funktionen der Feinverteilung der Produkte, der Logistik,

aber auch der Bevorratung von Sortimenten, und manchmal, für bestimmte Produkte und Kunden (insbesondere kleine Installationsbetriebe), der Finanzierung des Einkaufs der Erzeugnisse und sogar der technischen Beratung. Dies Großhändler kaufen direkt beim Hersteller.

23. Die Beziehungen zwischen den Großhändlern und den Herstellern richten sich nach Verträgen, die im Allgemeinen eine Laufzeit von einem Jahr haben und verlängerbar sind. Diese Verträge werden auf mehreren geografischen Ebenen (hauptsächlich der lokalen und der nationalen) auf das jeweilige Produkt bezogen ausgehandelt. In der Regel sehen sie für gewisse Produktreihen Rabattlinien gegenüber den Katalogpreisen der Hersteller vor. Diese Rabatte sind je nach Verkaufsumfang der betreffenden Produkte proportional gestaffelt. Außer dieser ersten Rabattlinie sehen die Verträge mit den Großhändlern zusätzliche Preisnachlässe vor, die Anreize geben sollen (beispielsweise durch Nachlassprogression), um diese oder jene Produktreihe zu verbreiten oder die allgemeinen Verkaufszahlen der Produkte des jeweiligen Herstellers zu steigern. Diese Preisnachlässe werden am Ende der Vertragslaufzeit abgerechnet. Diese Vertriebsverträge unterliegen gegebenenfalls auch einem Mantelvertrag auf europäischer Ebene, meistens haben derartige Mantelverträge aber einen allgemeinen Regelungsbereich und beinhalten keine finanziellen Bestimmungen.
24. Ihre Rolle und Bedeutung in der Logistikkette ist von Materialtyp zu Materialtyp äußerst unterschiedlich. Die von den Parteien vorgelegten und durch die Untersuchungen der Kommission erhärteten Daten zeigen auch, dass die Großhändler fast nicht am Verkauf von Produkten für Gesamtverteilerschalttafeln beteiligt sind, dass sie aber bei fast 80% der Verkäufe für Materialien für Trennverteilerschalttafeln und Kabelträgersysteme und bei fast allen Verkäufen (über 90%) von Vorrichtungen für Endverteilerschalttafeln und der den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Ausrüstungen eingeschaltet sind.
25. Diese Unterschiede sind nach allem Anschein vor allem aus der Tatsache zu erklären, dass die Elektroinstallateure im Allgemeinen die Tendenz haben, ihre Einkäufe im Wesentlichen bei Großhändlern zu tätigen, und umgekehrt die industriellen Großkunden und die großen Schalttafelbauer sich meistens direkt an die Hersteller wenden. Bei den Erzeugnissen, die hauptsächlich von den kleineren und mittleren Elektroinstallations- und Schalttafelbaubetrieben gekauft werden (Bauteile für Trenn- und Endverteilerschalttafeln, vorgefertigte Kabelträger- und Leistungssystem, Ausrüstungen, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind), verkaufen die Hersteller ihre hauptsächlichlichen Erzeugnisse also normalerweise über Großhändler. Dagegen werden die im Allgemeinen von den industriellen Großkunden oder den großen Schalttafelbauern eingesetzten Produkte, wie Bauteile für Gesamtverteilerschalttafeln, im Allgemeinen auch direkt von den Herstellern geliefert.
26. Die Untersuchung der Kommission zeigt ebenfalls, dass die Größe und das Ausmaß der Konzentration der Großhändler von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat äußerst unterschiedlich sein kann. So ist der Vertrieb in Frankreich stark auf die Unternehmensgruppen Rexel und Sonepar konzentriert, scheint aber in Spanien und in Portugal stärker aufgesplittert zu sein. Nach den internen Dokumenten⁷ der Parteien wirken sich diese Strukturunterschiede auf das Verhalten der Großhändler in den jeweiligen Ländern aus. Es hat auch den Anschein, dass in den Ländern, in denen die

⁷ Legrand : Mittelfristige Planungen.

Großhändler am stärksten aufgesplittert sind, wie z.B. in Portugal, die Konkurrenz unter den Großhändlern zu einem Preiskrieg führt, der sich auf die Herstellerebene überträgt.

A.2.4 Die Schalttafelbauer

27. Bei den Schalttafelbauern handelt es sich um die Angehörigen des Berufszweigs, der die verschiedenen Bauteile einer Stromverteilerschalttafel eines Gebäudes zusammenbaut. In der Praxis erfüllen sie vier Funktionen : (i) Planung und Anpassung der Schalttafel an den besonderen Bedarf des jeweiligen Bauvorhabens, (ii) Beschaffung und Zusammenbau der Hauptbestandteile der Schalttafel (Bauteile des Schaltkastens, Trennschalter, Sicherungen etc.), (iii) Verkabelung der Schalttafel und (iv) Überprüfung der ordnungsgemäßen Funktionsweise der gesamten Anlage. Anschließend liefern sie die gebrauchsfertigen Schaltkästen an die Elektroinstallateure, die sie beim Endabnehmer einsetzen. In der Praxis sind die Schalttafelbauer hauptsächlich bei Gesamtverteiler- und den Trennverteilerschalttafeln im Einsatz. Die einfacheren Endverteilerschalttafeln werden im Allgemeinen direkt vom Elektroinstallateur angepasst und zusammengebaut.
28. Die Größe und die Anzahl der Schalttafelbaubetriebe ist je nach Stromstärkebedarf (und folglich der Vielschichtigkeit der Elektroinstallation) unterschiedlich. So gibt es nach Angaben der Parteien in Frankreich etwa 3 000 Schalttafelbauer, die Verteilerschalttafeln von unter 630 Ampere, aber nur 300 Betriebe, die Schalttafeln bis zu 1 600 Ampere bauen können. Außerdem sind gewisse Schalttafelbauer als vertikal integriert anzusehen. Beispielsweise verfügen einige Hersteller, wie ABB und Siemens, in bestimmten Ländern über eigene Schalttafelbautätigkeiten. Ferner können einige Schalttafelbauer bestimmte mit der Schalttafel zusammenhängende Bauteile auch selbst herstellen oder modifizieren (wie Trägerleisten oder Schutzbleche) beziehungsweise direkt auf der Ebene der Elektroinstallation tätig werden.
29. Bekanntlich beziehen die großen Schalttafelbauunternehmen, die komplizierte Anlagen bauen (wie Gesamtverteilerschalttafeln), sehr häufig direkt von den Herstellern, während die mittleren und kleinen Schalttafelbauer, die im Wesentlichen Trennverteilerschalttafeln bauen, die Bauteile im Allgemeinen bei Großhändlern einkaufen. Aus logistischen Gründen laufen die Einkäufe, die von den großen Schalttafelbauern bei den Herstellern direkt getätigt werden, unter Umständen gelegentlich als Durchlaufposition über die Großhändler (die dann nur diese Logistikfunktion wahrnehmen).
30. Schließlich können die Schalttafelbauer von den Herstellern auch noch als Fachbetrieb zugelassen werden. Mit der Erteilung einer derartigen Zulassung bescheinigt der Hersteller einem Schalttafelbauer die technischen Fachkenntnisse für die Verwendung seiner Erzeugnisse. In den meisten Fällen ist ein Schalttafelbauer von einem einzigen Hersteller als Fachbetrieb zugelassen, der aus diesen tatsächlichen Gründen auch sein Hauptlieferant ist.

A.2.5 Die Elektroinstallateure

31. Bei den Installateuren handelt es sich um die Angehörigen des Berufszweiges, der die Elektroinstallation der Niederspannungsanlagen beim Endabnehmer vornimmt. Sehr häufig sind sie es auch, welche die Produktreihe und die Marke der Materialien aussuchen, mit Ausnahme der Bauteile für große Stromverteilerschalttafeln, die von den Schalttafelbauern ausgewählt oder von den Hauptauftragnehmern vorgegeben werden, und der "sichtbaren" Bauteile (Steckdosen, Schalter etc.), die für die großen

Dienstleistungs- oder Wohngebäude traditionell von den Hauptauftragnehmern oder für die kleinen Wohngebäude zusammen mit dem Endabnehmer ausgesucht werden.

32. Dieser Berufszweig ist relativ aufgesplittert und heterogen, da er eine große Anzahl von Akteuren umfasst (über 30 000 in Frankreich), und zwar vom Handwerker, der alleine arbeitet, bis zu Betrieben mit mehr als 10 Beschäftigten und einem eigenen Planungsbüro. Aus diesem Grunde sind die Parteien wie bei den Schalttafelbauern der Auffassung, dass man generell einen Zusammenhang zwischen der Größe des Unternehmens und der Vielschichtigkeit der Elektroinstallationen herstellen kann. So arbeiten die kleinen Installationsbetriebe im Allgemeinen an Endverteilerschalttafeln und Ausrüstungen für den Endverbraucher (Steckdosen, Schalter etc.) in kleineren Gebäuden. So erklären die Parteien beispielsweise, dass es sich im Falle der Endverteilerschalttafeln, die technisch weniger kompliziert als die Trennverteilerschalttafeln sind, "häufig um Handwerksbetriebe mit 2 oder 3 Personen handelt, die den Meister, einen Gesellen und/oder einen Auszubildenden umfassen; die Ehefrau des Meisters nimmt die Bestellungen bei der jeweiligen Vertriebsstelle vor. Aus Gründen der Verfügbarkeit und der leichteren Montage kaufen diese Betriebe die gesamte Anlage [der Schalttafel von ein und derselben Marke]*".⁸ Die Elektroinstallateure mittlerer Betriebsgröße (3 bis 10 Beschäftigte) werden im Allgemeinen mit Projekten betraut, die Trennverteilerschalttafeln umfassen. Die noch größeren Elektroinstallationsbetriebe (mehr als 10 Beschäftigte) konzentrieren ihre Tätigkeiten auf die Gesamtverteilerschalttafeln. Die großen Installationsbetriebe können übrigens den Schalttafelbauern gleichgestellt werden.
33. Wie bereits weiter oben ausgeführt, beziehen die Elektroinstallateure ihre Materialien fast ausschließlich bei ihren lokalen Großhändlern. Dazu ist übrigens festzuhalten, dass die Elektroinstallateure im Allgemeinen nur ein begrenztes Warenlager bevorraten. Die Großhändler haben neben ihren klassischen Logistikfunktionen auch noch Finanzierungsdienstleistungen anzubieten (da der Handwerker im Allgemeinen erst mit der Abnahme der Elektroinstallation bezahlt wird). Ebenfalls hat es den Anschein, dass die Elektroinstallateure in einer zunehmenden Anzahl von Fällen auch Dienstleistungen der technischen beziehungsweise der bau- und sicherheitsrechtlichen Beratung von ihrem Großhändler in Anspruch nehmen können, so insbesondere bei der Durchführung komplizierter Systeme.
34. Auch greifen die Elektroinstallateure immer häufiger auf Computerprogramme zur Unterstützung der Planung der Elektroinstallation zurück, die ihnen ohne oder gegen Entgelt von den Herstellern zur Verfügung gestellt wird. Diese Software versetzt die Installateure in die Lage, bei der Planung der Elektroinstallation und der Auswahl der Produkte Zeit zu gewinnen; sie ist spezifisch auf den jeweiligen Hersteller zugeschnitten. Die Untersuchung der Kommission hat gezeigt, dass die Installateure praktisch nur eine oder zwei Softwareangebote unterschiedlicher Hersteller verwenden, und zwar aus Gründen der Zeit und damit auch der Kosten, die sie zur Beherrschung dieser Programme aufwenden müssen. Mit der Streuung dieser Computerprogramme wird also auch das Ziel verfolgt und die Wirkung erzielt, die Produkttreue der Installateure zu den Erzeugnissen eines Herstellers zu erhöhen.

⁸ Mitteilung der Parteien vom 25. Juli 2001.

A.2.6 Die Hauptauftraggeber

35. Dabei handelt es sich um die Architekten, die Planungsbüros, die Hersteller von Niederspannungsanlagen oder die Immobiliengesellschaften, die für die Projekte zuständig sind, in denen Elektroinstallationen vorgenommen werden. Sehr häufig greifen sie nur in Großprojekten (sowohl in Industrie- oder Dienstleistungs- als auch in Wohnprojekten) direkt ein und kaufen die Produkte selbst nicht. Jedoch spielen sie bei der Festlegung der technischen Spezifikationen der Elektroinstallationen (und manchmal der Marke der verwandten Produkte) unter Umständen die Rolle dessen, der die Anweisungen erteilt.

A.2.7 Die Endabnehmer

36. Bei den Endabnehmern handelt es sich um die Personen oder Unternehmen, die Eigentümer des Gebäudes sind, in dem die elektrischen Anlagen installiert werden. Nach der in diesem Sektor traditionell vorgenommenen (und insbesondere von Schneider und Legrand aufgegriffenen) Segmentaufteilung können die Endabnehmer in zwei große Kategorien eingeteilt werden: Investitionsvorhaben einerseits und Bauvorhaben andererseits. Der Bausektor seinerseits wird manchmal in die Teilsektoren Dienstleistungs- und Wohnungswirtschaft unterteilt.
37. Mit Ausnahme bestimmter Bauteile, die spezifisch für die industrielle Nutzung bestimmt sind (wie die Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion oder die Produkte für die Stromumwandlung und -versorgung), kann für beide Kategorien von Endverbrauchern gewissermaßen identisches elektrisches Niederspannungsmaterial eingesetzt werden (z.B. Trennschalter). Dies ist insbesondere bei den Bauteilen der Stromversorgung, den Kabelstützen und den meisten Systemen der verlegten Installation der Fall.
38. Jedoch bestehen bedeutsame Unterschiede zwischen den Industrie- und den Bauprojekten. Vor allem geht es im Baubereich im Wesentlichen um kleinere Elektroinstallationen, die relativ schwache Stromstärken übertragen (Ebene der Trenn- oder Endverteilerschalttafeln). Außerdem spielen bei diesen Projekttypen der Endverbraucher und der Auftraggeber bis auf die "sichtbaren" Materialien (Steckdosen, Schalter, raumgestalterische Bauteile für die Vernetzung etc.) keine bedeutende Rolle bei der Auswahl der Produktreihe und Produktmarke. Die Auswahl der Produktmarke und -reihe der anderen Materialien (Bauteile der Schalttafeln, Kabelträger etc.) erfolgt vielmehr durch den Installateur oder gegebenenfalls durch den Schalttafelbauer.
39. Hingegen gehören zu den Industrieprojekten sehr häufig höhere Stromstärken (der Typenbereiche, die über die Gesamtverteilerschalttafeln übertragen werden). Ferner können sich diese Projekte nicht auf die einfache Versorgung mit oder Umverteilung von elektrischer Energie beschränken, sondern sie müssen auch spezifische Ausrüstungen des Typenbereichs Automatisierung, Kontrollsysteme für die Steuerung der Vorgänge etc. umfassen. Hier nehmen die Endabnehmer oder der Hauptauftraggeber bei der Wahl der Marke der Ausrüstungen viel mehr Einfluss.
40. Der Umfang der gelieferten Ausrüstungen für industrielle Vorhaben kann also ganz anders sein als der für Dienstleistungs- oder für Wohnzwecke. Der Nachfragestandard (Stromstärken, Vertragswerte) der industriellen Kunden kann auch beträchtlich über dem eines durchschnittlichen Vertrags für ein Gebäude liegen und den größeren Verträgen dieses Typs sehr nahe kommen.

41. Daraus folgt, dass in den meisten Fällen von Industrieverträgen und Großgebäudeverträgen die Hersteller die jeweiligen Elektromaterialien direkt verkaufen, und zwar entweder an die Endabnehmer (bei großen Industrieanlagen) oder an die großen Schalttafelbauer. Die Situation unterscheidet sich daher von der der traditionellen Verträge im Gebäudebereich, wo der Verkauf im Allgemeinen über Großhändler läuft. Außerdem sind die Verträge im Industriebereich viel überschaubarer und zahlenmäßig schwächer (und, wenn man den internen Dokumenten⁹ von Schneider glaubt [...]*) als in den meisten Gebäudesektoren. Schließlich können die Spezifikationen unterschiedlich abgefasst werden und beispielsweise stärker auf der Verwendung von Gemeinschaftsnormen bestehen als auf gewissen nationalen Normen oder Gewohnheiten der Elektroinstallation.
42. In der Praxis folgt aus dem bisher Gesagten, dass alle Hersteller zwar im Allgemeinen in allen Marktsegmenten tätig sind, ihr Ansehen und ihre Wettbewerbsposition sich von einem Typ von Vorhaben zu einem anderen jedoch beträchtlich unterscheiden können. So hat Legrand einen ausgezeichneten Ruf im Wohnraumsektor, während Siemens und ABB traditionell anscheinend eher auf Industriekunden ausgerichtet sind.

A.3 Die Bedeutung von Normen

43. Da es sich um Produkte in Verbindung mit elektrischem Strom handelt, unterliegen die verschiedenen Kategorien von elektrischem Niederspannungsmaterial gewissen Regeln, die sicherstellen müssen, dass ihre Verwendung das Leben und die Gesundheit von Personen oder die Unversehrtheit von Sachen nicht gefährdet. Diese Regeln haben Auswirkungen auf die Art und Weise, wie diese Produkte konzipiert werden. Ferner haben diese Regeln je nach Vorhandensein von unterschiedlichen Normen, die innerhalb des EWR anwendbar sind, auch Auswirkungen auf die Möglichkeit, diese Erzeugnisse in den verschiedenen Mitgliedstaaten in den Handel zu bringen.
44. Dabei sind verschiedene Kategorien von Regeln und Normen zu unterscheiden :

A.3.1 Die Niederspannungsrichtlinie

45. Zunächst bestehen zwingende Regeln und Normen. Hier handelt es sich vor allem um die Richtlinie 1973/23/EWG des Rates vom 19. Februar 1973 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten betreffend elektrische Betriebsmittel zur Verwendung innerhalb bestimmter Spannungsgrenzen¹⁰ (“Niederspannungsrichtlinie”), um die darauf folgenden Richtlinien und um die Gesetzgebung der Mitgliedstaaten zur Umsetzung dieser Richtlinien in nationales Recht.
46. Die Niederspannungsrichtlinie enthält keine genauen Regeln in Bezug auf die Produktherstellung, sondern beschränkt sich darauf, ein bestimmtes Sicherheitsniveau vorzuschreiben, welches diese Produkte erfüllen müssen (“wesentliche Anforderungen”), um unter den freien Warenverkehr im EWR zu fallen. In der Folge einer Weisung der Kommission überlässt sie die Aufgabe den europäischen Normungsorganisationen, wie dem Europäischen Komitee für elektrotechnische Normung (Cenelec), harmonisierte europäische Normen zu erlassen, die zwar keine Gesetzeskraft haben, jedoch kraft gesetzlicher Vermutung die Garantie für Hersteller und

⁹ Dokument von Schneider (Antwort auf Frage 316) : “Developping switchboard business” (Entwicklung des Schalttafelgeschäfts).

¹⁰ ABl. L 77 vom 26. März 1973, S. 29-33.

Benutzer darstellen, dass die mit ihnen konformen Produkte auch den gesetzlichen Anforderungen entsprechen.

A.3.2 Die Produktnormen der Normungsorganisationen

47. Außer den harmonisierten europäischen Normen in Verbindung mit der europäischen Gesetzgebung zur genaueren Regelung der wesentlichen Anforderungen der Richtlinien bestehen auch andere Normen, die von den verschiedenen Normungsorganisationen auf internationaler, europäischer und nationaler Ebene erlassen wurden, wie der Internationalen Elektrotechnischen Kommission (IEC), der Cenelec, der Union technique de l'électricité (Elektrotechnische Union, UTE) in Frankreich, der Deutschen Elektrotechnischen Kommission im DIN und VDE (DKE) in Deutschland etc. Diese Normen und Standards enthalten auch genaue Regeln über die Herstellung der betreffenden Erzeugnisse. Für die Einhaltung dieser Normen und Standards besteht ebenfalls kein zwingendes Recht.
48. In diesen Normungsorganisationen sind die wichtigsten betroffenen Interessen vertreten (Hersteller, Benutzer etc.). Bei der IEC handelt es sich um den Zusammenschluss der nationalen Normungsorganisationen auf internationaler und beim Cenelec um ihren Zusammenschluss auf europäischer Ebene. In diesen beiden Organisationen bestehen technische Komitees und Unterkomitees für die verschiedenen Produktkategorien, die sich aus den Delegationen der entsprechenden Komitees und Unterkomitees der nationalen Organisationen zusammensetzen. Nur die Vorsitzenden und Sekretäre jedes Komitees und Unterkomitees sind für einen festen Zeitraum ernannt. Die Mitglieder der Delegationen der nationalen Organisationen werden ad hoc für eine einzige Arbeitstagung oder eine Reihe von Arbeitstagen bestellt. Die Hersteller versuchen normalerweise, in den Komitees vertreten zu sein, die sich mit den Erzeugnissen befassen, die sie herstellen, um am Normungsprozess beteiligt zu sein. Eine internationale Präsenz ist also von Vorteil, da über sie eine Beteiligung auf vielfältigen Ebenen möglich ist. Jede der Parteien setzt beträchtliche Mittel ein, um an den Normungsarbeiten beteiligt zu sein.
49. Die Normen des Cenelec werden normalerweise (in 80 % der Fälle¹¹) in der Folge der Ausarbeitung einer Norm durch die IEC verabschiedet und folgen den IEC-Normen, wobei gelegentlich bestimmte Anpassungen vorgenommen werden. Die Normen des Cenelec sind für die nationalen Normungsorganisationen zwingend. Sie müssen ohne Modifikationen als nationale Normen verabschiedet werden, und die nationalen Normen, die nicht mit den einschlägigen Normen des Cenelec in Einklang stehen, sind aufzuheben.¹²
50. Die Parteien behaupten, dass für die große Mehrzahl der Produkte und Betriebsmittel der Elektrizitätsversorgung harmonisierte europäische Normen bestehen. Dennoch ist der Harmonisierungsprozess der Normen in Europa nach wie vor nicht abgeschlossen. Denn zahlreiche Produkte fallen unter europäische Normen, die aber nicht die Gesamtheit ihrer charakteristischen Merkmale harmonisieren. Beispielsweise wurden soweit keinerlei Harmonisierungsbemühungen in Bezug auf die Kontaktstifte von Steckdosen unternommen.

¹¹ www.cenelec.org/Info/about.htm.

¹² www.dke.de/en/wir/normung.

A.3.3 Die Regeln und Gepflogenheiten bei der Elektroinstallation

51. Diese Regeln und Gepflogenheiten betreffen nicht die Herstellung der Produkte selbst, sondern die Art und Weise, wie sie ans Stromversorgungsnetz anzuschließen sind (beispielsweise im Hinblick auf die Vorschriften für den Nullleiter), was häufig auch Rückwirkungen auf die Gestaltung und Beschaffenheit der Produkte selbst hat. Dabei handelt es sich normalerweise um Regeln, die von den Normungsorganisationen (IEC, Cenelec oder nationale Organisationen) aufgestellt werden. Sie gehen mitunter von öffentlichen Behörden aus (so z.B. der französische Erlass vom 2. Oktober 1978 im Zusammenhang mit öffentlichen Bauten, der bestimmte Regeln in Bezug auf die Not- und Sicherheitsbeleuchtung enthält¹³). Schließlich kann es sich auch um einfache Gepflogenheiten oder Traditionen handeln, denen die Elektroinstallateure in einem Land oder in einer bestimmten Region folgen. Diese Installationsgepflogenheiten sind zwar nicht obligatorisch, sie zwingen die Hersteller aber *de facto*, die Herstellung ihrer Produkte auf eine bestimmte Art und Weise auszurichten, wenn sie ihre Produkte in dem betreffenden Land mit Erfolg vermarkten wollen.
52. Zu den Installationsregeln und -gepflogenheiten sind auch die Vorschriften bestimmter Unternehmen zu zählen. Beispielsweise stellen die Elektrizitätsversorgungsgesellschaften Regeln in Bezug auf die Betriebsmittel zum Anschluss an das öffentliche Stromversorgungsnetz auf. Diese Regeln, die *de facto* auch für die Hersteller elektrischer Betriebsmittel zwingend sind, können einen nationalen Geltungsbereich haben, wie im Falle von Electricité de France (EDF), oder auch nur auf regionaler beziehungsweise lokaler Ebene Anwendung finden, wie dies bei bestimmten regionalen Elektrizitätsversorgungsgesellschaften in Deutschland oder in Österreich der Fall ist.

A.3.4 Das Gütezeichen "CE" und die nationalen Qualitätsmarkenzeichen

53. Es bestehen zwei Arten von Gütezeichen : das Markenzeichen "CE" und die nationalen Qualitätsmarkenzeichen.
54. Das Gütezeichen "CE" muss kraft gemeinschaftlicher Richtlinien obligatorisch auf allen Produkten angebracht sein, die unter die Niederspannungsrichtlinie fallen. Es ist auf dem jeweiligen Produkt in der alleinigen Verantwortung des Herstellers anzubringen, der damit erklärt, dass dieses Produkt den Anforderungen der Richtlinie gerecht wird. Diese Anforderungen betreffen die charakteristischen Merkmale der Produkte wie auch die Verfahren zur Konformitätsbewertung, die durchgeführt sein müssen, bevor das Produkt auf den Markt gebracht wird. Die Hersteller können sich die so "harmonisierten" Normen zu Nutze machen, um zu zeigen, dass ihre Produkte mit den wesentlichen Anforderungen der Richtlinien konform sind, da die vorgesehenen Verfahren unter Umständen die Einschaltung einer weiteren Organisation als unbeteiligten Dritten erfordern. Das Gütezeichen "CE" stellt somit in rechtlicher Hinsicht den freien Warenverkehr im EWR sicher.
55. Die Qualitätsmarkenzeichen (wie z.B. "NF" in Frankreich, "VDE" in Deutschland oder "CEBEC" in Belgien) werden auf Antrag des Herstellers von einer unabhängigen Zertifizierungsorganisation nach Durchführung von Produktprüfungen durch eine anerkannte Versuchsanstalt und Zahlung einer Prüfungsgebühr erteilt. Das

¹³ Antwort der Parteien vom 21. Juni 2001, Frage 187.

Qualitätsmarkenzeichen bescheinigt die Konformität des Produkts mit den geltenden (internationalen, europäischen oder nationalen) Normen.

56. Die Erlangung des Qualitätsmarkenzeichens ist im Allgemeinen nicht obligatorisch. Es gibt jedoch Ausnahmen zu dieser Regel. So ist es beispielsweise in Frankreich zwingend vorgeschrieben, das französische Qualitätsmarkenzeichen für die Systeme der Not- und Sicherheitsbeleuchtung zu erhalten. Selbst wenn es keine rechtliche Verpflichtung für die Hersteller gibt, das Qualitätsmarkenzeichen eines Landes zu erhalten, um ihre Produkte dort auf den Markt bringen zu können, so stellt die Erlangung dieses Qualitätsmarkenzeichens doch ein handelsrelevantes Gebot dar. Denn die Elektroinstallateure und die Endabnehmer verlangen oftmals danach, weil das betreffende Qualitätsmarkenzeichen ihnen die Gewähr bietet, dass die mit ihm gekennzeichneten Produkte sicher und zuverlässig sind. Dies ist besonders wichtig, da es sich um elektrische Betriebsmittel handelt, die schwere Unfälle bewirken können, wenn sie sich als fehlerhaft erweisen. Das Vertrauen in die nationalen Markenzeichen wird übrigens durch die Tatsache gestärkt, dass sie im Unterschied zum Markenzeichen "CE" von unabhängigen Organisationen erteilt werden.
57. Welche relative Bedeutung das Gütezeichen "CE" und die Qualitätsmarkenzeichen in den Augen der Elektroinstallateure und der Verbraucher hat, kommt durch die Art ihrer Anbringung und optischen Wahrnehmbarkeit auf den Elektroprodukten zum Ausdruck. Wenn nämlich beide Markenzeichen auf einem Produkt angebracht sind, so wird das Qualitätsmarkenzeichen durch den Hersteller hervorgehoben, während das Gütezeichen "CE" sehr oft einfach weniger sichtbar angebracht ist. So ist bei Trennschaltern das Qualitätsmarkenzeichen auf der Vorderseite des Produkts und häufig auch in lebendigen Farben angebracht. Das Gütezeichen "CE" ist indessen im Allgemeinen auf einer seitlichen Fläche des Produkts und in einer Farbgebung angebracht, die sich sehr häufig nicht von der des Produktes unterscheidet.
58. Die Funktion, welche die nationalen Qualitätsmarkenzeichen für die Verbraucher spielen, wird von Arnould, einem Tochterunternehmen von Legrand, wie folgt zusammengefasst :¹⁴

“ Das Qualitätsmarkenzeichen NF ist das Ergebnis einer freiwilligen Verpflichtung des Herstellers, der sich dazu entschließt, seine Produkte einem strengen Zertifizierungsverfahren zu unterziehen. **Das Qualitätsmarkenzeichen NF ist ein Nachweis der Konformität mit den französischen und den europäischen Normen.** Es wird von einer unabhängigen Zertifizierungsorganisation aufgrund von umfassenden Erprobungen der Produkte und Überprüfungen der Produktionsstätten vergeben. Es wird dem Hersteller unter dem Vorbehalt zufriedenstellender regelmäßiger Kontrollen belassen. **Das Markenzeichen NF garantiert viel mehr als nur Sicherheit. Es garantiert die Zuverlässigkeit und die Qualität der elektrischen Betriebsmittel.** Konkret gesagt stellt die Verwendung von elektrischen Betriebsmitteln mit dem Qualitätsmarkenzeichen NF eine Bürgschaft für das ordnungsgemäße Funktionieren Ihrer Elektroinstallation dar. ”

59. Legrand gibt in seinem Produktkatalog für das Jahr 2000 folgende Erklärungen im Hinblick auf das Gütezeichen "CE" :¹⁵

¹⁴ Gesamtkatalog 2001, S. 319 (Fettdruck wie im Original).

¹⁵ Katalog 2000, S. 800.

“Die elektrischen und/oder elektronischen Produkte von Legrand oder ihre Verpackungen tragen das Gütezeichen CE. Dieses ist gemäß den Richtlinien des Rates der Europäischen Gemeinschaften obligatorisch. [...]” Das Gütezeichen CE kann aber keinesfalls ein Qualitätsmarkenzeichen ersetzen. In Frankreich sind die Kontrolleure von Zoll und Betrugsbekämpfung (DGCCRF) in der Lage, den freien Warenverkehrs aller Produkte mit dem Gütezeichen CE zu genehmigen. Der Hersteller muss das Gütezeichen CE auf seinen Produkten oder deren Verpackung in eigener Verantwortung anbringen. Seine Herstellung unterliegt keinerlei Konformitätskontrolle durch eine Organisation als unbeteiligter Dritter (Konformität mit den nationalen und internationalen Normen zur Gewährleistung von Sicherheit und technischer Leistungsfähigkeit).”

60. Gleichermäßen erklärt die belgische Zertifizierungsorganisation CEBEC :¹⁶

“Das belgische und das europäische Recht schreiben die Konformität der Produkte im Rahmen der Richtlinien der Gemeinschaft und folglich auch das Gütezeichen CE vor. Alle Produkte tragen das Gütezeichen CE, und die Produkte, die dieses Zeichen nicht tragen, sind zum freien Handel auf dem Markt nicht zugelassen. Das Gütezeichen CE verschafft als solches den Produkten einzig und allein die Zulassung zum freien Handel und enthält keinerlei Zusatzinformation [...]”.

In vielen Richtlinien, die auf elektrische Produkte Anwendung finden, ist ein Element der Bewertung der Konformität ohne jegliches Tätigwerden einer unabhängigen Versuchsanstalt oder anerkannten Organisation vorgesehen. Das Gütezeichen CE ist also nichts anderes als die Erklärung eines Herstellers, dass die wesentlichen Anforderungen erfüllt werden.

Das Markenzeichen CEBEC drückt die anhaltende Konformität mit den internationalen Sicherheitsstandards aus, die durch eine unabhängige und angesehene Zertifizierungsorganisation bewertet wird.

Die Verbraucher werden auch weiterhin elektrische Produkte nachfragen, die eine unabhängige Zertifizierung tragen. Die Industrie für Elektroausrüstungen und –installationen hat Bedarf an einer fortwährenden Konformität mit den internationalen Standards. Das Gütezeichen CE kann diese nicht gewährleisten, das Qualitätsmarkenzeichen CEBEC ist aber dazu in der Lage.”

61. Die nationalen Zertifizierungsorganisationen sind in den meisten Mitgliedstaaten auch die zuständigen Gremien für die Produktnormung. In einigen Ländern (so beispielsweise in Deutschland und im Vereinigten Königreich) gibt es mehrere Zertifizierungsorganisationen.

62. Kraft eines Übereinkommens zwischen den meisten Mitgliedsorganisationen des Cenelec, dem “Cenelec-Zertifizierungsabkommen (CCA)”, kann jedes Produkt, dem das Qualitätsmarkenzeichen einer Mitgliedsorganisation des Cenelec verliehen wurde, auch das Qualitätsmarkenzeichen jeder anderen Mitgliedsorganisation erhalten, und zwar auf einfache Anfrage und gegen Zahlung einer reduzierten Prüfungsgebühr sowie ohne die Notwendigkeit einer neuen Reihe von Erprobungen. Daraus ergibt sich immerhin, dass es in jedem Mitgliedstaat des EWR ein unterschiedliches Qualitätsmarkenzeichen gibt, und dass die elektrischen Produkte mit dem Qualitätsmarkenzeichen des Landes ausgestattet sind, in dem sie auf den Markt gebracht werden.

¹⁶ www.cebec.be/leaflets/cebec.html.

A.4 Die Funktionsweise des Sektors

A.4.1 Beschreibung der vertikalen Vertriebskette

63. Die Branche, in der alle diese Wirtschaftsakteure miteinander verbunden sind, kann folgendermaßen zusammengefasst werden: Die Nachfrage geht vom Endabnehmer aus, der die Festlegung der Elektroinstallation entweder einem Elektroinstallateur oder bei besonders großen Projekten einem Hauptauftragnehmer anvertraut. Nach der Festlegung des Schemas der Elektroinstallation erfolgt im Allgemeinen die Auswahl, der Kauf und die Verlegung der elektrischen Betriebsmittel durch einen Elektroinstallateur, der sich das Material meistens bei einem lokalen Großhändler besorgt, bei dem es sich auch um ein Tochterunternehmen eines international tätigen Großhändlers handeln kann. Der Großhändler selbst wird wiederum von den verschiedenen Herstellern elektrischer Betriebsmittel (wie Schneider oder Legrand) mit deren Produkten versorgt.
64. Umfasst die Elektroinstallation auch Verteilerschalttafeln, so müssen diese spezifisch auf den Bedarf des Endabnehmers abgestimmt werden. Diese Anpassung erfolgt durch die Festlegung des Typs, der Anzahl und der charakteristischen Merkmale der verschiedenen Ausrüstungen (Trennschalter, Sicherungen, Fehlerstromschutzschalter), die bei der Zusammensetzung der Schalttafeln berücksichtigt werden. Wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, werden die Anpassung und die Montage der Endverteilerschalttafeln im Allgemeinen vom Elektroinstallateur direkt durchgeführt, da diese Produkte relativ einfach sind. Im Unterschied dazu sind diese Maßnahmen im Falle von Gesamt- und Trennverteilerschalttafeln viel komplizierter und müssen daher von einem Spezialisten durchgeführt werden, nämlich dem Schalttafelbauer. In diesen Fällen sind es die Schalttafelbauer, welche die verschiedenen Bauteile auswählen und einkaufen, und zwar entweder beim Großhändler oder, wenn es sich um größere Betriebe handelt, beim Hersteller direkt.
65. Der Vollständigkeit halber ist schließlich darauf hinzuweisen, dass die Hersteller ihre Produkte an bestimmte Endabnehmer mitunter direkt verkaufen können (wie z.B. bestimmte Maschinen- oder Apparatehersteller bei elektrischen Niederspannungsprodukten wie Steckdosen oder Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktionen). Außerdem nehmen bestimmte Endabnehmer manchmal selbst die Auswahl und die Verlegung ihrer elektrischen Betriebsmittel vor, die sie meistens in Großkaufhäusern oder Baumärkten kaufen. Diese Verkaufszahlen bleiben jedoch im Minimalbereich und können die vorstehende Allgemeinbeschreibung nicht in Frage stellen.

A.4.2 Die Bedeutung der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer

66. Wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, spielen die Endabnehmer und die Hauptauftragnehmer meistens nur eine wichtige Rolle bei der Auswahl der "sichtbaren" Materialien (Steckdosen, Schalter, raumgestalterische Vernetzungsbauteile etc.), und ihre Hauptauswahlkriterien sind nach internen Dokumenten von Legrand¹⁷ "die Ästhetik und die Funktionalität".
67. Die Bauteile von Gesamtverteiler- und Trennverteilerschalttafeln werden im Allgemeinen vom Schalttafelbauer direkt ausgesucht und eingekauft. Die anderen

¹⁷ Dokument von Legrand, "Synthese PMT Juli 2000".

relevanten Materialien (Bauteile von Trennverteilerschalttafeln, Kabelträgersysteme etc.) werden vom Elektroinstallateur ausgesucht.

68. Daraus ergibt sich, dass die Elektroinstallateure (und in geringerem Ausmaß auch die Schalttafelbauer) eine ausschlaggebende Rolle bei der Auswahl der relevanten elektrischen Betriebsmittel spielen. Nach den Äußerungen von Legrand¹⁸, “richtet sich die Nachfrage nach den Erzeugnissen von Legrand hauptsächlich danach, wie sehr die Elektriker und die Hauptauftragnehmer Legrand-Produkte bei den Großhändlern nachfragen”.
69. Es ist daher ein entscheidender Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit der Hersteller elektrischer Betriebsmittel, bei dieser Gruppe von Wirtschaftsbeteiligten an Ansehen und Beliebtheit zu gewinnen. Diese Notwendigkeit wird noch durch die Tatsache verstärkt, dass die nicht allzu großen Elektroinstallations- und die Schalttafelbaubetriebe im Allgemeinen der Marke treu sind, die sie gewöhnlich verwenden.

A.4.3 Die Bedeutung der Großhändler

70. Wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, besorgen sich die kleinen und die mittleren Elektroinstallateure und Schalttafelbauer ihre Materialien bei den Großhändlern im Naheinzugsgebiet ihres Tätigkeitsbereiches. Nur die industriellen Großkunden oder die großen Schalttafelbaubetriebe (deren Tätigkeitsfeld der Bau von Gesamtschalttafeln ist) haben mitunter ein Interesse daran, die Produkte direkt beim Hersteller einzukaufen.
71. Es besteht also ein auffälliger Unterschied zwischen den Großprojekten (oder den Projekten, die starke Stromstärken beinhalten), bei denen die Hersteller ihre Produkte direkt an die Endabnehmer und an die großen Schalttafelbau- und Elektroinstallationsbetriebe verkaufen, und den anderen Installationen, bei denen die Großhändler zwangsläufig der Zwischenhändler zwischen den Herstellern und den Elektroinstallateuren (oder Schalttafelbauern) sind. Wie bereits weiter oben erklärt wurde, beteiligen sich die Großhändler nicht am Verkauf von Bauteilen für Gesamtverteilerschalttafeln, sondern stellen vielmehr die Absatzmärkte für 80% bis 90% der anderen Arten der betreffenden elektrischen Betriebsmittel dar.
72. Daraus ergibt sich, dass der Zugang zu den Großhändlern einen äußerst wichtigen Erfolgsfaktor für die Hersteller der elektrischen Betriebsmittel darstellt, die nicht Bauteile von Gesamtverteilerschalttafeln sind. Es ist also beachtlich, dass nach der Einlassung der Parteien nicht alle Hersteller notwendigerweise auch Zugang zu denselben Großhändlern haben. So arbeiten die wichtigsten Hersteller viel mehr mit den großen internationalen Großhandelsgruppen (wie Rexel, Sonepar oder Hagemayer in Frankreich) zusammen, während die kleineren Konkurrenten eher regional präsent sind und mehr mit den kleineren Großhändlern zusammenarbeiten.

A.4.4 Die Auswahlkriterien

73. Aus Vorstehendem ergibt sich, dass die Wettbewerbsposition der verschiedenen Hersteller zu großen Teilen abhängt von : (i) ihrer Fähigkeit, die Elektroinstallateure und die Schalttafelbauer zu einem Treueverhalten zu veranlassen und folglich auch ihre Erwartungen zu erfüllen; (ii) ihrem Zugang zu den Großhändlern, zumindest in den Mitgliedstaaten, in denen diese ausreichend Fuß gefasst haben.

¹⁸ Legrand, Form 20-F SEC.

74. Folglich weisen die Berichte einiger Analytiker¹⁹ darauf hin, was auch durch die Dokumente von Legrand²⁰ bestätigt wird, dass die Elektroinstallateure ihre Auswahl nach folgenden Hauptkriterien treffen: (i) Qualität und Sicherheit der elektrischen Betriebsmittel, (ii) einfache Verlegbarkeit (da sie die für die Installation benötigte Zeit und folglich auch die Kosten des Installateurs reduziert), (iii) Anpassung an den Verbrauchergeschmack und die lokalen Normen und (iv) langfristige Verfügbarkeit der Produkte (was einen standardmäßigen Austausch der fehlerhaften Bauteile ermöglicht und die Suche nach neuen Herstellern für jede Einzelangelegenheit erspart).
75. Die Ergebnisse der Untersuchung der Kommission bestätigen, wie wichtig diese Faktoren sind. Sie zeigen auch, dass die Qualität und die Sicherheit der Produkte allem Anschein nach wesentliche Anforderungen sind, ohne deren Gewährleistung ein Hersteller nicht auf den Verkauf seiner Erzeugnisse hoffen kann. Schließlich zeigen sie, dass die Gewichtung der verschiedenen Auswahlkriterien von Installateur zu Installateur und von Schalttafelbauer zu Schalttafelbauer unterschiedlich sein kann. So ist die sofortige Verfügbarkeit der Produkte für die Installateure entscheidend, die keine eigene Warenbevorratung haben, sie spielt aber eine weniger entscheidende Rolle bei den Schalttafelbauern. Gleichfalls scheinen die Schalttafelbauer der Marke eine weniger wichtige Rolle beizumessen als die Elektroinstallateure.
76. Die Ergebnisse der Untersuchung der Kommission bestätigen ebenfalls, dass in den meisten Mitgliedstaaten der Preis allem Anschein nach nicht das grundlegende Auswahlkriterium für die Installateure darstellt. Dies erklärt sich aus der Tatsache, dass (i) die elektrischen Betriebsmittel nur einen relativ bescheidenen Anteil (im Allgemeinen in einer Größenordnung von 20%) des Vertragswertes für den Elektroinstallateur ausmachen und der Rest hauptsächlich aus den Lohnkosten entsteht; (ii) der Elektroinstallateur (wie auch der Hauptauftragnehmer oder der Schalttafelbauer) im Allgemeinen die Tendenz haben, der Sicherheit und der Qualität der Elektroinstallation den Vorzug zu geben (aus Gründen der Haftung, um zu vermeiden, wieder an die Baustelle zurückkehren zu müssen etc.); (iii) ein Preisunterschied durch andere Faktoren mehr als kompensiert werden kann, so insbesondere durch die Verlegungszeit (in Anbetracht des bedeutenden Anteils der Lohnkosten im Gesamtbetrag des Vertragswertes wäre eine Einsparung von 10% der Verlegungszeit für den Installateur sogar rentabler als ein Preisnachlass von 10% bei den Materialkosten).
77. Aus diesen Auswahlkriterien erklärt sich übrigens weitgehend die Treue der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer zu ihrer Marke. Nach den Aussagen eines Herstellers²¹ "sind die Wirtschaftsbeteiligten dieser Branche sehr konservativ. Sicherlich sind die Gründe im Zusammenhang mit der Qualität, der Sicherheit und der Haftpflichtproblematik starke Motive für den Kauf bekannter Marken". Außerdem haben die Elektroinstallateure und die Schalttafelbauer starke Anreize, Produkte einer einzigen Marke oder einer begrenzten Anzahl von Marken zu verwenden, da sie damit eine bessere Kenntnis dieser Produkte und schließlich eine beträchtliche Zeitersparnis bei der Installation und somit eine Einsparung an Arbeitskraft sicherstellen können.

¹⁹ Bericht von Rapport Crédit Suisse First Boston über Legrand (11. September 2000), Bericht von Williams de Broë über Schneider (4. Januar 2000).

²⁰ Legrand, Form 20-F SEC.

²¹ Hager, Antwort auf den Fragebogen Phase I.

78. Die Auswahlkriterien der Großhändler müssen natürlich denen ihrer Kunden, der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer, folgen. Jedoch kommen für die Großhändler bestimmte und noch spezifischere Faktoren hinzu. So weisen die Parteien insbesondere darauf hin, dass die Großhändler dazu neigen, die Anzahl ihrer Zulieferanten und der von ihnen in jeder Produktkategorie vertriebenen Marken zu reduzieren, und zwar aus Gründen der Kosten, Bevorratung, Datenerfassung und -verwaltung, technischen und kaufmännischen Ausbildung der Angestellten etc. Dies begünstigt tendenziell die Hersteller, deren Marken auf dem Markt am besten Fuß gefasst haben, und die Hersteller, die eine breite Produktpalette anzubieten haben.

A.5 Schlussfolgerung

79. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass elektrische Betriebsmittel im Niederspannungsbereich in drei Anwendungsbereichen eingesetzt werden, nämlich in Industrieanlagen, Dienstleistungs- und Wohngebäuden. Bei Installationsverträgen für Industrieanlagen und große bauliche Anlagen, die starke Stromstärken beinhalten und folglich die Festlegung von Gesamtverteilerschalttafeln umfassen, werden die Ausrüstungen im Allgemeinen vom Hauptauftragnehmer oder einem großen Schalttafelbauer ausgesucht und vom Hersteller direkt geliefert. Bei den anderen Installationsverträgen werden die meisten Ausrüstungen vom Elektroinstallateur der dem Schalttafelbauer (bei einem lokalen Großhändler) direkt ausgesucht und gekauft, wobei der Endabnehmer im Allgemeinen nur bei den "sichtbaren" Produkten tätig wird, und zwar aufgrund von Überlegungen, welche die Ästhetik und gegebenenfalls die Funktionalität betreffen.
80. Nimmt man die Gesamtverteilerschalttafeln von der Betrachtung aus, so besteht die Hauptproblematik für die Hersteller also einerseits darin, ausreichend Referenzen bei den Großhändlern zu erhalten, und andererseits darin, die Elektroinstallateure und die Schalttafelbauer zu überzeugen, sich für ihre Produkte zu entscheiden, und zwar insbesondere wegen des guten Rufes ihrer Marken, der Bandbreite ihrer Produktpalette und der sofortigen Verfügbarkeit ihrer Produkte.
81. Die Elektroinstallateure achten besonders auf die Sicherheit und Zuverlässigkeit der Produkte, ihre Verfügbarkeit und einfache Verlegungsmöglichkeit, wodurch sie einer bestimmten Marke im Allgemeinen die Treue halten. Die Großhändler folgen den Wünschen ihrer Kunden (der Installateure und der Schalttafelbauer) und suchen im Übrigen die Lieferanten, die eine möglichst breite Produktpalette aufzuweisen haben.
82. Der Wettbewerb der Hersteller findet also hauptsächlich auf der Ebene derjenigen Marken statt, mit denen sich die Hersteller von ihren Konkurrenten zu unterscheiden suchen und mit denen sie die Installateure und Schalttafelbauer zu einem Treueverhalten bewegen wollen. Die Hersteller zielen auch darauf ab, ihrer Produktpalette eine möglichst große Bandbreite zu geben, was im Falle von Stromverteilerschalttafeln eine Notwendigkeit und bei den anderen Arten von Bauteilen ein beträchtlicher Vorteil ist.
83. Diese charakteristischen Merkmale, die auf alle von dem Zusammenschlussvorhaben betroffenen Produktmärkte zutreffen, bewirken beträchtliche Hemmnisse für den Marktzugang (Zugang zu den Großhändlern, Aufbau und Einführung einer Marke und einer breiten Produktpalette), und Diversifizierungen sind häufig nur über Wachstum im Ausland (Zuerwerb) möglich. Ganz allgemein lässt sich sagen, dass die Märkte mehr und mehr die Tendenz der Konzentration aufweisen.

B. Die Festlegung der sachlich relevanten Märkte

B.1 Die Stromverteilerschalttafeln

84. Dieser Abschnitt befasst sich mit der Analyse der Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens auf den Bereich der Stromverteilerschalttafeln, das heisst der Gesamtverteiler-, Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln für Niederspannungsanlagen. Schneider und Legrand sind alle beide im Bereich der Trenn- und der Endverteilerschalttafeln tätig. Schneider betätigt sich auch im Bereich der Gesamtverteilerschalttafeln.

B.1.1 Die Struktur der Elektroinstallationen zur Stromverteilung

85. Die Stromverteilung in einem Gebäude (Wohngebäude, Dienstleistungsgebäude, Industrieanlage etc.) erfolgt durch mehrere nacheinander geschaltete Ebenen von elektrischen Betriebsmitteln, welche die Weiterleitung der Elektrizität von der Anschlussstelle an das externe Stromversorgungsnetz bis zu den verschiedenen Elektrogeräten ermöglichen, die in einem Gebäude betrieben werden.
86. Ein Stromverteilungssystem im Niederspannungsbereich funktioniert also im Rahmen von mehreren Ebenen von Verteilungsschalttafeln, die den Strom kaskadenartig von der Gesamtverteilerschalttafel (oder einer Trennverteilerschalttafel bei kleineren Installationen) bis zur Endverteilerschalttafel herunterleiten. Nachgelagert trifft man dann auf die Endverbraucherausrüstungen, wie Steckdosen oder Schalter, die durch Kabel und Zweigleitungsmaterialien an die Endverteilerschalttafeln angeschlossen sind.
87. Die Versorgung mit elektrischer Energie, wie auch der Schutz der Elektroinstallation und/oder der betreffenden Personen erfolgt in den Stromverteilerschalttafeln, die somit den Hauptknotenpunkten des Stromversorgungsnetzes entsprechen. Zwei Schalttafeln, die zwei aufeinander folgenden Ebenen der Elektroinstallation zugeordnet sind, sind durch elektrische Kabel miteinander verbunden. Je weiter man sich von der Anschlussstelle an das externe Stromversorgungsnetz entfernt, desto schwächer werden die in diesen Kabeln und in den Stromverteilerschalttafeln zirkulierenden Stromstärken. Die Gesamtverteilerschalttafel entspricht also dem Punkt der Elektroinstallation, wo die höchsten Stromstärken zirkulieren. Die in den Trennverteilerschalttafeln, dann in den Endverteilerschalttafeln und schließlich in den elektrischen Betriebsmitteln der Endverbraucher zirkulierenden Stromstärken werden also nach unten immer schwächer. Das Schema in Anhang 1 stellt eine typische Struktur einer Stromverteilungsinstallation im Niederspannungsbereich und auch die Positionen dar, welche die verschiedenen oben beschriebenen Ausrüstungen einnehmen.

B.1.2 Die Auswahl der Bauteile

88. Um ihre Schutzfunktionen gewährleisten zu können, sind die elektrischen Verteilerschalttafeln aus verschiedenen Bauteilen zusammengesetzt, die in einen Verteilerkasten (in einem Stahl- oder Kunststoffgehäuse) integriert sind. Diese Bauteile umfassen Trennschalter, Sicherungen (zum Schutz der Elektroinstallationen), Fehlerstromschutzschalter (zum Schutz der betreffenden Personen) und diverse andere Bauteile.
89. Die Art, die Anzahl und die Ausmaße dieser Bauteile hängen hauptsächlich von der betreffenden Stromverteilungsebene und von der Art der nachgeordneten Ausrüstungen ab. So umfassen die Gesamtverteilerschalttafeln hauptsächlich Trennschalter für starke

Stromstärken und Trennschalter mit "Panzergehäuse". Die Trennverteilerschalttafeln enthalten hauptsächlich gegossene Gehäuse und Miniaturtrennschalter. Schließlich enthalten die Endverteilerschalttafeln Miniaturtrennschalter und Fehlerstromschutzschalter.

90. Praktisch muss jede Verteilerschalttafel spezifisch konzipiert werden, um dem speziellen Bedarf der einzelnen Elektroinstallation gerecht zu werden, deren Schutz sie dient (vorgegeben durch die örtliche und räumliche Situation und den Verwendungszweck). Ihre Ausmaße hängen von den charakteristischen Merkmalen der nachgelagerten Elektroinstallation ab (Stromstärke, Anzahl der bedienten Stromkreise etc.). Aus diesem Grunde stellt jede Verteilerschalttafel eine Einzellösung dar, und die Kombination der sie umfassenden Bauteile kann von Vertrag zu Vertrag sehr unterschiedlich sein. Die von Schneider vorgelegten Daten²² suggerieren folglich, dass ein Bauteil einer bestimmten Endverteilerschalttafel (selbst wenn es sich um eines der meistverkauften handelt) im Allgemeinen in weniger als einer von fünf Schalttafeln verwendet wird.
91. Die Gesamtverteilerschalttafeln für Niederspannungsanlagen sind der Anschlussstelle an das Stromversorgungsnetz mittlerer Spannung nachgelagert und befinden sich im Allgemeinen genau nach dem Transformator. Die Gesamtverteilerschalttafeln dienen in erster Linie zur Kontrolle der Stromversorgung in großen Dienstleistungsgebäuden (über 5 000 m²). Die Trennverteilerschalttafeln dienen zur Kontrolle der Stromversorgung auf Etagenebene eines großen Dienstleistungsgebäudes und sind daher im System der Verteilung der Elektrizität der Gesamtverteilerschalttafel nachgelagert. Die Endverteilerschalttafeln bilden die letzte Schutz- und Versorgungsebene eines Stromverteilungssystems. Diese Art von Verteilerschalttafeln befindet sich normalerweise auf der Ebene einer einzelnen Wohnung oder einer kleinen Gruppe von Büros. Im Unterschied zu den Verteilerschalttafeln mit höheren Kapazitäten (Gesamt- und Trennverteilerschalttafeln) sind die Endverteilerschalttafeln im Allgemeinen in Räumlichkeiten installiert, die für Nichtfachleute zugänglich sind, und müssen daher anspruchsvolleren Schutznormen als die anderen Verteilerschalttafeln.
92. Die Gesamtverteilerschalttafeln von Niederspannungsanlagen bestehen im Wesentlichen aus (i) Trennschaltern für Starkstrom, deren Nominalstromstärke zwischen 630 und 6 300 Ampere beträgt ; (ii) Trennschalter mit Panzergehäuse, deren Nominalstärke zwischen 400 und 1 600 Ampere beträgt ; (iii) Sicherungen (400 bis 1 600 Ampere) ; (iv) Schaltkästen und Bauteile von Schaltkästen ; (v) Verkabelung.
93. Die Trennverteilerschalttafeln von Niederspannungsanlagen bestehen im Wesentlichen aus (i) Trennschaltern mit Panzergehäuse und einer Nominalstärke zwischen 100 und 250 Ampere ; (ii) Miniaturtrennschaltern, deren Nominalstärke bis zu 125 Ampere beträgt ; (iii) Sicherungen ; (iv) Schaltkästen und Bauteile von Schaltkästen, im Allgemeinen aus Metall ; (v) Verkabelung.
94. Die Endverteilerschalttafeln schließlich bestehen im Wesentlichen aus (i) Miniaturtrennschaltern; (ii) Fehlerstromschutzschaltern; (iii) Sicherungen; (iv) Verteilerkasten (im Allgemeinen aus Kunststoff), analog dem Schaltkasten bei den Trennverteilerschalttafeln. Eine ihrer Besonderheiten besteht darin, dass die Art der Befestigung an der elektrischen Verteilerschalttafel durch Einklinken auf Stromschienen nach DIN (die also genormt sind) vorgesehen ist.

²² Schneider, Antwort auf Frage 109.

95. Der Preis (außer Einbau und Arbeitszeit) dieser verschiedenen Verteilerschalttafeln setzt sich folgendermaßen zusammen :

Tabelle 3

Name	Gesamtverteiler schalttafeln	Trennverteiler schalttafeln	Endverteiler schalttafeln
Trennschalter für Starkstrom	17,5%		
Trennschalter mit Panzergehäuse und Sicherungen	32,5%	18,4%	
Miniaturtrennschalter und Sicherungen		40,5%	43%
Fehlerstromschutzschalter			29%
Schaltkasten und Bauteile der Schalttafel (oder Verteilerkasten)	24,4%	17,6%	21%
Verkabelung	18,6%	17,5%	
Verschiedenes	7%	6%	7%
GESAMT	100%	100%	100%

96. Diese Tabelle zeigt, dass in einer Verteilerschalttafel nicht alle Bauteile die gleiche Bedeutung haben. So hat es insbesondere den Anschein, dass die Trennverteiler (und gegebenenfalls die Fehlerstromschutzschalter) bei der Entscheidung für einen Hersteller häufig eine Schlüsselrolle spielen, da es sich dabei um Bauteile handelt, die quasi die Gesamtheit der Leistungsfähigkeit sicherstellen und den wesentlichen Wert der Schalttafel (zwischen 50% und 70%) ausmachen.
97. In den folgenden Absätzen sind die Rolle und die Verwendung jedes einzelnen Typs von aktiven Bauteilen (Trennschalter, Differenzialschutzsperren etc.) wie auch die Parameter dargestellt, welche für die Auswahl des Typs und der Leistungsfähigkeit jedes einzelnen dieser Bauteile im Hinblick auf ihre Integration in eine Stromverteilerschalttafel entscheidend sind.

Die beiden Schutztypen zur Gefahrenverhütung

98. Der Typ der verwendeten Produkte (Trennschalter, Sicherungen, Fehlerstromschutzschalter etc.) hängt vor allem von der Art des Schutzes ab, der durch die Verteilerschalttafel zu gewährleisten ist. In der Praxis unterscheidet man zwischen zwei Schutztypen: einerseits dem Schutz von Sachen, Ausrüstungen und der Elektroinstallation selbst (vor allem gegen die Risiken von Überhitzung und Brand im Falle von Überspannung²³ oder Kurzschluss), und dem Schutz von Menschen

²³ Die Stromspannung der Elektroausrüstungen und -installationen ist von zwei Parametern abhängig: der in Ampere (A) gemessenen Stromstärke (welche die Leistung der elektrischen Ladung kennzeichnet, die in dem betreffenden Leiter zirkuliert) und der in Volt (V) gemessenen elektrischen Spannung (welche die elektrische Kraft bestimmt, die sicherstellt, dass die elektrische Ladung fließt und damit elektrischer Strom erzeugt wird).

Eine Überspannung liegt dann vor, wenn stärkerer elektrischer Strom zirkuliert als dies für den betreffenden Stromkreis vorgesehen ist (wenn z.B. die nachgelagerte Elektroinstallation höhere als die vorgesehenen Stromstärken benötigt). Daraus entsteht eine Erhitzung der elektrischen Leiter, die eine Unterbrechung der Funktion der Elektroinstallation beziehungsweise einen Brand hervorrufen kann.

Ein Kurzschluss entspricht einem Entweichen von elektrischem Strom innerhalb der Elektroinstallation. Dieses Entweichen kann beispielsweise durch den zufälligen Kontakt einer Person mit einem Kabel hervorgerufen werden, das unter Stromspannung steht: In diesem Fall stellt diese Person eine elektrische Verbindung zwischen dem Kabel (welches sie berührt) und dem Boden her (auf welchem sie steht). Die zwischen Kabel und Boden vorhandene Spannung bewirkt also das Fließen von (entwichenem)

andererseits (vor dem Risiko eines Stromschlags, der bei einem Entweichen von Strom durch den zufälligen Kontakt zwischen dem unter Stromspannung stehenden Leiter und dem Benutzer auftritt).

Der Schutz des Stromnetzes : Trennschalter oder Sicherungen

99. Der Schutz vor Überspannungen und Kurzschlüssen wird entweder durch Trennschalter oder durch Sicherungen gewährleistet. Diese beiden Arten von Bauteilen unterbrechen den Stromkreislauf im Falle von Überspannung oder Kurzschluss und haben somit die gleiche Schutzfunktion. Sie funktionieren jedoch nicht auf dieselbe Art und Weise. Bei den Trennschaltern handelt es sich um elektromechanische Vorrichtungen, die den Stromkreislauf unterbrechen, indem sie die Kippstellung eines Unterbrechers ausklinken. Die Sicherungen unterbrechen den Stromkreislauf durch die Trennung des Leiters bei Überhitzung, die durch eine unregelmäßige Erhöhung der ihn durchlaufenden Stromstärke entsteht.
100. Technisch gesehen funktionieren Trennschalter und Sicherungen also auf unterschiedliche Art und Weise. Außerdem muss eine Sicherung nach der Beseitigung der Ursache der Überspannung oder des Kurzschlusses ersetzt werden (da sie zur Unterbrechung des Stromkreislaufs durchgebrannt ist), während ein Trennschalter einfach nur wieder in seine Ausgangsstellung (d.h. der Unterbrecher des Trennschalters wieder auf die Kippstellung der Normalfunktion) gesetzt werden muss.

Der Schutz von Personen : Fehlerstromschutzschalter oder Trennschalter

101. Das Risiko eines Stromschlags kann entweder durch den direkten Kontakt des Benutzers mit dem unter Stromspannung stehenden Leiter ("Phasenspannung ") oder durch indirekten Kontakt entstehen. Dieser indirekte Kontakt besteht dann, wenn der Benutzer den Teil eines elektrischen Gerätes berührt, der durch Zufall selbst in Kontakt mit einem unter Stromspannung stehenden Leiter ist.
102. Im Falle des direkten Kontakts zwischen einer Person und einem unter Spannung stehenden Leiter besteht die Gefahr, dass elektrischer Strom durch seinen Körper fließt. Die Erheblichkeit dieser Gefahr hängt zugleich von der den Körper durchlaufenden Stromstärke und von der Dauer ab, für welche die betreffende Person dem Stromkreislauf ausgesetzt ist. Je höher die Stromstärke, desto kürzer muss die Zeit sein, in welcher der Strom den Körper maximal durchlaufen darf.
103. Zum Schutz des Benutzers gegen die Gefahren eines Stromschlags werden Vorrichtungen verwendet, die das Entweichen von Strom bemerken (welcher der Stromstärke entspricht, die den Körper des Benutzers im Falle eines zufälligen direkten Kontakts mit einem unter Spannung stehenden Leiter durchläuft) und die Stromzufuhr innerhalb sehr kurzer Zeitabstände unterbrechen (im Allgemeinen weniger als 0,1 Sekunden). Derartige Differenzialschutzsperrern heißen "Fehlerstromschutzschalter". Diese Vorrichtungen funktionieren nach dem Prinzip, die Differenz zwischen der in eine Elektroinstallation eintretenden und der aus ihr austretenden Stromstärke zu messen. Normalerweise beträgt diese Differenz null. Im Falle des zufälligen Kontaktes einer Person mit einem unter Spannung stehenden Leiter kommt es über den Körper dieser

elektrischem Strom, der dann von dem unter Spannung stehenden Kabel über die betreffende Person zum Boden fließt.

Person zu einem Entweichen von Strom. Dieses Entweichen, das der Differenz zwischen der in die Elektroinstallation ein- und aus ihr austretenden Stromstärke entspricht, wird also durch die Differenzialschutzsperre bemerkt und die Stromzufuhr zum Schutz der jeweiligen Person automatisch unterbrochen.

104. Bei einer Niederspannungsanlage stellt die Verwendung von hochsensiblen Differenzialschutzsperren (Fehlerstromschutzschaltern) das wichtigste Mittel zum Schutz von Personen gegen die Folgen eines zufälligen direkten Kontakts mit einem unter Stromspannung stehenden Leiter dar, welches Nullleitersystem auch immer dabei verwandt wird. Die Differenzialschutzsperre ist also ein wesentliches Element für die Sicherheit von Personen. Sie ist jedoch nicht in allen Mitgliedstaaten unter denselben Bedingungen obligatorisch.
105. Wie bereits weiter oben angeführt, kann sich die Gefahr eines Stromschlages auch aus einem zufälligen indirekten Kontakt ergeben. Diese besteht dann, wenn eine unter Stromspannung stehende Zuleitung im Inneren eines Gerätes zufällig in Kontakt mit den Außenteilen dieses Gerätes kommt, die der Benutzer normalerweise ohne jegliche Gefahr berühren kann. Kommt der Benutzer dann mit diesem elektrischen Gerät (z.B. einen Herd) in Berührung, so kann er also Kontakt mit der elektrischen Spannung haben, die indirekt durch dieses Gerät übertragen wird.
106. In diesem zweiten Falle (zufälliger indirekter Kontakt) beruht der Schutz des Benutzers hauptsächlich auf der "Erdung", d.h. auf der Herstellung einer elektrischen Verbindung zwischen der Erde und dem betreffenden Elektrogerät, bestimmten Teilen der Elektroinstallation und/oder bestimmten Ausrüstungen.
107. Die Art und Weise, wie diese Erdung bewirkt wird, setzt entweder die Verwendung von Differenzialschutzsperren (wie im Falle des Direktkontakts) oder den Einsatz von Trennschaltern voraus. Die Auswahl hängt vom "Nullleitersystem" ab, d.h. von der Art und Weise, wie die elektrischen Massen²⁴ und der Nullleiter²⁵ mit der Erde verbunden sind.

Die Bedeutung des Nullleitersystems

108. Je nach der Art der Verbindung der elektrischen Massen und des Nullleiters mit der Erde unterscheidet man drei Nullleitersysteme. Die Unterscheidung erfolgt durch zwei Buchstaben, wobei der erste die Art der Erdung des Nullleiters und der zweite die Art der Erdung der elektrischen Massen ausdrückt: "TT" (elektrische Massen und Nullleiter direkt mit der Erde verbunden), "TN" (elektrische Massen mit dem Nullleiter verbunden, dieser ist selbst direkt mit der Erde verbunden) und "IT" (Nullleiter über einen Scheinwiderstand mit der Erde verbunden, elektrische Massen direkt mit der Erde verbunden). Festzuhalten bleibt noch, dass es zwei Varianten des TN-Systems gibt: "TNC" (wo ein einziger Leiter zugleich Nullleiter und Schutzleiter ist) und "TNS" (wo sich der Nullleiter vom Schutzleiter unterscheidet).

²⁴ Darunter versteht man den Teil der elektrischen Geräte, mit dem der Benutzer normalerweise ohne jegliche Gefahr in Berührung kommen kann.

²⁵ Dabei handelt es sich um den Leiter, der normalerweise nicht unter Stromspannung steht. Der Nullleiter unterscheidet sich also von den "Phasenleitern", die unter Spannung stehen. In einem einphasigen Stromkreis fließt die Elektrizität normalerweise zwischen dieser einen Phase und dem Nullleiter. In einem Dreiphasenstromkreis fließt die Elektrizität zwischen den Phasen.

109. Im Falle des Entweichens von Strom (wegen fehlerhafter Isolierung oder zufälliger Berührung mit einem unter Spannung stehenden Leiter) hat das Nullleitersystem eine erhebliche Bedeutung, da es die Stärke des entweichenden Stroms bestimmt ("Fehlerstrom"), und damit auch die Stärke des Stromschlages für die betreffende Person. So führt das System TT zu Fehlerstrom, der mehrere Ampere oder das Zehnfache davon betragen kann. Das System TN kann zu Fehlerstrom in Höhe von mehreren hundert (bzw. tausend) Ampere führen, das ein Entweichen von Strom in diesem System einen sofortigen Kurzschluss zwischen einer Phase²⁶ und dem Nullleiter hervorruft. Im System IT schließlich ist der Fehlerstrom schwach (einige Milliampere und das Zehnfache davon), da er durch den Scheinwiderstand der Verbindung Nullleiter-Erde begrenzt ist.
110. Daraus ergeben sich erhebliche Konsequenzen für die Konzipierung der Stromversorgungsinstallation.
111. Im System TT führt eine fehlerhafte Isolierung oder ein zufälliger Kontakt einer Phase mit einer elektrischen Masse zu einem Entweichen von Strom über die Erdung der Elektroinstallation. Die elektrische Masse (d.h. die äußeren Teile eines Elektrogerätes, die der Benutzer normalerweise berühren kann) steht dann unter Stromspannung. Zum Schutze des Benutzers gegen die Gefahr eines Stromschlages, der durch eine zufällige Berührung mit der Masse ausgelöst wird (Stromschlag durch indirekten Kontakt), muss das Entweichen von Strom über die Erdung sehr schnell angezeigt und die Stromzufuhr unterbrochen werden. Darin besteht die Funktion der oben beschriebenen "Differenzialschutzsperre". Das System TT führt daher zwingend zur Verwendung einer Differenzialschutzsperre zum Schutz von Personen gegen die Gefahren eines Stromschlags durch indirekten Kontakt. Die Empfindlichkeit der im TT-System verwendeten Differenzialschutzsperre zum Schutz von Personen vor indirekten Kontakten beträgt im Allgemeinen zwischen 30 Milliampere (mA) (hohe Sensibilität) und 300 oder 500 mA (mittlere Sensibilität).
112. Im System TN führt eine fehlerhafte Isolierung oder ein zufälliger Kontakt einer Phase mit einer elektrischen Masse nicht wirklich zu einem "Entweichen von Strom", sondern zu einem Kurzschluss (zwischen Phase und Nullleiter). Dabei fließt erheblicher Strom im Nullleiter. Der Schutz des Benutzers gegen die Gefahr eines Stromschlags durch direkten Kontakt ist in diesem Falle insbesondere durch Trennschalter mit niedriger Auslöserschwelle (und, außer im System TNS, nicht durch Differenzialschutzsperren) gewährleistet (so dass die Auslösung der Trennung schnell erfolgt). Anstelle von Trennschaltern können schließlich auch Sicherungen verwendet werden.
113. Im System IT schließlich ist der entwichene Strom, wie oben beschrieben, im Falle der fehlerhaften Isolierung oder des zufälligen Kontaktes mit einer elektrischen Masse schwach und erfordert daher keine Unterbrechung der Stromzufuhr. Im System IT ist also im Fall eines ersten Fehlers die Kontinuität der Stromversorgung sichergestellt. Es ist das bevorzugte Nullleitersystem in den Einrichtungen, die eine kontinuierliche Versorgung benötigen (Krankenhäuser, Flughäfen etc.). Dafür ist es aber wichtig, diesen ersten Fehler zu bemerken, um ihn beheben zu können. Denn wenn ein zweiter Fehler auftritt kommt die Elektroinstallation im IT-System einer Installation im System TN (oder TT, wenn die Massen untereinander nicht verbunden sind) gleich und führt zu einem erheblichen Kurzschluss (oder Entweichen von Strom).

²⁶ D.h. einem unter Spannung stehenden Leiter.

114. In der Praxis führt das System IT zum Einsatz von zwei Gerätetypen : einerseits eines “Kontrollgerätes zur ständigen Überwachung der Isolierung” (CPI), das die Entdeckung des aufgrund des ersten Fehlers entweichenden Schwachstroms sicherstellt ; und andererseits eines Trennschalters oder einer Differenzialschutzsperre (Fehlerstromschutzschalter), die den Schutz gegen einen zweiten Fehler gewährleisten.

Die Leistungsfähigkeit der Bauteile

115. Anschließend ist die Dimensionierung zu bestimmen, d.h. die Leistungsfähigkeit der Bauteile. So handelt es sich beispielsweise um die Festlegung der zweckmäßigsten Technologie des Trennschalters (Starkstromtrennschalter, Trennschalter mit Panzergehäuse oder Miniaturtrennschalter), und innerhalb dieser Technologie um die Auswahl der geeignetsten charakteristischen Merkmale. Die Trennschalter zeichnen sich hauptsächlich aus durch ihre (i) Nominalstärke (Stärke, nach deren Überschreiten sich der Trennschalter ausklinkt und den betreffenden Stromkreis unterbricht); (ii) Trennungsstärke (maximale Stromstärke, welcher der Trennschalter im Falle eines Kurzschlusses ohne Schaden standhalten kann); (iii) Anzahl an Polen (d.h. der Anzahl an Leitern von 1 bis 4, die im Falle des Ausklinkens vom Trennschalter gleichzeitig unterbrochen werden); (iv) Kennkurve für das Ausklinken (zur Kennzeichnung der Reaktionszeit, die aufgrund der jeweiligen Stromstärke für dieses Ausklinken benötigt wird). Alle diese charakteristischen Merkmale hängen unmittelbar mit dem Nullleitersystem, den in der Elektroinstallation fließenden Stromstärken und den anderen ihr vor- oder nachgelagerten Ausrüstungen zusammen.

116. Die von den Parteien vorgelegten Daten legen nahe, dass diese Auswahl im Allgemeinen durch die Elektroinstallation vorgegeben ist. Genauer betrachtet hat es aber den Anschein, dass die Gestaltung der jeweiligen Gebäude oder gewerblichen Anlagen im Allgemeinen die Bedingungen für das elektrische System vorgibt, das vom Elektroinstallateur erst festzulegen ist, und dass dieses Schema dann wiederum entscheidend für die Festlegung der Leistungsfähigkeit der in die Verteilerschalttafeln einzubauenden Elemente ist.

117. Wie beispielsweise von Schneider angeführt wird, “kann der Anstieg der Preise für Trennschalter von 16 Ampere, die in der Regel der Installation [...] nachgelagert und damit in großer Anzahl in den Endverteilerschalttafeln vorhanden sind, beträchtliche Auswirkungen auf den Preis der Verteilerschalttafel haben (und damit in bestimmten Fällen die Konzeption der Elektroinstallation in Frage stellen). Jedoch ist es nach [...] vielmehr die Topographie der Installation und der Bedarf an Sicherheit bei der Nutzung, welche für die endgültige Auswahl des Benutzers und damit auch des Elektroinstallateurs bestimmend sind.”

118. So führen die Parteien an, dass es für bestimmte Gebäude, Wohnungen oder gewerbliche Anlagen in der Regel ein optimales Schema für die Elektroinstallation gibt. Beispielsweise könne man sich zwar theoretisch eine Menge von verschiedenen Elektroinstallationen für bestimmte Wohnobjekte vorstellen (mit einem verschiedenen Trennschalter für jedes Zimmer oder einem Trennschalter für zwei Zimmer etc.), doch beuge sich der Elektroinstallateur in erster Linie der Besorgtheit um Sicherheit und Qualität bei der Benutzung, die ihn dazu veranlasst, die Schutzvorkehrungen von ihrer Anzahl her aufzustocken (um im Fall von Fehlerstrom jeden Stromkreis isolieren und die Stromversorgung in allen von diesem Fehlerstrom nicht betroffenen Stromkreisen aufrechterhalten zu können). In der Praxis erfolgt die Festlegung dieses Installationsschemas häufig durch Computerprogramme, wie dem von Schneider

angebotenen System ECODIAL, die so konzipiert sind, dass sie den Kunden zu einer Lösung hinführen, die eine optimierte Qualität an Dienstleistungen bietet und daher nicht notwendigerweise auf die niedrigsten Installationskosten ausgerichtet ist. Die Parteien heben auch hervor, dass die Entscheidung, die Schutzmechanismen aufzustocken, ebenfalls ein gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis bieten kann, da dadurch eine Reduzierung des Postens der elektrischen Kabel (und damit auch der Kosten) möglich wird.

119. Dieses Schema legt dann direkt die charakteristischen Merkmale für jeden Stromkreis und damit auch die Leistungsfähigkeit fest, die von den verschiedenen Bauteilen erwartet wird.

120. Diese Parameter entscheiden anschließend über die am besten passenden Bauteile, d.h. diejenigen, welche die Erwartungen an die Leistungsfähigkeit erfüllen, ohne dieses Ziel unnötigerweise zu überbieten (aus Kostengründen). Zwar kann man theoretisch auch Bauteile mit erhöhter Leistungsfähigkeit verwenden, diese Wahl brächte dem Benutzer bei erheblichen Mehrkosten aber keinen zusätzlichen Mehrwert. So kann man nach den Hinweisen von Schneider "theoretisch für die Sektion 4 auch die in Sektion 2 eingesetzten Trennschalter mit erhöhter Trennungstärke verwenden, und zwar nach der Erst-recht-Formel, 'wer mehr kann, kann auch weniger'. Die Kosten dieser Apparaturen verbieten aber eine solche Lösung".

121. Folgende Produkte sind als Bauteile von Verteilerschalttafeln möglich :

Tabelle 4

Name	Gesamtverteilerschalttafeln	Trennverteilerschalttafeln	Endverteilerschalttafeln
Trennschalter für Starkstrom	630-6 300 A		
Trennschalter mit Panzergehäuse	400-1 600 A	100-250 A	
Miniaturtrennschalter		63-125 A	6-40 A
Differenzialschutztrennschalter			X
Differenzialschutzunterbrecher			X
Sicherungen	400-1 600 A	<250 A	6-40 A
Schaltkasten und Bauteile der Schalttafel (oder Verteilerkasten)	X	X	X

B.1.3 Die Festlegung der relevanten Produktmärkte

122. Die Parteien betreiben Wirtschaftstätigkeiten, die sich auf dem Gebiet der Stromverteilerschalttafeln für Niederspannungsanlagen und der in diese Schalttafeln eingebauten Elemente überschneiden.

Die von den Parteien vorgeschlagene Definition der Produktmärkte

123. Die Parteien schlagen vor, bei den Systemen zum Schutz von Personen und Ausrüstungen in Elektroinstallationen mit Niederspannung zwischen drei Produktmärkten zu unterscheiden. Die Parteien schlagen ferner vor, diese Produktmärkte anhand der Ebene der Stromverteilung zu bestimmen. So unterscheiden die Parteien zwischen einem Markt für Gesamtverteilerschalttafeln im Niederspannungsbereich, einem Markt für Trennverteilerschalttafeln im Niederspannungsbereich und einem Markt für Endverteilerschalttafeln.

Die Märkte der Lösungen

124. Schneider ist in erster Linie der Auffassung, dass der Wettbewerb zwischen den Herstellern nicht auf der Ebene der Bauteile von Verteilerschalttafeln ausgetragen wird (die von den Herstellern an die Großhändler und von den Großhändlern an die Schalttafelbauer und die Elektroinstallateure verkauft werden), sondern auf der Ebene der “Lösungen” für die Stromverteilung (also der Schalttafeln selbst), die für den Zusammenbau dieser Bauteile gefunden werden. Die Lösungen der verschiedenen Hersteller sind zwar untereinander austauschbar, da sie dieselben Funktionen erfüllen und denselben technischen Anforderungen unterliegen. Dagegen sind die Bauteile, die von verschiedenen Herstellern angeboten werden, untereinander nicht austauschbar, und zwar entweder aus Gründen der technischen Kompatibilität (bei Gesamtverteiler- und Trennverteilerschalttafeln), oder weil die Elektroinstallateure in der Regel einer Marke treu sind und damit alle Bauteile bei ein und demselben Hersteller kaufen (bei Endverteilerschalttafeln). Als Reaktion auf diese Nachfrage haben die einzelnen Hersteller ihr jeweiliges Angebot von Lösungen ausgearbeitet, das voraussetzt, dass sie in der Lage sind, alle Bauteile ihrer jeweiligen Lösung liefern zu können. Diese Lösung wäre also das Produkt auf diesem Markt.

Die drei verschiedenen Märkte

125. Schneider ist im Übrigen der Auffassung, dass jeder Schalttafeltyp (Gesamt- Trenn- und Endverteilerschalttafeln) einen eigenen Markt darstellt. Erstens unterschieden sich die Gesamtverteilerschalttafeln im Hinblick auf die unterschiedliche technische Leistungsfähigkeit von den Trennverteiler- und den Endverteilerschalttafeln (insbesondere im Hinblick auf die Stromstärken) und setzten sich wenigstens teilweise aus Bauteilen zusammen, die für die jeweilige Kategorie von Schalttafeln spezifisch sind (Trennschalter für Starkstrom, auch “offene Trennschalter” genannt). Umgekehrt enthielten Gesamtverteilerschalttafeln keine Miniaturtrennschalter, die in Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln reichlich vorhanden sind.
126. Zweitens unterschieden sich die Trennverteiler- von den Endverteilerschalttafeln in Niederspannungsanlagen, in dem Maße, als Letztere für schwächere Stromstärken ausgelegt sind (unter 125 Ampere) und Erstere spezifische Bauteile enthalten (insbesondere Differenzialschutzsperrern), die in Endverteilerschalttafeln nicht verwendet werden.

Die Analyse der Kommission

127. In den folgenden Absätzen wird untersucht, nach welchen Parametern sich der Wettbewerb auf den Märkten im Zusammenhang mit Stromverteilerschalttafeln abspielt. Aus der Untersuchung der Kommission ergibt sich, dass diese Stromverteilerschalttafeln in der Regel von einer einzigen Marke stammen. Jedoch muss diese Feststellung mit der Erkenntnis einhergehen, dass die Hersteller elektrischer Betriebsmittel die Bauteile an die Großhändler verkaufen, und dass sich der Wettbewerb der Hersteller also beim Verkauf der Bauteile abspielt. Daraus ist die Schlussfolgerung zu ziehen, dass es sich bei den sachlich relevanten Produktmärkten, die als Referenzwert für die wettbewerbsrechtliche Analyse des angemeldeten Zusammenschlussvorhabens heranzuziehen sind, um die Märkte der Bauteile handelt, die in die Stromverteilerschalttafeln eingebaut werden.

Die Verteilerschalttafeln stammen sehr häufig von einer einzigen Marke

128. Die Untersuchung der Kommission zeigt, dass die Stromverteilerschalttafeln sehr häufig (vor allem wenn sie installiert werden) nur Bauteile einer einzigen Marke enthalten. Diese Tatsache hängt mit Sachzwängen technischer Art zusammen, so insbesondere bei Trennverteilerschalttafeln, und Gewohnheiten handelspolitischer Art zusammen, so insbesondere bei Endverteilerschalttafeln.

Die technischen Sachzwänge

129. Der Wettbewerb der Hersteller stellt zugleich auf eine isoliert zu betrachtende Komponente ab, aber auch auf die Leistungsfähigkeit der Verteilerschalttafeln, die durch die Kombination dieser Komponente mit anderen Bauteilen zusammengesetzt wird. Beispielsweise macht ein Trennschalter mit gegossenem Gehäuse nur wenig Sinn, wenn er nicht mit anderen Schutzvorrichtungen kompatibel ist (anderen Trennschaltern mit Panzergehäuse, Miniaturtrennschaltern, Sicherungen etc.), die beim Zusammenbau der Schalttafel verwendet werden.
130. Doch zeigen die von den Parteien vorgelegten Daten und die Ergebnisse der Untersuchung der Kommission, dass es bei den Gesamtverteiler- und den Trennverteilerschalttafeln wirtschaftlich nicht machbar wäre, die Kompatibilität zwischen bestimmten Bauteilen unterschiedlicher Marken sicherzustellen. Beispielsweise weisen die Parteien darauf hin, dass die Verwendung von gemischten Bauteilen unterschiedlicher Hersteller in einer Gesamtverteilerschalttafel den Schalttafelbauer dazu verpflichten würde, neue Erprobungen damit vorzunehmen, um die ordnungsgemäße Funktionsweise der derart zusammengesetzten Schalttafel zu überprüfen. Die Kosten dieser zusätzlichen Erprobungen beliefen sich je nach Garantien, die zu erbringen sind, auf etwa 10 000 bis 25 000 € ; diese Kosten verbieten eine derartige Lösung für eine bestimmte Schalttafel.
131. Ebenso sind die Schaltkästen und bestimmte Bauteile von Schaltkästen (Klemmplatinen etc.) in den Trennverteilerschalttafeln, die durch einen Hersteller verkauft werden, spezifisch auf die Bauteile des betreffenden Herstellers zugeschnitten. So hat jeder Hersteller tatsächlich spezifische Vorrichtungen für den Zusammenbau ausgetüftelt, die dazu dienen, den Zusammenbau der Schalttafel zu erleichtern.
132. Eine Trennverteilerschalttafel enthält typischerweise am Kopfende der Schalttafel einen Trennschalter mit Panzergehäuse, der eine Reihe von Abgängen versorgt und schützt, die ihrerseits wieder durch eine Reihe von Miniaturtrennschaltern versorgt und geschützt werden. Um sicherzustellen, dass ein Fehlerstrom bei einem Abgang nur die Trennung des betreffenden Abgangs auslöst, und nicht die Trennung der Gesamtheit der an die Schalttafel angeschlossenen Abgänge, ist sicherzustellen, dass ein bei diesem Abgang auftretender Fehlerstrom eher durch die diesem Abgang eigene Schutzvorrichtung getrennt wird, und nicht durch die Schutzvorrichtung am Eingang der Schalttafel. Diese Funktion trägt die Bezeichnung "Trennschärfe".
133. Doch offenbar wird diese Trennschärfe zumindest in Bezug auf die Trennverteilerschalttafeln von äußerst ausgeklügelten baulichen Vorrichtungen (Schnelligkeit der Öffnung der Kontakte, Energiemengen, die der Trennschalter bei der Trennung durchlässt etc.) sichergestellt, die auch mit der Art der Konzeption und Herstellung der Produkte zusammenhängen. So ist Schneider der Auffassung, dass zwei im Hinblick auf die anwendbaren Normen identische Trennschalter trotzdem unterschiedliche Leistungsfähigkeiten im Hinblick auf die Trennschärfe aufweisen

können, so dass es unmöglich ist, zu gewährleisten, dass die Produkte verschiedener Hersteller untereinander die gleiche Trennschärfenfunktion aufweisen.

134. Die Kompatibilität und die Trennschärfe der Bauteile sind für den Schalttafelbauer oder den Elektroinstallateur wesentliche Merkmale, da sie es sind, die es ihm ermöglichen, die Leistungsfähigkeit des Endprodukts Verteilerschalttafel zu gewährleisten und damit dem Bedarf seines Kunden gerecht zu werden. Da die Kompatibilität und die Trennschärfe aber nur innerhalb einer bestimmten Marke sichergestellt werden können, wird der Schalttafelbauer davon Abstand nehmen, gemischte Bauteile verschiedener Marken zu verwenden, und sich vielmehr alle für eine Schalttafel erforderlichen elektrischen Betriebsmittel bei ein und demselben Hersteller beschaffen. Nach den Einlassungen eines Schalttafelbauers²⁷, „gibt es keine Vermengung von Produkten verschiedener Marken. [...]“ Die Installationsvorschriften zwingen zur Verwendung derselben Marke.“
135. Für die Gesamtverteiler- und Trennverteilerschalttafeln ergibt sich daraus, dass durch die Wahl der Marke eines Schlüsselbauteils, wie eines Trennschalters mit Panzergehäuse für Trennverteilerschalttafeln, im Allgemeinen auch die Verwendung derselben Marke für alle anderen Bauteile vorgegeben ist, die zum Schutz der betreffenden Verteilerschalttafel benötigt werden. Sobald beispielsweise der Schalttafelbauer die Marke des Trennschalters mit Panzergehäuse für die Verteilerschalttafel festgelegt hat, hat er *de facto* auch seine Auswahl bei den anderen Bauteilen (Schaltkasten, Miniaturtrennschalter etc.) eingeschränkt, da er jetzt nur noch die Marken wählen kann, welche die Kompatibilität mit dem bereits ausgewählten Panzerschalter gewährleisten.
136. Es hat jedoch den Anschein, dass nicht unbedingt alle Bauteile der Schalttafel bei demselben Markenhersteller beschafft werden müssen, und dass bei bestimmten Bauteilen ohnehin eine gewisse Vermengung besteht. Dies scheint insbesondere bei den Bauteilen der Fall zu sein, die keine unmittelbare Schutzfunktion haben, wie z.B. die Bauteile von Schaltkästen. Denn die Verkaufsanteile der Parteien können auf ein und demselben Absatzgebiet erhebliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Bauteilen für den Zusammenbau einer Trennverteilerschalttafel aufweisen. So dürfte der Marktanteil von Schneider bei Trennschaltern für Trennverteilerschalttafeln in Frankreich komplett bei [50-90]*% liegen, bei Verteilerkästen aber nicht höher als [30-40]*%. Nach der Auffassung der Parteien lassen sich diese Unterschiede damit erklären, dass für denselben Typ Stromverteilerschalttafel verschiedene Lösungen vorstellbar sind. Wenn dies der Fall wäre, so zeigten die vorstehenden Zahlen, dass die von Schneider verkauften Trennverteilerschalttafeln im Durchschnitt fast zweimal so viele Trennschalter enthalten wie die von seinen Konkurrenten verkauften Trennverteilerschalttafeln. Insbesondere im Hinblick auf die Vielfalt der Kunden von Schneider in Frankreich ist dies wenig wahrscheinlich. Eine glaubhaftere Erklärung läge darin, dass die Vermengung zwar im Bereich der Trennschalter begrenzt ist (und zwar aus Gründen der Kompatibilität und der Trennschärfe), diese bei den Bauteilen für Schaltkästen aber häufiger vorkommt, da sie nicht denselben Regeln für Kompatibilität und Trennschärfe unterliegen wie die Trennschalter. Dies gilt auch für die Differenzialschutzsperrungen (Fehlerstromschutzschalter), die gleichfalls von spezialisierten Unternehmen geliefert werden. Dies ist beispielsweise der Fall bei Baco, einem Tochterunternehmen von Legrand, das Differenzialschutzsperrungen unter seiner eigenen Marke vermarktet. Im Bereich der Endverteilerschalttafeln schließlich variieren die

²⁷ Spie Trindel, Beantwortung des Fragebogens der Phase I.

Marktanteile, welche die Parteien für die einzelnen Kategorien von Bauteilen angegeben haben, von einem Bauteil zum anderen erheblich.

Die Gewohnheiten handelspolitischer Art

137. Die Vermengung von Produkten verschiedener Marken in ein und derselben Endverteilerschalttafel scheint technisch möglich zu sein und wird gelegentlich auch praktiziert. Die Parteien rufen jedoch in Erinnerung, dass die Bauteile der Endverteilerschalttafeln im Wesentlichen integriert sind und von den Elektroinstallateuren ausgesucht werden, die “im Allgemeinen einer Marke treu bleiben und den kompletten Bausatz bei einem einzigen Hersteller kaufen, und zwar wegen der Erleichterungen für die Montage der Verteilerschalttafel, des äußeren Erscheinungsbildes der Produkte, der Funktionalität der Apparaturen und des Vertrauens in die technische Qualität der Erzeugnisse dieses Herstellers”²⁸. Obwohl also keine technischen Hindernisse für die Vermengung der Bauteile verschiedener Hersteller bestehen, kaufen die Elektroinstallateure immer wieder alle ihre Bauteile eher von ein und demselben Hersteller.
138. Diese Erwägungen zeigen auch, dass das Angebot einer kompletten Produktpalette im Rahmen einer einzigen Marke in diesem Sektor einen erheblichen Wettbewerbsvorteil darstellt. Nach den Einlassungen eines Herstellers²⁹ “schrumpft der Handlungsspielraum für kleine Herstellerbetriebe oder für Hersteller isolierter Bauteile angesichts der Marktentwicklung immer mehr, die dazu tendiert, komplette Elektroinstallationen und integrierte Systeme zu liefern”.
139. Die Nachfrage nach kompletten Produktpaletten erklärt sich vor allem aus der Tatsache, dass sich die Elektroinstallateure und die Schalttafelbauer in erster Linie den Marken zuwenden, die ihnen die Gewährleistung für Sicherheit und Kompatibilität bieten, und zwar unabhängig von der gewählten Konfiguration und der sich daraus ergebenden Auswahl und Zusammensetzung der verschiedenen Bauteile einer Verteilerschalttafel. In Anbetracht der Mannigfaltigkeit der in eine Gesamtverteiler- oder Trennverteilerschalttafel aufzunehmenden Bauteile (so zählt Schneider über 3 000 Referenzwerte für Trennverteilerschalttafeln) müssen die Marken heute die gesamte Produktpalette der in diesen Verteilerschalttafeln integrierbaren Schutzmaterialien bereithalten.
140. Die Bedeutung von ausgedehnten Produktpaletten und das Ausbleiben einer erheblichen Vermengung von Produkten verschiedener Marken werden durch andere charakteristische Merkmale dieses Sektors noch verstärkt. Zunächst, wie auch aus den Hinweisen von General Electric (GE) hervorgeht, “versuchen die Schalttafelbauer und die Elektroinstallateure normalerweise, alle ihre Produkte von einem einzigen Lieferanten und von einer einheitlichen Marke zu kaufen. Dies verringert ihre Geschäftskosten, ermöglicht ihnen einen besseren Zugang zu Ausbildungsmaßnahmen und Wartungsdienstleistungen des Herstellers und gewährleistet ihnen die technische Kompatibilität der verschiedenen Bauteile.” Ferner haben bestimmte Schalttafelbauer und Elektroinstallateure auf die Gewährung von Preisnachlässen oder Produktschulungen im Zusammenhang mit Sammelbestellungen oder der Erfüllung jährlicher Zielvorgaben beim Umsatz von Produkten derselben Marke hingewiesen. Wie

²⁸ S. 54 - Formular CO.

²⁹ Gewiss, Beantwortung des Fragebogens der ersten Phase.

die Ergebnisse der Untersuchung der Kommission zeigen, hat es schließlich den Anschein, dass das Angebot einer breitgefächerten Produktpalette einen beträchtlichen Vorteil für den Zugang zu den Großhändlern darstellt.

141. Alle großen Wettbewerber der Parteien (wie ABB, Siemens oder Hager) verfügen über komplette Produktpaletten an Bauteilen. Diejenigen Herstellerbetriebe mittlerer Größe, die nicht alle Bauteile selbst herstellen, müssen diese Produktlücke in der Regel durch Zukäufe des fehlenden Bauteiltyps von anderen Herstellern und anschließende Aufnahme in ihr eigenes Programm schließen. Dies ist beispielsweise der Fall bei Moeller (der sich die Sicherungstrennschalter für Starkstrom bei Schneider besorgt), bei Gewiss (der seine Trennverteilerschalttafeln mit Hilfe der von ABB gelieferten Panzerschalter entwickelt hat) und bei Schneider (der Sicherungstrennschalter bei ABB und Sicherungen bei Holec und Harvey Bubble einkauft).

Der Wettbewerbsdruck zwischen den Herstellern und im Hinblick auf die Nachfrage besteht auch auf der Ebene der Bauteile

142. Die Stellung der Parteien in Bezug auf die Festlegung der sachlich relevanten Produktmärkte, und zwar entsprechend der endgültigen Zusammenstellung der Bauteile zu "Lösungen", scheint indessen einer Überprüfung nicht standzuhalten. Denn wie die Ausarbeitungen in den folgenden Absätzen zeigen, wird diese Position durch die wirtschaftliche Realität entkräftet, und nach den Darlegungen in den Dokumenten der Parteien gibt es den Konkurrenzdruck auch auf der Ebene der Bauteile.

Die wirtschaftliche Realität zeigt, dass der Markt durch den Verkauf von Bauteilen funktioniert.

143. In ihrer Entscheidung vom 30. März 2001 gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c) der Fusionskontrollverordnung ("die Entscheidung 6(1)c") wies die Kommission darauf hin, dass sie die Möglichkeit nicht ausschließt, dass jede der verschiedenen Bauteilekategorien für Stromverteilerschalttafeln einen eigenen sachlich relevanten Markt bildet. Bei dieser Annahme müssten die Produktmärkte also eher auf der Grundlage von Bauteilekategorien als nach den Kriterien von "Lösungen" festgelegt werden. Die Kommission hatte in ihrer Entscheidung 6(1)c insbesondere vermerkt, dass zahlreiche Dritte darauf hingewiesen hatten, dass die elektrischen Bauteile von den Herstellern in der Regel auch als solche verkauft und ihren Großhändlern oder Schalttafelbauern geliefert werden, ohne sie in eine vollständige Lösung zu integrieren (da diese Integration den Schalttafelbauern und den Elektroinstallateuren überlassen werde).
144. In der oben genannten Entscheidung hatte die Kommission ebenfalls vermerkt, dass bestimmte Konkurrenten anscheinend nicht in der Lage sind, alle Bauteile selbst herzustellen, die in die von ihnen angebotenen "Lösungen" (Stromverteilerschalttafeln) integriert werden sollen; dass ferner die Kataloge der Parteien die von ihnen vorgeschlagene Segmentierung zwischen Gesamtverteiler-, Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln offenbar nicht nachvollziehen; und dass diese Kataloge ganz im Gegenteil die Bauteile nach Produktpalette oder Produktfamilie im Hinblick auf ihre Leistungsfähigkeit aufschlüsseln.
145. Die detaillierte Untersuchung der Kommission hat bestätigt, dass die Hersteller die Bauteile verkaufen und die Großhändler, die Elektroinstallateure und die Schalttafelbauer diese einkaufen. Streng genommen besteht also kein Verkauf von

bereits integrierten Verteilerschalttafeln. Die Rolle der Schalttafelbauer und der Elektroinstallateure besteht genau darin, eine Stromverteilerschalttafel zusammenzusetzen, die den technischen Merkmalen der Installation entspricht, für die sie bestimmt ist. Die Konzeption einer Verteilerschalttafel, ihr Zusammenbau, insbesondere ihre Zusammensetzung aus Trennschaltern (für Starkstrom, mit Panzergehäuse oder in Miniatur), Sicherungen und Differenzialschutzsperren und die Auswahl dieser Bauteile hängen in erster Linie von den technischen Merkmalen dieser Installation ab.

146. Es dürfte also keine “Standardverteilerschalttafel” geben, da jede Schalttafel die praktisch einmaligen charakteristischen Merkmale der Elektroinstallation widerspiegeln müsste, deren integrativer Bestandteil sie werden soll. Nach den Hinweisen von Legrand³⁰ “ist die Mannigfaltigkeit der zu beobachtenden Konfigurationen sehr groß und macht die Definition eines Schalttafeltyps sehr schwierig.” Die Schalttafel wird also erst auf der Ebene des Schalttafelbauers, des Elektroinstallateurs und/oder des Planungsbüros in Verbindung mit dem Endabnehmer konzipiert und zusammengebaut.
147. In ihrer Erwiderung bestreiten die Parteien nicht, dass es quasi keinen Schalttafeltyp gibt, behaupten aber, dass Lösungstypen bestünden. So rufen sie einerseits in Erinnerung, dass der Zusammenbau einer Schalttafel immer die Zusammenfügung derselben Typen von Bauteilen erfordere (Trennschalter, Differenzialschutzsperren, Bauteile des Schaltkastens bzw. des Verteilerkastens etc.), und dass andererseits die Kundschaft das Bedürfnis empfindet, Lösungstypen zu erhalten, wie dies durch die Ausarbeitung von Computerprogrammen zur Unterstützung der Nachfrage zum Ausdruck kommt, der die Hersteller und auch die Elektroinstallateure gerecht werden müssen.
148. Die Kommission bestreitet diese Beobachtungen nicht. Sie ist jedoch der Auffassung, dass sie in keinem Falle als Beweis für die Existenz eines Schalttafeltyps interpretiert werden dürfen. Die Tatsache, dass alle Verteilerschalttafeln eines bestimmten Typs in der Regel denselben Bauteiletyp enthalten, zeigt nur, dass alle diese Schalttafeln die gleiche Funktion erfüllen, aber offensichtlich nicht, dass sie alle identisch sind. Die Spezifität jeder einzelnen Schalttafel (und damit das quasi Nichtvorhandensein eines Schalttafeltyps) wird im Übrigen bestätigt durch das Vorhandensein von Computerprogrammen zur Unterstützung der Dimensionierung der Schalttafeln, die dazu dienen, ihre Zusammensetzung so festzulegen, dass man optimal auf den Bedarf jedes einzelnen Kunden eingehen kann. Die Kommission hält also an ihrer Auffassung fest, dass es mit Ausnahme einiger Typen von Endverteilerschalttafeln, die nur ein paar spezifische Konfigurationen betreffen und nur einen sehr geringen Anteil der Verkaufszahlen ausmachen, keinen Schalttafeltyp gibt, und dass das, was die Parteien Lösungstyp nennen, eher mit einer Markenkohärenz im Zusammenhang steht.
149. Denn in der Regel konzipiert und verkauft der Hersteller elektrischer Betriebsmittel keine Schalttafel, sondern begnügt sich mit dem Verkauf (direkt oder indirekt über Vertrieb) der Bauteile an Drittunternehmen (Schalttafelbauer, Elektroinstallateure), die diese zum Zusammenbau der Elektroinstallation ihrer eigenen Kunden benötigen. Die Kataloge der Parteien und ihrer Konkurrenten sind im Übrigen bei den Bauteilen nach Produktfamilien und nicht nach Schalttafeltypen aufgebaut. So beschreiben diese

³⁰ Legrand, Antwort auf Frage 65.

Kataloge im Detail die technischen Merkmale der Bauteile, ohne jedoch unbedingt Bezug auf die Schalttafeln zu nehmen, in die sich diese Bauteile einfügen könnten.

150. Außerdem haben die Parteien darauf hingewiesen, dass der Verkauf von Trennverteiler- oder Endverteilergeräten für die Verteilung von Niederspannungsstrom zu über 80% im Vertriebswege erfolgt. Denn, wie Schneider dies genauer ausführte³¹, “kauft [jeder Großhändler] bei den Parteien die Posten von Bauteilen oder zusammenpassenden Bauteilegruppen, die zur Bevorratung eines Warenlagers notwendig sind, um den verschiedenen Konfigurationen der Systeme gerecht zu werden, die seine eigenen Kunden erstellen müssen”. Diese Antwort bestätigt, dass die Bestellungen der Großhändler im Bereich von elektrischen Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln auf die Bauteile ausgerichtet sind, und nicht auf integrierte Lösungen.
151. In Beantwortung der Fragen der Kommission³², hat Schneider für jeden Mitgliedstaat des EWR eine Kopie der wichtigsten Bestellungen an Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln für Niederspannungsstrom wie auch der Rechnungen zu diesen Bestellungen vorgelegt. Daraus geht klar und deutlich hervor, dass sich die Bestellungen der Kunden von Schneider praktisch immer auf Bauteile beziehen, die durch eine Referenznummer genau festgelegt sind, und nicht auf Lösungen. Die seltenen Ausnahmen betreffen praktisch alle Direktverkäufe an Kunden, die keine Großhändler oder Schalttafelbauer sind. Denn wie bereits weiter oben ausgeführt wurde sind solche Verkäufe marginal (unter 5% bei Trennverteiler und unter 10% bei Endverteilerschalttafeln).
152. Aus obigen Ausführungen geht eindeutig hervor, dass quasi die gesamten Verkäufe der Parteien in den Sektoren der Trennverteiler- und der Endverteilerschalttafeln aus Bauteilen und nicht aus “integrierten Lösungen” bestehen. Dies gilt auch für ihre Konkurrenten.

Der Wettbewerbsdruck besteht auf der Ebene der Bauteile

153. Eine Untersuchung der Ursachen für die Homogenität der Marken bei den Bauteilen für Verteilerschalttafeln (technische Sachzwänge und Gewohnheiten handelspolitischer Art) zeigt, dass ein Hersteller, der über die gesamte Produktpalette der Bauteile verfügt (notwendiges Erfordernis, um auf dem Markt präsent zu sein), in der Lage wäre, seine Macht auf dem Markt eines Bauteiletyps zur Geltung zu bringen, wenn er eine besonders starke Position bei diesem Typ von Bauteilen inne hätte.
154. Im Rahmen der Endverteilerschalttafeln hat es den Anschein, dass die einzige Ursache für das Vorhandensein von Bauteilen derselben Marke in der Treue der Elektroinstallateure zu ihrer Marke zu sehen ist. Eine Untersuchung der Wettbewerbsbedingungen zeigt jedoch, dass die Marktanteile von einem Bauteil zum anderen sehr unterschiedlich sein können. So zeigen die Ergebnisse der Untersuchung beispielsweise, dass die Marktanteile bei bestimmten Herstellern von einem Bauteil zum anderen doppelt so hoch sein können. Diese Unterschiede dürften zeigen, dass die Wettbewerbsbedingungen von einem Bauteil zum anderen nicht homogen sind.

³¹ Antworten der Parteien auf Fragen 68 und 113 des Fragebogens vom 6. April 2001.

³² Fragen 70 und 112 – Fragebogen vom 6. April 2001.

155. Bei den Trennverteilerschalttafeln machen die Parteien technische Sachzwänge geltend (Kompatibilität und Trennschärfe), um sich gegen die Analyse zu rechtfertigen, die “Lösungen” stellten einen Vorwand dar. Sie rufen in ihrer Erwiderung ebenfalls in Erinnerung, dass die Schalttafelbauer durch die Entscheidung für eine einheitliche Marke erhebliche Zeitgewinne (25% bis 50%) bei der Montage der Verteilerschalttafel machen können.
156. Wie bereits weiter oben dargestellt wurde, gibt es jedoch allem Anschein nach die Vermengung der Bauteile, so zumindest bei den Bauteilen für Schaltkästen. Außerdem ergibt sich aus der fehlenden Vermengung der Bauteile auf der Ebene der Trennschalter kein Verbot für das Vorhandensein von unterschiedlichen Wettbewerbsbedingungen zwischen Panzerschaltern, die “Schlüsselbausteine” darstellen und deren Auswahl auch Bedingungen für die Auswahl der anderen Sicherheits- und Schutzbausteine setzt, und diesen anderen Sicherheits- und Schutzbausteinen. Denn die Hersteller haben natürlich die Tendenz, ihre wesentlichen Anstrengungen in der Forschung und Entwicklung (F&E) und in der Absatzförderung eher bei diesen Schlüsselbausteinen als bei den anderen Bausteinen zur Geltung zu bringen. Dies wird übrigens durch die Daten bestätigt, welche die Parteien in ihrer Erwiderung vorgelegt haben. Diese Daten zeigen, dass die Preisunterschiede bei Panzerschaltern in Italien (im Zeitraum 1998-2000) [20-30]*% zwischen dem niedrigsten Preis (bei entsprechender Absatzförderung) und dem höchsten Preis (keine Absatzförderung) ausmachen konnten, dass die Preisunterschiede bei Miniaturtrennschaltern aber [10-20]*% nicht übersteigen. Dies legt nahe, dass die Absatzförderung bei “Schlüsselrennschaltern” traditionell wichtiger als bei anderen Trennschaltern ist.
157. Die Analyse der Ebene der Bauteile scheint um so mehr sachdienlich, als es sich dabei in der Regel um die Ebene handelt, auf welcher der Wert einer Marke beruht. Im Übrigen handelt es sich auch um die Ebene, welche die Parteien zur Bestimmung ihrer eigenen Position auf den Märkten für Ausrüstungen zur Verteilung von Niederspannungsstrom analysieren. So führen die “mittelfristigen Planungen 2001-2005” von Legrand für die meisten EWR-Länder detailliert die von Legrand in diesen Ländern gehaltenen Marktanteile nach Bauteilekategorien auf (“Starkstromtrennschalter”, “Trennschalter für Trennverteiler [-schalttafeln]”, “Differenzialschutzsperrern”, “Gehäuse”). Hingegen erscheint in diesen Dokumenten keinerlei Analyse nach “Lösungen” (d.h. nach dem Typ der Stromverteilerschalttafel im Niederspannungsbereich).
158. In diesen internen Dokumenten der Parteien sind auch Analysen zu finden, welche die Bedeutung der Bauteile als solche hervorheben. So weist Bticino, das Teil der Unternehmensgruppe Legrand ist, auf Folgendes hin³³: “[...]”*. Auch Legrand³⁴ erarbeitet spezifische und getrennte Analysen für die Schalter von Trennverteilerschalttafeln einerseits und die Differenzialschutzsperrern (Fehlerstromschutzschalter) andererseits. Was Schneider anbelangt, so hält dieses Unternehmen in seinem Dreijahresplan für [...] an den positiven Auswirkungen der Einführung einer neuen Produktpalette für [...] und an der späteren Verwendung dieser Bauteile fest, um damit den Verkauf anderer Produkte zu ermöglichen. [...]*, zählt Schneider auf seine Produktpalette von [...]*, um seine Marktposition bei den gewerblichen Kunden zu stärken, und umgekehrt macht dieses Unternehmen seine

³³ Bticino, Mittelfristige Planung [...]*.

³⁴ Legrand, Mittelfristige Planung.

Produktpalette von [...] * für seine schwache Wettbewerbsfähigkeit bei Kunden im Wohnraumbereich verantwortlich.

159. Die Art und Weise, wie diese Dokumente die strategische Rolle eines Bauteils unterstreichen (im vorliegenden Fall ein [...] *, veranschaulicht die Bedeutung der Bauteile in den Wettbewerbsstrategien der verschiedenen Hersteller. Die Rolle der Bauteile kommt auch in der Werbung der Hersteller zum Ausdruck, die auf die Elektroinstallateure und die Schalttafelbauer abstellt. Denn diese Werbung lobt die Leistungsfähigkeit der vorgeschlagenen Bauteile, und nicht die fertigen Lösungen, die mit Hilfe dieser Bauteile erstellt werden können.
160. Schließlich muss man zur Kenntnis nehmen, dass [...] *.³⁵
161. In ihrer Erwiderung bestreiten die Parteien die Existenz der Marktbeherrschung auf der Ebene der Bauteile. Sie sind insbesondere der Auffassung, dass die Prüfung der hypothetischen Monopolstellung nicht auf einen bestimmten Typ von Bauteilen anwendbar ist, da alle Hersteller die gesamte Produktpalette anbieten. Die Annahme einer hypothetischen Monopolstellung bei einem einzelnen Bauteiletyp wäre also eine Hypothese, die mit der Wirklichkeit des Marktes überhaupt nicht übereinstimmt.
162. Die Kommission kann sich dieser Auffassung nicht anschließen. Wenn es stimmt, dass die Annahme einer hypothetischen Monopolstellung für einen einzigen Typ von Bauteilen nicht der Realität des Marktes entspricht, so ist damit noch nicht in Abrede gestellt, dass für jeden Bauteiletyp unterschiedliche Wettbewerbsbedingungen gelten (und damit unter Umständen eine Marktbeherrschung besteht). Es verhält sich nicht so, dass die Wettbewerbsfähigkeit der verschiedenen Hersteller, die charakteristischen Merkmale der Nachfrage und somit auch die Preisgestaltung notgedrungen für die Gesamtheit der Bauteile gleich sind, weil alle Hersteller die Gesamtheit der Bauteile anbieten, die zur Herstellung einer Verteilerschalttafel notwendig sind, und die Elektroinstallateure diese kaufen müssen. Anders ausgedrückt : Die Tatsache, dass die Prüfung einer hypothetischen Monopolstellung auf der Ebene der einzelnen Bauteile keine Anwendung finden kann (weil alle Hersteller die gesamte Produktpalette verkaufen) zeigt, dass auf der Ebene eines einzelnen Bauteils wahrscheinlich keine Monopolsituation besteht, die unabhängig von allen anderen ist. Dies schließt jedoch für sich genommen nicht aus, dass auf der Ebene der Bauteile eine Marktbeherrschung besteht.
163. Die einfache (und von den Parteien nicht bestrittene) Tatsache, dass es "Schlüsselbauteile" gibt, zeigt doch, dass bestimmte Bauteile wichtiger sind als andere, und dass die Wettbewerbsbedingungen für diese Bauteile anders als die für die anderen Bauteile sein können. Wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, besteht außerdem bei bestimmten Bauteilen eine Vermengung, so insbesondere bei den Bauteilen für Schalt- und Verteilerkästen.
164. Dies wird übrigens in vollem Umfang durch die von Schneider vorgelegten Daten bestätigt, die erhebliche Unterschiede bei den Gewinnspannen der verschiedenen Bauteiletypen ausweisen.

³⁵ Schneider, Die europäische Zolltarifkonvergenz.

Tabelle Gewinnspannen

Produkt	Gesamtverteilerschalttafeln		Trennverteilerschalttafeln		Endverteilerschalttafeln	
	Gewinnspanne brutto	Gewinnspanne netto	Gewinnspanne brutto	Gewinnspanne netto	Gewinnspanne brutto	Gewinnspanne netto
Trennschalter für Starkstrom	[40-60]*%	[20-40]*%				
Trennschalter mit Panzergehäuse	[40-60]*%	[10-30]*%	[50-70]*%	[20-40]*%		
Miniaturtrennschalter und Differenzialschutzsperren			[50-70]*%	[20-40]*%	[50-70]*%	[20-40]*%
Schaltkästen und Bauteile von Schalttafeln (oder Verteilerkästen)	[20-40]*%	[0-20]*%	[50-70]*%	[20-40]*%	[20-40]*%	[0-20]*%

Quelle : Schneider, Beantwortung des Fragebogens vom 6. April 2001

Schlussfolgerung

165. Gemäß der Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes³⁶, “ muss die Marktdefinition [...] die Ermittlung ermöglichen, welche konkurrierenden Unternehmen tatsächlich in der Lage sind, dem Verhalten der beteiligten Unternehmen Schranken zu setzen und sie daran zu hindern, sich einem wirksamen Wettbewerbsdruck zu entziehen ”. Die Definition des sachlich relevanten Marktes dient also dem Ziel, die Bereiche festzulegen, in denen ein etwaiger Wirtschaftsbeteiligter mit dominanter Stellung eine Marktmacht ausüben könnte, und ein Rahmenkonzept für die Analyse der Angebots- und Nachfragesituation in diesen Bereichen zu bieten.
166. Die vorstehende Analyse zeigt, dass die Marktmacht der Hersteller auf zwei Ebenen ausgeübt werden kann : zum einen auf der Ebene der Marken (und damit der Zusammenstellung der Gesamtheit der in eine Verteilerschalttafel einzubauenden Bauteile) und zum anderen individuell auf der Ebene einer jeden Bauteilfamilie.
167. Denn einerseits zwingt die vorherrschende “Treue der Kunden zu einer einzigen Marke ” die Hersteller, über eine komplette Produktpalette zu verfügen und die Leistungsfähigkeit (technische und wirtschaftliche) der Verteilerschalttafeln zu gewährleisten, die aus dem Zusammenbau dieser Produkte entstehen. Sobald ein Bauteil (z.B. ein Trennschalter) ausgesucht wurde, wird der Rest der Bauteile derselben Verteilerschalttafel normalerweise von derselben Marke besorgt. Dies ist insbesondere für die anderen Trennschalter der Fall, die in Trennverteilerschalttafeln eingebaut werden, und zwar aus Gründen der weiter oben beschriebenen Kompatibilität und der Trennschärfe. Es besteht also eine erste Wettbewerbsebene für die Gesamtheit der Bauteile (oder zumindest der Gesamtheit der Bauteile mit Schutz- und Sicherheitsfunktion).
168. Jedoch geht aus Vorstehendem ebenfalls hervor, dass (i) die “ Treue der Kunden zu einer einzigen Marke ” nichts Absolutes ist, und zwar sowohl in Bezug auf Endverteiler- als auch auf Trennverteilerschalttafeln ; (ii) die Vermengung bei den Bauteilen von Schaltkästen oder Verteilerkästen anscheinend intensiver ist als bei den Bauteilen mit Schutz- und Sicherheitsfunktion ; (iii) die Wahl der Marke in der Praxis durch die

³⁶ Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft, (97/C 372/03).

Entscheidung für bestimmte “Schlüsselbauteile” schon vorgegeben ist; (iv) die Wettbewerbspositionen der verschiedenen Hersteller sich von einem Bauteiltyp zum anderen erheblich unterscheiden können. Die Wettbewerbsbedingungen sind also nicht für jeden Bauteiltyp gleich. Dies wird übrigens durch die Daten vollumfänglich bestätigt, welche die Parteien in ihrer Erwiderung vorgelegt haben. Denn diese Daten zeigen, dass es für jeden Bauteiltyp spezifische Maßnahmen der Absatzförderung gibt (z.B. einen Hinweis auf Miniaturtrennschalter oder einen Typ Verteilerschalttafel), was überaus nahe legt, dass es von einem Bauteil zum anderen einen unterschiedlichen Wettbewerbsdruck gibt. Im Bereich der Trennverteilerschalttafeln scheinen diese Maßnahmen der Absatzförderung ferner erheblich wichtiger für die “Schlüsselbauteile” (Trennschalter mit gegossenem Gehäuse) und die “vermengbaren” Bauteile (die Bauteile für Schaltkästen) zu sein als für Miniaturtrennschalter.

169. In ihrer Erwiderung bestreiten die Parteien diese Analyse und vertreten im Gegenteil die Auffassung, dass die wettbewerbsrechtliche Beurteilung nicht auf die Ebene der Verteilerschalttafeln abstellen darf, also die Gesamtheit der Bauteile, die Eingang in die Zusammensetzung eines bestimmten Typs von Schalttafeln finden. Die Parteien stützen sich insbesondere auf (i) technische Erwägungen (Kompatibilität, Trennschärfe etc.) und wirtschaftliche Gründe (Montagezeiten), welche die Vermengung von Produkten verschiedener Marken einschränken, (ii) die “Treue der Elektroinstallateure und Schalttafelbauer zu ihrer Marke” und (iii) die Tatsache, dass alle Hersteller die gesamte Palette der zum Bau einer Schalttafel erforderlichen Bauteile anbieten und dies auch tun müssen. Die Parteien stützen sich auch auf die Ergebnisse einer Untersuchung, die sie beim Wirtschaftsberatungsunternehmen NERA in Auftrag gaben, und die nach ihrer Auffassung klarstellt, dass eine sehr starke Wechselbeziehung zwischen den Verkaufsvolumen der einzelnen Bauteiltypen besteht. Die Parteien sind der Auffassung, dass diese Wechselbeziehung der Verkaufsvolumen zeigt, dass für Bauteile ein einheitlicher Markt besteht.
170. Wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, bestreitet die Kommission weder das Vorhandensein einer ersten Wettbewerbsebene für die Gesamtheit der Bauteile, die Eingang in die Zusammensetzung einer bestimmten Stromverteilerschalttafel finden, noch, dass dieser Wettbewerb zum Angebot einer kompletten Produktpalette durch die Hersteller und zur Gewährleistung der technischen und wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit auf der Ebene der Verteilerschalttafeln zwingt, die aus der Zusammensetzung dieser Bauteile hervorgehen. Sie ist jedoch der Auffassung, dass der Wettbewerb nicht allein auf dieser Ebene, sondern auch auf der Ebene jedes einzelnen Bauteiltyps stattfindet.
171. Die Kommission ist auch der Auffassung, dass die vom Wirtschaftsberater NERA gelieferten Daten die Erheblichkeit der Analyse für die Ebene der Bauteile eher bestätigen als entkräften. In erster Linie hat es den Anschein, dass die Hersteller eine große Anzahl von Förder- und Werbemaßnahmen eher auf der Ebene eines einzelnen Typs von bestimmten Bauteilen als auf der Ebene der Gesamtheit der beim Zusammenbau einer Schalttafel benötigten Bauteile vornehmen. So gewährte Schneider im Juni und Juli 2000 einen Rabatt von [0-20]*% auf bestimmte [...] und einen Preisnachlass von [20-40]*% auf bestimmte [...]. Auch führte Legrand spezifische Absatzförderungsmaßnahmen für bestimmte Typen von [...] für Endverteilerschalttafeln und zu anderen Zeitpunkten Absatzförderungsmaßnahmen in Bezug auf bestimmte [...] durch. Der Umfang dieser Absatzförderungsmaßnahmen und ihre Zielausrichtung auf einen einzigen Bauteiltyp machen deutlich, dass es auf der Ebene eines jeden Bauteiltyps einen spezifischen Wettbewerb gibt.

172. Zweitens legen die von den Parteien vorgelegten Daten auch nahe, dass diese Maßnahmen der Absatzförderung sehr erhebliche Auswirkungen auf den Verkauf der von diesen Maßnahmen betroffenen Materialien haben, dass sie aber nur mäßige Auswirkungen auf die Verkaufsvolumina der anderen Bauteile haben, die der Zusammensetzung der betreffenden Betriebsmittel zur Bildung von “ Lösungen ” dienen. Als Bticino im Januar 2000 (in Italien) einen Preisnachlass von [0-20]*% auf bestimmte [...] gewährte stieg der Verkauf von [...] um [0-20]*% im Vergleich zum Dezember 1999, aber der Verkauf von [...] stieg im Vergleich zum Vormonat nur um [0-20]*%. Dieser Unterschied ist noch augenfälliger, wenn man die Saisonabhängigkeit des Verkaufs berücksichtigt, da der Verkauf von [...] sogar um [0-10]*% im Vergleich zum Vormonat fiel (der Verkauf von [...] war hingegen um [20-30]*%) gestiegen. Dies legt nahe, dass die Maßnahmen der Absatzförderung bei Bauteilen keine einheitliche Wirkung auf alle zum Zusammenbau einer Schalttafel erforderlichen Bauteile haben, was wiederum bestätigt, dass es auf der Stufe der Bauteile eine zweite Wettbewerbsebene gibt.
173. Drittens zeigen die von NERA vorgelegten Daten, dass keine wesentlichen Wechselbeziehungen zwischen den Preisunterschieden der verschiedenen Bauteile bestehen. Da die Preisunterschiede die Entwicklungen der Angebots- und der Nachfragesituation der betreffenden Produkte widerspiegeln, veranschaulichen diese fehlenden Wechselbeziehungen die Spezifität eines jeden Bauteiletyps und bestätigen damit, dass die Preise für den einzelnen Bauteiletyp überwiegend eher aufgrund von Erwägungen festgelegt werden, die für diesen Typ von Bauteil charakteristisch sind (denn als Resultat von Wettbewerbsverschiebungen auf der Ebene der aus ihnen zusammengesetzten Schalttafeln).
174. Die Kommission ist schließlich der Auffassung, dass die Wechselbeziehungen zwischen den Verkaufsvolumina für Bauteile, wie sie von NERA beobachtet wurden, das Vorhandensein eines spezifischen Wettbewerbs auf der Ebene der Bauteile nicht in Frage stellen. Diese Berechnung der Wechselbeziehungen berücksichtigt überhaupt nicht den saisonalen Charakter dieser Wirtschaftstätigkeit. Denn diese Saisonabhängigkeit ist manchmal stark ausgeprägt, so insbesondere im Monat August, wo das Verkaufsvolumen um mehr als 75% im Vergleich zum Monat Juli sinken kann. Da sie dieses Phänomen nicht isoliert betrachten, führen die von NERA vorgelegten Daten also zu einer erheblichen Überbewertung der wirklichen Wechselbeziehungen zwischen den Verkaufsvolumina. Zur Messung der wirklichen Wechselbeziehungen hat die Kommission eigene Berechnungen auf der Grundlage der von den Parteien vorgelegten Daten durchgeführt. Diese Berechnungen zeigen, dass die Wechselbeziehungen bei einer isolierten Betrachtung der Saisonabhängigkeit der Verkäufe beträchtlich abnehmen und eine Wertspanne (der Größenordnung von 0,7) erreichen, was genaue Rückschlüsse nicht erlaubt.
175. In jedem Fall scheint auf der Hand zu liegen, dass bestimmte Beziehungen zwischen den Verkäufen von verschiedenen Bauteiletypen bestehen, da es sich beim Verkauf an die Endabnehmer um montierte Schalttafeln handelt und diese Schalttafeln durch Zusammensetzung der betreffenden Bauteile entstehen. Die Kommission ist jedoch der Auffassung, dass das Bestehen dieser Beziehungen nicht den Rückschluss zulässt, dass alle Bauteile von einem einheitlichen Produktmarkt stammen. Auf einen anderen Wirtschaftssektor angewandt führte die von NERA entwickelte Beweisführung wiederum zu der Annahme, dass Reifen und Motoren Teile desselben Produktmarktes sind, da (wahrscheinlich) eine Beziehung zwischen dem Verkaufsvolumen von Reifen und von Motoren für Automobile besteht (da der Verkauf dieser beiden Ausstattungen nun einmal mit dem von Automobilen verknüpft ist). Diese Schlussfolgerung erscheint

ziemlich absurd, und zwar in Anbetracht der komplett fehlenden Substituierbarkeit zwischen den beiden Produkten (sowohl auf der Nachfrage- als auch auf der Angebotsseite) und der fundamentalen Unterschiede im Hinblick auf die Wettbewerbsstruktur in diesen beiden Sektoren (Vorhandensein von integrierten Konstrukteuren, Ebene des Zusammenschlusses etc.). Übrigens stützen sich aus diesem Grunde die ökonometrischen Untersuchungen zur Definition der relevanten Produktmärkte in der Regel eher auf die Wechselbeziehungen der Preise als auf die der Verkaufsvolumina³⁷. Die Kommission ist somit der Auffassung, dass diese Beziehungen das Bestehen von spezifischen Wettbewerbsbedingungen für jeden Materialtyp nicht in Frage stellen, vor allem in Anbetracht der weiter oben beschriebenen Tatsachen und Erwägungsgründe. Die Tatsache, dass die Verkaufszahlen bei bestimmten Bauteilen steigen, während sie bei anderen fallen, und zwar trotz des unvermeidlichen Bestehens von Zusammenhängen zwischen den Bauteilen, bestätigt ferner diese Analyse.

176. Selbst wenn man bei den Bauteilen die Bedeutung der Marken und der Produktpaletten im Spiel des freien Wettbewerbs akzeptiert, so beruht die Stärke einer Marke in jedem Falle vor allem auf der Wettbewerbsfähigkeit der verschiedenen Bauteile. So ist etwa bei einem Lieferanten, der bei einem Bauteil eine Monopolstellung und aus seiner Position auf dieser Ebene Marktmacht herleiten kann, die Wettbewerbsanalyse auf der Ebene von jedem Bauteiltyp durchzuführen.
177. Die Kommission kommt somit zu der Schlussfolgerung, dass die Analyse der Auswirkungen des angemeldeten Zusammenschlussvorhabens auf den Wettbewerb auf zwei Ebenen durchzuführen ist : einerseits auf der Ebene der Gesamtheit der Bauteile, die zur Verwirklichung eines bestimmten Schalttafeltyps erforderlich sind (was der von den Parteien erfassten Ebene entspricht); und andererseits auf der Ebene der verschiedenen Bauteile, die zum Einbau in die Trennverteiler- bzw. Endvertilerschalttafeln bestimmt sind.

Die Segmentierung der Produkte

Die Unterscheidung nach Funktionstyp

178. Die Kommission stellt fest, dass die verschiedenen Kategorien von in einer Verteilerschalttafel verwendeten Bauteilen untereinander nicht substituierbar sind. Denn offensichtlich ist ein Schaltkasten (also ein Gehäuse, im Allgemeinen aus Metall, bestehend aus einem Gestell, auf dem äußere Schaltfelder montiert sind, und eine Türe) oder ein Verteilerkasten keineswegs durch eine Schutzvorrichtung (wie einen Trennschalter oder eine Sicherung) substituierbar.
179. Eine deutliche Unterscheidung muss bei den Schutzvorrichtungen auch zwischen Trennschaltern und Sicherungen (welche die Funktion haben, die Elektroinstallation gegen Überspannung oder Kurzschluss zu sichern) einerseits und den Differenzialschutzsperrern (Fehlerstromschutzschalter, die dem Schutz von Personen dienen) andererseits vorgenommen werden. Aus denselben Gründen scheinen die Differenzialschutztrennschalter, welche die Funktionen einer Differenzialschutzsperre und eines Trennschalters in sich vereinen, nicht durch andere Typen von Schutzvorrichtungen substituierbar zu sein.

³⁷ Vgl. z.B den Grundlagenartikel "The extent of the market" von Stigler und Sherwin, Journal of Law and Economics, Bd. 28, 555-585, Oktober 1985.

180. Diese Segmentierung besteht auch auf der Angebotsseite, da den Parteien zufolge jeder dieser Bauteiletypen das Produkt einer unterschiedlichen und spezifischen Herstellungskette (meistens in einer Fabrik) ist. Dies verbietet die Herstellung jeder anderen Apparaturenfamilie und die Umstellung zu wirtschaftlich akzeptablen Bedingungen.

Die Unterscheidung zwischen Trennschaltern und Sicherungen

181. Die Sicherungen erfüllen eine Funktion, die der von Trennschaltern vergleichbar ist (Schutz gegen Kurzschluss und Stromschlag). Dennoch handelt es sich technisch um unterschiedliche Bauteile. Während die Trennschalter eine elektromagnetische Vorrichtung haben, funktionieren die Sicherungen durch die Unterbrechung des elektrischen Leiters, der sich im Falle von Überspannung oder Kurzschluss erhitzt. Folglich müssen Sicherungen nach einem Kurzschluss oder einer Überspannung im Unterschied zu Trennschaltern ersetzt werden, die einfach nur wieder in ihre Ausgangsstellung zurückgesetzt werden, solange die Stromstärke die Unterbrechungsstufe nicht erreicht. Ferner muss eine Sicherung mit einem Abschnittsunterbrecherschalter verbunden sein, der es ermöglicht, spannungsfrei zu arbeiten, wenn sie ersetzt wird. Schließlich ist eine Sicherung zwar preisgünstiger als (die Installation) eines Trennschalters, doch erfordert sie mehr Aufwand bei der Wartung, vor allem bei ihrer Ersetzung, und daher scheinen ihre Gesamtkosten wiederum höher zu sein. In Anbetracht dieser Unterschiede und der viel einfacheren Verwendung von Trennschaltern werden Letztere häufiger eingesetzt als Sicherungen und weisen die Tendenz auf, die Sicherungen auf lange Sicht zu ersetzen.

182. Angesichts der technischen Unterschiede zwischen Sicherungen und Trennschaltern, der Folgen, die sich daraus für die Wartung von Stromverteilerschalttafeln ergeben, und der unterschiedlichen technologischen Herstellungsverfahren für diese beiden Bauteilekategorien könnte man die Frage stellen, ob es überhaupt notwendig ist, eine Unterscheidung zwischen beiden Produkttypen vorzunehmen. Diese Frage kann indessen offenbleiben, soweit sie die wettbewerbsrechtliche Analyse des Zusammenschlussvorhabens nicht beeinträchtigt.

Die Unterscheidung zwischen Trennschalterfamilien

183. Unter den Trennschaltern sollte wiederum eine Unterscheidung zwischen Trennschaltern für Starkstrom, Trennschaltern mit Panzergehäuse und Miniaturtrennschaltern getroffen werden. In erster Linie hat es den Anschein, dass jede dieser Trennschalterkategorien eine unterschiedliche Funktion gewährleistet. Bei den Trennschaltern für Starkstrom handelt es sich um Trennschalter, die in den Gesamtverteilerschalttafeln für Niederspannungsanlagen am Kopfende der Elektroinstallation montiert werden, während die Trennschalter mit Panzergehäuse hauptsächlich beim Abgang von Gesamtverteilerschalttafeln oder am Kopfende von Trennverteilerschalttafeln eingesetzt werden, und die Miniaturtrennschalter am Abgang von Trennverteilerschalttafeln oder im Rahmen von Endverteilerschalttafeln ihre Funktion wahrnehmen.

184. Wie in der Tabelle 4 weiter oben dargestellt ist, erklären sich diese spezifischen Nutzungen aus der unterschiedlichen Leistungsfähigkeit der verschiedenen Trennschalterkategorien. Die von den Parteien vorgelegten Daten zeugen von beträchtlichen Preisunterschieden zwischen diesen Kategorien. So beträgt der interne Abgabepreis innerhalb der Unternehmensgruppe von Schneider zwischen [1 000 und

5 000)* € für Trennschalter für Starkstrom³⁸, zwischen [1 000 et 5 000]* € für Panzerschalter³⁹, und zwischen [0 et 50]* € für Miniaturtrennschalter⁴⁰.

185. Schließlich ist darauf hinzuweisen, dass alle diese Produkte Gegenstand unterschiedlicher Fertigungslinien sind, und zwar derart, dass der Hersteller eines bestimmten Typs von Trennschalter seine Produktion nicht kurzfristig auf andere Erzeugnisse umstellen und vermarkten könnte.

Die Unterscheidung zwischen Schaltkästen und Verteilerkästen

186. Die von den Parteien vorgelegten Daten zeigen, dass Grund dazu besteht, eine Unterscheidung zwischen den Bauteilen von Verteilerschränken für Gesamtverteilerschalttafeln und den Bauteilen von Schaltkästen für Trennverteilerschalttafeln sowie den Bauteilen von Verteilerkästen für Endverteilerschalttafeln vorzunehmen. Bei den Schaltkästen und den Verteilerkästen handelt es sich um Ausrüstungen aus Blech oder Kunststoff, die zum Schutz der elektrischen Bauteile der Verteilerschalttafeln von Niederspannungsanlagen dienen. Die Schaltkästen oder Verteilerkästen bestehen aus dem "Gehäuse" der Stromverteilerschalttafel, ergänzt um die "Bauteile der Schalttafel" (Klemmschienen DIN, Bausatz an Kupferschienen etc.) zur Montage und Halterung der elektrischen Bauteile.
187. Nach den von den Parteien vorgelegten Daten bestehen auch große Unterschiede von einer Verteilerebene zur anderen. Einerseits unterscheiden sich die Endverteilerschaltkästen (aus Kunststoff, ausgestattet mit Klemmschienen DIN und weitgehend standardisiert) deutlich von den Verteilerkästen (aus Metall, mit Aufnahmekapazität für spezifische Bauteile etc.). Und andererseits unterscheiden sich die Verteilerschränke für Gesamtverteilerschalttafeln von den Schaltkästen für Trennverteilerschalttafeln insofern, als im Unterschied zu den Verteilerschränken für Gesamtverteilerschalttafeln, die häufig auch spezifische Bauteile enthalten können und von Schalttafelbauern zusammengebaut werden, die Schaltkästen für Trennverteilerschalttafeln standardisierter sind, und die Rolle der Schalttafelbauer bei diesem Typ Schaltkästen sich im Allgemeinen auf die Zusammensetzung von "Baukastensystemen" beschränkt (Produktpalette Prisma bei Schneider, Produktpaletten Altis oder MAS bei Legrand), die von den Herstellern geliefert werden. Außerdem müssen die Verteilerschränke für Gesamtverteilerschalttafeln höheren technischen Anforderungen genügen (im Hinblick auf elektromechanische Sachzwänge, Stromstärken bei Kurzschlüssen), denen die Schaltkästen für Trennverteilerschalttafeln nicht unterliegen.
188. Diese Unterschiede finden sich auch auf der Angebotsseite wieder, da die Standardisierung von Trennverteilerschaltkästen und Endverteilerschaltkästen die Hersteller im Allgemeinen dazu veranlasst hat, diesem Sektor spezifische Mittel mit starken Produktionskapazitäten bereitzustellen, während die Verteilerschränke für Gesamtverteilerschalttafeln häufig aus vielseitigen Mitteln mit geringen Ausmaßen

³⁸ Anhang – Antwort auf Frage 25 – Fragebogen vom 6. April 2001.

³⁹ Anhang – Antwort auf Fragen 25 und 64 – Fragebogen vom 6. April 2001.

⁴⁰ Anhang – Antwort auf Frage 64 – Fragebogen vom 6. April 2001 und Stellungnahme der Parteien vom 13.03.2001 - " Festlegung des Produktmarktes nach den Segmenten 1, 2 et 4 ".

zusammengebaut werden (um an die besonderen Anforderungen jedes einzelnen Projekts angepasst werden zu können).

Die Netzanschlusstrennschalter

189. Außer den oben beschriebenen Bauteilen ist noch auf eine andere Kategorie von Produkten hinzuweisen: die Netzanschlusstrennschalter. Dabei handelt es sich um Apparaturen, die von Electricité de France (EDF) in Frankreich und von der Elektrizitätsversorgung in Portugal gefordert werden.
190. Die Netzanschlusstrennschalter unterscheiden sich von den anderen Bauteilen durch (i) eine Differenzialschutzsperrfunktion, die außer dem Schutz des Benutzers auch dem Schutz des Versorgungsunternehmens vor Energiediebstahl dient, durch (ii) eine Stromtariffunktion (Messung des Stromverbrauchs) und durch (iii) eine Mehrkaliberfunktion, die es dem Versorgungsunternehmen ermöglicht, den Netzanschlusstrennschalter an den Bedarf des Abnehmers anzupassen.
191. Diese Apparate werden zu zwei Dritteln an die Elektrizitätsversorgungsunternehmen und zu einem Drittel an die Elektroinstallateure verkauft. Da es sich um Apparaturen handelt, die der besonderen Nachfrage des Elektrizitätsversorgungsunternehmens gerecht werden, gibt es derzeit keine substituierbaren Erzeugnisse. Außerdem sind die Netzanschlusstrennschalter kein Bestandteil der Stromverteilerschalttafeln. Diese Apparaturen bilden also einen unterschiedlichen sachlich relevanten Produktmarkt.

Schlussfolgerung

192. Angesichts der vorstehenden Ausführungen können die relevanten Produktmärkte entweder auf der Ebene jedes einzelnen Bauteils oder auf der Ebene der Kategorien der Verteilerschalttafeln festgelegt werden.. Diese Frage kann aber offen gelassen werden, da die Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation bei beiden Definitionen ähnlich sind. Die Produktmärkte können in folgende Segmente eingeteilt werden:

Tabelle 5

Ebene der Gesamtinstallation	Ebene der Bauteile
Gesamtverteilerschalttafeln	Schaltkästen für Gesamtverteilerschalttafeln
	Trennschalter für Starkstrom
	Trennschalter mit Panzergehäuse und/oder Sicherungen für Gesamtverteilerschalttafeln
Trennverteilerschalttafeln	Trennschalter mit Panzergehäuse und/oder Sicherungen für Trennverteilerschalttafeln
	Schaltkästen für Trennverteilerschalttafeln
	Miniaturtrennschalter und/oder Sicherungen für Trennverteilerschalttafeln
Endverteilerschalttafeln	Miniaturtrennschalter und/oder Sicherungen für Endverteilerschalttafeln
	Differenzialschutzsperrern (Fehlerstromschutzschalter)
	Verteilerkästen
Netzanschlusstrennschalter	

B.1.4 Die Definition der räumlich relevanten Produktmärkte für Verteilerschalttafeln

Die von den Parteien vorgeschlagene Definition der räumlich relevanten Märkte

193. Die Parteien sind der Auffassung, dass die Märkte für Verteilerschalttafeln im Niederspannungsbereich europäische Ausmaße haben.⁴¹ Insbesondere führen die Parteien an, dass die Transportkosten gering sind (unter [...] *% der Ausrüstungskosten), die Organisation der Produktion in der Regel auf der Grundlage einer begrenzten Anzahl von Produktionseinheiten in Europa erfolgt und die Rahmenvorschriften in Europa harmonisiert sind.

Analyse der Kommission

194. Die gründliche Untersuchung der Kommission bestätigt das Vorhandensein nationaler Märkte, was die in den Trennverteiler- oder Endverteilerschalttafeln verwendeten Materialien betrifft. Diese Schlussfolgerung beruht auf folgenden vier Elementen. Erstens bestehen beträchtliche Unterschiede zwischen den in den verschiedenen Mitgliedstaaten verkauften Produkten, und zwar aus Gründen vorwiegend im Zusammenhang mit dem in diesen Mitgliedstaaten geltenden Rahmen an Normen und Vorschriften und dem Vorhandensein nationaler Gewohnheiten. Zweitens werden die Preise nach wie vor auf nationaler Ebene festgesetzt, und bei bestimmten Referenzartikeln herrschen von einem Mitgliedstaat zum anderen erhebliche Preisunterschiede (bis zum doppelten Preisniveau). Drittens hat es den Anschein, dass die entscheidenden Elemente der Wettbewerbssituation sowohl auf der Angebotsseite (Positionierung von Marken, Zugang zu den Großhändlern) als auch auf der Nachfrageseite (Struktur und Erwartungen der Kunden) hauptsächlich von nationalen Faktoren abhängen (wie Konzentration, Umfang und geografische Reichweite der Großhändler, Wahrnehmung der Marken und Produktpaletten seitens der Elektroinstallateure und Schalttafelbauer etc.) und sich von einem Land zum anderen erheblich unterscheiden. Schließlich bestehen zwischen den Ländern noch beträchtliche Hemmnisse für den Marktzugang und die Ausdehnung der Geschäftstätigkeiten.

195. Die nationale Ausdehnung der Märkte richtet sich übrigens eindeutig nach der eigenen Organisation der Parteien. Beispielsweise werden die Strategiepapiere Land für Land ausgearbeitet. So verhält es sich auch bei den Dienstleistungen der Parteien für die jeweiligen Investoren. Legrand fasst dies so zusammen⁴², dass “Legrand sich auf die verschiedenen Wettbewerbsebenen einstellt, die vom jeweiligen Markt und der Art der verkauften Produkte abhängt. So gehören zu den wichtigsten Konkurrenten von Legrand in Frankreich Hager und Entelec, in Italien Gewiss und Vimar, im Vereinigten Königreich MK Electric [...]*. Bestimmte multinationale Gesellschaften wie General Electric, ABB, Siemens, Schneider und Matsushita treten mit Legrand auf mehr als einem nationalen Markt in Konkurrenz.”

⁴¹ Dabei ist festzuhalten, dass die Parteien ihre Argumentation insbesondere auf die Entscheidung der Kommission vom 3. Juni 1999 in der Sache IV/M.1434 - Schneider / Lexel stützen, die nach ihrer Auffassung eine derartige europäische Definition der räumlich relevanten Märkte rechtfertigt. Es reicht hervorzuheben, dass diese Entscheidung keine Schlussfolgerungen zum genauen Umfang von räumlich relevanten Märkten enthält.

⁴² Legrand, Formblatt 20-F SEC.

Die von den Herstellern verkauften Produkte sind von einem Land zum anderen verschieden

196. So können zwischen den Mitgliedstaaten erhebliche Unterschiede bei den verkauften Produkten bestehen. Die von Schneider, Legrand und verschiedenen anderen Herstellern vorgelegten Daten zeigen auch, dass das Warenverzeichnis der 5 am meisten verkauften Referenzartikel an Miniaturtrennschaltern von der Funktion her von einem Mitgliedstaat zum anderen beträchtliche Unterschiede aufweist, und dass selten ein Referenzartikel vorzufinden ist, der in mehr als 3 Mitgliedstaaten ebenfalls in diesem Warenverzeichnis enthalten ist. Wenn Schneider das Warenverzeichnis der fünf in den 15 EWR-Ländern am meisten verkauften Referenzartikel an Miniaturtrennschaltern für Endverteilerschalttafeln vorlegt, so umfasst dieses Verzeichnis 40 Referenzartikel. Von diesen 40 Referenzartikeln werden [...] in Frankreich, [...] in Italien, [...] in Spanien, [...] in Portugal etc. verkauft. Übrigens sind nur zwei Referenzartikel in [...] Ländern (und kein einziger in über [...] Ländern) im Verkauf, und [...] dieser Referenzartikel erscheinen nur in weniger als fünf Ländern. Ähnliche Feststellungen können für den Verkauf von Miniaturtrennschaltern für Trennverteilerschalttafeln und für den Verkauf von Differenzialschutzsperrern getroffen werden. Das gleiche Phänomen ist bei Legrand zu beobachten. Die Warenverzeichnisse von Schneider sind häufig total unzusammenhängend, wie das beispielsweise zwischen Griechenland und Italien (bei Miniaturtrennschaltern für Trennverteilerschalttafeln) oder zwischen Spanien und Belgien (bei Differenzialschutzsperrern) der Fall ist. Im Unterschied dazu werden die Trennschalter mit Panzergehäuse in der Regel in den meisten Mitgliedstaaten verkauft (mit den entsprechenden Preisunterschieden, wie nachfolgend dargelegt wird).
197. Diese Situation erklärt sich hauptsächlich aus dem Vorhandensein mehrerer Ebenen von nationalen Vorschriften oder Gewohnheiten, welche die Elektroinstallateure und die Schalttafelbauer dazu veranlassen, von einem Land zum anderen unterschiedliche Materialien zu verwenden.
198. In erster Linie gilt es auf die zwischen den einzelnen Mitgliedstaaten vorhandenen normativen Hemmnisse hinzuweisen. So bestehen von einem Mitgliedstaat zum anderen unterschiedliche "Installationsregeln". Diese Bestimmungen betreffen insbesondere die Sicherheitsaspekte (Erdung, Trennung des Nullleiters, Differenzialschutzsperrern für bestimmte gefahrgeneigte Örtlichkeiten etc.). Diese Normen sind obligatorisch, und ihre Nichteinhaltung durch die Elektroinstallateure wird mit strafrechtlichen Sanktionen geahndet. Die Anwendung dieser Normen führt zu Unterschieden auf der Ebene der Bauteile, die für Stromverteilerschalttafeln von Niederspannungsanlagen verwendet werden. So sind die in Deutschland verkauften Trennschalter einpolig (Unterbrechung der einzigen Phase), während sie in Frankreich und in Italien doppelpolig sein müssen (Trennung von Phase + Nullleiter). Gleichfalls legt ein Dokument von CEI⁴³ nahe, dass bestimmte Länder die Verwendung von Differenzialschutzsperrern untersagen, die den Nullleiter nicht trennen, und bestimmte Mitgliedstaaten die Verwendung von Differenzialschutzsperrern AC beschränken oder untersagen.
199. In zweiter Linie ist auch festzuhalten, dass nicht alle Länder das Nullleitersystem einheitlich anwenden. Angesichts der unterschiedlichen Funktionsweise der Nullleitersysteme wird die Entscheidung für ein solches System häufig durch die Anwendung (kontinuierliche Betriebsbereitschaft, Vorhandensein eines

⁴³ CEI 64/1167/CD, von den Parteien in Ergänzung der Antwort auf die Frage 320 des Fragebogens vom 6 April 2001 vorgelegt.

Wartungsdienstes, Brandgefahr) und durch die Qualität der betreffenden Erdungen (und damit die Konsistenz der Böden) bestimmt. Was die Anwendung in Wohnanlagen anbelangt, so haben die Länder germanischer Prägung die Tendenz, dem System TN den Vorzug zu geben, während die Niederlande, Dänemark und Spanien das System TT bevorzugen, und Norwegen sich für das System IT entschieden hat. Das Nulleitersystem kann übrigens durch den Elektrizitätsversorger vorgeschrieben werden. Dies ist vor allem in Frankreich der Fall, wo Electricité de France verlangt, dass die Elektroinstallationen in Wohnbereichen unter das System TT fallen.

200. Diese Entscheidungen beeinflussen auch die Auswahl der Bauteile in diesen verschiedenen Ländern. Wie bereits oben dargestellt wurde, bestimmt die Wahl des Nulleitersystems den Typ der Vorrichtungen zum Schutz von Personen. Mit dem System TT ist also die Verwendung von Differenzialschutzsperrern vorgegeben, während das System TN eher auf die Verwendung von Trennschaltern setzt und das System IT meistens den Einbau von Geräten zur ständigen Kontrolle der Isolierung erforderlich macht. Aber die Wahl des Nulleitersystems wirkt sich auch auf die charakteristischen Merkmale der verwendeten Trennschalter aus, so insbesondere auf die Anzahl der Pole und auf ihren Ausklinkmechanismus : das System TT bevorzugt die Verwendung von zwei- und dreipoligen Apparaturen und vom Ausklinkmechanismus C, während bei den Systemen TN die ein- und dreipoligen Vorrichtungen und der Ausklinkmechanismus B vorherrschen und im System IT nur zwei- und dreipolige Apparaturen anzutreffen sind.
201. Auch ist darauf hinzuweisen, dass keine umfassende Harmonisierung der technischen Normen für Verteilerschalttafeln besteht. Außer dem Gütezeichen “ CE ”, das aufgrund der einschlägigen Richtlinien der Gemeinschaft (insbesondere die Niederspannungsrichtlinie) obligatorisch ist, ist es zum Verkauf eines Produkts in einem bestimmten Mitgliedstaat oft notwendig, das nationale Qualitätsmarkenzeichen für diese Vorrichtung zu erhalten, das von der nationalen Zertifizierungsorganisation des betreffenden Landes vergeben wird.
202. Die Ergebnisse der von der Kommission durchgeführten Untersuchung zeigen, dass dieses Qualitätsmarkenzeichen zwar von Gesetzes wegen nicht zwingend ist, aber von den Elektroinstallateuren und den Schalttafelbauern aber doch meistens verlangt wird. Dieses Phänomen wird übrigens durch die Tatsache bestätigt, dass trotz der erheblichen Kosten ([10 000 – 15 000] *€ für 60 Referenzartikel) und Dauer (3 Monate) jedes nationalen Zertifizierungsvorgangs fast alle Trennschalter und Differenzialschutzsperrern von Schneider mehrere Qualitätsmarkenzeichen tragen. Dies geht auch aus den internen Dokumenten der Parteien hervor : so erklären die internen Dokumente von Legrand⁴⁴, dass in Belgien “ trotz Umsetzung der europäische Normung das Qualitätsmarkenzeichen CEBEC bei den Elektroinstallateuren nach wie vor unumstößlich ist.” Aus diesen Dokumenten geht ebenfalls hervor, dass die Haupthemmnisse für den Zugang nach Deutschland in der Erteilung des Prüfzeichens durch den VDE (Zertifizierungsorganisation) und den nationalen Qualitätsstandards und Gütezeichen bestehen.
203. Außer diesen “ objektiven ” Kriterien bestehen schließlich noch Gepflogenheiten (hinsichtlich der Installation, der Wahl und der Trennung der Stromkreise) auf der Ebene der einzelnen Mitgliedstaaten, die häufig eine wichtige Rolle bei der Auswahl der Vorrichtungen spielen. So weist Schneider beispielsweise darauf hin, dass man in

⁴⁴ Legrand und Bticino, Mittelfristige Planungen.

bestimmten Ländern wie Deutschland die Trennschalter häufig von unten her anschließt, während man diese in anderen Ländern (Frankreich, Italien, Spanien) von oben her anschließt. Dieser Unterschied liegt schon im Ursprung der Produkte (mit der Bezeichnung Dreifachanschluss) begründet, die spezifisch für die deutschen Elektroinstallateure konzipiert sind. Auch weisen die internen Dokumente von Legrand⁴⁵ darauf hin, dass in Belgien, “ der Großteil des Marktes aus [Miniatur-] Trennschaltern mit einem Unterbrechungswert von 3 kA besteht”, während in den meisten anderen Ländern die Wahl eher auf Trennschalter mit einem Unterbrechungswert von 4,5 kA oder 6 kA fällt. Schließlich hat es den Anschein, dass in Frankreich der Nulleiter systematisch nach links und nicht nach rechts geschaltet wird, wie dies in den meisten anderen Mitgliedstaaten üblich ist. Schneider bietet übrigens speziell dieser Nachfrage angepasste Geräte an und versieht die Nulleiterklemme auf der linken Apparateseite mit einem besonderen Kennzeichen.

204. Aus der Vervielfachung der Parameter, die Anlass zu nationalen Besonderheiten geben können, erklärt sich, warum die am meisten verkauften Referenzartikel von einem Mitgliedstaat zum anderen unterschiedlich sind. Sie kann auch dazu führen, dass es in bestimmten Mitgliedstaaten speziell angepasste Produkte gibt. So weisen die internen Dokumente von Legrand⁴⁶ darauf hin, dass in Österreich “[...]”. Gleichfalls zeigen die internen Dokumente von Schneider⁴⁷, dass in Deutschland “[...]”.
205. Daraus kann, wie ein Wettbewerber anführt⁴⁸, der Schluss gezogen werden, dass “lokale Sitten und Gebräuche und nationale Standards bestehen. Sie sind bedeutsam und haben entscheidende Auswirkungen auf die charakteristischen Merkmale der Produkte selbst”, und es ist wenig wahrscheinlich, dass die schrittweise Harmonisierung der Normen die Marktbedingungen schnell verändern kann. Legrand⁴⁹ drückt dies übrigens so aus: “ Die Harmonisierung der elektrischen Betriebsmittel von Niederspannungsanlagen kann eine Marktöffnung für neue Produkte schaffen, obwohl die Firmenleitung von Legrand sich darauf einstellt, dass diese Marktöffnung nur schleppend vorankommt. ”
206. In ihrer Erwiderung bestreiten die Parteien, dass Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten vorhanden sind. Sie heben insbesondere hervor, dass zwischen den Mitgliedstaaten zwar minimale Unterschiede hinsichtlich der handelsrelevanten Referenzwerte der verkauften Produkte bestehen (so insbesondere wegen der unterschiedlichen Kennzeichnungen), dass aber das Verzeichnis der 5 am meisten verkauften Produkte von einem Mitgliedstaat zum anderen aufgrund der identischen industriellen Zusammensetzungen wenig Unterschiede aufweist und üblicherweise ein Referenzartikel vorhanden ist, der in den meisten Mitgliedstaaten Bestandteil dieses Verzeichnisses ist. So entsprächen die 40 Referenzartikel an Miniaturtrennschaltern von Schneider nur [0 - 20]* der industriell gefertigten Zusammensetzungen, von denen [0 - 20]* in über 9 Mitgliedstaaten verkauft werden ; genauso machten die 25 Referenzartikel an Differenzialschutztrennschaltern von Legrand tatsächlich nur [0 - 20]* unterschiedliche industrielle Zusammensetzungen aus, von denen [0 - 20]* in mindestens 6 Mitgliedstaaten verkauft werden.

⁴⁵ Bticino, Mittelfristige Planungen.

⁴⁶ Legrand und Bticino, Mittelfristige Planungen.

⁴⁷ Schneider, 3-Jahresplan (2001-2002-2003), Land/Gebiet : <Deutschland.

⁴⁸ Gewiss, Beantwortung des Fragebogens der Phase I.

⁴⁹ Legrand, Form 20-F SEC.

207. Die Parteien sind ganz allgemein der Auffassung, dass die nationalen Installationsvorschriften und Qualitätsmarkenzeichen für sich genommen keinerlei besondere Modifikation der Produkte erforderlich machen, und sie rufen auch in Erinnerung, dass alle Nullleitersysteme in der Regel in allen Mitgliedstaaten vorhanden sind (wenn auch in sehr unterschiedlichen Ausmaßen).
208. Die Kommission räumt ein, dass aus einem streng industriellen Gesichtspunkt relativ geringe Unterschiede zwischen mehreren Referenzartikeln bestehen können. Beispielsweise unterscheiden sich bestimmte Miniaturtrennschalter von anderen Referenzartikeln nur durch die Kennzeichnung des Nullleiterpols (links, nach den Gepflogenheiten auf dem französischen Markt) beziehungsweise durch unterschiedliche Qualitätsmarkenzeichen. Die Kommission akzeptiert auch, dass die Installationsvorschriften oder die Qualitätsmarkenzeichen nicht immer bedeutsame Auswirkungen auf die Produktion der betreffenden elektrischen Betriebsmittel haben. So verfügen Schneider und Legrand über auf europäischer Ebene integrierte Produktionsanlagen.
209. Die Kommission vertritt jedoch die Auffassung, dass diese Elemente die Analyse nicht wirklich beeinflussen. Denn die von den Parteien aufgeworfenen Argumente stellen nur auf die Herstellung der elektrischen Betriebsmittel ab. Doch die Herstellung dieser Materialien macht nur einen Teil der Angebotsseite aus. Wie bereits weiter oben ausgeführt, hängt die Wettbewerbsposition der Hersteller nicht nur von ihrer Herstellung ab, sondern auch von der Stärke und Wahrnehmbarkeit ihrer Qualitätsmarkenzeichen, von der Verfügbarkeit bei den wichtigsten landesweiten Großhändlern, und von ihren Investitionen zur Förderung des Absatzes und der persönlichen Beziehungen zu den einheimischen Elektroinstallateuren und Schalttafelbauern. Mit ihrer Abschottung auf ein Konzept des Nur-Herstellers vernachlässigen die Parteien also grundlegende Bestandteile der Angebotsseite.
210. Andererseits, und dies ist viel wichtiger, verkennen die Parteien die Sachzwänge im Zusammenhang mit der Nachfrageseite. So stellen sie das wesentliche Element dieses Abschnitts nicht infrage, nämlich das Vorhandensein von Nullleitersystemen, von nationalen Gepflogenheiten und Installationsvorschriften und von nationalen Qualitätsmarkenzeichen, die in jedem Land zu einer spezifischen Nachfrage führen. Die Parteien geben übrigens in ihrer Erwiderung bereitwillig zu, dass die nationalen Spezifitäten zur Auswahl unterschiedlicher Referenzartikel führen. Dass sich diese Spezifitäten dann im Rahmen von nationalen Qualitätsmarkenzeichen in der Verwendung von speziell darauf zugeschnittenen Produkten (wie Produktpaletten mit Dreifachanschluss in Deutschland) äußern, oder sogar einfach nur in der Wahl von eigenen Referenzartikeln (Miniaturtrennschalter und einpolige und dreipolige Trennschalter in Schweden und Dänemark oder zweipolige und vierpolige in Frankreich und Italien), hat für sich genommen noch keine grundlegende Bedeutung. Worauf es wirklich ankommt ist, dass die Kunden in jedem Land ein spezifisches Kaufverhalten an den Tag legen, wobei die von den Herstellern praktizierten Preisunterschiede nur sehr beschränkt im Rahmen der Nachfrage ausgeglichen werden.

Die ausschlaggebenden Elemente des Wettbewerbsgefüges werden auf der nationalen Grundlage festgelegt

211. Wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, wird die Wettbewerbsposition der verschiedenen Hersteller größtenteils bestimmt durch (i) ihre Kapazitäten, die Elektroinstallateure und Schalttafelbauer zu einem Treueverhalten gegenüber ihrer

Marke zu veranlassen und demgemäß ihre Erwartungen zu erfüllen, und durch (ii) ihre Zugangsmöglichkeiten zu den Großhändlern, zumindest in den Mitgliedstaaten, in denen diese ausreichend verwurzelt sind.

Die Stärke und Wahrnehmbarkeit der Marken sind von einem Land zum anderen unterschiedlich

212. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass die Hersteller sichere und qualitativ hochwertige Produkte anbieten müssen, die einfach zu montieren und bei den Großhändlern immer verfügbar sind, um den Auswahlkriterien der Elektroinstallateure und Schalttafelbauer zu erfüllen. Folglich hängen diese Faktoren sehr häufig von nationalen Wahrnehmungen ab.
213. Die Wahrnehmbarkeit der Produkte unterscheidet sich von einem Land zum anderen. Denn wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, bestehen beträchtliche Unterschiede an Normen und Gebräuchlichkeiten zwischen den Mitgliedstaaten. Diese Unterschiede führen zu einer unterschiedlichen Auswahl bei den elektrischen Betriebsmitteln. Ferner erfolgt diese Auswahl auch anhand unterschiedlicher Gewichtungen bei den Evaluierungskriterien. So hat es beispielsweise den Anschein, dass die Produkte von Legrand im Allgemeinen als qualitativ hochwertige, aber teure Produkte wahrgenommen werden. Interne Dokumente⁵⁰ zeigen, dass [...]*. Auch messen die Elektroinstallateure der Innovation eine mehr oder weniger große Bedeutung zu. So ist zwar Legrand⁵¹ der Auffassung, dass dieser Faktor Grundlage seiner Wettbewerbsposition in [...]* ist, doch scheint dies von geringem Interesse für [...]*, was durch [...]* zum Ausdruck kommt. In gleicher Weise zeigen interne Dokumente⁵², dass [...]*.
214. Die Verfügbarkeit der Produkte, die eine wichtige Rolle für die Entscheidung der Kunden spielt, hängt ebenfalls von nationalen Spezifitäten ab (d.h. vom Zugang zu den nationalen Großhändlern und von der nationalen Logistikkette der Hersteller). Nach den internen Dokumenten⁵³, [...]*, während die Verfügbarkeit seiner Produkte hingegen anscheinend eine seiner Stärken im [...]* begründet. Schneider⁵⁴ ist gleichfalls der Auffassung, dass “die Logistik im [...]* einen Schlüsselfaktor für den Erfolg darstellt. [...]**”
215. Wie bereits weiter aufgezeigt wurde, sind die Elektroinstallateure in der Regel der Marke treu, die sie für gewöhnlich verwenden (solange sie sofort verfügbar ist und den entsprechenden Anforderungen gerecht wird). Um die Kundschaft zu einem Treueverhalten zu veranlassen, tätigen die Hersteller übrigens umfangreiche Investitionen für Maßnahmen der Absatzförderung und der Kundenpflege, die direkt auf die Bedürfnisse der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer abstellen. So weisen die Parteien darauf hin, dass sie eine kommerzielle Präsenz beim Kunden sicherstellen, um im bei der Auswahl der Produkte zu helfen, und dass sie in jedem Land ein Netz von Agenturen und Verkaufsbüros unterhalten. Die Parteien bieten auch eine ganze Produkt- und Servicepalette zur Verbesserung ihrer Erreichbarkeit und ihrer Beziehungen zu den

⁵⁰ Legrand und Bticino, Mittelfristige Planungen.

⁵¹ Legrand und Bticino, Mittelfristige Planungen.

⁵² Schneider, 3-Jahresplan (2001-2002-2003).

⁵³ Legrand und Bticino, Mittelfristige Planungen.

⁵⁴ Schneider, 3-Jahresplan (2001-2002-2003).

Elektroinstallateuren an. So handelt es sich bei den Produkten um Software zur Berechnung und Dimensionierung von Elektroinstallationen oder um technische Handbücher; bei den Serviceleistungen handelt es sich um Ausbildungsseminare (für Legrand-Produkte), telefonische Direktberatung, Antworten auf technische Fragen etc. Wie weiter oben ausgeführt wurde, können diese Investitionen bis zu [0-30]*% des Umsatzes der Marken betragen.

216. Die Wahrnehmung einer Marke hängt also nicht nur von der Positionierung ihrer Produkte ab, sondern auch vom Umfang und der Erheblichkeit der auf der Ebene des jeweiligen Landes getätigten Investitionen in die Beziehungspflege und die Absatzförderung. Folglich werden die kommerziellen Kräfte auf der nationalen Grundlage organisiert und die Maßnahmen der Absatzförderung in der Regel auf der Ebene eines jeden Landes festgelegt, wobei ihr Volumen (und sogar die auf sie entfallenden Verkaufsanteile) von einem Mitgliedstaat zum anderen erheblich voneinander abweichen können. Das Volumen der kommerziellen Aktionen, die Schneider bei Trennverteilerschaltnetze durchführt, variiert somit zwischen den Mitgliedstaaten in einem Verhältnis von [0-20]*, und der Anteil dieser Aktionen am Umsatz schwankt in einem Verhältnis von [0-40]*.

217. Die Wettbewerbspositionen der Hersteller sind daher nach wie vor weitgehend von den bisherigen Strukturen geprägt. Die Struktur und Konzentration des Angebots und die jeweiligen Positionen der verschiedenen Hersteller können also von einem Mitgliedstaat zum anderen voneinander abweichen. Dieses Phänomen ergibt sich eindeutig aus dem Vorhandensein nationaler Marken (wie Vinckier⁵⁵ in Belgien oder Baco⁵⁶ in Frankreich) und aus den großen landesspezifischen Unterschieden hinsichtlich der Marktanteile der Hersteller. So ist Schneider bei den Trennverteilerschaltnetze besonders gut in Frankreich eingeführt, bleibt aber in Deutschland und Österreich schwach; ABB, das von starken Positionen in Schweden und Norwegen profitiert, bleibt in Belgien und im Vereinigten Königreich quasi unbeteiligt; und Siemens, das beträchtliche Marktanteile in Deutschland hat, hält nur einen marginalen Verkaufsanteil in Frankreich. Diese Analyse wird in weiten Teilen auch von den internen Dokumenten der Parteien bestätigt.

Die Nachfragestruktur und die Erwartungen unterscheiden sich von einem Land zum anderen

218. Die unterschiedliche Wahrnehmbarkeit und Marktposition der Marken in den Mitgliedstaaten erklärt sich auch aus dem Vorhandensein wesentlicher nationaler Unterschiede auf der Nachfrageebene. So zeigen die internen Dokumente⁵⁷ der Parteien, dass große Unterschiede zwischen den Ländern vorhanden sind, was die Berufsausbildung und das Verhalten der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer betrifft. Die belgischen Installateure scheinen beispielsweise relativ zurückhaltend zu sein, Bauteile mit stärkerer Wertschöpfung zu verwenden, während die deutschen Installateure "sehr technisch" einsteigen und die italienischen Installateure um Serviceleistungen bei Ausbildung und Unterstützungsmaßnahmen nachsuchen, um sich an die wachsende Technisierung ihres Berufsfeldes anzupassen.

⁵⁵ Gehört zu GE.

⁵⁶ Gehört zu Legrand.

⁵⁷ Legrand, Mittelfristige Planungen.

219. Außerdem ist die Endabnehmernachfrage, wie weiter oben gezeigt wurde, drei Anwendungsfeldern (Industrieanlagen, Dienstleistungsgebäude, und Wohngebäude) zuzuordnen, und die Positionierung der verschiedenen Hersteller kann von Kundenkategorie zu Kundenkategorie sehr unterschiedlich sein. Folglich haben diese drei nachgelagerten Sektoren in jedem Land eine andere Entwicklung. So zeigen auch die internen Dokumente⁵⁸ der Parteien, dass Österreich von einem starken Wachstum der Nachfrage aus der Industrie profitieren, aber auch eine Stagnation bei Neubauten erleben dürfte, während das Vereinigte Königreich und Portugal eine entgegengesetzte Situation erleben, und die Nachfrage in Griechenland durch das Wachstum im Dienstleistungssektor einen Aufschwung erleben dürfte.
220. Es erweist sich auch, dass das Verhalten und die Erwartungen der Großhändler von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat erhebliche Unterschiede aufweisen können. So beweist die Untersuchung eindeutig, dass das Konzentrationsniveau der Großhändler von einem Land zum anderen erheblich schwankt, und dass die Einkäufe der Großhändler auf einer nationalen Grundlage abgewickelt werden. Dies wird in unten stehender Tabelle 6 veranschaulicht, die das Konzentrationsniveau in den jeweiligen Mitgliedstaaten wiedergibt, so wie es die Parteien für den Verkauf von Gesamtverteiler-, Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln einschätzen.

Tabelle 6 : Von Schneider vorgenommene Schätzung der Marktanteile der fünf Gruppen von internationalen Großhändlern, die auf den Märkten von Stromverteilerschalttafeln tätig sind

	Rexel	Sonepar	Hagemeyer	Solar	Edmundson
Deutschland	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	-
Österreich	[30-40]*	-	-	-	-
Belgien	[10-20]*	[10-20]*	-	-	-
Dänemark	-	[0-10]*	-	[0-10]*	-
Spanien	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	-	-
Finnland	-	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	-
Frankreich	[40-50]*	[30-40]*	-	-	-
Irland	[0-10]*	-	[0-10]*	-	[0-10]*
Italien	[0-10]*	[0-10]*	-	-	-
Norwegen	-	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	-
Niederlande	[0-10]*	[30-40]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Portugal	[30-40]*	[0-10]*	-	-	-
Schweden	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	-
Vereinigtes Königreich	[0-10]*	-	[20-30]*	-	[10-20]*

Quelle : E-Mail der Parteien vom 16. Juli 2001.

221. Die internen Dokumente der Parteien zeigen auch, dass die Organisation der Großhändler starke Auswirkungen auf den Modus des Wettbewerbs zwischen den Herstellern haben kann. So hat es den Anschein, dass in den Ländern, in denen die Großhändler am meisten aufgesplittert sind, wie in Portugal oder Spanien, die Konkurrenz zwischen den Großhändlern zu einem Preiskrieg führt, der auf die Ebene der

⁵⁸ Legrand, Mittelfristige Planungen.

Hersteller durchschlägt. So weist das interne Dokument⁵⁹ von Legrand darauf hin, dass “ [...]* ”

222. Außerdem förderte die Untersuchung der Kommission zu Tage, dass die Großhändler auf nationaler beziehungsweise unterhalb der nationalen Ebene organisiert sind. Selbst die großen internationalen Gruppen, wie Rexel, Sonepar und Hagemeyer, haben eine sehr weitgehend dezentralisierte Organisationsstruktur, die ihren nationalen und lokalen Tochtergesellschaften große Autonomie gewähren. Sehr häufig weist die zentrale Holding der Unternehmensgruppe eine lockere Struktur auf, die alleine die Funktionen des Marketing, der Kompatibilität und der Konsolidierung der Konten auf der Ebene der Unternehmensgruppe sowie der Kontrolle der Betriebsführung zentralisiert. Diese dezentralisierte Struktur geht einher mit einer Logistikorganisation, die national ausgerichtet und nicht für eine grenzübergreifende Funktionsweise konzipiert ist. Die Warenzeichen eines bestimmten Landes werden also aus nationalen Logistikkreisläufen gespeist. Die vor allem nationale Organisation der Großhändler äußert sich auch in der Natur ihrer Beziehungen zu den Herstellern. Denn selbst die Unternehmensgruppen mit internationalem Zuschnitt organisieren ihre Kaufverträge mit den Herstellern auf einer nationalen beziehungsweise lokalen Grundlage.
223. Die Untersuchung der Kommission hat tatsächlich ergeben, dass die Handelsverhandlungen zwischen Herstellern und Großhändlern, insbesondere was die Auswahl der Lieferanten, die Festlegung der Produktpaletten für den Ein- und Verkauf wie auch des Preis- und Rabattniveaus anbelangt, fast ausschließlich auf nationaler oder regionaler Ebene stattfinden. Nach der Einlassung eines großen Großhändlers⁶⁰, “besteht nach [unserer] Kenntnis keinerlei Preisliste auf der EWR-Ebene, anhand derer Preisnachlässe und Rabatte ausgehandelt werden. Alle Bedingungen werden ganz im Gegenteil auf der Ebene eines jeden Landes diskutiert”. Ein Hersteller⁶¹ bestätigt auch, dass “ die Listenverkaufspreise für alle betreffenden Produkte auf nationaler Grundlage festgelegt und die Rabatte ebenso gewährt werden. ” Diese Funktionsweise trifft auch auf die Parteien zu.
224. Nach Schneider erfolgt die Festlegung der Verkaufspreise seiner Produkte bei den Großhändlern auf einer zweifachen Ebene. Zunächst geben die Hersteller einen nationalen Listenverkaufspreis heraus. Danach verhandeln die Hersteller mit jedem Großhändler eine individuelle Rabattpolitik, die auf der Grundlage der nationalen Listenverkaufspreise kalkuliert sind. Diese Rabatte können bisweilen über [30-60]*% der Katalogpreise hinausgehen und werden je nach Produktreihe gewährt.
225. Es gilt jedoch auch auf die Rabatte auf das gesamte Kaufvolumen hinzuweisen, die bestimmte internationale Großhändler mit den Muttergesellschaften bestimmter Gruppen internationaler Großhändler aushandeln. Indessen haben sowohl die Großhändler als auch die Hersteller der Kommission zu verstehen gegeben, dass ein Hersteller, der Zugang zu einem nationalen Markt sucht oder dort eine untergeordnete Präsenz aufbauen will, sich nicht darauf beschränken kann, Verträge mit der Muttergesellschaft einer Gruppe internationaler Großhändler auszuhandeln, damit seine Produkte tatsächlich besser in diesem Staat vertrieben werden. Er muss ebenso, und vor allem das nationale

⁵⁹ Legrand, Mittelfristige Planungen.

⁶⁰ Hagemeyer, Antwort auf den Fragebogen der Phase II.

⁶¹ GE, ergänzende Antwort auf den Fragebogen der Phase II.

Tochterunternehmen und die lokalen Filialen dieser Gruppe überzeugen, seine Produkte zu bevorraten.

226. Bis auf diese einzige Ausnahme lassen die Unternehmensführungen der Großhandelsgruppen ihren nationalen oder lokalen Tochterunternehmen sehr große Freiheiten bei der Auswahl ihrer Zulieferanten, bei den Produktpaletten, die sie bevorraten, bei der Durchführung von spezifischen kommerziellen Aktionen in Zusammenarbeit mit diesem oder jenem Hersteller und selbst bei der Aushandlung von zusätzlichen Rabatten mit dem jeweiligen Hersteller. Umgekehrt unterzeichnen die Hersteller spezifische Vereinbarungen mit den lokalen Filialen beziehungsweise den Großhandelsgeschäften, die wechselseitige Verpflichtungen in Bezug auf den An- und Verkauf der Produkte festlegen. Im Unterschied zu dem, was die Parteien behaupten, stellt die zunehmende Konzentration der Großhändler (die übrigens von einem Mitgliedstaat zum anderen erhebliche Unterschiede aufweisen kann) also die nationale Funktionsweise der Märkte nicht in Frage.

Die Preise werden auf der nationalen Ebene festgelegt und weisen von Land zu Land erhebliche Unterschiede auf

227. Die Untersuchung der Kommission zeigt, dass zwischen den Mitgliedstaaten erhebliche Preisunterschiede bestehen. Die Beobachtung der europäischen Listenverkaufspreise von Schneider zeigt beispielsweise, dass der gleiche Panzerschalter zu [40-80]* € in [...] und zu [130-170]* € in [...] verkauft wird, und dass ein Referenzartikel der Kategorie Differenzialschutzsperren zu [10-50]* € in [...] und zu [40-80]* € in [...] angeboten wird. Dieselbe Prüfung ergibt auch, dass im Fall von Legrand der gleiche Modulverteilerkasten zu [0-40]* € in [...] und zu [10-50]* € in [...] verkauft wird, und dass der gleiche Miniaturtrennschalter zu [0-40]* € in [...] und zu [0-40]* € in [...] angeboten wird. Diese Unterschiede werden auch durch die internen Dokumente der Parteien bestätigt⁶², die erkennen lassen, dass “die Durchschnittspreise für Miniaturtrennschalter in Frankreich im Vergleich zu den anderen Ländern nach wie vor sehr hoch sind.”
228. Die folgenden Tabellen 7 und 8 zeigen die Durchschnittspreise jeweils für Panzerschalter für Trennverteilerschalttafeln und für Differenzialschutzsperren für Endverteilerschalttafeln. Diese Schalttafeln weisen beträchtliche Preisunterschiede auf. Ein Vergleich der Preise für die anderen Bauteile von Trenn- oder Endverteilerschalttafeln und der von den anderen Herstellern angegebenen Preise ergibt ähnliche Ergebnisse.

⁶² Legrand, Mittelfristige Planungen.

Tabelle 7 : Rechnungspreise von Schneider für Trennschalter mit Panzergehäuse für Trennverteilerschalttafeln (bei einer Berechnungsgrundlage von 100 für Frankreich)

Trennschalter mit Panzergehäuse	Deutschland	Österreich	Belgien	Dänemark	Spanien	Finnland	Frankreich	Griechenland	Irland	Italien	Niederlande	Norwegen	Portugal	Schweden	Vereinigtes Königreich
[...]*	***	**	**	**	**	**	100	**		**	**	**	**	**	**
[...]*	*****	***	***	***	**	**	100	**	**	****	**	***	***	***	****
[...]*	****	**	***	**	***	**	100	**	**	***	***	***	***	**	**
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	*****		**	**	*	**	**
[...]*	*****	***	***	***	***		100	**		**	***	**	***	**	***
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	**	***	***	**	**	**	***
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**		**	**	**	**	**
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**	****	***	**	****	**	**
[...]*	****	***	***	**	***		100	**		**	***		***		

Quelle : E-Mail der Parteien vom 24. Juni 2001.

[Nicht vertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

Tabelle 8 : Rechnungspreise von Schneider für Differenzialschutzperren für Endverteilerschalttafeln (bei einer Berechnungsgrundlage von 100 für Frankreich)

Differenzialschutzperren	Deutschland	Österreich	Belgien	Dänemark	Spanien	Finnland	Frankreich	Griechenland	Irland	Italien	Niederlande	Norwegen	Portugal	Schweden	Vereinigtes Königreich
--------------------------	-------------	------------	---------	----------	---------	----------	------------	--------------	--------	---------	-------------	----------	----------	----------	------------------------

[...]*	**					100			*			**			
[...]*	-	*		**		*	100	***	*		**	***	***	**	***
[...]*	-	**		**	**	*	100	**	***	**	***		**	**	
[...]*	-	**			***	**	100	**	**	**	***		**	**	
[...]*	-				***	***	100	**		**	***	***	**	**	
[...]*	-	*		*	***	**	100	**	**	**	***		**	**	
[...]*	-	**		**		**	100	**		**	***	***	**	***	
[...]*	-						100								
[...]*	-	***	***		***		100						***	****	
[...]*	***	**	***		***		100						***		

Quelle : E-Mail der Parteien vom 24. Juni 2001.

[Nicht vertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

229. Das Vorhandensein und die Wahrnehmbarkeit dieser Preisspannen zwischen den einzelnen zum Einbau in die Trennverteiler- beziehungsweise Endverteilerschalttafeln vorgesehenen Bauteile veranschaulicht die Schwierigkeiten, auf welche die Forderung stoßen dürfte, einen Ausgleich zwischen den Mitgliedstaaten herbeizuführen. Die offensichtlichen Schwierigkeiten des Preisausgleichs zwischen den Mitgliedstaaten erklären sich insbesondere aus den schwachen Sensibilitäten gegenüber den Preisen bei der Endabnehmernachfrage, die auch im Treueverhalten zu bestimmten Marken zum Ausdruck kommen. Sie laufen auch dem Konzept zuwider, das von den Parteien in Bezug auf Lösungsmöglichkeiten vorgeschlagen wurde, da es anscheinend auch keinen Ausgleich zwischen den Lösungsmöglichkeiten in den einzelnen Mitgliedstaaten gibt. Diese Schwierigkeit des Ausgleichs wird auch von den Großhändlern bestätigt, die erklären, dass sich ihre nationale Logistikorganisation nicht dazu eignet, Preisausgleiche vorzunehmen. Außerdem beschränkt die Notwendigkeit, immer in der Lage zu sein, die Elektroinstallateure und Schalttafelbauer innerhalb sehr kurzer Fristen beliefern zu können, ihre Rückgriffsmöglichkeiten auf Preisausgleiche, die in Bezug auf die Herkunft der Produkte gewagt sind.

230. Die Parteien bestehen trotzdem darauf, dass es eine Tendenz hin zu europaweit homogenen Preisen gibt. So weist Schneider in einem internen Dokument⁶³ darauf hin, dass die “ Einführung des Euro im Jahr 2002 [...] [Schneider] veranlasst, die europäischen Listenverkaufspreise zu harmonisieren und Preisspannen zwischen den Ländern zu vermeiden ”, und dass die “ [Großkunden] es nicht mehr akzeptieren, je nach Land unterschiedlich behandelt zu werden ”. [...]*

231. [...]*

232. Dieses Dokument, das von Schneider als Zeugnis für das Vorhandensein geografisch gemeinschaftsweiter Märkte zitiert wird, bestätigt den Umfang der derzeit beobachteten

⁶³ Schneider, Die europäische Konvergenz der Listenverkaufspreise.

Preisspannen. Es zeigt auch, dass trotz der Einführung des Euro zumindest bis [2004-2005]* auch weiterhin enorme Preisspannen von einem Mitgliedstaat zum anderen bestehen können. Es bestätigt schließlich, dass zumindest bis [2004-2005]* die Preise auf nationaler Ebene festgelegt werden, da es in diesem Dokument “ die Länder sind ”, die “ ihre Preise in Bezug auf den [Referenzlistenpreis]* festsetzen ” und “ ihre Verkaufslistenpreise und Strukturen für Preisnachlässe anpassen. ”

233. Die Parteien vertreten die Auffassung, dass die Analyse der Preise der jeweiligen Bauteile für den Kunden nicht erheblich ist, da sich der Markt anhand der technischen und wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des jeweiligen Lösungskonzepts entscheidet. Die Parteien weisen auch darauf hin, dass die Preisanalysen für den Typ “ Komplettlösung ” das Vorhandensein von Konvergenz zeigen, zumindest dann, wenn man die weniger wichtigen nationalen Märkte ausschließt, die sich innerhalb der Außengrenzen der Europäischen Union befinden und/oder dieser jüngst beigetreten sind.
234. Die Argumente der Parteien werden durch ihre eigenen Daten über die Preise für mittlere Lösungen entkräftet, wie die folgenden Tabellen 9 und 10 veranschaulichen. Denn diese Tabellen zeigen in der Tat erhebliche Preisunterschiede zwischen den Staaten, die nach allem Anschein mit den Jahren nicht kleiner werden. Dabei ist zu bemerken, dass die in diesen Tabellen dargestellten Preisunterschiede geringer sind als die, die für die Bauteile angegeben sind. Dies liegt zweifellos an den Erfassungen durch die Buchführung, welche die Parteien an den Ausgangsdaten vorgenommen haben : den Preisen für die Bauteile.

Tabelle 9 : Verkaufspreise (Relativpreise) in Francs für eine “ mittlere Lösung ” bei Trennverteilerschalttafeln

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Deutschland	**	**	**	**	**	**	**
Österreich	**	**	**	**	**	**	**
Belgien	**	***	***	***	***	***	***
Dänemark	**	**	**	**	**	**	**
Spanien	**	**	**	**	**	**	**
Finnland	**	**	**	**	**	**	**
Frankreich	**	**	***	***	**	**	**
Irland	**	**	**	**	**	**	**
Italien	**	**	**	**	**	**	**
Norwegen	**	**	**	**	**	**	**
Niederlande	***	**	**	**	**	**	**
Portugal	**	**	**	***	***	***	**
Schweden	**	**	**	**	**	**	**
Vereinigtes Königreich	**	**	**	**	**	**	***

Quelle : Antwort der Parteien auf den Fragebogen der Kommission vom 28. Februar 2001.

[Nicht vertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

Tabelle 10 : Verkaufspreise (Relativpreise) in Francs für eine “ mittlere Lösung ” bei Endverteilerschalttafeln

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Deutschland	***	***	**	**	**	**	**
Österreich	**	**	**	**	**	**	**
Belgien	**	**	**	**	**	**	**
Dänemark	**	**	**	**	**	**	**
Spanien	**	**	**	**	**	**	**
Finnland	**	**	**	**	**	**	**
Frankreich	***	***	***	***	***	**	**
Irland	**	**	**	**	**	**	**
Italien	**	**	**	**	**	**	**
Norwegen	**	**	**	**	**	**	**
Niederlande	***	**	**	**	**	***	***
Portugal	**	**	**	**	**	**	**
Schweden	**	**	**	**	**	**	**
Vereinigtes Königreich	**	**	**	**	**	**	***

Quelle : Antwort der Parteien auf den Fragebogen der Kommission vom 28. Februar 2001.

[Nicht vertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

235. Somit kann die Kommission der von den Parteien vorgelegten Analyse nicht zustimmen, nach der sich aus der Untersuchung der Preise für Lösungskonzepte das Vorhandensein eines europäischen Marktes ergebe. Erstens ergibt sich nämlich daraus, dass die Parteien das Vorhandensein bedeutender Preisspannen nicht in Abrede stellen und zugeben, dass wenn eine Konvergenz vorhanden ist, diese nicht alle Mitgliedstaaten betrifft. Zweitens ist die Kommission der Auffassung, dass eine etwaige Konvergenz der Preise (die nicht den Tatsachen entspricht) nicht schon deshalb auf das Vorhandensein eines einheitlichen Marktes schließen lasse: der etwaige Abbau der Preisspannen zwischen den Mitgliedstaaten hängt viel eher von der Schnelligkeit der Konvergenz als vom ihrem reinem Vorhandensein ab. Denn die weiter oben zitierten internen Dokumente von Schneider zeigen, dass die Konvergenz der Preise in Bezug auf die Bauteile nur sehr langsam erfolgt. Schließlich und insbesondere folgt die Kommission nicht der Auffassung der Parteien, dass die Analyse auf der Ebene der Bauteile unerheblich ist. Die Preise für Lösungskonzepte hängen weitgehend von den Preisen für die Bauteile ab, die dabei eingebaut werden. Daraus ergibt sich, dass, wenn schon Preisspannen bei den Bauteilen bestehen, diese Preisspannen auch auf der Ebene bestimmter Verteilerschalttafeln vorhanden sind.

236. Die Parteien bestreiten in ihrer Erwiderung das Vorhandensein von Preisunterschieden je nach Bauteil nicht. Sie sind hingegen der Auffassung, dass die zur Verfügung stehenden Daten zeigen, dass eine schnelle Konvergenzbildung vorhanden ist, die durch die Einführung des Euro und den weiteren Ausbau von Internet-Portalen noch beschleunigt wird, was durch die schrittweise Einführung eines europäischen Referenzlistenpreises bei Schneider bestätigt werde. Sie sind ebenfalls der Auffassung, dass die Preisunterschiede in jedem Falle nur einen der Faktoren darstellen, die bei der Definition des geografisch relevanten Produktmarktes zu berücksichtigen sind.
237. Die Kommission kann die Argumente der Parteien zum Vorhandensein einer schnellen Preiskonvergenzbildung nicht anerkennen. Einerseits legen die vorstehenden Tabellen, die das Vorhandensein von bisweilen beträchtlichen Preisunterschieden aufzeigen, keinesfalls nahe, dass eine schnelle Konvergenzbildung auf europäischer Ebene stattfindet. Selbst bei Berücksichtigung der von den Parteien vorgelegten "mittleren Lösung" zeigen die in Tabelle 10 aufgeführten Daten beispielsweise, dass diese Lösung 1994 in Deutschland im Durchschnitt [40-60]* % teurer als in Österreich war, und dass sie 2000 in Deutschland nach wie vor [40-60]* % teurer als in Österreich ist. Eine Analyse auf der Ebene der einzelnen Bauteile würde zu denselben Ergebnissen führen. Und andererseits hat es den Anschein, dass trotz der Einführung eines europäischen Referenzpreises bei Schneider mittelfristig auch weiterhin Unterschiede bei den Katalogpreisen bestehen können, die für das gleiche Produkt [0-20]*% höher liegen können als in zwei Nachbarländern, wo dieses Produkt auch verkauft wird. Diese Preisunterschiede können durch die Politik der Gewährung von Preisnachlässen und Rabatten noch verschärft werden, die für jedes Land gesondert erfolgt und nicht Gegenstand von Harmonisierungsbemühungen ist.
238. Die Kommission akzeptiert gerne die Argumentation der Parteien, wonach der Preisunterschied nur eines der bei der Definition des geografisch relevanten Produktmarktes zu berücksichtigenden Elemente darstellt. Jedoch scheint dieses Kriterium im vorliegenden Fall für sich genommen schon für die Analyse zu genügen. Denn wie soll man es verstehen, dass identische Produkte, die in derselben Fabrik hergestellt und mit demselben Logistiknetz bei minimalen Transportkosten in den Vertrieb gebracht wurden, zu unterschiedlichen Preisen verkauft werden können, die häufig von einem Mitgliedstaat zum anderen vom normalen bis zum dreifachen Satz reichen können? Das Vorhandensein derartiger Preisunterschiede für gleichartige Produkte bestätigt quasi schon für sich genommen, dass es zwischen zwei Mitgliedstaaten keine wirklichen Abstimmungsmöglichkeiten gibt. Die Beibehaltung dieser Preisunterschiede beweist die fehlende Homogenisierung der Wettbewerbsbedingungen im Gemeinsamen Markt.
239. Die Kommission ist in jedem Fall der Auffassung, dass die in den anderen Teilen dieses Abschnitts durchgeführten Analysen von Angebot und Nachfrage notwendigerweise den nationalen Charakter der Preisfestsetzung bestätigen, der sich aus der Untersuchung der Preise ergibt.

Beim Marktzugang sind starke nationale Hemmnisse vorhanden

240. Die vorstehenden Betrachtungen zeigen, dass beim Zugang von einem Land zum anderen starke Hemmnisse vorhanden sind. Um sich in einem bestimmten Land niederzulassen reicht es nicht, über "Lösungsmöglichkeiten" für ein anderes Land zu verfügen. Es gilt vielmehr, die "konservative Haltung" der Elektroinstallateure zu überwinden, um eine Nachfrage zu schaffen, Zugang zu den Großhändlern zu erhalten

und die Zulassung als nationales Qualitätsmarkenzeichen (für die elektrischen Betriebsmittel von Endverteilerschalttafeln) zu erhalten. Da der Zugang zu den Großhändlern von der Nachfrage der Elektroinstallateure abhängt, und diese Nachfrage wiederum von der Verfügbarkeit der Produkte und also auch vom Zugang zu den Großhändlern abhängt, kann dieses Unternehmen sehr umfangreiche und nicht amortisierbare Investitionen notwendig machen, so vor allem dann, wenn bereits gut etablierte Marken vorhanden sind.

Die Netzanschlusstrennschalter

241. Diese Trennschalter für den Netzanschluss entsprechen den nationalen Spezifikationen in Portugal und Frankreich. Aus diesem Grund hat der geografisch relevante Produktmarkt eine nationale Dimension.

Schlussfolgerung

242. Angesichts der vorstehenden Darlegungen schließt die Kommission auf das Vorhandensein von nationalen Produktmärkten für Bauteile von Trenn- und Endverteilerschalttafeln sowie Netzanschlusstrennschalter. Ein Hersteller fasst es so zusammen, dass alle Segmente auf einer nationalen Grundlage analysiert werden müssten. Erstens weichen die nationalen Normen und Gebräuchlichkeiten von einem Land zum anderen erheblich ab. Zweitens sind die nationalen Märkte angesichts der vertikalen Struktur (Endverbraucher / Installateur / Großhändler / Hersteller) sehr stabil. Selbst wenn ein Hersteller in der Lage wäre, einen Großhändler zu überzeugen, seine Erzeugnisse als Referenzartikel zusätzlich zu seinen vorhandenen Marken zu bevorraten (und damit also die Zahl seiner Zulieferer zu erhöhen), so hat er damit noch nicht die Möglichkeit, die lokalen Elektroinstallateure davon zu überzeugen, sich für seine Produkte zu entscheiden.
243. In ihrer Erwiderung bestreiten die Parteien diese Definition und vertreten insbesondere die Auffassung, dass die Kommission die Harmonisierung des gesetzlichen Rahmens, die geringen Transportkosten und die gemeinschaftsweite Organisation der Erzeugung nicht ausreichend berücksichtigt hat.
244. Die Kommission räumt diese drei Phänomene gerne ein. Sie behauptet jedoch, dass diese die Definition der räumlich relevanten Produktmärkte keinesfalls in Frage stellen. Wie bereits weiter oben gezeigt wurde, ist der gesetzliche Rahmen nur eines der Elemente der Nachfrage und scheint angesichts der ausschlaggebenden Bedeutung, die den nationalen Gebräuchlichkeiten und Qualitätsmarkenzeichen nach wie vor zugebilligt wird, nicht immer eine größere Rolle zu spielen. Jedenfalls hat die Harmonisierung des gesetzlichen Rahmens nicht zu einer Konvergenz der Materialpreise geführt, was hätte geschehen müssen, wenn er ein starkes Handelshemmnis gewesen wäre. Auch die Organisation der Erzeugung auf europäischer Ebene und die geringen Transportkosten stellen die nationale Struktur der Märkte nicht in Frage, da diese sich hinsichtlich der Nachfrageseite vor allem aus den nationalen Spezifitäten und hinsichtlich der Angebotsseite aus der Wahrnehmbarkeit der Marken und der Art und Weise der Preisfestsetzung ergibt.
245. Im Unterschied dazu kann die Definition der geografischen Märkte für die elektrischen Betriebsmittel für Gesamtverteilerschalttafeln offen gelassen werden, da das Vorhaben angesichts der Abwesenheit von Legrand auf diesem Sektor keine Auswirkungen hätte,

mit denen der Wettbewerb im EWR oder in einem wesentlichen Teil davon auf erhebliche Art und Weise gehemmt würde.

B.2 Die vorgefertigten Verlegungsprodukte mit elektrischen Kanalisationssystemen

B.2.1 Definition der Produktmärkte

246. Die Parteien definieren einen Produktmarkt, der einerseits “Kabelträgersysteme” und andererseits “elektrische Leitungsführungen mit integrierten Stromschienen” umfasst, die auch unter der Bezeichnung “vorgefertigte elektrische Kanalisationssysteme” laufen (nachstehend bezeichnet als “vorgefertigte Kanalisationssysteme”).
247. Bei einem Kabelträger handelt es sich um eine vorgefertigte Einheit mit einer ununterbrochenen Führung aus perforierten Kabelblechen oder aus Kabelleitern. Er soll die isolierten Leitungsführungen aus Aluminium oder Kupfer tragen, die den elektrischen Strom in einem Gebäude transportieren. Die Parteien erklären, dass die Kabelträger insbesondere im Untergrund, in den metallischen Postamenten und in den eingezogenen Decken von Gebäuden installiert werden. Bei den Materialien, die in der Regel zur Herstellung von Blechführungen und Kabelleitern verwendet werden, handelt es sich um Stahl, Aluminium, PVC, Polyester und Maschendraht. Diese Produkte gibt es in einer Vielzahl von Ausmaßen von 50 bis zu 600 mm Breite, 50 bis 100 mm Höhe und 1 bis 3 m Länge.
248. Die Stromstärke, die in den auf den Trägern installierten Kabeln transportiert werden kann, hängt direkt von den technischen Merkmalen und der Anzahl dieser Kabel ab. Die Parteien erklären⁶⁴, dass sie die auf ihren Trägern beförderten Stromstärken nicht vorschreiben. Ihre Vorschriften erstrecken sich auf das mechanische Verhalten und nicht auf Amperezahlen, die in den Kabeln aller möglichen Gattungen, Querschnitte und Gewichtsklassen zirkulieren. Die Kabelträger können horizontal und vertikal im gesamten Gebäude und zwischen allen Gesamt-, Trenn- und Endverteilerschalttafeln verwendet werden. Je höher die beförderte Stromstärke und die Gewichtsklasse der Kabel (Querschnitt des Leiters) ist, desto robuster müssen die eingesetzten Lösungsvorrichtungen sein. So werden die Kabelleitern aus Metall eher zwischen der Gesamtverteilerschalttafel und den Trennverteilerschalttafeln eingesetzt, während die Kabelführungen aus perforierten Blechen mehr zwischen den Trenn- und den Endverteilerschalttafeln verwendet werden. Eher marginal ist ein Einsatz von Kabelträgern aus gelötetem Maschendraht oder perforiertem Metall, der in dem der Endverteilerschalttafel nachgelagerten Bereich bis zum Netzanschluss einer Maschine in Betracht kommt.
249. Ein vorgefertigtes Kanalisationssystem besteht aus einer Gesamtheit von Leitern aus Kupfer oder Aluminium, die in einer Hülle aus Isoliermaterialien montiert und in einem Metallgehäuse installiert sind, das in der Regel aus galvanisiertem Stahl besteht. Ein vorgefertigtes Kanalisationssystem besteht aus einem mehrteiligen Bauteilesatz. Zwischen der Verteilerschalttafel und dem eigentlichen vorgefertigten Kanalisationssystem ist eine Steckdose für den Netzanschluss installiert. Die Kanalisation selbst besteht aus einem mehrteiligen Bauteilesatz und hat für gewöhnlich eine Gesamtlänge von 3 bis 5 Metern. Diese Bauteile umfassen mehrere übereinander liegende Ebenen, auf denen die Leiter installiert werden. Dort sind in regelmäßigen

⁶⁴ Mitteilung vom 3. Juli 2001 in Beantwortung der Nachfrage der Kommission vom 2. Juli 2001.

Abständen Abzweigdosen installiert. Diese Abzweigdosen dienen der Aufnahme von Verteilerkästen für Zweigleitungen, um den elektrischen Strom zu einem oder mehreren Netzempfängern leiten zu können; sie werden "Träger" genannt. Flexible Krümmungsstücke, in der Regel aus Kunststoff, stellen den kontinuierlichen Verlauf der Kanalisationssysteme zwischen den Leitern und in Mauerecken sicher. Durch Einrastvorrichtungen können zwei Kanalisationsbauteile miteinander verbunden werden. Schließlich wird eine Verschlussklemme am äußersten Ende des Kanalisationssystems installiert. Die unterschiedlichen Ausmaße eines vorgefertigten Kanalisationssystems hängen von der Stärke des transportierten Stroms ab. Den Parteien zufolge kann ein Stromkanalisationssystem den Stromtransport von einer Gesamtstärke von 20 bis 5 000 Ampere sicherstellen⁶⁵.

250. Die vorgefertigten Kanalisationssysteme können vier verschiedene Funktionen erfüllen. In einer schweren Konfiguration mit der Bezeichnung "Verbund" stellen sie die Verbindung zwischen dem Transformator Mittel-/Niederspannung und der Gesamtverteilerschalttafel sicher. Dabei handelt es sich um eine Kurzkonfiguration von weniger als 10 Metern, innerhalb derer der transportierte Strom hohe Stromstärken von insgesamt 1 600 bis 4 000 Ampere aufweist. In einer leichteren Konfiguration unter der Bezeichnung "Transport" stellen die vorgefertigten Kanalisationssysteme den Stromtransport von der Gesamtverteilerschalttafel zu den Trennverteilerschalttafeln sicher. Diese Schaltung ist mit etwa 30 Metern länger als die vorstehende, und der transportierte Strom weist Stromstärken in der Größenordnung von 400/1 600 Ampere auf. Die Parteien erklären jedoch, dass die beiden am häufigsten verwendeten Konfigurationen für vorgefertigte Kanalisationssysteme auch zwei anderen spezifischen Funktionen entsprechen: der Stromversorgung von Beleuchtungssystemen und der Stromversorgung mit Schwachstrom⁶⁶. In einer Beleuchtungskonfiguration hat das vorgefertigte Kanalisationssystem eine Länge von 30 Metern und transportiert Strom, der in der Regel eine Stromstärke von insgesamt 16 bis 40 Ampere aufweist. Außerdem ist es mit spezifischen Steckvorrichtungen zur Stromversorgung von Beleuchtungskörpern ausgestattet. In einer Konfiguration der Stromversorgung mit Schwachstrom hat das Kanalisationssystem ebenfalls eine Länge von 30 Metern, transportiert aber Strom einer höheren Stromstärke von insgesamt 40 bis 100 Ampere. Es dient der Stromversorgung von Endabnehmerapparaturen, wie Steckdosen und Schaltern. Zu diesem Zweck ist es mit Steckvorrichtungen und Verteilerkästen mit Sicherungen und/oder Trennschaltern ausgestattet, die dem Schutz dieser Apparaturen dienen.

251. Die Kabelträger und die vorgefertigten Kanalisationssysteme dienen also alle beide dem physischen Transport des elektrischen Stroms zwischen der Gesamtverteilerschalttafel und den Trennverteilerschalttafeln. Die Parteien weisen darauf hin, dass die vorgefertigten Kanalisationssysteme außerdem der Trennverteilerschalttafel nachgelagert eingesetzt werden, und zwar insbesondere zur Energieversorgung der Endverteilerschalttafeln⁶⁷. Bereits im Herstellungsstadium werden die Leiter, die den Transport des elektrischen Stroms sicherstellen, in die vorgefertigten Kanalisationssysteme integriert. Im Falle der Kabelträger müssen diese Leiter separat

⁶⁵ Anhang 39 des Formulars CO.

⁶⁶ Antwort der Parteien vom 21. Juni 2001 in Beantwortung der Nachfrage vom 13. Juni 2001.

⁶⁷ Formular CO, Seite 52.

gekauft werden.⁶⁸ Die Parteien bestätigen, dass sie ihren Kunden keine kombinierten Angebote über Kabelträger und Kabel unterbreiten⁶⁹.

252. Den Parteien zufolge bilden die Kabelträger und die vorgefertigten Kanalisationssysteme für Stromleitungen ein- und denselben Produktmarkt. Die Parteien erklären dazu, dass diese beiden Produktkategorien eine identische Funktion erfüllen, nämlich als Transportträger für höhere Stromstärken von oftmals mehreren hundert Ampere zwischen der Gesamtverteilerschalttafel im Niederspannungsbereich und den Trennverteilerschalttafeln. Sie ziehen daraus den Schluss, dass die vorgefertigten Kanalisationssysteme und die Kabelträger auf der Nachfrageseite substituierbar sind.
253. Es hat jedoch für diese beiden Produktkategorien den Anschein, dass die Nachfragesubstituierbarkeit begrenzt ist, während die Angebotssubstituierbarkeit gar nicht besteht.

Die Nachfragesubstituierbarkeit

254. Die Parteien erklären⁷⁰, dass die Entscheidung für die eine oder andere Produktkategorie von der Konfiguration jedes einzelnen Gebäudes und von den charakteristischen Merkmalen des dort installierten Stromverteilungsnetzes abhängt. So bieten die vorgefertigten Kanalisationssysteme in Bezug auf die Anordnung der Ausrüstungen (Datenverarbeitungsanlagen, Maschinen etc.), zu deren Inbetriebnahme Elektrizität benötigt wird, ein höheres Niveau an Flexibilität als die Kabelträger. Dieser letzte Punkt wird besonders in einem internen Dokument von Schneider⁷¹ hervorgehoben. Dort wird nämlich erklärt, dass die vorgefertigten Kanalisationssysteme “wettbewerbsfähiger als die Kabellösungen sind”, wenn es darum geht, den elektrischen Strom an zahlreiche in derselben Räumlichkeit betriebene Maschinen heranzuleiten. Denn sie böten zwei wichtige Vorteile. Erstens sind die vorgefertigten Kanalisationssysteme “leicht zu modifizieren: eine Maschine kann problemlos umgestellt oder eine neue dazugestellt werden, indem man sie einfach nur an eine verfügbare Eingangsbuchse anschließt”. Zweitens sind die vorgefertigten Kanalisationssysteme “sehr anpassungsfähig: Kanalisationsstränge können den Veränderungen der Konfiguration entsprechend hinzugefügt oder weggenommen werden”. Eine Bestätigung gleicher Qualität geht aus einem anderen internen Dokument von Schneider⁷² hervor. Dort wird angeführt, dass die elektrischen Kanalisationssysteme einen [...]*-mal so hohen Preis haben wie die Kabelträgersysteme, dass aber die Installationskosten für eine Zweigleitung davon [...]*-mal günstiger sind. Diesem Dokument zufolge erweist sich die Installation vorgefertigter Kanalisationssysteme als wirtschaftlichere Lösung als die Kabelträger, da es dabei erforderlich ist, mehr als [...]*- Zweigleitungen zu installieren.

⁶⁸ Antwort vom 23.02.2001, Punkt 6.

⁶⁹ Antwort der Parteien auf die Frage 9 des Fragebogens vom 22. März 2001.

⁷⁰ Formular CO, Seite 52.

⁷¹ “Busbar trunking – SBU presentation”. Dokument, das in Erwiderung (Anhang 8) auf den Fragebogen vom 22 März 2001 vorgelegt wurde, Seite 10.

⁷² Dokument, das in Anhang auf das Formular CO vorgelegt wurde, Seite 4.

255. Außerdem wird in diesem internen Dokument von Schneider⁷³ erklärt, dass die vorgefertigten Kanalisationssysteme auch “ wettbewerbsfähiger als Kabellösungen sind ”, und zwar bei den Konfigurationen “ Verbund ”, die den Transport von Strom mit Stärken von über 1 600 Ampere erfordern, und bei den Konfigurationen “ Transport ”, die den Transport von Strom mit Stärken von über 1 000 Ampere benötigen.
256. Außerdem weisen die vorgefertigten Kanalisationssysteme und die Kabelträger unterschiedliche technische und funktionstypische Merkmale auf. So erklären die Parteien⁷⁴, dass die vorgefertigten Kanalisationssysteme den erhöhten Stromstärken, die durch einen Kurzschluss hervorgerufen werden, viel besser widerstehen können. Auch wird in einem internen Dokument von Schneider⁷⁵ darauf hingewiesen, dass die vorgefertigten Kanalisationssysteme im Fall von Kurzschluss den Vorteil bieten, eine nur minimale Unterbrechung der Stromversorgung auszulösen. Denn in diesem Dokument wird erklärt : “ Zwischen jeder Anschlussstelle werden Schutzvorrichtungen eingebaut, damit ein einzelner Ladungsstrang herausgenommen werden kann, was die “ down-time ” (zeitweise Abschaltung) während der Instandhaltungs- und Reparaturarbeiten minimiert ”. Außerdem wird in diesem Dokument darauf hingewiesen⁷⁶, dass die elektrischen Kanalisationssysteme 40% leichter und zweimal schneller zu installieren sind als die Kabelträger.
257. Demgegenüber macht das Warenangebot der Materialien, die zur Herstellung von Kabelträgern verwendet werden können, es möglich, diese unter ganz speziellen Umständen einzusetzen. Beispielsweise sind die Kabelträger aus Aluminium in einer feuchten Umgebung und die Kabelträger aus mit Fiberglas verstärktem Kunststoff in einer korrosiven Umgebung besonders resistent. Folglich werden Erstere häufig in der landwirtschaftlichen Verarbeitungs- und Nahrungsmittelindustrie und Letztere in der chemischen Industrie eingesetzt⁷⁷.
258. Die vorgefertigten Kanalisationssysteme und die Kabelträger entsprechen also unterschiedlichen spezifischen Bedürfnissen. Erstere stellen eine wirtschaftlichere Lösung als Zweitere dar, da die zwischen der Gesamtverteilerschalttafel und den Trennverteilerschalttafeln zu transportierenden Stromstärken mehr als 1 000 Ampere oder die zwischen dem Transformator Mittel-/Niederspannung und der Gesamtverteilerschalttafel zu transportierenden Stromstärken mehr als 1 600 Ampere betragen. In der Konfiguration “ Stromversorgung ” stellen die vorgefertigten Kanalisationssysteme eine wirtschaftlichere Lösung dar, da die Anzahl der zu installierenden Zweigleitungen bei über fünf liegt. Die vorgefertigten Kanalisationssysteme bieten auch technische Merkmale, die sie besonders gut geeignet und unersetzlich in Gebäuden machen, für welche die Kontinuität der Stromversorgung unbedingt erforderlich ist und die eine große Anzahl von Zweigleitungen benötigen, wie z.B. große Handels- und Warenhäuser, Krankenhäuser und Flughäfen. Denn in einem internen Dokument von Schneider wird dieser Gebäudetyp als der natürliche Markt für

⁷³ “ Busbar trunking – SBU presentation ”. Dokument, das in Erwiderung (Anhang 8) auf den Fragebogen vom 22. März 2001 vorgelegt wurde, Seite 9.

⁷⁴ Formular CO, Seite 52.

⁷⁵ “ Busbar trunking – SBU presentation ”, a.a.O., Seite 10.

⁷⁶ Ebd., Seite 9.

⁷⁷ Sie Antwort der Parteien auf Frage 4 des Fragebogens vom 22 März 2001.

vorgefertigte Kanalisationssysteme dargestellt.⁷⁸ Demgegenüber werden die Kabelträger den vorgefertigten Kanalisationssystemen in bestimmten Wirtschaftssektoren oder besonderen Begleitumständen vorgezogen.

259. Die Nachfragesubstituierbarkeit zwischen vorgefertigten Kanalisationssystemen und Kabelträgern besteht daher nur zum Teil. Sie ist im Wesentlichen auf die Anwendungen der Versorgung mit Schwachstrom, des Transports und des Verbunds begrenzt. Sogar bei jeder einzelnen dieser Anwendungen ist die Nachfragesubstituierbarkeit aufgrund der charakteristischen Merkmale jeder dieser beiden Produktkategorien begrenzt.
260. Diese Schlussfolgerung wird durch ein internes Dokument von Schneider bestätigt, wo darauf hingewiesen wird, dass die "Kabel" eine nur "indirekt konkurrenzfähige" Technologie gegenüber den vorgefertigten Kanalisationssystemen darstellen⁷⁹. Die Parteien unterstreichen, dass die Technologie der Kabelträger indirekt wettbewerbsfähig ist, da "sie dieselben Grundfunktionen erfüllt ohne allerdings die gleiche Verwendungsflexibilität zu besitzen"⁸⁰. Ein befragter Dritter, nämlich Pogliano, erklärt, dass die Kabelträger und die vorgefertigten Kanalisationssysteme sich nicht wirklich in einer Konkurrenzsituation befinden, sondern nur auf den geografischen Märkten, wo der Vertrieb Letzterer noch begrenzt ist, oder wo ihre relativen Vorteile bei den Verbrauchern immer noch wenig bekannt sind⁸¹.

Die Angebotssubstituierbarkeit

261. Zahlreiche Dritte haben erklärt, dass die vorgefertigten Kanalisationssysteme aus technischer Sicht ein weiter entwickeltes Produkt darstellen die Kabelträger. Denn wie bereits erläutert wurde, werden die elektrischen Leiter bereits im Stadium der Herstellung in die vorgefertigten Kanalisationssysteme eingebaut, während bei den Kabelträgern nur vorgesehen ist, dass sie später mit Leitern ausgestattet werden.
262. Die technischen Unterschiede zwischen den vorgefertigten Kanalisationssystemen und den Kabelträgern zeigen sich durch die jeweils einschlägigen Normen, die sie erfüllen müssen. Die Normen CEI 60439-2 und Cenelec EN 60439-2 für die vorgefertigten Kanalisationssysteme stellen mit ihren elektrischen Anforderungen ganz besonders auf die Dimensionierung der integrierten Leiter, ihre Isolierung und die charakteristischen Merkmale der Stromanschlüsse ab. Die Normen Cenelec EN 10142 und EN 10088 für die Kabelträger stellen ihrerseits mechanische Anforderungen in Bezug auf das Gewicht der Kabel, das die Kabelträger und ihre Befestigungsvorrichtungen tragen können müssen. So setzen die Normen über die vorgefertigten Kanalisationssysteme die elektrotechnischen Anforderungen fest, um Kurzschlüsse und Brandgefahren zu vermeiden⁸², während die Normen in Bezug auf die Kabelträger die Anforderungen in Bezug auf die physische Widerstandsfähigkeit dieser Produkte festlegen. Im Unterschied zu den Kabelträgern stellen die vorgefertigten Kanalisationssysteme also in dem Sinne elektrische Apparaturen dar, als sie zum Führen von elektrischem Strom bestimmt sind.

⁷⁸ "Busbar trunking – SBU presentation", a.a.O., Seite 9.

⁷⁹ "Vorstellung der Werbemaßnahme Marketing CEP", einem von Schneider als Antwort auf den Fragebogen vom 22. März 2001 in Anhang 6, Seite 4, vorgelegten Dokument.

⁸⁰ Antwort der Parteien vom 21. Juni 2001 auf eine Anfrage der Kommission vom 13 Juni 2001.

⁸¹ Antwort vom 17.02.2001, Punkt 6.

⁸² Siehe Antwort der Parteien auf Frage 7 des Fragebogens vom 22. März 2001.

263. Diese technischen Unterschiede kommen auch in den unterschiedlichen Herstellungsprozessen zum Ausdruck. Die Herstellung von Kabelträgern zählt zur Metall- oder Blechverarbeitung, während die Herstellung von vorgefertigten Kanalisationssystemen der Elektrotechnik zuzurechnen ist. So geben die Parteien im Formular CO (Seite 52) zu, dass die Kabelträger in der Regel von Blechschmieden gefertigt werden, während die elektrischen Kanalisationssysteme von Elektrikern hergestellt werden. Daraus ergibt sich, dass nach Kenntnis der Kommission nur zwei Unternehmen diese breitgefächerten Produktkategorien herstellen : Schneider und Hager. In beiden Fällen besteht diese Situation erst seit kurzem und entstand aus dem Erwerb eines anderen Unternehmens (Lexel durch Schneider und Tehalit durch Hager). Vor diesem Erwerb fertigten Schneider und Hager ausschließlich vorgefertigte Kanalisationssysteme.
264. Es ist jedoch anzumerken, dass jede dieser beiden Unternehmensgruppen über Tochterunternehmen verfügt, die auf die Herstellung der einen oder der anderen dieser Produktkategorien spezialisiert sind. So stellen in der Unternehmensgruppe von Schneider die Tochterunternehmen Télémécanique und Normabarre die Produktion von vorgefertigten Kanalisationssystemen sicher, während die Tochterunternehmen Wibe, Stago und Mita die Produktion von Kabelträgern abdecken. Die wichtigsten Hersteller von vorgefertigten Kanalisationssystemen in Europa (Moeller, MEM-Delta, Pogliano, Zucchini, etc...) fertigen keine Kabelträger. Schließlich heben die Parteien hervor, dass es sich bei den Herstellern von Kabelträgern um Kleinfabrikanten handelt, die auf die Herstellung dieses Produkttyps spezialisiert sind⁸³.
265. Es besteht also keine Substituierbarkeit von Kabelträgern und vorgefertigten elektrischen Kanalisationssystemen auf der Angebotsseite.

Schlussfolgerung

266. Aus den oben dargestellten Gründen ist die Kommission der Auffassung, dass die Kabelträger und die vorgefertigten Kanalisationssysteme zwei unterschiedliche Produktmärkte darstellen. Die Parteien haben dieser Schlussfolgerung in ihrer Erwiderung⁸⁴ nicht widersprochen.

B.2.2 Die Definition des geografisch relevanten Marktes

267. Die Parteien sind der Auffassung, dass der Markt für den Verkauf von Kabelträgern und von vorgefertigten Kanalisationssystemen europäische Ausmaße hat. Sie stützen ihren Standpunkt auf die Tatsache, dass die in den verschiedenen Mitgliedstaaten verkauften Produkte identisch sind. Außerdem würden über [...] % der Produktion von Schneider und von Legrand in anderen Mitgliedstaaten als ihrem Herstellungsort verkauft.
268. Im Unterschied dazu hat die Untersuchung der Kommission ergeben, dass sich das Wettbewerbsgefüge beim Verkauf von Produkten der Elektrizitätsversorgung im Niederspannungsbereich hauptsächlich auf nationaler Grundlage abspielt. Die

⁸³ Formular CO, Seite 53.

⁸⁴ Punkt 472.

wesentlichen Elemente dieser Analyse, die weiter oben⁸⁵ für die Verteilerschalttafeln ausgearbeitet wurden, gelten analog auch für die Kabelträger und die vorgefertigten Kanalisationssysteme. Im Einzelnen unterstützen die folgenden Erwägungen diese Analyse für diese Produktmärkte.

Die Verkaufspreise für Kabelträger und vorgefertigte Kanalisationssysteme unterscheiden sich je nach Mitgliedstaat erheblich

269. Bei ein und demselben Referenzartikel bestehen beträchtliche Preisunterschiede zwischen den Mitgliedstaaten des EWR, und zwar sowohl bei den vorgefertigten Kanalisationssystemen als auch bei den Kabelträgern.

Die vorgefertigten Kanalisationssysteme

270. Die Parteien haben indessen einen Preisvergleich für die beiden nach ihrer Auffassung am meisten verwendeten Standardkonfigurationen vorgelegt. Dabei handelt es sich um (i) das von Télémécanique hergestellte 2-polige Beleuchtungskanalisationssystem KLE 16 Ampere und um (ii) das von Télémécanique hergestellte vorgefertigten Schwachstrom-Kanalisationssystem KNA 63 Ampere⁸⁶.

271. Die folgende Tabelle 11 zeigt den Verkaufspreis des von Télémécanique, eines Tochterunternehmens von Schneider, hergestellten Beleuchtungskanalisationssystems [...] in den verschiedenen Mitgliedstaaten des EWR⁸⁷ :

Tabelle 11

	Frankreich	Italien	Spanien	Belgien	Portugal	Griechenland	Vereinigtes Königreich	Irland
Preis in französischen Francs	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Preis : Preisbasis in Frankreich 100	100	**	**	***	***	***	****	***

	Deutschland	Österreich	Niederlande	Schweden	Dänemark	Norwegen	Finnland
Preis in französischen Francs	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Preis : Preisbasis in Frankreich 100	**	***	***	**	**	**	**

Quelle : Angaben der Parteien

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

85 Absätze 126-224.

86 Antwort der Parteien vom 21. Juni 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 13. Juni 2001.

87 Antwort der Parteien vom 21. Juni 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 13. Juni 2001.

272. Die folgende Tabelle 12 zeigt den Verkaufspreis des von Télémécanique, eines Tochterunternehmens von Schneider, hergestellten vorgefertigten Schwachstrom-Kanalisationssystems [...] in den verschiedenen Mitgliedstaaten des EWR⁸⁸ :

Tabelle 12

	Frankreich	Italien	Spanien	Belgien	Portugal	Griechenland	Vereinigtes Königreich	Irland
Preis in französischen Francs	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Preis : Preisbasis in Frankreich 100	100	*	**	**	**	**	***	***

	Deutschland	Österreich	Niederlande	Schweden	Dänemark	Norwegen	Finnland
Preis in französischen Francs	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Preis : Preisbasis in Frankreich 100	**	***	***	***	***	**	*****

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

273. Aus diesen beiden Tabellen geht hervor, dass der Preis für ein und denselben Referenzartikel vorgefertigter Kanalisationssysteme von einem EWR-Mitgliedstaat zum anderen starke Unterschiede aufweist. Diesbezüglich ist festzustellen, dass der Preis für ein und denselben Referenzartikel zwischen zwei benachbarten Mitgliedstaaten Unterschiede von über [50-100]* % aufweisen kann. So wird das Kanalisationssystem [...] in Norwegen zu [...] französischen Francs und in Schweden zu [...] französischen Francs verkauft. Ebenso wird das Kanalisationssystem [...] in Spanien zu [...] französischen Francs und in Frankreich zu [...] französischen Francs verkauft.

Die Kabelträger

274. Die folgende Tabelle 13 zeigt die Preisentwicklung in Bezug auf die von Lexel, einem Tochterunternehmen von Schneider, hergestellten Kabelleitern aus Stahl ("steel cable ladders"), und zwar von 1996 bis 2000 in den verschiedenen EWR-Mitgliedstaaten, in denen Lexel diese Erzeugnisse auf den Markt bringt :

⁸⁸ Antwort der Parteien vom 21. Juni 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 13. Juni 2001.

Tabelle 13

	1996	1997	1998	1999	2000
Schweden ⁸⁹	100	***	***	***	***
Dänemark	***	***	***	***	***
Finnland	**	**	**	**	**
Deutschland	**	**	**	**	**
Vereinigtes Königreich	***	***	***	***	***
Niederlande	***	***	***	***	***
Belgien	***	***	***	***	***

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

275. Aus dieser Tabelle 13 ergibt sich, dass der Preis bei dieser Kategorie von Kabelträgern von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat starke Unterschiede aufweist, und zwar sogar bei Nachbarstaaten, und dass diese Preisspannen nicht die Tendenz aufwiesen, im Laufe der letzten fünf Jahre kleiner zu werden. So verfestigte sich die Preisspanne zwischen Schweden und Dänemark, die 1996 bei [0-50]* % lag, 2000 auf [0-50]* %. Auch konsolidierte sich die Preisspanne zwischen Deutschland und den Niederlanden, die 1996 bei [0-50]* % lag, 2000 auf [50-100]*.
276. In ihrer Erwiderung haben die Parteien bestritten, dass die Palette der von Lexel hergestellten Kabelleitern aus Stahl erheblich ist, um festzustellen, dass bei allen Kabelträgern Preisunterschiede zwischen den Mitgliedstaaten bestehen. Ihnen zufolge wären die Kabelschienen aus Stahl repräsentativer für den gesamten relevanten Produktmarkt, und zwar insofern, als diese Produktkategorie auf europäischer Ebene ein etwa doppelt so hohes Verkaufsvolumen erzielt wie die Kabelleitern aus Stahl. In jedem Falle bleiben die Parteien bei ihrer Meinung, dass die Preisspannen zwischen bestimmten benachbarten Mitgliedstaaten (wie den Niederlanden und Deutschland) bei Kabelleitern aus Stahl quasi null betragen.
277. In erster Linie ist darauf hinzuweisen, dass die Versicherung der Parteien, wonach die Kabelschienen aus Stahl ein doppelt so hohes Verkaufsvolumen darstellen wie die Kabelleitern aus Stahl, einfach darauf beruht, dass die auf das Vereinigte Königreich zutreffende Situation auf die europäische Ebene hochgerechnet wurde. Denn die Parteien haben keinerlei Informationen vorgelegt, denen zufolge die im Vereinigten Königreich übliche Aufgliederung der Verkaufszahlen nach den verschiedenen Kabelträgerkategorien ganz allgemein auf den übrigen EWR übertragen werden könnte.
278. Außerdem ergibt sich aus den von den Parteien vorgelegten Dokumenten⁹⁰, dass ebenfalls erhebliche Preisunterschiede zwischen Mitgliedstaaten, und zwar sogar

⁸⁹ Preis in Schweden 1996 = Preisbasis 100.

⁹⁰ Antwort der Parteien vom 19. Juli 2001 auf Frage 1 des Fragebogens vom 22. März 2001

benachbarten, in Hinblick auf Kabelschienen aus Stahl bestehen. Aus der folgenden Tabelle geht die Preisentwicklung bei den von Lexel, einem Tochterunternehmen von Schneider, im Zeitraum 1998 bis 1999 hergestellten Kabelschienen aus Stahl in den drei Mitgliedstaaten hervor, in denen das Unternehmen diese auf den Markt bringt.

Tabelle der Preise für Kabelschienen aus Stahl

	1998	1999	2000
Niederlande 91	100	[100-150]*	[100-150]*
Deutschland	[100-150]*	[100-150]*	[100-150]*
Belgien	[50-100]*	[50-100]*	[50-100]*

Quelle : Angaben der Parteien

279. Aus oben stehender Tabelle Preise für Kabelschienen aus Stahl geht also hervor, dass die Preisspanne zwischen den Niederlanden und Deutschland zwar gering ist und sogar die Tendenz aufwies, sich zwischen 1998 und 2000 zu verengen, doch liegt dafür die Preisspanne zwischen diesen beiden Mitgliedstaaten einerseits und Belgien andererseits im Jahr 2000 bei über [0-50]* % und weist sogar die Tendenz auf, sich im selben Zeitraum auszuweiten.
280. In ihrer Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission vertreten die Parteien die Auffassung, dass der von der Kommission aufgestellte Vergleich der Preise für Kabelträger zwischen den Mitgliedstaaten durch die fehlende Berücksichtigung von drei von außen kommenden Faktoren verfälscht werde.
281. Erstens habe die Kommission nicht die Tatsache berücksichtigt, dass Schweden und Finnland aus historischen Gründen die Kabelleitern den Kabelschienen deutlich vorziehen. Diese Situation hätte zur Folge, dass der Wettbewerb in der erstgenannten Produktkategorie viel stärker wäre, was zum Teil das Preisniveau erklären würde, das im Vergleich unter dem des übrigen Europa liege.
282. Dazu ist vor allem hervorzuheben, dass die unterschiedlichen Verkaufspreise bei den von Schneider hergestellten Kabelschienen nicht nur zwischen Schweden und Finnland einerseits und den anderen Mitgliedstaaten andererseits beträchtlich sind. So geht z.B. aus Tabelle 13 hervor, dass die Preisspanne zwischen Deutschland und Belgien im Jahr 2000 [50-100]* % betrug. Selbst bei Berücksichtigung, dass Deutschland ein Sonderfall ist, so betrug die Preisspanne zwischen Dänemark und Belgien doch auch [0-50]* %. Außerdem stellt der Umstand, dass das relative Verkaufsvolumen bei den verschiedenen Kategorien von Kabelträgersystemen in den verschiedenen Mitgliedstaaten beträchtlich voneinander abweicht, und zwar wegen der deutlichen Präferenz der nationalen Verbraucher für bestimmte Kategorien von Kabelträgersystemen, wie dies auch die Parteien behaupten⁹², ein wichtiges Zusatzelement dar, das dafür spricht, den betreffenden Produktmarkt national zu definieren.
283. Zweitens erklären die Parteien in ihrer Erwiderung⁹³, dass sich die Preisabweichungen zwischen den Mitgliedstaaten in Bezug auf die von Lexel auf den Markt gebrachten Kabelschienen aus den Kursschwankungen der Währungen der Mitgliedstaaten ergäben.

⁹¹ Preis in Schweden im Jahr 1998= Preisbasis 100

⁹² Punkt 484 der Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission

⁹³ Punkt 485 f.

Als Beispiel führen die Parteien den Fall der schwedischen Krone an, die fast 30% ihres Wertes gegenüber dem britischen Pfund Sterling einbüßte, was ihnen zufolge die zwischen Schweden und dem Vereinigten Königreich festgestellte Preisspanne für diese Produktkategorie reduziert hätte. In dieser Hinsicht ergibt sich aus oben stehender Tabelle 13, dass die Unterschiede bei den Verkaufspreisen für die von Lexel in diesen beiden Ländern auf den Markt gebrachten Kabelschienen, die 1996 [0-50]* % betragen, sich im Jahr 2000 auf [0-50]* % beliefen, was das Argument der sich verengenden Preisschere zwischen Schweden und dem Vereinigten Königreich widerlegt. Außerdem muss festgestellt werden, dass von der Schere bei den Verkaufspreisen für die von Lexel auf den Markt gebrachten Kabelschienen zahlreiche Mitgliedstaaten des EWR betroffen sind, deren Währungen im Lauf der letzten Jahre untereinander stabil geblieben sind. So geht aus der oben stehenden Tabelle 13 auch hervor, dass die Preisschere zwischen Deutschland und den Niederlanden beispielsweise im Jahr 2000 [50-100]* ausmachte.

284. Drittens führen die Parteien schließlich an⁹⁴, dass die Verkaufspreise, die sie der Kommission mitgeteilt haben, Preisnachlässe und Rabatte berücksichtigen, die bei jedem Verkauf je nach Kaufvolumen gewährt werden. Doch sei der Betrag dieser Preisnachlässe und Rabatte von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat unterschiedlich, was ihnen zufolge die festgestellten Unterschiede bei den durchschnittlichen Verkaufspreisen erkläre. Diesbezüglich reicht die Feststellung, dass die Parteien keinerlei Dokument vorgelegt haben, aufgrund dessen die Feststellung möglich wäre, dass das durchschnittliche Verkaufsvolumen je nach Geschäftsvorgang von einem Mitgliedstaat zum anderen unterschiedlich ist. Wenn dies der Fall wäre, so stellte jedenfalls diese Situation einen wichtigen zusätzlichen Anhaltspunkt dafür dar, den relevanten Markt für Kabelträgersysteme national zu definieren.

Die Marktposition der Hersteller von Kabelträgern und vorgefertigten Kanalisationssystemen ist von einem Mitgliedstaat zum anderen sehr unterschiedlich

285. Die Marktanteile der wichtigsten Akteure auf dem Markt der vorgefertigten Kanalisationssysteme und der Kabelträger weisen von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat erhebliche Unterschiede auf.

Die vorgefertigten Kanalisationssysteme

286. Die folgende Tabelle 14, die von den Parteien vorgelegt wurde⁹⁵, stellt die Marktanteile der wichtigsten Wirtschaftsbeteiligten auf dem Markt der vorgefertigten Kanalisationssysteme in den wichtigsten Mitgliedstaaten des EWR dar.

⁹⁴ Punkt 489 der Erwiderung der Parteien auf die Mitteilung der Einwände der Kommission

⁹⁵ E-Mail vom 12. März 2001.

Tabelle 14

	Schneider	Moeller	Zucchini	Pogliano	Andere 1	Andere 2
Deutschland	[30-40]*%	[50-60]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Siemens [0-10]*%	Lanz [0-10]*%
Österreich	[60-50]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Lanz [0-10]*%	
Belgien	[50-60]*%	[10-20]*%	[10-20]*%		EAE [0-10]*%	
Dänemark	[60-50]*%	[20-30]*%				
Spanien	[40-50]*%	[30-40]*%	[10-20]*%	[10-20]*%		
Frankreich	[70-80]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Erico [0-10]*%	
Finnland	[20-30]*%	[10-20]*%			MEM [30-40]*%	
Vereinigtes Königreich	[10-20]*%	[30-40]*%	[10-20]*%		MEM [10-20]*%	
Griechenland	[60-50]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		EAE [0-10]*%	
Irland	[80-90]*%	[0-10]*%	[10-20]*%		MEM [0-10]*%	
Norwegen	[20-30]*%	[30-40]*%	[0-10]*%			
Niederlande	[40-50]*%	[40-50]*%	[0-10]*%		EAE [0-10]*%	
Portugal	[70-80]*%	[20-30]*%	[0-10]*%			
EWR insgesamt	[20-30]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		

287. Aus dieser Tabelle 14 ergibt sich, dass sich die Marktpositionen der wichtigsten Hersteller von elektrischen Kanalisationssystemen von einem Mitgliedstaat zum anderen beträchtlich unterscheiden. Wenn man nur allein die Abweichungen zwischen benachbarten Mitgliedstaaten betrachtet, so stellt man fest, dass Schneider in Frankreich einen Marktanteil von [70-80]*% hält, dass sich aber sein Marktanteil in Belgien auf [50-60]*%, in den Niederlanden auf [40-50]*% und in Deutschland nur auf [30-40]*% beläuft. In gleicher Weise beträgt der Marktanteil von Schneider in Irland [80-90]*%, aber nur [10-20]*% im Vereinigten Königreich, und in Portugal [70-80]*%, aber nur [40-50]*% in Spanien. Was den wichtigsten anderen Akteur auf dem europäischen Markt betrifft, nämlich Moeller, so beträgt sein Marktanteil [50-60]*% in Deutschland, aber [30-40]*% in Österreich, [10-20]*% in Belgien und nur [0-10]*% in Frankreich.

Die Kabelträger

288. Die folgende Tabelle 15, die ebenfalls von den Parteien vorgelegt wurde, zeigt die Marktanteile der wichtigsten Konkurrenten auf dem Markt der Kabelträger in den verschiedenen Mitgliedstaaten des EWR.

Tabelle 15

	Schneider	Legrand	Hager	Andere 1	Andere 2
Deutschland	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	OBO	Van Geel
Österreich	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Belgien	[10-20]*%		[0-10]*%	Vergocan	Van Geel
Dänemark	[20-30]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	RMIndustrial Group	Van Geel
Spanien	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Finnland	[0-10]*%		[0-10]*%	Meka	Nordic Aluminium
Frankreich	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Tolmega [30-40]*%	Métal Déployé [20-30]*%
Vereinigtes Königreich	[0-10]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	RM Cable Tray [0-10]*%	Unitrust [0-10]*%
Griechenland	[0-10]*%	[0-10]*%			
Irland	[0-10]*%	[0-10]*%		RM Cable Tray	Unitrust
Italien	[0-10]*%	[20-30]*%	[0-10]*%	Sati [20-30]*%	ABB [10-20]*%
Norwegen	[40-50]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Ögland	Van Geel
Niederlande	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Van Geel	Gouda
Portugal	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Schweden	[70-80]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Meka	Van Geel
EWK insgesamt	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		

289. Aus dieser Tabelle ergibt sich, dass Schneider nur in sechs Mitgliedstaaten präsent ist. In fünf davon hält es einen Gesamtmarktanteil von [20-80]*%. Hingegen ist es auf allen anderen nationalen Märkten nicht vorhanden. Legrand hält den stärksten Marktanteil auf EWR-Ebene, auch wenn es nur in drei Mitgliedstaaten präsent ist (Frankreich, Italien und Vereinigtes Königreich) und nur in zweien davon einen bedeutsamen Marktanteil hält (Italien [20-30]*% und Vereinigtes Königreich [30-40]*%). Mit Ausnahme von Hager, das in 11 Mitgliedstaaten präsent ist, sind alle anderen Mitbewerber nur in einem oder zwei Mitgliedstaaten, in der Regel Nachbarländer vertreten (Unitrust und RM Cable Tray in Irland und im Vereinigten Königreich oder Meka in Schweden und in Finnland). Van Geel scheint die einzige Ausnahme bei dieser Regel zu sein, da es in Belgien, den Niederlanden, in Deutschland und auch in Skandinavien vertreten ist.

290. Die meisten Wirtschaftsbeteiligten auf dem Markt der Kabelträger sind also nur in einem einzigen Mitgliedstaat präsent. Was die Konkurrenten anbelangt, die in mehreren Staaten vertreten sind, so ist ihre Marktposition gekennzeichnet durch (i) einen Marktanteil, der in einem Mitgliedstaat besonders wichtig ist, und durch (ii) Marktanteile, die in den anderen Mitgliedstaaten deutlich schwächer und unbeständiger sind.
291. In ihrer Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission⁹⁶ haben die Parteien darauf aufmerksam gemacht, dass es mehrere Akteure auf dem betreffenden Produktmarkt gebe, die in mehreren Mitgliedstaaten präsent sind. Dabei nennen die Parteien Schneider, das in sechs Mitgliedstaaten, Van Geel, das in sechs Mitgliedstaaten, und Hager, das in elf Mitgliedstaaten vertreten ist. Außerdem verweisen die Parteien darauf, dass Hager in den verschiedenen Mitgliedstaaten, in denen es präsent ist, über relativ homogene Marktanteile verfügt.
292. In dieser Hinsicht reicht es hervorzuheben, dass der Umstand, dass nur drei Akteure auf dem Markt für Kabelträgersysteme über eine Präsenz in mehreren Mitgliedstaaten verfügen, nicht ausreichen dürfte, um daraus den Schluss zu ziehen, dass Konkurrenten von echter europäischer Dimension vorhanden sind, die sich untereinander einen Konkurrenzkampf im gesamten EWR liefern. Diese Schlussfolgerung wird durch die Tatsache untermauert, dass keiner der drei wichtigsten Wettbewerber auf EWR-Ebene, also Schneider, Legrand und Hager, auf nationaler Ebene homogene Marktanteile hält.

Der Vertrieb der Kabelträger und der vorgefertigten Kanalisationssysteme erfolgt auf nationaler Grundlage

293. Die Parteien erklären, dass im Durchschnitt zwischen 75 und 95% des Umsatzes der Hersteller von Kabelträgern und vorgefertigten Kanalisationssystemen über den Verkauf an Großhändler erfolgen⁹⁷. Beispielsweise weist Schneider darauf hin, dass seine Verkäufe von Kabelträgern an die Großhändler seinen Gesamtverkauf in Schweden, im Vereinigten Königreich und in den Niederlanden ausmachen. Für die anderen Mitgliedstaaten hat Schneider keine weiteren Informationen vorgelegt.⁹⁸
294. Wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, gestalten sich die Beziehungen zwischen den Herstellern und den Großhändlern von elektrischen Betriebsmitteln auf einer nationalen beziehungsweise regionalen Grundlage, und zwar sogar auch bei den Herstellern und Großhändlern mit einer europäischen Dimension. Diese Feststellung gilt auch für die Kabelträger und für die vorgefertigten Kanalisationssysteme. Das Wettbewerbsgeschehen beim Vertrieb dieser Produkte spielt sich also im Wesentlichen auf einer nationalen Grundlage ab.
295. In ihrer Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission⁹⁹ haben die Parteien geltend gemacht, dass ein Großteil des Umsatzes der Hersteller von Kabelträgern durch den Direktverkauf an die Endabnehmer erfolge. Dies treffe insbesondere auf große Baustellen zu, für welche die Großhändler selbst von den Herstellern verlangten, dass diese die Kunden mit den Kabelträgern aus ihren Katalogen

⁹⁶ Punkte 506 und 509

⁹⁷ Formular CO, Seite 90.

⁹⁸ Anhang zur Antwort von Schneider auf die Frage 98 des Fragebogens vom 29 Juni 2001.

⁹⁹ Punkt 523.

beliefern. Daher spielten die Beziehungen zwischen den Großhändlern und den Herstellern keine entscheidende Rolle für die Bewertung im Hinblick auf die Definition des betreffenden geografisch relevanten Produktmarktes.

296. Diesbezüglich gilt es zunächst darauf hinzuweisen, dass die Parteien keinerlei Hinweise gegeben haben, aufgrund derer es möglich wäre, festzustellen, wie wichtig die Direktverkäufe der Hersteller an die Endverbraucher auf dem Markt für Kabelträger sind. Die einzigen Daten, welche die Parteien in Bezug auf ihre eigenen Verkäufe vorgelegt haben, zeigen ganz im Gegenteil, dass die Verkäufe an die Großhändler den wesentlichen Teil ihres Umsatzes darstellen. Es ist keinerlei Information vorhanden, die den Schluss zulässt, dass dies für die anderen Wirtschaftsbeteiligten auf dem Markt anders wäre.
297. Außerdem bedeutet die Argumentation der Parteien, wonach die Großhändler von den Herstellern verlangen, die Endabnehmer von Kabelträgern aus ihren Produktkatalogen direkt zu beliefern, nicht schon deswegen, dass die Hersteller die betreffenden Produkte auch tatsächlich direkt an die Endabnehmer verkaufen. Ganz im Gegenteil, denn da es sich bei der Vermittlungstätigkeit der Großhändler um Produkte handelt, welche diese aufgrund eigener Entscheidung in ihre Handels- und Verkaufskataloge aufgenommen haben, lässt dies vielmehr darauf schließen, dass die Großhändler die betreffenden Produkte bei den Herstellern einkaufen und sie dann an die Endabnehmer weiterverkaufen ohne dass diese Produkte physisch Teil ihres Warenbestandes werden.

Die Handelshemmnisse bei der Einfuhr

298. Die Parteien haben in ihrer Erwiderung geltend gemacht¹⁰⁰, dass der Produktmarkt für Kabelträger von schwachen Einfuhrhemmnissen gekennzeichnet ist. Denn ihnen zufolge sind die betreffenden Produkte homogen in dem Sinne, dass sie nur wenig oder keine Anpassungsmaßnahmen erforderten, um der lokalen Nachfrage gerecht zu werden. Ferner erklären die Parteien, dass die Transportkosten relativ gering sind und kein Hemmnis für den freien Warenverkehr innerhalb des EWR darstellen. Schließlich gibt es den Parteien zufolge große Handelsströme zwischen den Mitgliedstaaten. So würden [20-40]*% der Kabelträger von Schneider und Legrand in einem anderen Mitgliedstaat als dem Herstellungsland auf den Markt gebracht.
299. Die zwischen den Mitgliedstaaten vorhandenen erheblichen Preisspannen und die oben festgestellten ungleichen Marktanteile der Wirtschaftsbeteiligten stellen zwei entscheidende Elemente dar, die aus der faktischen Betrachtungsweise die Versicherung der Parteien widerlegen oder zumindest stark abwerten, wonach die Einfuhrhemmnisse beim Produktmarkt für Kabelträger gering sind. Die Untersuchung der Kommission ergab nämlich, dass der Zugang zum Vertrieb das größte Hemmnis beim Zugang zum Produktmarkt für Kabelträger insoweit darstellt, als sich das wesentliche Verkaufsgeschehen im Vertriebswege über die Großhändler abspielt. Die Tendenz der Großhändler, die Anzahl der Marken zu reduzieren, die sie in jeder Produktkategorie von elektrischen Betriebsmitteln vertreiben, führt tendenziell auch zu einer Ausweitung der Handelshemmnisse bei der Einfuhr.

¹⁰⁰ Punkte 512 ff.

Schlussfolgerung

300. Die geografisch relevanten Produktmärkte für den Verkauf von Kabelträgern und von vorgefertigten Kanalisationssystemen haben eine nationale Dimension.

B.3 Die elektrischen Ausrüstungen, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind

B.3.1 Die Definition der Produktmärkte

Einführung

301. Die der Endverteilerschalttafel nachgelagerten elektrischen Betriebsmittel (von den Parteien auch als "Produkte und Zubehörteile für die Verteilungsinstallation" bezeichnet) haben als gemeinsames Merkmal, dass sie sich im letzten oder abschließenden Stadium des Stromversorgungsnetzes befinden, also der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind.

302. Die Parteien schlagen vor, folgende Märkte als unterschiedliche Produktmärkte zu definieren: (i) den Markt der Steckdosen und Trennschalter; (ii) den Markt der Überwachungs- und Kontrollsysteme; (iii) den Markt der Sicherheitssysteme für Personen; (iv) den Markt der Sicherheitssysteme für Sachen; (v) den Markt der Anschluss- und Verbindungsausrüstungen für Kommunikationsnetze; (vi) den Markt der Materialien für Befestigungen und Zweigleitungen und (vii) den Markt der raumgestalterischen Bauteile für die Vernetzung. Denn jede dieser Kategorien erfülle unterschiedliche Funktionen. Die Untersuchung der Kommission hat bestätigt, dass diese verschiedenen Marktkategorien nicht in denselben Produktmarkt einzugruppieren wären. Die Produktmärkte der Überwachungs- und Kontrollsysteme, der Sicherheitssysteme für Sachen, der Anschluss- und Verbindungsausrüstungen für Kommunikationsnetze und der Materialien zur Schienenführung im Rahmen der Raumgestaltung sind von dem angemeldeten Zusammenschlussvorhaben nicht betroffen.

303. Ein gemeinsames Merkmal der Definition der von den Parteien vorgeschlagenen Produktmärkte ist, dass jeder dieser Märkte Produkte enthält, die untereinander nicht substituierbar sind.

304. Dennoch haben die betreffenden Märkte einige gemeinsame charakteristische Merkmale, die sie von den Produktmärkten für Verteilerschalttafeln und für Kabelträger und vorgefertigte Kanalisationssysteme unterscheiden. Zunächst handelt es sich um Märkte, die unter Ausschluss des Industriesektors (außer bestimmten Produktkategorien wie wasser-/luftdichten Geräten und Anlagen) hauptsächlich die Sektoren der Wohn- und der Dienstleistungsgebäude betreffen. Ferner stellen die Produkte der Verteilungsinstallation den sichtbaren Teil der Elektroinstallation dar. Diese beiden Charakteristika haben zur Folge, dass der ästhetische Aspekt im Unterschied zu den Stromverteilerschalttafeln und den Kabelträger- und vorgefertigten Kanalisationsträgersystemen eine wichtige Rolle bei der Produktauswahl spielt und der Endverbraucher ein viel ausgeprägteres Interesse hat, an dieser Auswahl beteiligt zu sein. Außerdem werden die der Endverteilerschalttafel nachgelagerten Ausrüstungen fast ausschließlich über Großhändler vertrieben. Dafür spielen die Schalttafelbauer und der Direktverkauf der Hersteller an die Endabnehmer keinerlei Rolle beim Vertrieb dieser Produkte. Aufgrund dieser Tatsache wird die Rolle der Elektroinstallateure bei der Auswahl der Produkte im Unterschied zu den

Stromverteilerschalttafeln oder den Kabelträgern und den vorgefertigten Kanalisationssystemen gestärkt.

Die Steckdosen und Trennschalter

Einführung

305. Die von den Parteien dargestellte Produktkategorie der Steckdosen und Trennschalter umfasst im Niederspannungsbereich folgende Produkte :
- Steckdosen für einphasigen Strom zum Anschluss an die Stromversorgung.
 - Sogenannte “Schwachstromsteckdosen” : Buchsen für herkömmliche Telefonanschlüsse, Steckdosen für Fernsehanschlüsse und sogenannte “Ton-, Bild-, Daten-Buchsen” zum Anschluss von Telefon, Fernsehen bzw. Informations- und Kommunikationssystemen an die Stromversorgung.
 - Trennschalter als Bedienungsmechanismus für Stromquellen (Beleuchtung, Motoren) einschließlich Fernbedienungen und Zeitschaltuhren.
 - Lichtstärkereger (*Dimmer*) zur Feineinstellung der Beleuchtungsintensität.
306. Ferner ergab die gründliche Untersuchung der Kommission, dass im Marktsegment der Steckdosen und Trennschalter eine Produktkategorie unter der Bezeichnung “wasser-/luftdichte Geräte und Anlagen” besteht, die resistent gegen aggressive Umwelteinwirkungen (Feuchtigkeit, Staub, Schlag- und Stoßeinwirkungen) sind.
307. Den Parteien zufolge stellt die Gesamtheit dieser Produkte mit Ausnahme der einzelnen Ton-, Bild-, Datensteckdosen ein- und denselben Produktmarkt darstellt, da sie aus Gründen des Designs und der Ästhetik nicht voneinander zu trennen sind. Dies werde auch durch die Tatsache bestätigt, dass ihr Angebot unter dem Gesichtspunkt der Ästhetik in gleichartigen Produktpaletten durchgegliedert sei. So bedinge die Entscheidung des Verbrauchers für eines dieser Produkte (z.B. eine Steckdose) auch seine Wahl bei einem anderen Produkt (z.B. einem Trennschalter), da es unästhetisch wäre, in ein und demselben Raum eine Steckdose und einen Trennschalter von unterschiedlichem Design anzubringen.
308. Die von der Kommission durchgeführte Untersuchung bestätigte aus den folgenden Gründen, dass ein Produktmarkt für Standardsteckdosen und –trennschalter (einschließlich Zeitschaltern, Fernbedienungen und Stärkereglern) wie auch spezifische Produktmärkte für Informatiksteckdosen und wasser-/luftdichte Geräte und Anlagen vorhanden sind. Die dabei auftauchende Frage, ob die Steckdosen für herkömmliche Telefonanschlüsse und für Fernsehanschlüsse als unterschiedliche Produktmärkte zu betrachten sind, oder ob sie Teil des Produktmarktes für Standardsteckdosen und –trennschalter sind, kann offen bleiben, da die Analyse für jede dieser Hypothesen unter dem Gesichtspunkt des Wettbewerbs dieselbe bleibt.
309. Die Produkte dieser Kategorie sind unter dem Aspekt ihrer Funktion, ihrer technologischen Bestandteile und ihres einheitlichen Wertes sehr verschiedenartig. Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass die Produktkategorie der Steckdosen und Trennschalter, so wie sie von den Parteien dargestellt wird, einerseits Produkte mit wenig technologischen Bestandteilen, vor allem übliche Steckdosen und Trennschalter, und andererseits Produkte umfassen, die elektronische Bauteile haben, so vor allem Ton-

, Bild-, Datenbuchsen und Lichtstärkereger. Diese Produkte haben als gemeinsames Merkmal, dass sie in den bewohnbaren Räumlichkeiten von Gebäuden installiert werden und “ sichtbar ” sind. Aus diesen Gründen stellen ihr Design und ihre Ästhetik ein wichtiges Element bei der Auswahlentscheidung des Verbrauchers dar.

Die Standardsteckdosen und -trennschalter

310. In Bezug auf die Standardsteckdosen und –trennschalter einschließlich der Fernbedienung, Zeitschalter und Stärkereger kann der Argumentation der Parteien zur Existenz eines einzigen Produktmarktes stattgegeben werden.
311. Denn die Untersuchung der Kommission bei den konkurrierenden Herstellern, den Großhändlern und den Elektroinstallateuren hat bestätigt, dass übereinstimmend mit den Erklärungen der Parteien der entscheidende Faktor für die Auswahlentscheidung des Benutzers und infolgedessen auch der Großhändler die Ästhetik ist, die diese Produkte mit unterschiedlichen Funktionen verbindet.
312. Alle betreffenden Produkte weisen das gemeinsame charakteristische Merkmal auf, dass sie für den Benutzer sichtbar sind. Auch ist ihr Aussehen und ihre Integrationsfähigkeit in die vorhandene Raumausstattung über ihre streng funktionelle Rolle hinaus ein wesentliches Auswahlkriterium für den Benutzer oder den Auftraggeber (Architekt, Raumausstatter oder andere Entscheidungsträger). Aus diesem Grund geben die Hersteller diesen Produkten eine einheitliche Verarbeitung oder Aufmachung, die in der Regel auf der Verwendung von gemeinsamen Auflagen und Verzierungen beruht. Diese Nachfrage der Endabnehmer wird auch von den Großhändlern berücksichtigt, die sich verpflichtet fühlen, ihren Kunden komplette Serien von Steckdosen und Trennschaltern mit einheitlichem Design anzubieten. Es ist wenig wahrscheinlich, dass ein hypothetischer Monopolist von einheitlichen Produktpaletten, der den Preis für ein spezielles seiner Produkte erhöht, erleben müsste, dass die Nachfrage nach diesem Produkt auf einen Hersteller abwandert, der nur dieses Produkt anfertigt. Es gibt übrigens keinen solchen Hersteller, der nur ein Monoprodukt fertigt oder keine einheitlichen Produktpaletten anbietet. Auch müssen die Hersteller ihrer Marktpräsenz wegen in der Lage sein, eine oder mehrere komplette Serie(n) mit einheitlichem Design anzubieten.
313. Zu den Zwecken des vorliegenden Verfahrens zieht die Kommission daraus den Schluss, dass die einfachen Steckdosen und Trennschalter wie auch die Fernbedienungen, Zeitschalter und Lichtstärkereger zu ein und demselben relevanten Produktmarkt gehören.

Die herkömmlichen Telefonbuchsen

314. Die herkömmlichen Telefonbuchsen entsprechen einem spezifischen Bedürfnis, nämlich dem Anschluss von Telefonen und anderen Telekommunikationsapparaten (Telekopierer, Modem) ans Telefonnetz. Derzeit sind diese Anschlussbuchsen nur für den Wohnraummarkt bestimmt, da in Dienstleistungsgebäuden der Anschluss von Telekommunikationsapparaten ans Telefonnetz weitgehend von Ton-, Bild-, Datenbuchsen sichergestellt wird, die gleichzeitig genutzt werden können, um Computer und Telekommunikationsapparate innerhalb eines lokalen Kommunikationsnetzes miteinander zu verbinden. Die herkömmlichen Telefonbuchsen erfüllen die spezifischen Anforderungen der Betreiber von Telekommunikationsunternehmen. Dies unterscheidet sie von den Standardsteckdosen für elektrischen Strom und den Fernsehbuchsen. Im

Unterschied zu den Ton-, Bild-, Datenbuchsen haben sie keine integrierten elektronischen Bauteile.

315. Jedoch erklären die Parteien, dass die Buchsen für herkömmliche Telefonanschlüsse die gleichen technologischen Anforderungen erfüllen wie die Steckdosen für elektrischen Strom (thermoplastische Gehäuse, Zuschnitt, automatische Trennung etc.). Sie seien Bestandteil der Produktpalette von Steckdosen und Trennschaltern, die von den Herstellern der Apparaturen des “ Segments 5.A.1 ” auf den Markt gebracht und häufig gleichzeitig vom selben Elektroinstallateur eingebaut werden, der auch mit der Installation von Starkstromausrüstungen befasst ist. Dieser Versicherung der Parteien kann nur in Bezug auf die Hersteller von Steckdosen und Trennschalter wie Schneider und Legrand gefolgt werden, die in ihren Katalogen Paletten dieser Produkte anbieten, die auch Telefonbuchsen umfassen. Andererseits gibt es neben den Herstellern dieser Produktpaletten von Steckdosen und Trennschaltern auch Hersteller von spezialisierten herkömmlichen Telefonbuchsen, wie die Gruppe 3 M (Pouyet, Quante), Krone oder Forgos, die über keine kompletten Produktpaletten von Steckdosen und Trennschaltern verfügen.
316. Die dabei auftauchende Frage, ob die herkömmlichen Telefonbuchsen Bestandteil des Marktes von Standardsteckdosen und –trennschaltern sind oder als unterschiedlicher Produktmarkt zu betrachten ist, muss jedoch nicht entschieden werden. Die Analyse nach Wettbewerbsgesichtspunkten wäre nämlich bei beiden Hypothesen dieselbe.

Die Fernsehanschlussbuchsen

317. Wie die Buchsen für den herkömmlichen Telefonanschluss sind auch die Fernsehbuchsen Produkte, die einem spezifischen Bedarf gerecht werden, nämlich dem Netzanschluss von Fernsehgeräten. Sie sind ausschließlich für den Wohnraummarkt bestimmt. Die Fernsehbuchsen müssen die spezifischen Anforderungen der Fernsehgesellschaften und Sendeanstalten erfüllen, was sie von den Steckdosen für elektrischen Strom, den Telefonbuchsen und den Ton-, Bild-, Datenbuchsen unterscheidet.
318. Die Parteien bringen vor, dass die Fernsehbuchsen dieselben technologischen Anforderungen erfüllen wie die Steckdosen für elektrischen Strom (thermoplastische Gehäuse, Zuschnitt, Automatenfertigung etc.). Insofern sie von Herstellern auf den Markt gebracht werden, die Generalisten für Steckdosen und Trennschalter sind, seien sie integraler Bestandteil ihrer Produktpaletten für Steckdosen und Trennschalters. Sie würden häufig gleichzeitig vom selben Elektroinstallateur eingebaut, der auch mit der Installation von Starkstromausrüstungen befasst ist. Diese Versicherung der Parteien wird durch die Tatsache widerlegt, dass die Hersteller von Fernsehbuchsen meistens spezialisierte Unternehmen sind, die sich nicht auf dem Gebiet der Starkstromapparaturen betätigen, wie beispielsweise Philips, Bosch oder Hirschmann.
319. Jedoch muss die Frage, ob die Fernsehbuchsen Bestandteil des Marktes von Standardsteckdosen und –trennschaltern oder als unterschiedlicher Produktmarkt anzusehen sind, nicht gelöst werden. Die Analyse aus Wettbewerbsgesichtspunkten wäre nämlich bei beiden Hypothesen dieselbe.

Die Ton-, Bild-, Datenbuchsen

320. Die Parteien vertreten die Auffassung, dass die Ton-, Bild-, Datenbuchsen Bestandteil des Produktmarktes für den Anschluss an das Kommunikationsnetz sind. Jedoch verkaufen sie auch Ton-, Bild-, Datenbuchsen im Rahmen ihrer Produktpalette für Steckdosen und Trennschalter, und die Marktdaten, welche die Parteien der Kommission über die Steckdosen und Trennschalter vorgelegt haben, umfassen auch die im Rahmen dieser Produktpaletten verkauften Ton-, Bild-, Datenbuchsen.
321. Die Ton-, Bild-, Datenbuchsen werden zur Verbindung von Informations- und Kommunikationssystemen genutzt. Über ihre erstrangige Bestimmung hinaus, nämlich die Datenübertragung (daher auch die Bezeichnung "Informatikbuchsen" oder "Datenbuchsen"), decken sie im Unterschied zu der einfachen Nutzung im häuslichen Bereich dank ihrer digitalen Technologien auch den kompletten Bedarf der Telefonversorgung im Dienstleistungsbereich und bestimmte Videonutzungen in Verbindung mit Quellen der Datenverarbeitung ab. Sie sind nicht Bestandteil des Stromversorgungssystems, sondern des Kommunikationsnetzes zwischen benachbarten Arbeitsplätzen in einem Gebäude (LAN: *local area network*), so vor allem in der kommerziellen Nutzung. Daraus ergibt sich, dass sie einen spezifischen Bedarf erfüllen, der sich von dem der anderen Kategorien von Steckdosen (wie Stromsteckdosen, herkömmliche Telefonbuchsen, Fernsehbuchsen etc.) unterscheidet, und von der Nachfrageseite her nicht durch diese substituierbar sind.
322. Überdies erfüllen die Ton-, Bild-, Datenbuchsen unterschiedliche technologische Anforderungen als die Steckdosen zur Stromversorgung, die Fernsehbuchsen und die herkömmlichen Telefonbuchsen. Ihre wichtigsten Bauteile sind die verschiedenen Typen (Konfigurationen) von Leitungswählern, die dem Bedarf der Auftraggeber in Bezug auf die von den Herstellern von Datenverarbeitungsanlagen entwickelten Standards gerecht werden sollen (RJ 11, RJ 12, RJ 45, Twinax, Thinnet, BNC, ACO, SUBD 9, SUBD 15, SUBD 25 und andere). Bei den Ton-, Bild-, Datenbuchsen handelt es sich um Produkte, die von Spezialisten oder spezifisch für die Bedürfnisse dieses Netzes ausgebildeten Elektrikern installiert werden und häufige Wartungs- und Modifikationsarbeiten nötig machen.
323. Eine große Anzahl von Akteuren auf dem Markt für Ton-, Bild-, Datenbuchsen sind spezialisierte Hersteller, wie z.B. Infra+, Lucent, Alcatel, Tyco und andere, die sich auf dem Markt für Standardsteckdosen und -trennschalter nicht betätigen und folglich keine Produktpalette von einheitlicher Ästhetik anbieten. Die Herstellung von Ton-, Bild-, Datenbuchsen ist spezifisch und kann nicht auf umgestellten Produktionsmitteln erfolgen. Die von der Kommission bei Dritten durchgeführte Untersuchung hat bestätigt, dass ein Hersteller von Standardsteckdosen wie auch ein Hersteller einer anderen Kategorie von Schwachstromsteckdosen (herkömmliche Telefonbuchsen oder Fernsehbuchsen) nicht ohne erhebliche zusätzliche Kosten und Fertigungszeiten mit der Herstellung von Informatikbuchsen beginnen kann. Aufgrund dieser Tatsache sind die Informatikbuchsen nicht durch Standardsteckdosen, herkömmliche Telefonbuchsen oder Fernsehbuchsen substituierbar, und zwar weder unter dem Gesichtspunkt der Nachfrage noch unter dem des Angebots.
324. Die Kommission zieht daher daraus den Schluss, dass die Informatikbuchsen nicht Bestandteil des Produktmarktes für Standardsteckdosen und -trennschalter sind.

Die wasser-/luftdichten Apparaturen

325. Zu dieser Kategorie von wasser-/luftdichten Gerätschaften Steckdosen und Trennschalter, die aufgrund ihrer Bauweise oder ihres situationsbedingten Einsatzes geeignet sind, aggressiven Umwelteinwirkungen zu widerstehen (hauptsächlich Feuchtigkeit, aber auch Staub und Schlag- und Stoßwirkungen), z.B. in Badezimmern, Garagen und Kellerräumen, außerhalb von Gebäuden, in Industriegebäuden, auf Baustellen etc.
326. Die Parteien sind der Auffassung, dass wasser-/luftdichte Apparaturen Bestandteil des Produktmarktes für Steckdosen und Trennschalter sind. Zwischen den wasser-/luftdichten Vorrichtungen und den Standardsteckdosen und –trennschaltern bestehe eine uneingeschränkte funktionelle Identität, nämlich den Zugang zur einer Stromversorgungsquelle zu verschaffen. Außerdem hätten beide Gerätetypen außer dem Grad der Wasser-/Luftundurchlässigkeit streng identische charakteristische Merkmale, wobei auch die Technologie und der Herstellungsprozess identisch seien. Schließlich erfolge auch der Einbau zur selben Zeit wie der der üblichen Apparaturen, und zwar durch dieselben Elektriker und in denselben Gebäuden.
327. Jedoch ist zunächst festzustellen, dass die wasser-/luftdichten Apparaturen einem spezifischen Bedarf gerecht werden und daher aus dem Gesichtspunkt der Nachfrage nicht durch Standardsteckdosen und –trennschalter substituierbar sind.
328. Außerdem besteht keine Angebotssubstituierbarkeit zwischen Standardsteckdosen und Trennschaltern und wasser-/luftdichten Vorrichtungen. So haben die Parteien darauf hingewiesen, dass die völlig neue Entwicklung eines wasser-/luftdichten Gehäuses allein für sich genommen etwa [0-50]*% der Entwicklungskosten und [0-50]* % der Entwicklungszeiten für eine komplette Serie von Steckdosen und Trennschaltern ausmacht. Legrand habe für die Entwicklung der Serie PLEXO aus bereits vorhandenen Mechanismen [10-60]* Millionen € ausgegeben und fast [1-4]* Jahre (einschließlich Vorfelduntersuchungen) aufgewandt, im Unterschied zu mindestens [20-70]* Millionen € und [3-5]* Jahren für eine komplette Serie.¹⁰¹ Nach Infra+, einer auf die Herstellung von Bauteilen für Informatiknetze spezialisierten Gesellschaft, ist es zur Neuanfertigung einer einzigen wasserresistenten Steckdose notwendig, die Investitionen in die Herstellungsgerätschaften beinahe zu verdoppeln und eine Entwicklungszeit von einem Jahr einzukalkulieren.¹⁰² Die von der Kommission bei Dritten durchgeführte Untersuchung bestätigte auch, dass ein Hersteller von Standardsteckdosen und –trennschaltern nicht ohne beträchtliche Zusatzkosten und Fertigungszeiten mit der Herstellung von wasser-/luftdichten Apparaturen beginnen kann.
329. In ihrer Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission haben die Parteien dieser Analyse der Kommission widersprochen. Sie haben geltend gemacht, dass die wasser-/luftdichten Apparaturen komplementär zu den anderen Steckdosen und Trennschaltern sind, und dass jede Produktpalette an Steckdosen und Trennschaltern eine wasser-/luftdichte Lösung zu einem identischen Design, identischen Ausmaßen und identischen charakteristischen Merkmalen anbiete.

¹⁰¹ Antwort vom 10. Juli 2001, Frage 15.

¹⁰² Antwort vom 18. Juni 2001.

330. Denn in der Regel gehören nicht substituierbare aber komplementäre Produkte nicht zu demselben Produktmarkt¹⁰³. Die Standardsteckdosen und –trennschalter und die wasser-/luftdichten Varianten dienen unterschiedlichen Zwecken, und eine bestimmte Elektroinstallation kann entweder einheitlich Standardsteckdosen und –trennschalter umfassen (z.B. in einer Wohnung) oder gleichzeitig Standard- und wasser-/luftdichte Apparaturen verwenden (z.B. in einem Haus, in dem die wasser-/luftdichten Steckdosen im Keller oder im Außenbereich installiert werden), oder auch sich einheitlich wasser-/luftdichte Apparaturen zu Nutze machen (z.B. in einem Industriegebäude).
331. Die Parteien behaupten auch, dass alle bekannten Hersteller von Steckdosen und Trennschaltern auch wasser-/luftdichte Gerätschaften auf den Markt bringen. Wenn auch dieses Argument auf die von den Parteien genannten Konkurrenten zutrifft, so ist jedoch darauf hinzuweisen, dass dies bei Sarel, einem Tochterunternehmen von Schneider nicht der Fall ist, das neben anderen Produkten (Differenzialschutzperren, Befestigungsmaterial und Zweigleitungsvorrichtungen) auch eine Produktpalette an wasser-/luftdichten Apparaturen herstellt und sich in seinem Katalog sogar als “der Spezialist für wasser-/luftdichte Vorrichtungen” bezeichnet.¹⁰⁴ Die Nachfrage kann also durch ein dezidiertes Angebot befriedigt werden.
332. Hinzu kommt noch, dass sich in Spanien die Marktstellungen der Hauptkonkurrenten auf dem Markt der Standardsteckdosen und –trennschalter und dem Markt der wasser-/luftdichten Apparaturen stark unterscheiden. Legrand ist nur die Nummer 2 mit [10-20]* % Marktanteil (nach Simon mit [40-50]*%) bei den Standardsteckdosen und -trennschaltern, hält aber mit einem Marktanteil von wenigstens [40-50]*% die Position des Marktführers bei den wasser-/luftdichten Apparaturen.
333. Die Parteien stellen ebenfalls die Feststellung der Kommission in Frage, dass die wasser-/luftdichten Apparaturen und die Standardvorrichtungen auf der Angebotsseite nicht substituierbar sind, indem sie geltend machen, dass die Herstellung und die Vermarktung eines einfachen Gehäuses, das auf die Steckdose oder den Trennschalter aufgebracht wird, keine wesentliche Technologie erfordere, und dass die zusätzlichen Fertigungszeiten von einem Jahr, die nach Infra+ zur Herstellung von wasser-/luftdichten Apparaturen nötig sind, für einen Hersteller von Standardsteckdosen und –trennschaltern deutlich kürzer sind als die für eine normale Serie (2 bis 4 Jahre).
334. Jedoch kann die Behauptung, dass die Entwicklung und Vermarktung einer komplett neuen Serie von Steckdosen und Trennschaltern noch längere Fertigungszeiten erfordere als die Entwicklung einer wasser-/luftdichten Serie auf der Grundlage einer bereits vorhandenen Standardserie, die Schlussfolgerung nicht entkräften, dass keine Angebotssubstituierbarkeit gibt. Denn der Hersteller eines verwendungsgleichen Produkts kann nur eine marktwirtschaftliche Wirkung auf das Wettbewerbsverhalten der betreffenden Unternehmen ausüben, wenn er in Reaktion auf kleine, dauerhafte Änderungen bei den relativen Preisen in der Lage ist, seine Produktion auf die relevanten

¹⁰³ In ihrer Entscheidung vom 28. September 1992, IV/M.256 – Linde / Fiat, die von den Parteien zur Untermauerung ihrer These angeführt wird, stützte sich die Kommission auf Erwägungen der Komplementarität auf der Nachfrageseite und der Substituierbarkeit auf der Angebotsseite, ließ aber die genaue Definition des Produktmarktes offen.

¹⁰⁴ Katalog von Sarel für 2001, S. 6.

Erzeugnisse umzustellen und diese kurzfristig auf den Markt zu bringen, ohne spürbare Zusatzkosten oder Risiken zu gewärtigen.¹⁰⁵

335. Die Nichtsubstituierbarkeit zwischen Standard- und wasser-/luftdichten Vorrichtungen auf der Angebotsseite wird übrigens durch die Tatsache veranschaulicht, dass Eunea Merlin Gerin, das spanische Tochterunternehmen von Schneider, gleichzeitig Produktpaletten von Standard- und wasser-/luftdichten Apparaturen auf den Markt bringt, selbst aber keine Standardsteckdosen und -trennschalter herstellt, während die wasser-/luftdichten Apparaturen von Sarel in Frankreich gefertigt werden.
336. Schließlich berufen sich die Parteien auf mehrere Dritte, die von der Kommission im Rahmen der Untersuchung befragt wurden: diese unterstützten die These, dass die wasser-/luftdichten Apparaturen Bestandteil des Marktes für Steckdosen und Trennschalter sind. Jedoch haben die in der Erwiderung der Parteien zitierten Dritten die von der Kommission im Laufe ihrer Untersuchung aufgedeckten Tatsachen nicht entkräftet, während andere Dritte, wie z.B. Siemens¹⁰⁶ unmissverständlich erklärt haben, dass diese beiden Produkttypen auf der Angebotsseite nicht substituierbar sind.
337. Die Kommission zieht daraus den Schluss, dass die wasser-/luftdichten Apparaturen einen eigenständigen relevanten Produktmarkt bilden.

Die Überwachungs- und Kontrollsysteme

338. Bei diesen Überwachungs- und Kontrollsystemen handelt es sich um Systeme, die eine spezifische Anwendung in einem besonderen Gebäudebereich (z.B. einem Zimmer, einem Büro, einem Stockwerk oder einem Gebäude) steuern. Bei den drei wichtigsten relevanten Anwendungen handelt es sich um Heizungs-, Beleuchtungs- und Klimatisierungsanlagen.
339. Die gründliche Untersuchung der Kommission hat ergeben, dass selbst bei der Hypothese, dass jede der verschiedenen Produktkategorien als ein eigenständiger Produktmarkt zu betrachten ist, das angemeldete Zusammenschlussvorhaben keine wettbewerbsrechtlichen Probleme aufwerfen würde. Daher kann die genaue Definition des Produktmarktes oder der Produktmärkte dieser Kategorie offen gelassen werden.

Die Sicherheits- und Schutzsysteme

Einführung

340. Die Sicherheits- und Schutzsysteme erfüllen den Zweck, Personen und Sachen zu schützen, indem sie in Notfällen entsprechende Alarmsignale aussenden oder im Falle eines technischen Versagens eines Sektors eine Notbeleuchtung auslösen. Bei den wichtigsten Anwendungen dieser Systeme handelt es sich um :

- für den Schutz von Personen : Brandmeldesysteme und Notbeleuchtungssysteme (die autonome Notbeleuchtungsblöcke oder

¹⁰⁵ Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft, Punkt 20.

¹⁰⁶ Antwort vom 22. Juni 2001.

Notbeleuchtungssysteme mit einer zentralen Energieversorgungsquelle enthalten) ;

- für den Schutz von Sachen : Einbruchmeldesysteme und Zugangskontrollsysteme.

341. Den Parteien zufolge müssen alle Sicherheitssysteme so betrachtet werden, dass sie einen einheitlichen Produktmarkt bilden, da sie allesamt die Sicherheit gewährleisten. Die verschiedenen Bauteile der Sicherheitssysteme hätten bestimmte Funktionen, die alle auf eine der beiden Basisfunktionen zuliefen (Personenschutz oder Sachenschutz) und daher komplementär seien. Außerdem sei die Kohärenz des Marktes vollauf durch die Regelung gewährleistet, welche die verbundene Verwendung von verschiedenen Typen von Sicherheitssystemen vorschreibt. Dieser Produktmarkt umfasse nicht die Produkte, die einen physischen Schutz bieten sollen (wie z.B. einbruch- und brandgeschützte Türen) oder Systeme zur Gefahrenbekämpfung (z.B. automatische Brandlöschanlagen). Im Laufe der Untersuchung haben die Parteien jedoch zugegeben, dass eine Unterscheidung zwischen dem Markt für Personenschutz- und dem Markt für Sachenschutzsysteme getroffen werden muss.

342. Wie sich aus den unten dargestellten Gründen ergibt, hat die gründliche Untersuchung, welche die Kommission im Rahmen des Verfahrens der zweiten Phase durchgeführt hat, gezeigt, dass ein unterschiedlicher Produktmarkt in Bezug auf die Notbeleuchtungssysteme besteht.

343. Was die anderen Kategorien von Sicherheitssystemen unter Ausblendung der Notbeleuchtungssysteme anbelangt, so kann die genaue Definition des Produktmarktes offen bleiben, da das angemeldete Zusammenschlussvorhaben bei jeglicher Definition des Marktes keinerlei wettbewerbsrechtlichen Probleme aufwerfen würde.

Die Notbeleuchtungs-, Brandmelde- und anderen Sicherheitssysteme

344. Die Notbeleuchtungssysteme dienen dazu, im Falle des technischen Versagens eines Sektors eine Notbeleuchtung anzuschalten, die es möglich macht, bei Bedarf Personen zu evakuieren. Innerhalb dieser Notbeleuchtungssysteme ist es angebracht, zwischen zwei alternativen Lösungen zu unterscheiden, das sie auch auf verschiedenen Technologien beruhen :

- Die autonomen Notbeleuchtungsblöcke, die in ihrem Gehäuse ihre eigenen Batterien zur Notstromversorgung haben.
- Die Beleuchtungsblocs ohne Notstrombatterien, die an eine zentrale Energieversorgungsquelle angeschlossen sind und damit funktionieren.

345. Die Personenschutzsysteme (zu denen auch die Notbeleuchtungs- und die Brandmeldesysteme gehören) sind auf der Nachfrageseite nicht durch Sachenschutzsysteme substituierbar, da diese unterschiedlichen Systeme Bedürfnisse erfüllen, die grundlegend verschieden sind. So werden Sachenschutzsysteme in allen Sektoren der wirtschaftlichen Tätigkeitsfeldern eingesetzt, vom einzelnen Wohnbereich bis hin zu den großen Dienstleistungsgebäuden, und haben normalerweise einen freiwilligen Charakter, außer im Falle von Gebäuden, für die ein erhöhtes Risiko besteht (so z.B. Banken oder Museen). Im Unterschied dazu werden die Brandmelde- und Notbeleuchtungssysteme nach den von den Parteien vorgelegten Informationen in den Einrichtungen mit Öffentlichkeitsverkehr eingesetzt und sind nach allgemeiner Regel

obligatorisch. Daraus ergibt sich, dass vom Gesichtspunkt der Nachfrage her die Personenschutzsysteme und die Sachenschutzsysteme nicht in ein und denselben Produktmarkt eingeordnet werden können. Dieser Standpunkt wird übrigens von den Parteien geteilt.

346. Denn in ihrer Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission behaupten die Parteien, dass die Notbeleuchtungs- und Brandmeldesysteme Bestandteil ein und desselben Marktes sind, nämlich des Marktes für Personenschutzsysteme.
347. In dieser Hinsicht ist zunächst festzuhalten, dass die Notbeleuchtungssysteme eine andere Funktion erfüllen als die Brandmeldesysteme, auch wenn, wie die Parteien anführen, diese beiden Systemtypen insofern "Synergien" aufweisen, als sich die Notbeleuchtung komplementär zum allgemeinen Evakuierungssignal einschaltet, das im Unglücksfall vom Brandmeldesystem ausgelöst wird. Von der Nachfrageseite her sind sie daher nicht substituierbar.
348. In ihrer Erwiderung führen die Parteien indessen an, dass die gemeinsame Funktion der Notbeleuchtungs- und der Brandmeldesysteme "im Schutz und in der Sicherheit von Personen bestehe", und dass diese beiden Systemtypen außerdem komplementär seien. Jedoch reicht das Vorhandensein einer letztendlichen gemeinsamen Finalität wie "die Sicherheit von Personen", die diese betreffenden Systeme übrigens auch mit einer Vielzahl anderer Produkte und Systeme gemein haben, nicht aus, um diese beiden Systemtypen in ein und denselben Produktmarkt einzuordnen. Die gleiche Schlussfolgerung muss aus dem Argument ihrer Komplementarität gezogen werden, wie weiter oben in Bezug auf die wasser-/luftdichten Apparaturen ausgeführt wurde.
349. Außerdem ist darauf hinzuweisen, dass wenig Hersteller gleichzeitig erhebliche Marktpositionen auf dem Gebiet der Notbeleuchtungssysteme und auf dem Gebiet der anderen Kategorien von Sicherheitssystemen wie den Brandmeldesystemen haben. Zwar üben, wie die Parteien in ihrer Erwiderung ausführen, zahlreiche Wirtschaftsbeteiligte Aktivitäten in den beiden Segmenten aus, ihre Marktpositionen sind dort jedoch häufig sehr unterschiedlich. Nach Schätzungen eines Dritten befindet sich von den fünf wichtigsten Herstellern von Brand- und Einbruchmeldesystemen in Frankreich nur Legrand auch unter den fünf wichtigsten Herstellern von Notbeleuchtungssystemen. Außerdem übt der Hauptkonkurrent auf dem Markt der Brandmeldesysteme in Frankreich wie in Europa, nämlich Siemens/Cerberus, keinerlei Wirtschaftsaktivitäten auf dem Gebiet der Notbeleuchtungssysteme aus.
350. In ihrer Erwiderung machen die Parteien geltend, dass Schneider seine Verkaufszahlen bei den Brandmeldesystemen erhöhen konnte nachdem das Unternehmen sein Angebot um Notbeleuchtungssysteme erweitert hatte, und dass das gleiche Phänomen im umgekehrten Sinne in Bezug auf Cooper France festzustellen war. Das zuvor erwähnte Beispiel von Siemens/Cerberus zeigt jedoch, dass die Möglichkeit, gleichzeitig Brandmelde- und Notbeleuchtungssysteme anzubieten, auch wenn sie einen Wettbewerbsvorteil schaffen kann, in diesem Punkte nicht wesentlich ist, um die beiden Systemtypen in ein und denselben Produktmarkt einordnen zu können.
351. Was die Angebotssubstitution anbelangt, so ist festzuhalten, dass die unterschiedlichen Bauteile von Brandmeldesystemen (Rauchdetektoren, Glasbruchmelder, Systemzentralen, akustische Signale und Melder sowie Schließmechanismen für Brandschutztüren), von Einbruchmeldesystemen (Bewegungsdetektoren, Glasbruch-, Schlag- oder Stoßdetektoren, Öffnungsdetektoren, Systemzentralen, Sirenen und telefonische Melder) und von Zugangskontrollsystemen (audiovisuelle Türüberwacher,

Kameras, Bildschirme und kodierte Schlüssel mit Tastaturen) in keiner Weise austauschbar sind mit den Notbeleuchtungsblöcken mit autonomer Energieversorgung und den Bauteilen von Notbeleuchtungssystemen mit zentralen Energieversorgungsquellen (Notbeleuchtungsblöcken mit Zentralversorgung oder zentralen Versorgungsquellen).

352. In dieser Hinsicht behaupten die Parteien in ihrer Erwiderung nur, dass alle Sicherheitssysteme die Grundprinzipien erfüllen, also die Wahrnehmung und die Meldung, und dass die bei der Fertigung der Notbeleuchtungssysteme und der Brandmelde- und -alarmsysteme eingesetzten Technologien nahe beieinander liegen. Doch diese Behauptung allgemeiner Art, die von den Parteien nicht genauer erläutert wurde, reicht nicht für eine Feststellung, dass die betreffenden Systeme auf der Angebotsseite substituierbar wären.
353. Die gründliche Untersuchung der Kommission bei Dritten hat gezeigt, dass ein Hersteller von Brandmeldesystemen nicht ohne beträchtliche zusätzliche Kosten und Fertigungszeiten damit beginnen kann, Notbeleuchtungsmaterialien herzustellen. So hat beispielsweise ein Konkurrent angegeben, dass die für die Brandmeldesysteme einerseits und die Notbeleuchtungssysteme andererseits verwendeten Technologien sehr unterschiedlich sind. Die Umstellung eines Herstellers von einem auf das andere System erfordere sehr hohe Investitionen und eine Umstellungsphase von etwa 18 Monaten, bis man damit rechnen kann, die ersten Produkte auf den Markt zu bringen.¹⁰⁷
354. Diese Feststellung der Kommission wurde von den Parteien in ihrer Erwiderung nicht in Frage gestellt. Diese machen nur geltend, dass eine Periode von 18 Monaten als normaler Zyklus für die Schaffung eines neuen Produktes anzusehen ist. Dies begründet indessen keine Substituierbarkeit auf der Angebotsseite, die sich genauso wirksam und unmittelbar auswirkt wie die Nachfragesubstituierbarkeit.¹⁰⁸
355. Notbeleuchtungssysteme können also nicht als Bestandteil desselben relevanten Produktmarktes angesehen werden wie Brandmeldesysteme. Die Kommission zieht daraus den Schluss, dass die Notbeleuchtungssysteme als unterschiedlicher Produktmarkt anzusehen sind.

Die Anschluss- und Verbindungsbauteile für Kommunikationsnetze

356. Die Kategorie der Anschluss- und Verbindungsbauteile für Kommunikationsnetze besteht nach der Darstellung der Parteien aus passiven Bauteilen, die in ein Datenverarbeitungsnetz auf Gebäude- oder Stockwerkebene integriert sind. Dabei handelt es sich hauptsächlich um verschiedene informatikgestützte Leitungswähler aller Art (einschließlich Ton-, Bild-, Datenbuchsen), Anschluss- und Verbindungskabel sowie Netzanschlusskästen und ihre Bauteile.
357. Die gründliche Untersuchung der Kommission hat ergeben, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben selbst unter der Hypothese, jede der verschiedenen Produktkategorien sei als eigenständiger Produktmarkt anzusehen, keine

¹⁰⁷ Cooper Menvier S.A., Antwort auf den Fragebogen für Mitbewerber, Phase II (Abschnitt 5) vom 29. Juni 2001.

¹⁰⁸ Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft, Punkt 20.

wettbewerbsrechtlichen Probleme aufwirft. Daher kann die genaue Definition des Produktmarktes oder der Produktmärkte dieser Kategorie offen gelassen werden.

B.3.2 Die Definition der räumlich relevanten Märkte

Die Standardsteckdosen und -trennschalter

Einführung

358. Den Parteien zufolge hat der geografisch relevante Produktmarkt für den Verkauf von Steckdosen und Trennschaltern eine nationale Dimension. Die Parteien haben in ihrer Anmeldung des Zusammenschlussvorhabens jedoch angegeben, dass mehrere Tendenzen, die auf dem Markt zu Tage treten, sie zu einer Internationalisierung drängten.
359. Die nationale Dimension der Märkte erklärt sich aus den beträchtlichen Handelshemmnissen, die zwischen den verschiedenen nationalen Märkten für die Einfuhr bestehen. Diese Hemmnisse sind hauptsächlich in den einschlägigen normativen Rahmenregelungen und in den Traditionen (insbesondere ästhetischer Art) der Endverbraucher und der Auftraggeber begründet. Alle diese Faktoren kommen in der aktuellen Realität der Funktionsweise des Marktes zum Ausdruck, und zwar in Bezug auf die Präsenz unterschiedlicher Akteure (Hersteller, Vertrieb etc.), ihre auf dem Markt verkauften Marken- und Referenzprodukte wie auch die Preise.

Die normativen Rahmenregelungen

360. Die für Steckdosen und Trennschalter geltenden normativen Rahmenregelungen zeichnen sich durch ein weniger fortgeschrittenes Maß an Harmonisierung aus als die für die anderen Produkte der Stromversorgung, wie beispielsweise die Bauteile von Stromverteilerschalttafeln.
361. Für Steckdosen der Stromversorgung bestehen neben den baulichen Normen (wie z.B. CEI 60884-1 - internationale Norm - und HD 60884-1 – europäische Norm), die auf die Leistungskriterien und die Sicherheit der Steckdosen abstellen und integrativer Bestandteil der nationalen Normen sind, auch spezifische nationale Normen für das Anklemmen von Steckdosen an das Netz. Das Anklemmen betrifft den Abstand der Anschlussbereiche an das Stromversorgungsnetz. Diese Normen weichen von einem Mitgliedstaat zum anderen ab und dürften kurz- bis mittelfristig nicht Gegenstand einer Harmonisierung auf internationaler oder europäischer Ebene werden.
362. Innerhalb des EWR gibt es hauptsächlich drei Systeme, die für das Anklemmen von Normalsteckdosen gebräuchlich sind. Das als “französisch-belgisch” bezeichnete Anklemmen ist in Frankreich, Belgien und in einigen benachbarten Gebieten in Spanien gebräuchlich. Das Anklemmen unter der Bezeichnung “Schuko” wird in Deutschland, den nordischen Ländern, Österreich, Spanien, Portugal, den Niederlanden und Griechenland angewandt, und das “British Standard” genannte Anklemmen findet im Vereinigten Königreich und in Irland Anwendung. Dänemark und Italien wenden eigene

Standards an, wobei offenkundig ist, dass in Italien neben dem italienischen Standard auch Schuko-Steckdosen zur Verhinderung von Betrügereien eingesetzt werden.¹⁰⁹

363. Die folgende Tabelle 16 gibt die in den EWR-Mitgliedstaaten geltenden Anklemmnormen und dazugehörigen Standards wieder:

Tabelle 16

Land	Übliche Bezeichnung	Nationale Norm
Belgien	Französisch-Belgisch	NBN 61112
Deutschland	Schuko	VDE 0624
Dänemark	Dänisch	DK 107-2-D1
Spanien	Schuko	UNE 20-315-94
Frankreich	Französisch-Belgisch	NF C 61-303/320
Finnland	Schuko	
Griechenland	Schuko	ELOS 294
Italien	Italienisch	CEI 23-16
Irland	Britisch	IS 180
Luxemburg	Schuko	
Niederlande	Schuko	NEN 1020
Portugal	Schuko	NP 1260
Vereinigtes Königreich	Britisch	BS 1363
Norwegen	Schuko	NEMKO 31/68
Schweden	Schuko	SEMKO 107

Quelle : Angaben der Parteien.

364. Der Unterschied bei den in den verschiedenen EWR-Mitgliedstaaten geltenden Anklemmnormen besteht darin, dass die einem System zugehörigen Netzanschlusssteckdosen nicht in einem Land eingesetzt werden können, das ein anderes Anklemmsystem anwendet.

365. Jedoch hat sich die Annahme, dass das Vorhandensein von verschiedenen Anklemmnormen innerhalb eines Mitgliedstaates zu einer engeren als der nationalen geografischen Segmentierung führt, nicht bestätigt. Denn in zwei EWR-Mitgliedstaaten, nämlich in Spanien und Italien, bestehen zwei Anklemmsysteme nebeneinander. Jedoch ist in jedem dieser beiden Länder eine Norm weitgehend dominierend (in Italien die Norm CEI 23-16 mit 92 % ; in Spanien die Norm Schuko mit 95 %), während die andere Norm auf sehr spezifische Anwendungen (in Italien wird die Schuko-Steckdose im gesamten Land als Vorrichtung zur Verhinderung von Betrügereien eingesetzt) oder ihre Verwendung auf Grenzregionen beschränkt ist (die französisch-belgische Norm in Spanien).

366. Wie bei den anderen elektrischen Niederspannungsprodukten unterliegt die Vermarktung von Steckdosen und Trennschaltern in der Praxis einer Konformitätsbescheinigung für die nationalen Qualitätsmarkenprodukte, die auf Antrag des Herstellers von der zuständigen nationalen Zertifizierungsorganisation ausgestellt wird. Den Parteien zufolge benötigt die Erlangung eines ersten Qualitätsmarkenzeichens in einem Land zwischen [2-7]* Monate und kostet etwa [1 000 - 5 000]* € pro Referenzartikel. Insofern ein Abkommen zwischen den betreffenden Zertifizierungsorganisationen über die gegenseitige Anerkennung besteht, werden die Qualitätsmarkenzeichen in den anderen

¹⁰⁹ Dabei handelt es sich um ein vom Standard abweichendes Anklemmen, bei dem ein Punkt des Netzanschlusses abgesondert wird, was von der Funktion her den Anschluss bestimmter Apparate verhindern soll, mit denen sich Schwarzabzapfer in den betreffenden Stromkreis einschleusen könnten.

betreffenden Ländern im Rahmen eines Verwaltungsverfahrens erlangt, ohne dass erneute Erprobungsversuche vorgenommen werden müssen. Denn bei den Netzanschlusssteckdosen bestehen Abkommen über die gegenseitige Anerkennung nur innerhalb der Zone desselben Anklemmsystems(z.B. der Schuko-Zone).¹¹⁰

Die Aufmachung

367. Die Untersuchung hat ebenfalls ergeben, dass sich die Aufmachung (Ästhetik und Art der manuellen Bedienung) und das Design der Steckdosen und Trennschalter je nach Mitgliedstaat unterscheiden. Da die Steckdosen und die Trennschalter die wichtigsten sichtbaren Teile der Stromversorgungsanlagen sind, haben die nationalen Traditionen und Geschmacksempfindungen einen prägenden Einfluss auf die Auswahlentscheidungen der Benutzer. So hat sich beispielsweise in Dänemark die von LK (dem dänischen Tochterunternehmen von Schneider / Lexel) entwickelte spezifische Aufmachung als Quasi-Standard durchgesetzt, da sie offenbar dem nationalen Ästhetikgeschmack entspricht.

Die Telefon- und Fernsehanschlussbuchsen

368. Was die *herkömmlichen Telefonanschlussbuchsen* anbelangt, so wurde bereits erwähnt, dass diese sich durch die Tatsache auszeichnen, dass sie historische Spezifikationen der nationalen Betreiber von Telekommunikationsunternehmen erfüllen. Folglich unterscheiden sie sich durch ihre Anklemmkonfiguration von einem Mitgliedstaat zum anderen. Außerdem sind sie Teil von Produktpaletten, deren Design und Ästhetik (Form, Farbe) auf das nationale Geschmacksempfinden abgestimmt sind.

369. Auch die *Fernsehanschlussbuchsen* sind Teil von auf den nationalen Geschmack abgestimmten Produktpaletten. Zwar ist der Teil der Anklemmvorrichtungen bei Fernsehbuchsen durch die Normen EN 50083-1, EN 50083-4 et EN 50083-7 auf europäischer Ebene genormt, doch bestehen unterschiedliche nationale Standards für die Steckdosen.¹¹¹

Die Präsenz der Akteure und Marken

370. Die Unterschiede in Bezug auf die Anklemmnormen und die Traditionen bei Aufmachung und Ästhetik kommen durch die erheblichen Unterschiede bei der Präsenz der verschiedenen Akteure und den Preisen für ihre Produkte in den verschiedenen Mitgliedstaaten zum Ausdruck.

371. Zunächst variiert die Präsenz der verschiedenen Hersteller auf dem Markt von einem EWR-Mitgliedstaat zum anderen beträchtlich. So hält Legrand erhebliche Marktpositionen in Frankreich, Italien, Griechenland und Portugal und in einem geringeren Ausmaße auch in Österreich, Belgien, Spanien, Irland und im Vereinigten Königreich. Hingegen ist dieses Unternehmen auf den deutschen und niederländischen sowie nordischen Märkten ganz oder fast abwesend.

¹¹⁰ Antwort der Parteien vom 21. Juni 2001, Frage 149.

¹¹¹ Folgende Standards wurden von den Parteien angegeben (Antwort vom 10. Juli 2001, Frage 10): TAE in Deutschland, TDO in Österreich, RTT in Belgien, RITA in Portugal, RJ 12 in Spanien, RJ 11 in Griechenland und in Italien und BS im Vereinigten Königreich.

372. Schneider ist durch sein Tochterunternehmen Lexel sehr stark in den nordischen Ländern positioniert, hat aber weniger ausgeprägte Marktpositionen in den meisten anderen Mitgliedstaaten, so vor allem in Österreich, Belgien, Deutschland, Spanien, Frankreich und Griechenland, und fehlt vollständig auf den irischen und niederländischen Märkten.
373. Von den Hauptkonkurrenten der Parteien ist allein ABB ziemlich gut in den meisten Mitgliedstaaten positioniert (nicht aber in Belgien, Dänemark, Frankreich, Griechenland, Portugal und im Vereinigten Königreich). Siemens ist in drei Mitgliedstaaten präsent (Österreich, Deutschland und Griechenland). Hager hat nur im Vereinigten Königreich eine bedeutenden Position. Alle anderen Akteure auf den verschiedenen Märkten sind lokale Hersteller, die jedoch erhebliche Marktanteile in ihren jeweiligen Ländern halten können (wie beispielsweise Niko in Belgien oder Simon in Spanien).
374. Die Präsenz desselben Herstellers auf verschiedenen nationalen Märkten bedeutet jedoch nicht, dass homogene Wettbewerbsbedingungen bestehen. Denn ein Hersteller ist oftmals mit verschiedenen Marken vertreten, die z.B. zu lokalen Gesellschaften gehören, die zu einem bestimmten Moment durch einen internationalen Hersteller aufgekauft wurden. So hängt die Präsenz von Schneider auf dem Markt der Steckdosen und Trennschalter im Wesentlichen mit seinem 1999 aufgekauften Tochterunternehmen Lexel zusammen, das seinerseits wiederum durch lokale Tochterunternehmen wie Alombard (Frankreich), Eljo (Schweden), Strömfors (Finnland) und andere tätig ist. Legrand betätigt sich unter der Marke Legrand in Frankreich, Belgien und Italien. Die Produkte von BTicino, dem italienischen Tochterunternehmen von Legrand, werden unter dieser Marke in Italien verkauft, und in einem geringeren Ausmaße auch in Frankreich und in anderen Ländern. ABB verwendet neben der Marke ABB lokale Marken in Deutschland (BJE), in Spanien (Niessen) und in Italien (Vimar).
375. Was die Hersteller von *Fernsehanschlussbuchsen* anbelangt, die nicht im Bereich von Starkstromapparaturen tätig sind, so weisen die von den Parteien vorgelegten Informationen darauf hin, dass auch deren Marktpräsenz von Land zu Land erheblich unterschiedlich ist, selbst wenn man neben den lokalen Akteuren eine gewisse Anzahl von Unternehmen feststellen kann, die auf mehreren oder den meisten nationalen Märkten präsent sind (wie Philips, Kathrein, Hirschmann, Triax).
376. Eine noch deutlichere Fragmentierung kann bezüglich der Vertriebsmärkte festgestellt werden. Wie bereits erläutert, sind die Großhändler, über die der größte Teil der Steckdosen und Trennschalter vertrieben werden, auf einer nationalen bzw. häufig sogar regionalen oder lokalen Ebene organisiert.

Die Referenzprodukte und -preise

377. In Bezug auf die effektiv verkauften Produkte geht aus den von den Parteien vorgelegten Informationen hervor, dass in jeder Produktkategorie die Referenzartikel, die von Schneider und Legrand in den verschiedenen Mitgliedstaaten am meisten verkauft werden, von Land zu Land erheblich variieren. Eine beträchtliche Anzahl an Referenzartikeln, die in einem bestimmten Mitgliedstaat am meisten verkauft werden, werden in allen oder den meisten anderen Staaten überhaupt nicht angeboten. So hat Schneider keinen einzigen Referenzartikel angegeben, der unter den fünf Referenzartikel figuriert, die in mehr als einem Mitgliedstaat am meisten verkauft werden, und erklärte diese Feststellung mit den "lokalen Gewohnheiten".¹¹² Legrand hat insgesamt

¹¹² Siehe Tabelle im Anhang an die Antwort auf Frage 139 vom 21. Juni 2001.

151 Referenzartikel an Stromversorgungssteckdosen, Trennschaltern und Lichtstärkereglern (einschließlich wasser-/luftdichte Apparaturen) festgelegt, die unter den fünf Referenzartikel figurieren, die in mindestens einem Mitgliedstaat am meisten verkauft werden; davon befinden sich nur zwei Referenzartikel unter den fünf Referenzartikeln, die in drei verschiedenen Ländern am meisten verkauft werden, während acht Referenzartikel unter den in zwei Mitgliedstaaten am meisten verkauften Referenzartikeln figurieren.¹¹³ Jedoch ist festzuhalten, dass unter diesen genannten Referenzartikeln keiner ist, der in Frankreich verkauft wird, also dem Markt, auf dem Legrand die stärkste Marktposition innehat.

378. Die Preise der betreffenden Produkte variieren von einem Mitgliedstaat zum anderen erheblich, wie dies auch die folgende Tabelle 17 zeigt, welche die von den Parteien vorgelegten Durchschnittspreise für verschiedene Referenzartikel wiedergibt :

Tabelle 17

Spanien	100
Portugal	***
Frankreich	
Italien	****
Vereinigtes Königreich	****

Basispreise : Spanien = 100. Verkaufspreise für das Jahr 2000

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

379. Die vorstehende Tabelle berücksichtigt nicht die Tatsache, dass die meisten Referenzprodukte, die in den verschiedenen EWR-Mitgliedstaaten effektiv verkauft werden, nicht identisch sind. Jedoch führt der Vergleich der Preise der in mehreren Mitgliedstaaten verkauften Referenzartikel zu der Feststellung einer erheblichen Preisschere. Beispielsweise bei den Referenzartikeln an Steckdosen und Trennschaltern von Legrand, die unter den 5 Referenzartikeln figurieren, die in mehr als einem Mitgliedstaat am meisten verkauft werden, wurden die folgenden Unterschiede zwischen den Durchschnittsnettopreisen festgestellt :¹¹⁴

Tabelle 18

Referenzartike l	Länder mit dem höchsten Preisniveau	Länder mit dem niedrigsten Preisniveau	Preisspanne in (%)
---------------------	--	---	-----------------------

¹¹³ Siehe das als Antwort auf Frage 139 des Fragebogens vom 6. April 2001 vorgelegte Dokument „Annexe LPR“.

¹¹⁴ Quelle: Dokument „Anhang LPR“ (siehe Fußnote auf S. 102)

[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

Schlussfolgerung

380. Die relevanten Märkte für den Verkauf von Steckdosen und Trennschaltern haben eine nationale Dimension.

Die wasser-/luftdichten Apparaturen

381. Den Parteien zufolge, welche die wasser-/luftdichten Vorrichtungen dem Markt der Standardsteckdosen und –trennschalter zurechnen, ist der geografisch relevante Markt national. Denn die geografische Dimension des Marktes von wasser-/luftdichten Apparaturen muss als national eingestuft werden, und zwar aus Gründen, die im Wesentlichen identisch mit denen sind, die für den Markt der Standardsteckdosen und –trennschalter gelten.

382. Außerdem ist zu erwähnen, dass die Gewohnheiten bei der Elektroinstallation in den verschiedenen Mitgliedstaaten unterschiedlich sind. Beispielsweise machen sie je nach Land für die gleiche Anwendung die Installation von Apparaturen als Auskragung oder als Einbau oder die Verwendung von unterschiedlichen IP (Indikator der vorgeschriebenen Abdichtung) erforderlich. So sind für die gleiche Räumlichkeit in Frankreich der IP 55, in der Schuko-Zone der IP 44 und in der British-Standard-Zoner der IP 56 gebräuchlich, wobei die jeweils höhere IP-Zahl den höheren Dichtheitsgrad angibt. Diese Unterschiede in den Gebräuchlichkeiten haben zur Folge, dass die für den Markt eines Landes hergestellten Produkte, in dem ein schwächerer IP gestattet ist, nicht in einem Land mit einem höheren IP verkauft werden können, während die Produkte mit einem höheren IP zu teuer sein könnten, um in einem größeren Umfang in einem Land vertrieben zu werden, das nur einen schwächeren IP vorschreibt.

383. So unterscheiden sich die in den verschiedenen Mitgliedstaaten verkauften Produkte erheblich zwischen den Zonen mit unterschiedlichen Anklemmregeln. Von den fünf Referenzartikeln, die von Legrand in Deutschland (Land der Schuko-Zone) am meisten

verkauft werden, zählen vier auch zu den fünf Referenzartikeln, die in Österreich (ebenfalls Land der Schuko-Zone) am meisten verkauft werden), aber keiner zu den in Frankreich oder im Vereinigten Königreich am meisten verkauften Referenzartikeln, also Ländern, die einen deutlich höheren IP vorschreiben.

384. Insofern die gleichen Referenzprodukte in mehreren Ländern verkauft werden, variieren die Preise zum Teil erheblich. Die folgende Tabelle zeigt z.B. für die fünf führenden Referenzartikel von Legrand in Frankreich die Verkaufspreise in den anderen Mitgliedstaaten, in denen diese Referenzartikel zu den fünf am meisten verkauften Produkten gehören :

Tabelle 19

Referenzartikel (Preise in €)	B	E	F	I	IRL	L	P
[...]* Durchschnittlicher Verkaufspreis			*	*		*	
[...]* Durchschnittlicher Verkaufspreis		*	*		*		*
[...]* Durchschnittlicher Verkaufspreis		*	*				*
[...]* Durchschnittlicher Verkaufspreis	*		*			*	
[...]* Durchschnittlicher Verkaufspreis			*				

Quelle : Von den Parteien vorgelegte Informationen.

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

Die Notbeleuchtungssysteme

385. Den Parteien zufolge hat der Markt für Sicherheits- und Schutzsysteme europäische bzw. noch größere Ausmaße. Die Parteien erklären, dass der Bedarf an diesen Systemen in Europa und in allen Industrieländern konstant vorhanden ist. Die mit Sicherheitsangelegenheiten befassten Unternehmen seien in mehreren europäischen Ländern tätig, deren Vorschriften nahe beieinander liegen oder übereinstimmen.
386. Jedoch ist festzuhalten, dass die Produkte für Notbeleuchtungssysteme in Räumlichkeiten installiert werden, die für den Öffentlichkeitsverkehr vorgesehen sind. Sie unterliegen also den nationalen Vorschriften für die für den Öffentlichkeitsverkehr vorgesehenen Gebäude, die zumindest in bestimmten Ländern eine Abweichung von den allgemein geltenden harmonisierten Normen bewirken.
387. Bei der europäischen Norm für Notbeleuchtungssysteme handelt es sich um die Norm EN 60598-2-22, eine Umsetzung der internationalen Norm CEI 60598-2-22, die in allen EWR-Mitgliedstaaten gilt. Jedoch besteht in Frankreich eine nationale Abweichung, die in der europäischen Norm erwähnt ist. Diese Abweichung ergibt sich aus dem Erlass vom 2. Oktober 1978 über Gebäude mit Öffentlichkeitsverkehr (ERP) und betrifft das

Verhalten bei Temperatur, die Positionierung im Verhältnis zu anderen Elektromaterialien und die vom Stromkreis unabhängige Energieversorgung.¹¹⁵

388. Wie bei den anderen Produkten elektrischer Betriebsmittel für den Niederspannungsbereich gibt es auch hier Qualitätsmarkenzeichen, die von nationalen Zertifizierungsorganisationen vergeben werden. Im Unterschied zu den anderen betreffenden Produkten ist jedoch die Erlangung dieses Qualitätsmarkenzeichens in bestimmten Mitgliedstaaten, zu denen auch Frankreich gehört, obligatorisch. Dies bedeutet in Frankreich Kosten für die Erlangung des Markenzeichens in Höhe von etwa [1 000 – 8 000]* € und eine Bearbeitungszeit von [1–12]* Monaten, es sei denn das Produkt hat bereits die Zertifizierung einer zuständigen Organisation eines anderen Mitgliedstaates erhalten, der Vertragspartner des “Cenelec-Zertifizierungsabkommens” ist.¹¹⁶ In Belgien erteilt die staatliche Gebäudeverwaltung des Innenministeriums für die staatlichen Gebäude eine Zulassung auf der Rechtsgrundlage einer spezifischen Verordnung. Die Parteien haben darauf hingewiesen, dass die Kosten für die Erlangung dieser Zulassung [1 000 – 5 000]* € und die notwendige Bearbeitungszeit [1–12]* Monate beträgt.¹¹⁷
389. Ferner räumen die Parteien ein, dass die Vorlieben und Gebräuchlichkeiten der Elektroinstallation in Bezug auf die Notbeleuchtungssysteme von einem Mitgliedstaat zum anderen verschieden sind. Die Unterschiede betreffen beispielsweise die Stromspannungen bei der Elektrizitätsversorgung und die Dauer der autonomen Versorgung der Notbeleuchtungsblöcke. Dies hat zur Folge, dass unterschiedliche Referenzartikel vorgeschrieben sind.
390. Die Präsenz der Hersteller auf den verschiedenen nationalen Märkten der Notbeleuchtungssysteme variiert erheblich. Legrand hält mit seinen Tochterunternehmen URA / Lumatic einen Marktanteil von [60-70]* % in Frankreich ([70-80]*% nach einem internen Dokument seiner Verkaufsstrategen), von [30-40]*% in Spanien, von [10-20]* % in Portugal und von [10-20]* % in Belgien. In allen anderen Ländern liegt der Marktanteil von Legrand unter [10-20]* %. Schneider hat nur in Frankreich eine erhebliche Marktpräsenz ([0-10]* % der Marktanteile).
391. Auch die Namen und Marktanteile der anderen Konkurrenten variieren von Land zu Land. Nur Cooper / Menvier (präsent in Österreich, Belgien, Portugal und im Vereinigten Königreich), Zemper (präsent in Spanien und Portugal) und Beghelli (präsent in Österreich, Belgien, Italien) sind in mehreren Mitgliedstaaten bedeutende Konkurrenten der Parteien.¹¹⁸
392. Legrand verkauft seine Notbeleuchtungsprodukte auf dem Vertriebswege, was zur nationalen Aufsplitterung der Märkte beiträgt.¹¹⁹
393. Insofern ein Hersteller auf verschiedenen nationalen Märkten präsent ist, verkauft er dort unterschiedliche Produkte. So figurieren von den fünf in Frankreich am meisten

¹¹⁵ Antwort der Parteien vom 21. Juni 2001, Frage 187.

¹¹⁶ Siehe oben, Abschnitt 61.

¹¹⁷ Antwort der Parteien vom 21. Juni 2001, Frage 187.

¹¹⁸ Antwort der Parteien vom 10. Juli 2001, Frage 31.

¹¹⁹ Siehe oben, Abschnitt 202-210.

verkauften Referenzartikeln an Notbeleuchtungsblöcken mit autonomer Energieversorgung nur zwei unter den fünf von Legrand in einem anderen EWR-Mitgliedstaat am meisten verkauften Referenzartikeln; dabei handelt es sich um die Referenzartikel [...]*, die in Österreich und Portugal verkauft werden. Jedoch werden diese beiden Referenzartikel in [...]* teurer als in diesen beiden anderen Ländern verkauft, wie sich aus folgender Tabelle ergibt :

Tabelle 20

Referenzartikel (Preis in €)	A	F	P
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis	**	**	**
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis	**	**	**

Quelle : Angaben der Parteien.

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

394. Die Kommission zieht daraus den Schluss, dass der räumlich relevante Markt für den Verkauf von Notbeleuchtungssystemen eine nationale Dimension aufweist, so zumindest was den französischen Markt betrifft.

B.4 Die Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien

B.4.1 Die Definition des relevanten Marktes für Klemm- und Zweigleitungsmaterialien

395. Die Parteien definieren einen Produktmarkt, der Klemm- und Zweigleitungsmaterialien umfasst, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert und den Apparaturen der Elektroinstallation vorgelagert sind. Dieser Produktmarkt erfasse folgende Produktkategorien :

- Einbaukästen, d.h. an der Mauer befestigte Kästen zur Aufnahme der aus dem Mauerinneren herangeführten Stromversorgungskabel und der von außen aufgebracht Mechanismen (Steckdosen und Trennschalter). Die Parteien präzisieren, dass sich diese Kästen je nach Mauertyp (Betonmauer, Trockentrennwand, Backsteinmauer) geringfügig unterscheiden können ;
- Zweigleitungskästen, d.h. Kästen zum Schutz der Kabelanschlüsse;
- Zweigleitungsgitter, d.h. Zubehörteile zum Kabelbau für Zweigleitungen;
- Anschlusstrennschalter, d.h. Zubehörteile zur Verbindung von Leitungen und Kabeln ;
- Kabelschienen, d.h. kleine Leitungsrohre zum Schutz des Kabelverlaufs ;
- Klammern und Haken, d.h. Zubehörteile zur Befestigung der Kabel ;
- Rohrschellen, d.h. Zubehörteile zur Befestigung eines Kabelstrangs auf dem Träger oder untereinander ;

- Hartrohre, d.h. Rohre zur Schienenführung und zum Schutz der Kabel ;
- Zubehörteile zur Befestigung der Rohre, d.h. Zubehör zur Befestigung der Außenrohre auf dem Mauerwerk.

396. Die Parteien sind der Auffassung, dass diese Produkte ein und denselben Produktmarkt bilden, das sie alle dazu dienen, die Kabelinfrastruktur einer Elektroinstallation ab der Endverteilerschalttafel bis zum Anschluss an die Endverbraucherapparaturen (Steckdosen, Trennschalter etc...) zu organisieren. Genauer gesagt dienen diese bei allen Elektroinstallationen verwendeten Produkte zur Schienenführung, zum Schutz und zum Anschluss der bei der Elektroinstallation verwendeten Kabel¹²⁰. Die Parteien führen weiter an, dass diese Produkte vom Gesichtspunkt der Angebotsseite her substituierbar sind. Sie folgen den gleichen Grundlagentechnologien bei Hohlraum- und Strangführung, Zuschnitt und automatischer Anfertigung. Sie könnten in einem einzigen Arbeitsgang und mit Produktionsmitteln von begrenztem Kostenaufwand gefertigt werden¹²¹. Die Parteien bringen vor, dass die Ähnlichkeiten in Bezug auf die Technologien, die bei der Herstellung der verschiedenen Klemm- und Zweigleitungsmaterialien zu beherrschen sind, es einem Unternehmen, das bereits bestimmte Produkte anfertigt, möglich machten, sich auch auf die Herstellung anderer Produkte zu verlegen¹²².

397. Die genaue Definition des Produktmarktes für den Verkauf von Klemm- und Zweigleitungsmaterialien kann im vorliegenden Fall offen gelassen werden, da das angemeldete Zusammenschlussvorhaben bei jeglicher Definition des betreffenden Marktes identische wettbewerbsrechtliche Probleme aufwirft.

B.4.2 Die Definition des räumlich relevanten Marktes für Klemm- und Zweigleitungsmaterialien

398. Die Parteien nehmen nicht deutlich Stellung in Bezug auf die geografische Dimension des Marktes für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien. Im Formular CO vertreten sie in der Tat die Auffassung, dass die räumliche Dimension dieses Marktes “ nicht als rein nationale zu betrachten sei ”. Die im Folgenden dargestellten Elemente bestätigen zusammen mit den im Rahmen der Verteilerschalttafeln weiter oben erörterten Erwägungen allgemeiner Art¹²³ aber ganz im Gegenteil, dass der Markt der betreffenden Produkte eine nationale Dimension hat.

Die nationalen Spezifikationen erweitern die internationalen Normen über die Einbau- und Zweigleitungskästen

399. Die Befestigungs- und Zweigleitungskästen unterliegen der Norm CEI 60 670, welche die “ allgemeinen Regeln in Bezug auf Gehäuse für feste elektrische Betriebsmittel für den häuslichen oder einen analogen Gebrauch ” festlegt. Die Parteien erklären jedoch, dass diese Norm keinerlei Spezifikationen im Hinblick auf die Ausmaße der betreffenden Kästen festlegt. Diese Ausmaße werden tatsächlich von den nationalen

¹²⁰ Antwort der Parteien auf die Fragen 238 und 240 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹²¹ Antwort der Parteien auf Frage 240 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹²² Antwort der Parteien auf Frage 242 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹²³ Abschnitte 202-210.

Organisationen für Normung festgelegt, was zu nationalen Besonderheiten führt. Denn diese Organisationen legen die Ausmaße fest, welche die Einbau- und die von den verschiedenen Basisleitungen ausgehenden Zweigleitungskästen haben müssen, meistens im Zusammenhang mit den Merkmalen des in dem Mitgliedstaat vorherrschenden Rahmens, in dem sie gelten. Dabei handelt es sich insbesondere um die Art der verwendeten Baumaterialien, der Qualität und Verschiedenheit der Mauern und Zwischenwände (Beton, Backsteine, Trockenmauerwerk, Trockentrennwände etc...). Die Parteien präzisieren jedoch, dass bestimmte Gruppen von Ländern, wie z.B. die nordischen Staaten, analoge Ausmaße verabschiedet haben. Schließlich ist Frankreich der Staat, der keinerlei Ausmaße für die Einbau- und Zweigleitungskästen vorschreibt.¹²⁴

Die nationalen Qualitätsmarkenzeichen erweitern die internationalen Normen für mehrere Kategorien von Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien

400. In den verschiedenen EWR-Mitgliedstaaten bestehen nationale Qualitätsmarkenzeichen bezüglich mehrerer Kategorien von Installations- und Zweigleitungsmaterialien. Diese nationalen Qualitätsmarkenzeichen, die und unabhängigen nationalen Zertifizierungsorganisationen vergeben werden, garantieren der Verbrauchern die Konformität des gekennzeichneten Produkts mit den technischen Anforderungen, die in den einschlägigen Normen für die betreffenden Produkte festgelegt sind. Diese technischen Anforderungen können sich ergeben entweder aus einer europäischen Norm, und zwar unmittelbar oder mittelbar im Rahmen einer nationalen Norm, die eine internationale Norm innerstaatlich umsetzt, oder aus einer von irgendeiner internationalen Norm unabhängigen nationalen Norm. Die Erlangung dieser nationalen Qualitätsmarkenzeichen ist nicht obligatorisch, aber die Parteien geben zu, dass der handelsrelevante Vorteil, diese Markenzeichen für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien zu erlangen, in mehreren Ländern unleugbar ist, so insbesondere in Deutschland, Frankreich und Italien¹²⁵.

401. So haben die Parteien die folgenden Qualitätsmarkenzeichen für ihre Produkte erlangt :

- mehrere Referenzartikel an Einbaukästen, die sie vermarkten¹²⁶ : OVE (Österreich) und CEBEC (Belgien);
- Anschlusstrennschalter : NF (Frankreich), KEMA (Niederlande), VDE (Deutschland), IMQ (Italien), AENOR (Spanien), CEBEC (Belgien)¹²⁷.
- Hartrohre : NF USE (Frankreich), vergeben durch LCIE¹²⁸.

Die am meisten verkauften Referenzartikel für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien variieren je nach Mitgliedstaat erheblich

402. Schneider erklärt ganz allgemein, dass bei den Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien die fünf am meisten verkauften Referenzartikel von einem

¹²⁴ Antwort der Parteien vom 11. Juli 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 6. Juli 2001.

¹²⁵ Antwort auf Frage 246 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹²⁶ Anhang zur Antwort der Parteien auf Frage 66 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹²⁷ Antwort der Parteien vom 20. Juli 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 3. Juli 2001.

¹²⁸ Antwort der Parteien vom 20. Juli 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 3. Juli 2001.

Land zum anderen aufgrund lokaler Gewohnheiten verschieden sind¹²⁹. Außerdem bringen die verschiedenen Unternehmenseinheiten der Schneider-Gruppe, die auf dem betreffenden Markt präsent sind, wie Alombard oder Sarel, diese Produkte häufig nur in einem einzigen Mitgliedstaat auf den Markt. Die unten stehenden Vergleiche betreffen also im Wesentlichen die Produkte der Legrand-Unternehmensgruppe.

Die Einbaukästen

403. Die Parteien erklären, dass die meistverkauften Referenzartikel dieser Produkte von einem Mitgliedstaat zum anderen erheblich variieren¹³⁰. Die von Legrand vorgelegten Daten zeigen, dass sich die Liste der fünf meistverkauften Referenzartikel an Einbaukästen von einem Mitgliedstaat zum anderen beträchtlich unterscheidet, und dass es selten ist, einen Referenzartikel zu finden, der in mehr als drei Mitgliedstaaten Bestandteil dieser Liste ist. Als also Legrand die Liste der fünf meistverkauften Referenzartikel an Einbaukästen für 11 EWR-Länder 2000 vorlegte¹³¹, so umfasste diese Liste 37 Referenzartikel. Von diesen 37 Referenzartikeln erscheinen nur drei Referenzartikel in vier Mitgliedstaaten (und keiner in mehr als vier Mitgliedstaaten), und drei dieser Referenzartikel erscheinen in drei Ländern.

Die Zweigleitungsgitter

404. Die Parteien erklären, dass es sich bei den Gittern für Zweigleitungen um Produkte handelt, die nur in Frankreich und in einigen anderen Mitgliedstaaten verwendet werden¹³². Aus einem internen Dokument von Legrand¹³³ ergibt sich, dass dieses Unternehmen, das in sieben Mitgliedstaaten auf dem Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsprodukte vertreten ist, diesen Produkttyp im Laufe des Jahres 2000 nur in vier Mitgliedstaaten auf den Markt gebracht hat, nämlich in Frankreich, Deutschland, Österreich und Irland¹³⁴.

Die Befestigungshartrohre

405. Die Parteien erklären, dass sich der Durchmesser der im Außenbereich verwendeten Hartrohre von einem Mitgliedstaat zum anderen unterscheidet. Dies bedeutet folglich, dass die Durchmesser der zur Befestigung dieser Rohre verwendeten Materialien ebenfalls von einem Mitgliedstaat zu anderen unterschiedlich ist. Die Parteien führen weiter an, dass bestimmte Mitgliedstaaten Metallrohre verwenden, während in anderen PVC-Rohre eingesetzt werden¹³⁵.

¹²⁹ “ General Comment ” (Allgemeine Bemerkung) zum Anhang zur Antwort von Schneider auf Frage 139 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹³⁰ Antwort der Parteien auf Frage 244 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹³¹ Anhang zur Antwort von Legrand auf Frage 139 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹³² Antwort der Parteien auf Frage 244 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹³³ Anhang zur Antwort von Legrand auf Frage 139 des Fragebogens vom 6. Juni 2001.

¹³⁴ Anhang zur Antwort von Legrand auf Frage 193 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹³⁵ Antwort der Parteien auf Frage 244 des Fragebogens vom 6. April 2001.

Die Befestigungsschellen

406. Die von Legrand vorgelegten Daten zeigen, dass die Liste der fünf meistverkauften Referenzartikel an Befestigungsschellen von einem Mitgliedstaat zum anderen erheblich unterschiedlich ist, und dass es selten ist, einen Referenzartikel zu finden, der in mehr als drei Mitgliedstaaten Bestandteil dieser Liste ist. Als also Legrand die Liste der fünf meistverkauften Referenzartikel an Befestigungsschellen für 15 EWR-Länder vorlegte¹³⁶, so umfasste diese Liste 39 Referenzartikel. Von diesen 39 Referenzartikeln erscheinen nur zwei Referenzartikel in vier Mitgliedstaaten (und keiner in mehr als vier Ländern), und sechs dieser Referenzartikel erscheinen in zwei Ländern.
407. Außerdem erklären die Parteien in Bezug auf Befestigungsschellen, dass eine spezielle Kategorie von Schellen mit der Bezeichnung "Colson-Schellen" in bestimmten Mitgliedstaaten des EWR weitaus mehr als in anderen verwendet wird, so insbesondere in Frankreich. Die Besonderheit dieses Produktes ist seine sehr hohe Qualität (Widerstandsfähigkeit gegen klimatische Einflüsse, Widerstandsfähigkeit gegen Wegreißen) aufgrund der Tatsache, dass ein widerstandsfähigeres aber auch viel teureres Plastikmaterial verwendet wird als bei den anderen Schellen. Die besonders weit verbreitete Verwendung der Colson-Schelle in Frankreich hängt mit der Tatsache zusammen, dass sie von der EdF für ihre eigenen Zwecke übernommen wurde, die der Auffassung war, dass im Fall des Bruchs einer Schelle die Interventionskosten an weit verteilten Örtlichkeiten inakzeptabel hoch und nicht zu vertreten waren¹³⁷.

Die erheblichen Preisunterschiede zwischen den Mitgliedstaaten

408. Die Kommission hat die Parteien für jede der wichtigsten Kategorien von Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien aufgefordert, ihr die durchschnittlichen Verkaufspreise von jedem der fünf in einem Mitgliedstaat am meisten verkauften Referenzartikel für alle Länder vorzulegen, in denen diese Referenzartikel auf den Markt gebracht werden.¹³⁸ Insofern sich die gleichen Produkte unter den fünf Referenzartikeln befinden, die in mehr als einem am meisten verkauft werden, so unterscheiden sich ihre Verkaufspreise erheblich.
409. In jedem Falle verschaffen diese Referenzartikel Legrand wichtige Verkaufsanteile in jeder der Kategorien von Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien. Sie sind daher repräsentativ für diese Produktkategorien.

Die Einbaukästen

410. Die folgende Tabelle 21 zeigt die Verkaufspreise in Euro von jedem der Referenzartikel für Einbaukästen von Legrand, die zu den fünf Referenzartikeln zählen, die im Laufe des Jahres 1999 in mindestens zwei Mitgliedstaaten am meisten verkauft wurden.

¹³⁶ Anhang zur Antwort von Legrand auf Frage 139 des Fragebogens vom 6. Juni 2001.

¹³⁷ Antwort der Parteien vom 25. Juni 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 21. Juni 2001.

¹³⁸ Anhang zur Antwort der Parteien auf Frage 245 des Fragebogens vom 6. April 2001.

Tabelle 21

Referenzartikel	DE	DK	BE	FR	GR	NL	PT	ES	UK
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis (Relativpreis: FR=100)				(100)	**				
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis (Relativpreis: DE=100)	(100)					**			***
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis (Relativpreis: DE=100)	(100)					**			
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis (Relativpreis: DE=100)	(100)	***							***
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis (Relativpreis: DK=100)		(100)	**				**		
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis (Relativpreis: BE=100)			(100)		***		**	*	
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis (Relativpreis: BE=100)			(100)		***		**	*	
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis (Relativpreis: DE=100)	(100)				*	**		*	

Quelle : Angaben der Parteien.

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

411. Mit Ausnahme von Referenzartikel [...] ist die Preisschere zwischen den Mitgliedstaaten besonders weit bei der sehr großen Mehrheit der von Legrand auf den Markt gebrachten Referenzartikel an Einbaukästen. Dazu bestehen allein zwischen benachbarten oder nahe gelegenen Mitgliedstaaten folgende Vergleichswerte :

- Der Referenzartikel [...] wird für [...]€ in [...] und für [...]€ in [...] verkauft, was einem Preisunterschied von [0-50]*% entspricht;
- Der Referenzartikel [...] wird für [...]€ in [...] und für [...]€ in [...] verkauft, was einem Preisunterschied von [0-50]*% entspricht;
- Der Referenzartikel [...] wird für [...]€ in [...] und für [...]€ in [...] verkauft, was einem Preisunterschied von [0-50]*% entspricht;
- Der Referenzartikel [...] wird für [...]€ in [...] und für [...]€ in [...] verkauft, was einem Preisunterschied von [50-100]*% entspricht;

- Der Referenzartikel [...] * wird für [...] *€ in [...] * und für [...] *€ in [...] * verkauft, was einem Preisunterschied von [50-100] *% entspricht.

Die Schellen

412. Die folgende Tabelle 22 zeigt die Verkaufspreise in Euro für jeden der Referenzartikel an Schellen von Legrand, die im Laufe des Jahres 2000 in mindestens zwei Mitgliedstaaten zu den fünf meistverkauften Referenzartikeln gehörten.

Tabelle 22

Referenzartikel	AT	BE	DE	DK	ES	FR =100	GB	GR	IR	NL	PT
[...] * durchschnittlicher Verkaufspreis			***			(100)					
[...] * durchschnittlicher Verkaufspreis			***	****		(100)	****	***			
[...] * durchschnittlicher Verkaufspreis		***	**	***	**	(100)	****	****			
[...] * durchschnittlicher Verkaufspreis				***	**	(100)					

Quelle : Angaben der Parteien.

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

413. Die Preisschere zwischen den Mitgliedstaaten ist besonders weit bei der sehr umfangreichen Mehrheit der von Legrand auf den Markt gebrachten Referenzartikel an Schellen. Dazu bestehen allein zwischen benachbarten oder nahe gelegenen Mitgliedstaaten folgende Vergleichswerte :

- Der Referenzartikel [...] * wird für [...] *€ in [...] * und für [...] *€ in [...] * verkauft, was einem Preisunterschied von [0-50] *% entspricht;
- Der Referenzartikel [...] * wird für [...] *€ in [...] *, für [...] *€ in [...] * und für [...] *€ in [...] * verkauft, was einem Preisunterschied von [0-50] *% zwischen [...] * und [...] *, einem Preisunterschied von [0-50] *% zwischen [...] * und [...] * und einem Preisunterschied von [0-50] *% zwischen [...] * und [...] * entspricht; ;
- Der Referenzartikel [...] * wird für [...] *€ in [...] * und für [...] *€ in [...] * verkauft, was einem Preisunterschied von [0-50] *% entspricht;
- Der Referenzartikel [...] * wird für [...] *€ in [...] * und für [...] *€ in [...] * verkauft, was einem Preisunterschied von [0-50] *% entspricht;
- Der Referenzartikel [...] * (in Tabelle 20 nicht aufgeführt) wird für [...] *€ in [...] * und für [...] *€ in [...] * verkauft, was einem Preisunterschied von [0-50] *% entspricht.

Die Zweigleitungsgitter

414. Aus den von Legrand vorgelegten Daten¹³⁹ ergibt sich, dass dieses Unternehmen im Jahr 2000 Zweigleitungsgitter in vier Mitgliedstaaten auf den Markt gebracht hat. Die weiter unten erwähnten Referenzartikel gehören in diesen Mitgliedstaaten zu den fünf in diesem Jahr meistverkauften Referenzartikeln. Es handelt sich also um Referenzartikel, die ein beträchtliches Verkaufsvolumen in der Kategorie der Zweigleitungsgitter geschafft haben und die daher für die gesamte Kategorie repräsentativ sind.
415. Im Laufe des Jahres 2000 wurde das Produkt von Legrand als Referenzartikel [...] mit der Bezeichnung “ [...] ” verkauft zu einem durchschnittlichen Einheitspreis von
- [90-130]* € in Frankreich ;
 - [290-330]* € in Österreich ;
 - [340-380]* € in Irland.
416. Im Laufe des Jahres 2000 wurde das Produkt von Legrand als Referenzartikel [...] mit der Bezeichnung “ [...] ” zu einem durchschnittlichen Einheitspreis von [...] € in [...] verkauft, während es im selben Jahr zu einem durchschnittlichen Einheitspreis von [...] € in [...] verkauft wurde, was einem Preisunterschied von [50-100]*% entspricht.
417. Im Laufe des Jahres 2000 schließlich wurde das Produkt von Legrand als Referenzartikel [...] mit der Bezeichnung “ [...] ” zu einem durchschnittlichen Einheitspreis von [...] € in [...] verkauft, während es im selben Zeitraum zu einem durchschnittlichen Einheitspreis von [...] € in [...] verkauft wurde, was einer Preisdifferenz von [250-300]*% entspricht.

Die Kabelführungen

418. Die folgende Tabelle 23 zeigt den Verkaufspreis in Euro für jeden Referenzartikel an Kabelführungen von Legrand, die im Lauf des Jahres 1999 in mindestens zwei Mitgliedstaaten zu den fünf meistverkauften Referenzartikeln gehörten.

Tabelle 23

¹³⁹ Anhang zur Antwort von Legrand auf Frage 139 des Fragebogens vom 6. April 2001.

Referenzartikel. (Preise in €)	DE	AUT	BE	DK	ES	FR = 100	GR	FIN
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis	*****		9*			(100)		11*
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis			8*			(100)		11*
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis	****	*****	*****	***	7*	(100)	*****	11*
[...]* durchschnittlicher Verkaufspreis	****	*****	*****		7*	(100)	*****	7*

Quelle : Angaben der Parteien

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

419. Die Preisschere zwischen den Mitgliedstaaten ist besonders weit bei der sehr umfangreichen Mehrheit der von Legrand auf den Markt gebrachten Kabelführungen. Dazu bestehen zwischen bestimmten benachbarten Mitgliedstaaten folgende Vergleichswerte :

- Der Referenzartikel [...]* wird für [...]* € in [...]*, für [...]*€ in [...]* und für [...]* € in [...]* verkauft, was einer Preisdifferenz von [50-100]*% zwischen [...]* und [...]*, von [50-100]*% zwischen [...]* und [...]* und von [300-350]*% zwischen [...]* und [...]* entspricht;
- Der Referenzartikel [...]* wird für [...]* € in [...]* und für [...]* € in [...]* verkauft, was einem Preisunterschied von [50-100]*% entspricht ;
- Der Referenzartikel [...]* wird für [...]* € in [...]* und für [...]* € in [...]* verkauft, was einem Preisunterschied von [50-100]*% entspricht .

Kein Konkurrent mit Ausnahme der Parteien ist in mehr als einem Mitgliedstaat präsent, und die Marktpositionen der Parteien in den verschiedenen Mitgliedstaaten sind asymmetrisch.

420. Es hat den Anschein, dass wenige Unternehmen, die sich auf dem Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien betätigen, auch in mehreren Mitgliedstaaten präsent sind. Die von den Parteien mitgeteilten Dokumente¹⁴⁰ zeigen, dass nur Schneider und Legrand diese Produkte in mehr als einem Mitgliedstaat des EWR auf den Markt bringen. So ist Schneider in sechs EWR-Mitgliedstaaten (Dänemark, Finnland, Frankreich, Italien, Schweden und Norwegen) und Legrand in sieben Mitgliedstaaten (Spanien, Frankreich, Italien, Irland, den Niederlanden, Portugal und dem Vereinigten Königreich) präsent. Die Hauptkonkurrenten der Parteien, Hager, Siemens, ABB, Gewiss, sind nur in einem einzigen Mitgliedstaat präsent, obwohl es sich zumindest bei den ersten drei Genannten um wichtige Unternehmensgruppen handelt, die in zahlreichen EWR-Mitgliedstaaten verwurzelt sind.

¹⁴⁰ Anhang 16 zum Formular CO.

421. Ferner zeigen die von den Parteien angegebenen Marktanteile¹⁴¹, dass ihre Marktposition in den verschiedenen Mitgliedstaaten, in denen sie präsent sind, sich sehr stark unterscheiden. So hält Schneider einen Marktanteil von [20-30]*% in Frankreich, aber nur von [0-10]*% in Italien. In gleicher Weise hält es einen Marktanteil von [60-70]*% in Norwegen, aber von nur [30-40]*% in Schweden. Was Legrand angeht, so hält dieses Unternehmen einen Marktanteil von [50-60]*% in Frankreich, aber nur von [10-20]*% in Italien und von [10-20]*% in Spanien. Die Parteien weisen auch darauf hin, dass auf dem Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien “oftmals eine nationale Konkurrenz von kleinen und mittleren Unternehmen vorhanden ist, die bedeutende lokale Marktanteile halten können”¹⁴².

Der Vertrieb der Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien erfolgt auf einer nationalen Grundlage

422. Die Parteien erklären, dass im Durchschnitt etwa 90% des Umsatzes der Hersteller an Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien durch den Verkauf an Großhändler bewirkt werden¹⁴³.

423. So bestehen die Beziehungen zwischen Herstellern und Großhändlern von Materialien der Elektrizitätsversorgung, wie bereits weiter oben erklärt wurde, auf der nationalen Grundlage, uns zwar sogar bei den Herstellern und Großhändlern von europäischem Zuschnitt. Diese Feststellung gilt auch für die Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien. Auch der Vertrieb dieser Produkte erfolgt auf nationaler Basis.

Schlussfolgerung

424. Daraus ist der Schluss zu ziehen, dass der räumlich relevante Markt für den Verkauf von Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien eine nationale Dimension hat. In ihrer Erwiderung haben die Parteien dieser Schlussfolgerung nicht widersprochen.

B.5 Die Transformator- und Stromzuführungsprodukte

B.5.1 Die Produktmärkte

425. Die Transformatoren und die Stromzuführungsgeräte für Niederspannungsausrüstungen sind zur Kontrolle der Automatismen von Maschinen bestimmt, welche die Vorgänge in der gewerblichen Wirtschaft und in Gebäuden bewirken. Diese Produkte liefern Netzspannungen und Stromstärken, die an die Leistungs- und Kontrollteile der Automatismusausrüstungen angepasst sind. Denn die Automatismen müssen aus Sicherheitsgründen vom Hauptnetz getrennt sein und erfordern oftmals andere Stromspannungen als die Netzspannung (z.B. eine niedrigere Wechselspannung oder Gleichstrom).

426. Die Parteien erklären, dass die Transformatoren und Stromversorgungsgeräte zum selben Produktmarkt gehören, da sie die gleichen technologischen Vorgehensweisen einsetzen, um demselben Bedarf gerecht zu werden, nämlich dem, einen Automatismus mit

¹⁴¹ Anhang 16 zum Formular CO.

¹⁴² Antwort der Parteien vom 16. Juli 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 3. Juli 2001.

¹⁴³ Formular CO, Seite 102.

elektrischem Strom zu versorgen. Dieser Vorschlag hält jedoch der Überprüfung nicht stand.

427. Zunächst haben Transformatoren und Stromzuführungsgeräte unterschiedliche Funktionen. Die Transformatoren sind für Prüfstromkreise mit Wechselstrom bestimmt und ermöglichen die Anpassung der Spannungsstärke und die Trennung des Systems vom Hauptnetz. Die Stromzuführungsgeräte ermöglichen die Versorgung mit Gleichstrom. Die Parteien haben in ihrer Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission darüber hinaus erklärt, dass die Stromzuführungsgeräte häufig ein viel höheres Maß an Komplexität und Funktionalität bieten (Schutz, Sicherheitsstellung, Hochleistungsüberwachung etc.), das den Parteien zufolge im höheren Preis der Stromzuführungsgeräte im Vergleich mit den Transformatoren zum Ausdruck kommt.
428. Dann wird durch die Entscheidung für einen bestimmten Automatismus auch die Entscheidung zwischen Transformatoren und Stromzuführungsgeräten vorgegeben. So haben die Parteien im Rahmen der Untersuchung erklärt, dass die Entscheidung für die eine oder andere Technologie von der Vorfeldentscheidung bezüglich des Automatismus selbst abhängt. Folglich gäbe es sehr wohl eine Substituierbarkeit zwischen der Kopplung Automatismus / Transformator und der Kopplung Automatismus / Stromzuführungsgerät. Aus den Ausführungen der Parteien ergibt sich, dass die Transformatoren und die Stromzuführungsgeräte für Automatismen von der Nachfrageseite her nicht mehr substituierbar sind, sobald die Entscheidung über den Automatismus getroffen wurde.
429. Außerdem scheinen diese beiden Produkttypen komplementär zu sein. So erklären die Parteien, dass die modernen Automatismen meist einen Transformator für die Trennung des Systems und elektronische Stromzuführungsgeräte für die Anpassung und die Regulierung der Spannungsstärken umfassen. Folglich besteht zwischen den betreffenden Technologien insofern eher Komplementarität als Konkurrenz.
430. In ihrer Erwiderung behaupten die Parteien jedoch, dass die Entscheidung zwischen Transformatoren und / oder Stromzuführungsgeräten von einer Verwendung zur anderen immer noch sehr offen sei, und zwar selbst nach der Entscheidung für einen Automatismus.
431. Jedoch widerspricht diese Behauptung nicht nur den Erklärungen, welche die Parteien als Antwort auf die Auskunftsverlangen der Kommission im Laufe der Untersuchung abgegeben haben¹⁴⁴; sie wird auch durch die Erläuterungen widerlegt, die im Télémécanique-Katalog (Schneider) gegeben werden, der in Form eines " Führers für die Produktauswahl " im Detail erklärt, welche Funktionen Transformatoren, gleichgerichtet filtrierte Stromzuführungsprodukte und Stromzuführungstrenngeräte haben, und für welche Anwendungen sich diese Produkttypen eignen (z.B. in Bezug auf Kontrollfunktionen, räumliche Umgebung, Stromnetz, Ladesensibilität etc.).¹⁴⁵ Die Parteien fügen in ihrer Antwort andere entscheidungsrelevante Elemente hinzu, wie die Zuverlässigkeit, die Wartungsbedingungen oder die Standardisierung der Bauteile des Automatismus, welche die Entscheidung entweder für einen Transformator oder ein Stromzuführungsgerät bzw. einen bestimmten Typ von Zuführungsgerät vorgeben.

¹⁴⁴ Antwort vom 19. März 2001 auf den Fragebogen vom 14. März 2001, Frage 25.

¹⁴⁵ Télémécanique-Katalog 1999, S. 366/367.

Daraus ergibt sich, dass Transformatoren und Stromzuführungsgeräte von der Angebotsseite nur in sehr begrenztem Maße substituierbar sind.

432. Die Preise für Transformatoren und für Stromzuführungsgeräte unterscheiden sich erheblich. So variieren bei den Referenzartikeln von Schneider, die zu den in jedem der EWR-Mitgliedstaaten fünf meistverkauften Referenzartikeln gehören, die Durchschnittspreise für Transformatoren zwischen [10-50]* € (Referenzartikel [...] in [...]*) und [40-80]* € (Referenzartikel [...] in [...]*), während die Durchschnittspreise für Stromzuführungsgeräte zwischen [10-50]* € (Referenzartikel [...] in [...]*) und [480-520]* € (Referenzartikel [...] in [...]*) liegen. Die entsprechenden Preise von Legrand variieren zwischen [0-40]* € (Referenzartikel [...] in [...]*) und [180-220]* € (Referenzartikel [...] in [...]*) für Transformatoren und zwischen [40-80]* € (Referenzartikel [...] in [...]*) und [400-440]* € (Referenzartikel [...] in [...]*) für Stromzuführungsgeräte.
433. In ihrer Erwiderung erklären die Parteien diese Preisschere mit dem höheren Grad der Industrieprodukten Komplexität und Funktionalität der Stromzuführungsgeräte im Vergleich zu den Transformatoren.
434. Folglich beinhaltet diese Behauptung ausdrücklich, dass die beiden Typen von Produkten im Hinblick auf ihre charakteristischen Merkmale und ihren Preis auf der Nachfrageseite nicht substituierbar sind.¹⁴⁶
435. Die Transformatoren und die Stromzuführungsgeräte sind außerdem aus technologischer Sicht sehr verschieden. Die Parteien haben im Laufe der Untersuchung erklärt, dass die Stromzuführungsgeräte einer “logisch programmierten” Technologie folgen und im Wesentlichen aus elektronischen Bauteilen bestehen (selbst wenn sie in den meisten Fällen einen Transformator enthalten), während die Transformatoren aus “logisch verkabelter” Technologie mit elektromechanischen Bauteilen bestehen und keine elektronischen Komponenten enthalten.¹⁴⁷ Bei den Transformatoren handelt es sich um Produkte, deren Technologie komplett stabilisiert ist, während die Stromzuführungsgeräte aus Technologien hervorgehen, die noch in der Weiterentwicklung begriffen sind.¹⁴⁸ So hat ein Konkurrent erklärt, dass nicht allein die Gerätschaften für die Herstellung, sondern auch die Ausrüstungen für die Erprobung und Überprüfung für Transformatoren und Stromzuführungsgeräte verschieden sind. Aus diesem Grund fallen für einen Hersteller von Transformatoren erhebliche zusätzliche Kosten und Fertigungszeiten an, bevor er mit der Herstellung von Stromzuführungsprodukten beginnen kann; dies gilt auch für den umgekehrten Fall.¹⁴⁹ Die betreffenden Produkte sind daher auf der Angebotsseite nicht substituierbar.
436. Gegen diese Argumentation haben die Parteien in ihrer Erwiderung geltend gemacht, dass eine große Diversität an spezifischen Funktionen vorhanden ist, die entweder von Transformatoren oder von Stromzuführungsprodukten erbracht werden, und dass infolge dessen die gedankliche Verknüpfung von Transformatoren mit bestimmten “logisch verkabelten” Industrieprodukten und von Stromzuführungsprodukten mit anderen,

¹⁴⁶ Siehe die Definition des relevanten Produktmarktes in der Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft, Punkt 7.

¹⁴⁷ Antwort vom 19. März 2001 auf den Fragebogen vom 14. März 2001, Frage 25.

¹⁴⁸ Ergänzung zum Formular CO vom 14. März 2001, S. 12.

¹⁴⁹ Polylux, Antwort vom 9. Juli 2001.

“ logisch programmierten ” Produkten “ grob vereinfachend ” sei . Außerdem sind die Parteien der Auffassung, dass die Umstellung von der Transformatorenherstellung auf die Fertigung von Stromzuführungsprodukten und umgekehrt “ keine Schwierigkeiten darstelle ”, ohne dass sie insofern im Detail erklären, welche zusätzlichen Kosten und Fertigungszeiten anfallen.

437. Eine derartige Behauptung kann die Feststellung nicht entkräften, dass Transformatoren und Stromzuführungsprodukte auf der Angebotsseite nicht substituierbar sind. Denn welche mögliche Vielfalt auch immer bei den Lösungen mit Stromzuführungsprodukten besteht, aus den Informationen sowohl der Parteien als auch oben genannter Dritter ergibt sich, dass alle Varianten von Stromzuführungsprodukten auf einer Technologie beruhen, die sich grundlegend von der der Transformatoren unterscheidet.
438. Die Parteien haben außerdem behauptet, dass die meisten Akteure auf dem Markt gleichzeitig Transformatoren und Stromzuführungsprodukte verkaufen. Es ist jedoch festzuhalten, dass zwar eine beträchtliche Anzahl von Herstellern tatsächlich in beiden Marktsegmenten präsent ist, von allen Konkurrenten aber, die einen Marktanteil haben, der über [...] % auf dem in Frankreich kombinierten Markt von Transformatoren und Stromzuführungsprodukten liegt, allein Siemens und Cecla in beiden Marktsegmenten tätig sind, während die anderen nur im Marktsegment der Stromzuführungsprodukte präsent sind, und zwar derart, dass sie keinen wirklichen Konkurrenzdruck auf die im Marktsegment der Transformatoren aktiven Parteien ausüben.
439. Außerdem machen die Parteien in ihrer Erwiderung geltend, dass der Einsatz von Transformatoren eine Schrumpfungstendenz zugunsten der Verwendung von Stromzuführungsprodukten aufweist, und zwar in Anbetracht der Tendenz des Marktes hin zu einem höheren technologischen Standard und des immer ausgeprägteren Rückgriffs auf die Elektronik. Diese Tendenz zwingt die Akteure auf diesem Markt zur Umstellung ihrer Produktion, indem sie von der Transformatorenherstellung zur Produktion gleichgerichteter (elektromechanischer) Stromzuführungsprodukte, dann gleichgerichtet filterter (elektromechanischer) Stromzuführungsprodukte und schließlich stabilisierter (elektronischer) Stromzuführungsprodukte übergehen.
440. Eine derartige Tendenz, wenn sie mittel- oder langfristig besteht, ist jedoch nicht geeignet, genügend Konkurrenzdruck auf die Hersteller von Transformatoren auszuüben. Wie bereits weiter oben angeführt wurde, hängt die Entscheidung für einen Transformator oder ein Stromzuführungsprodukt insofern von der Vorentscheidung für einen vorgegebenen Automatismus ab, als die von den Parteien beschriebene Substitution nur auf der Ebene der Entscheidung zwischen einer Lösung “ Automatismus + Transformator ” und einer Lösung “ Automatismus + Stromzuführungsprodukt ” erfolgen kann. Da die Entscheidung für einen Automatismus im Allgemeinen nicht ausschließlich im Hinblick auf den Zugangsmodus zur Stromquelle erfolgt, ist es folglich nicht wahrscheinlich, dass eine Preiserhöhung für Transformatoren für sich allein genommen ausreichte, um einen ausreichend wichtigen Teil der Nachfrage nach einer Lösung “ Automatismus + Transformator ” zu veranlassen, auf eine Lösung “ Automatismus + Stromzuführungsprodukt ” umzuschwenken. Dies wird übrigens durch die weiter oben festgestellten Preisschwankungen veranschaulicht.
441. Die Kommission zieht daraus daher den Schluss, dass Transformatoren und elektronische Stromzuführungsprodukte unterschiedlichen Produktmärkten angehören.

B.5.2 Der räumlich relevante Markt

442. In Bezug auf den räumlich relevanten Markt tragen die Parteien vor, dass der Markt eine europäische Dimension hat. So erklären sie, dass die Transformatoren wie auch die Stromzuführungsprodukte auf internationaler Ebene standardisiert sind, und dass die wichtigsten Konkurrenten auf der Grundlage eines Standardkatalogs und eines einheitlichen Markenzeichens international präsent sind.
443. Der geltende normative Rahmen für Transformatoren und Stromzuführungsprodukte ist auf europäischer Ebene harmonisiert. Bei den Normen für Netzspannungstransformatoren handelt es sich um die Normen CEI der Reihe 61558 und die Normen EN derselben Reihe. Diese Normen regeln alle Aspekte im Zusammenhang mit der elektrischen, thermischen und mechanischen Sicherheit von Transformatoren für Primärspannung unter 1 000 Volt wie auch von Stromzuführungsprodukten, die diese Transformatoren mitumfassen. Die geregelten Stromzuführungsprodukte werden von der Norm CEI 60950 und der entsprechenden europäischen Norm mit derselben Nummer erfasst. Außer diesen internationalen und europäischen Normen bestehen keine nationalen Normen.
444. Auf Anfrage der Kunden lassen die Hersteller von Transformatoren und Stromzuführungsprodukten die Konformität ihrer Produkte mit den geltenden Normen durch unabhängige Labore zertifizieren. Wie die Parteien erklären, haben alle von den EWR-Mitgliedstaaten akkreditierten Labore die Befugnis, die notwendigen Versuche durchzuführen und die Bescheinigung über die Konformität mit der Norm zu erteilen. Jedoch sind die allgemeine Bekanntheit des Labors und seine Anerkennung auf dem Markt wichtige entscheidungsbildende Faktoren. Die Parteien beziffern die erforderlichen Bearbeitungszeiten und Kosten für die Erlangung der Bescheinigung auf [1-18]* Monate bzw. [50-250]* FF. Zwar kann man diese Kosten nicht als Beschränkung betrachten, doch stellen sie dennoch ein Hemmnis für den Marktzugang zwischen den Mitgliedstaaten dar, das bei weitem nicht belanglos ist, wenn man die Tatsache berücksichtigt, dass für jedes einzelne Referenzprodukt getrennt eine solche Bescheinigung zu erlangen ist, und dass die Zertifizierungen in regelmäßigen Zeitintervallen zu erneuern sind.
445. Die von den Parteien vorgelegte Preisanalyse lässt erhebliche Schwankungen von einem Mitgliedstaat zum anderen erkennen. Die folgende Tabelle zeigt die Verkaufspreise in Euro für jeden Referenzartikel an Transformatoren und Stromzuführungsprodukten von Schneider, die in mindestens 2 Mitgliedstaaten zu den 5 meistverkauften Referenzartikeln gehören :

Tabelle 24

Referenzartikel (Preise in €)	B	D	DK	E	F	I	NL	UK	S	N
Transformator [...] * durchschnittlicher Verkaufspreis	*	*	**	*	*	*	*	*	*	
Transformator [...] * durchschnittlicher Verkaufspreis	*	*	*	*	*	*		*	*	*
Transformator [...] * Durchschnittlicher Verkaufspreis	*	*	*	*	*		*		*	*
Stromzuführungsgger. [...] * durchschnittlicher Verkaufspreis	**		**	**	**	**		11*	**	
Stromzuführungsgger. [...] * durchschnittlicher Verkaufspreis					***	**	***			
Stromzuführungsgger. [...] * Durchschnittlicher Verkaufspreis	**		**		**					
Stromzuführungsgger. [...] * durchschnittlicher Verkaufspreis					**				**	
Stromzuführungsgger. [...] * durchschnittlicher Verkaufspreis					***					**

Quelle : Angaben der Parteien.

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

446. Derartige Preisunterschiede zeigen, dass die Angebotsseite in der Lage ist, die Preise in bestimmten Ländern anzuheben ohne Gefahr zu laufen, dass die Kunden die betreffenden Ausrüstungen aus den Nachbarländern einführen.

447. In ihrer Erwiderung behaupten die Parteien, dass die Preisschwankungen bei Schneider keine Anhaltspunkte für die Definition des räumlich relevanten Marktes liefern, da sie sich aus der Tatsache ergeben, dass Schneider beschlossen habe, innerhalb Europas keine Preispolitik zu betreiben, und zwar angesichts der geringen Mengen der betreffenden Produkte und der entsprechend minimalen Umsätze. Bei einer fehlenden Preispolitik auf der Ebene der Unternehmensgruppe hat es folglich den Anschein, dass die von den Tochterunternehmen von Schneider in den verschiedenen Ländern festgelegten Preise sehr wohl die Wettbewerbsbedingungen in den jeweiligen Ländern

widerspiegeln. Die festgestellten Preisschwankungen sind also Ausdruck der von Land zu Land erheblich unterschiedlichen Wettbewerbsbedingungen.¹⁵⁰

448. Übrigens ist festzuhalten, dass es in geringerem Maße auch Preisschwankungen bei Legrand gibt. So zeigt die folgende Tabelle die Preise für die fünf in Frankreich meistverkauften Referenzartikel an Transformatoren, die auch zu den in mindestens einem anderen Mitgliedstaat fünf meistverkauften Referenzartikeln gehören:

Tabelle 24 a

Referenzartikel (Preise in €)	B	D	DK	E	F	I	L	NL	N
[...]*	[0-20]*				[20-30]*				
[...]*	[0-20]*				[20-30]*		[20-30]*	[0-20]*	
[...]*					[30-40]*				[40-50]*

Quelle : Angaben der Parteien

449. Den Parteien zufolge werden 60 % der von ihnen verkauften Transformatoren und Stromzuführungsprodukte über Großhändler vertrieben, die auf nationaler Ebene organisiert sind. Für Frankreich, dem Land mit den bezeichnendsten Überschneidungen zwischen den Parteien, beziffert Schneider den Prozentsatz seiner Verkäufe an Großhändler auf [70-80]* % bei Transformatoren und auf [70-80]* % bei Stromzuführungsprodukten.
450. In ihrer Erwiderung berufen sich die Parteien auch auf die internationale Präsenz von Herstellern unterschiedlichen Zuschnitts einschließlich der großen Akteure wie Omron, Siemens und Phoenix, aber auch zahlreicher KMU.
451. Jedoch bedeutet die Präsenz eines Akteurs in mehreren Ländern nicht notwendigerweise, dass die Wettbewerbsbedingungen dort ausreichend homogen sind. Die von den Parteien im Rahmen der Untersuchung vorgelegten Daten legen nahe, dass sich die Marktpositionen der verschiedenen Wirtschaftsbeteiligten von Land zu Land erheblich unterscheiden. So hält Legrand einen über [0-20]* % liegenden Verkaufsanteil an Transformatoren und Stromzuführungsprodukten nur in Frankreich ([20-40]* %), Belgien ([0-20]* %), den Niederlanden ([0-20]* %), Italien ([0-20]* %) und im Vereinigten Königreich ([0-20]* %). Der Verkaufsanteil von Siemens schwankt von [0-20]* % im Vereinigten Königreich bis zu [20-40]* % in Deutschland, der von Phoenix von [0-20]* % (Österreich, Finnland) bis zu [20-40]* % (Belgien).
452. Die Parteien machen ebenfalls geltend, dass es umfangreiche Ausfuhren gebe, ohne jedoch den Prozentsatz der importierten Produkte zu beziffern, die in einem bestimmten Land verkauft werden. Übrigens schließt die Tatsache, dass Produkte exportiert werden, nicht aus, dass der Markt eine nationale Dimension hat, wenn aufgrund anderer Faktoren offensichtlich ist, dass die Koordinierung von Angebot und Nachfrage auf nationaler Grundlage erfolgt, wie dies im vorliegenden Fall zutrifft.
453. Was die Behauptung der Parteien in ihrer Erwiderung anbelangt, dass die in verschiedenen Ländern verkauften Referenzprodukte häufig dieselben sind, so genügt die Feststellung, dass sich aus den von den Parteien vorgelegten Daten ergibt, dass sich

¹⁵⁰ Siehe die Definition des räumlich relevanten Marktes in der Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft, Punkt 8.

die von Legrand in den verschiedenen Mitgliedstaaten verkauften Referenzartikel erheblich unterscheiden. So befindet sich von den fünf in Frankreich meistverkauften Referenzartikeln ein einziger unter den fünf in drei weiteren Ländern (im gegebenen Fall den Benelux-Ländern) meistverkauften Referenzartikeln, und zwei dieser Referenzartikel finden sich in keinem anderen Mitgliedstaat wieder. Außerdem ergibt sich aus den festgestellten Preisunterschieden, dass die Nachfrage keine nennenswerten Preisangleichungen bewirkt.

454. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass die Parteien in ihrer Erwiderung erklären, dass es außer dem Katalogangebot auch individuell auf die Person zugeschnittene Produkte gibt. Dies bedeutet für die Hersteller von Transformatoren und ihre Kunden (Einbaubetriebe) die Notwendigkeit, enge Beziehungen zu unterhalten. Da die Transformatorenhersteller wie auch die -einbauer häufig kleinere und mittlere Unternehmen sind, die nicht über Netzwerke von Ein- oder Verkaufsfachleuten in mehreren Ländern verfügen, beschränkt die Notwendigkeit, derart enge Beziehungen zu unterhalten, folglich die Möglichkeiten der Kunden, sich die Ware bei Herstellern mit Niederlassung in anderen Ländern zu besorgen.
455. Die Kommission zieht daraus den Schluss, dass die Märkte für Transformatoren und Stromzuführungsprodukte beide eine nationale Dimension haben.

B.6 Die Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktionen

B.6.1 Der Produktmarkt

456. Die Parteien definieren einen Produktmarkt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktionen. Dabei handelt es sich um mechanische Anschlusssteckvorrichtungen, deren Funktion darin besteht, die Handhabung einer Apparatur zu steuern. Der Produktmarkt umfasst, so wie er von den Parteien festgelegt wurde, folgende Produktkategorien :

- Druckschaltknöpfe, d.h. Steuerungsinstrumente mit einer Bedienungsvorrichtung, die durch körperliche Aktion betätigt wird, in der Regel durch den Finger oder die Handfläche, und die einen gespeicherten Rückholmechanismus besitzen (Spannfeder);
- Schwenk- (oder Dreh-) Schaltknöpfe, d.h. eine Kombination aus Schaltelementen vom Typ Druckschaltknopf, deren Bedienungsvorrichtung durch manuelles Drehen in Gang gebracht wird;
- Tastschaltknöpfe, d.h. Druckschaltknöpfe für Anwendungen, deren Ausmaße von geringer Tiefe sind und deren Netzanschluss durch einen gedruckten Schaltkreis bewirkt wird;
- Schaltergehäuse, d.h. Halterungen in Form von vorgefertigten Metall- oder Plastikgehäusen (Polyester) zur Aufnahme von Elementen den Dialogs zwischen dem Bediener und der Maschine; das fertige Produkt bildet eine Bedienungsschaltstelle;
- Tastaturen für Tastschaltknöpfe, d.h. mechanische Verbindungsvorrichtungen, welche die Funktion haben, die Bedienung einer Anschlussapparatur steuern zu können. Die Tastatur besteht aus drei Hauptelementen :

- einer Gesamtheit von Tasten;
- einer elektronischen Gesamtheit von Verarbeitung und Übertragung von Informationen;
- einer Verbundsystem-Schnittstelle;
- Tastaturen mit Membran, d.h. einer besonderen Technologie von Tastaturen, wobei die Membran der Bauteil ist, der mit dem Bediener in Kontakt kommt, was es ermöglicht, die Tastatur auf die persönlichen Bedürfnisse des Endverbrauchers einzustellen;
- Stromkreisumschalter mit Hebelarm, d.h. ein Hilfsmittel zur Steuerung, ausgestattet mit einer Bedienungsvorrichtung zur Betätigung durch Drehung im Winkel; er modifiziert die Schaltungen von einem oder mehreren Stromkreisen;
- Abschnittstrennschalter mit Rotationssteuerung, d.h. ein mechanischer Anschlussapparat, der in der Lage ist, das Fließen des Stroms unter normalen Bedingungen des Stromkreises herzustellen, aufrechtzuerhalten und zu unterbrechen; er erfüllt ferner die Vorschriften für die Funktion der Einteilung in Abschnitte;
- Hebel, d.h. Hilfsmittel zur Steuerung durch Bedienung, ausgestattet mit einer Steuerungsvorrichtung, die aus einem Hebel besteht, der durch Verschieben im Winkel betätigt wird;
- Kontrollleuchten, d.h. ein Signalisierungshilfsmittel, bestehend aus einem farblichen Kopf (Leuchtanzeiger) zum Informieren des Bedieners über den Zustand der Maschine. In ihrem unteren Teil haben sie Stromanschlussklemmen ; ein Kontrolllicht kann mit einem Druckschaltknopf zu einem Druckschaltknopf mit Leuchtanzeige verbunden sein.

457. Die verschiedenen Typen der oben beschriebenen Produkte werden nach dem Durchmesser ihrer jeweiligen Bohrungen oder Befestigungen eingeteilt : 12 mm, 16 mm, 22 mm und 30 mm, die auf den von der IEC und der Cenelec festgelegten Normen beruhen¹⁵¹. Historisch betrachtet ist der Durchmesser von 30 mm als erster aufgetaucht, und seine Verwendung war besonders in der eisenverarbeitenden Industrie verbreitet. Aufgrund dieses Durchmessers können strapazier- und widerstandsfähige Produkte hergestellt werden. Nach und nach hat die Entwicklung der Produktionstechniken und der Wunsch der Kunden, die Ausmaße der Maschinen zu verkleinern, die Entwicklung von kleineren Durchmessern gefördert. Die Parteien erklären¹⁵², dass beim Durchmesser von 30 mm derzeit die Tendenz besteht, schrittweise durch den Durchmesser von 22 mm ersetzt zu werden. Die Durchmesser von 16 mm und 22 mm, die störanfälliger sind, würden hauptsächlich für elektronische Ausrüstungen eingesetzt, die in einer geschützten Umgebung Verwendung finden. So würde der Durchmesser von 16 mm mehr und mehr für die oben beschriebenen Tastaturen mit Tastschaltknöpfen und mit Membran eingesetzt.

¹⁵¹ Normen IEC und EN 60947-5-1.

¹⁵² Antwort der Parteien auf Frage 29 des Fragebogens vom 15 März 2001.

458. Die Parteien sind der Auffassung, dass diese unterschiedlichen Produkte einen einzigen Produktmarkt bilden, da sie dieselbe Funktion erfüllen, nämlich die Sicherstellung der Schnittstelle für den Dialog Mensch-Maschine. Genauer gesagt sind diese Produkte dazu bestimmt, in die Bedienungsfelder von Motoren mit geringer Leistung oder in Automatismen eingebaut zu werden¹⁵³. Den Parteien zufolge sind diese Produkte auf der Nachfrageseite völlig substituierbar. Alle Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktionen könnten somit in gleicher Weise eingesetzt werden oder sich bei den Maschinen ersetzen. Die Entscheidung der Hersteller für diese oder doch für jene Kategorie hinge wesentlich von den Prioritäten des Endabnehmers im Hinblick auf Ästhetik, Ausmaß und Gewohnheiten¹⁵⁴. Die Parteien fügen hinzu, dass diese Produkte auch von der Angebotsseite substituierbar sind. Denn sie hätten alle eine elektromechanische Konzeption. Allein die komplexesten Tastaturen mit Membran erforderten Kompetenzen in serieller Handhabung zur Herstellung ihrer Schaltknöpfe¹⁵⁵.
459. Die genaue Definition des Marktes der Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktionen kann im vorliegenden Fall indessen offen gelassen werden, da dass angemeldete Zusammenschlussvorhaben bei jeglicher Definition des relevanten Marktes identische wettbewerbsrechtliche Probleme aufwirft.

B.6.2 Der räumlich relevante Markt

460. Die Parteien sind der Auffassung, dass die geografische Dimension des Marktes an Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion europäische bzw. weltweite Ausmaße hat. Die Parteien stützen sich in erster Linie auf die Tatsache, dass diese Produkte zum Einbau in Industriemaschinen bestimmt sind, die in identischer Form auf der ganzen Welt verkauft werden. Der Export von Industriemaschinen führte übrigens bei einer Homogenisierung der Produkte zur hauptsächlichen Verwendung von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion mit einem Durchmesser von 22 mm. Die Parteien erklären, dass für eine festgelegte Funktion, bestimmte Bohrdurchmesser und technische Merkmale in Europa nur ein und dasselbe Produkt im Handel ist, wie dies auch durch die Tatsache bestätigt wird, dass in den in den verschiedenen Mitgliedstaaten verteilten Produktkatalogen dieselbe Handelsreferenz benutzt wird¹⁵⁶. Die Parteien führen weiter an, dass der normative Rahmen für diese Produkte europäisch bestimmt und komplett harmonisiert ist. Es bestünden außerdem keine Spezifitäten oder nationalen Qualitätsmarkenzeichen.
461. Die folgenden Abschnitte enthalten die Schlussfolgerung, dass die geografische Dimension dieser Märkte nationaler Art ist.

Die Preise für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion unterscheiden sich je nach Mitgliedstaat erheblich

462. Die von den Parteien vorgelegte Preisanalyse lässt erkennen, dass es von einem Mitgliedstaat zum anderen erhebliche Preisschwankungen gibt. So weisen die von Schneider in jedem der EWR-Mitgliedstaaten fünf meistverkauften Hilfsmittel mit

¹⁵³ Ergänzung zum Formular CO, Seite 15.

¹⁵⁴ Antwort der Parteien auf Frage 291 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹⁵⁵ Antwort der Parteien auf Frage 290 des Fragebogens vom 6. April 2001.

¹⁵⁶ Antwort der Parteien auf Frage 70 des Fragebogens vom 29. Juni 2001.

Kontroll- und Signalfunktion erhebliche Preisschwankungen auf, wie sich aus folgender Tabelle ergibt, die auf der Grundlage der von diesem Unternehmen vorgelegten Daten erstellt wurde¹⁵⁷. Diese fünf Referenzartikel entsprechen fünf verschiedenen Kategorien von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion; sie können also als repräsentatives Modell für die Gesamtheit der Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktionen betrachtet werden.

Tabelle 25

Referenzartikel	Land mit einem höherem Preisniveau Durchschnittspreis in diesem Land im Jahr 1999 (€)	Land mit einem niedrigeren Preisniveau Durchschnittspreis in diesem Land im Jahr 1999 (€)	Preisschere (%)
[...]* (Druckschaltknopf)	Irland [*]*	Belgien [*]*	[*]*
[...]* (Drehschaltknopf)	Irland [*]*	Vereinigtes Königreich [*]*	[*]*
[...]* (Kontrolllichter)	Vereinigtes Königreich [*]*	Italien [*]*	[**]*
[...]* (Schaltergehäuse)	Irland [***]*	Deutschland [***]*	[***]*
[...]* (Trennschalter)	Niederlande [***]*	Belgien [*]*	[***]*

Quelle : Angaben der Parteien.

[Nichtvertrauliche Fassung : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc.]*

463. Aus diesen von Schneider¹⁵⁸ vorgelegten Daten ergibt sich ganz allgemein, (i) dass wesentliche Preisspannen zwischen den EWR-Mitgliedstaaten einschließlich benachbarter Staaten für die gleichen Referenzprodukte vorhanden sind, (ii) dass diese Preisspannen zwar von einem Jahr zum anderen stark schwanken, insgesamt jedoch in dem relevanten Zeitraum groß bleiben. So betrug die Preisschere zwischen Frankreich und Deutschland 1999 insgesamt [0-40]*% (für den Referenzartikel [...]*) und insgesamt [20-60]*% (für den Referenzartikel [...]*). 1997 betrug die Preisschere insgesamt [0-40]*% (für den Referenzartikel [...]*) und insgesamt [10-50]* % (für den Referenzartikel [...]*). Ebenso betrug die Preisschere zwischen Frankreich und Spanien 1999 insgesamt [0-40]*% (für den Referenzartikel [...]*) und [10-50]*% (für den Referenzartikel [...]*). 1997 betrug die Preisschere zwischen diesen beiden Ländern insgesamt [0-40]*% (für den Referenzartikel [...]*) und [20-60]*% für den Referenzartikel [...]*).
464. Interessant ist auch die Feststellung, dass die Preisschere zwischen anderen benachbarten Staaten im betreffenden Zeitraum noch deutlicher zu Tage tritt. So betrug die Preisschere zwischen Deutschland und Belgien 1999 insgesamt [0-30]*% (für den Referenzartikel [...]*) und [30-60]*% (für den Referenzartikel [...]*). 1997 betrug die Preisschere insgesamt [0-30]*% (für den Referenzartikel [...]*) und [10-40]*% (für den Referenzartikel [...]*).

¹⁵⁷ Anhang Schneider zur Antwort auf Frage 33 des Fragebogens vom 15. März 2001.

¹⁵⁸ Anhang Schneider zur Antwort auf Frage 33 des Fragebogens vom 15. März 2001.

465. Eine identische Schlussfolgerung kann aus der Analyse der Verkaufspreise für Hilfsmittel mit Kontroll- und Warnfunktion gezogen werden, die zwischen 1995 und 2000 von Baco, einem Tochterunternehmen von Legrand, in verschiedenen EWR-Mitgliedstaaten auf den Markt gebracht wurden.
466. Ganz allgemein geht aus den von Legrand vorgelegten Daten hervor¹⁵⁹, (i) dass es eine erhebliche Preisschere zwischen den EWR-Mitgliedstaaten und sogar auch Nachbarländern gibt, und (ii) dass diese Preisspannen zwar schwanken, aber im betreffenden Zeitraum insgesamt betrachtet doch hoch sind. So betrug die Preisschere zwischen Frankreich und seinen Nachbarn (Deutschland, Belgien, Italien und Spanien) im Jahr 2000 insgesamt [30-60]*% (mit Belgien) und [50-80]* % (mit Italien). 1995 betrug diese Preisschere insgesamt [30-60]*% (mit Belgien) und [60-90]*% (mit Italien). Interessant ist ebenfalls die Feststellung, dass sich die Preisschere zwischen bestimmten Nachbarländern im Laufe dieses Zeitraums verstärkt hat. So stiegen die Preisspannen zwischen Spanien und Portugal von [0-30]*% im Jahr 1995 auf [10-40]*% im Jahr 2000. Gleichfalls stiegen die Preisspannen zwischen Deutschland und Österreich von [0-30]*% im Jahr 1995 auf [0-30]*% im Jahr 2000.
467. Die Verkaufspreise für von den Parteien auf den Markt gebrachten Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion unterscheiden sich also von einem EWR-Mitgliedstaat zum anderen erheblich. Die Parteien haben in Bezug auf ihre Konkurrenten keinerlei gegenteiligen Hinweis vorgelegt.
468. In ihrer Erwiderung¹⁶⁰ haben die Parteien geltend gemacht, dass die oben dargestellte Preisschere zwischen den Mitgliedstaaten in Bezug auf die von den Parteien verkauften Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion nicht relevant ist. Denn bestimmte der genannten Preise beinhalteten Preisnachlässe im Handel, die sie ihren Kunden ("Nettopreise") gewährten, während andere Preise diese Preisnachlässe nicht enthielten ("Bruttopreise"). Diese Preise seien daher nicht vergleichbar.
469. Diesbezüglich muss zunächst darauf hingewiesen werden, dass es den Parteien oblag, und zwar gemäß Frage 33 des Fragebogens vom 20. März 2001, die "in Rechnung gestellten Preise" für jede Kategorie von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion, die sie in jedem der EWR-Mitgliedstaaten vermarkten, vorzulegen. Außerdem haben die Parteien in ihrer Antwort auf die besagte Frage erklärt, dass die der Kommission mitgeteilten Preise den "üblichen Durchschnittspreisen" (Schneider)¹⁶¹ und den "durchschnittlichen Verkaufspreisen" (Legrand)¹⁶² entsprächen. Es hat also den Anschein, dass die von den Parteien vorgelegten Verkaufspreise für Hilfsmittel mit Kontroll- und Überwachungsfunktion Nettopreise sind, die keine untereinander vergleichbaren Nachlässe oder Mengenrabatte beinhalten.
470. Ferner erklären die Parteien¹⁶³, dass die unterschiedlichen Verkaufsmengen in jeder der Kategorien von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion das Vorhandensein von

¹⁵⁹ Anhang Legrand zur Antwort auf Fragen 12, 3 und 40 des Fragebogens vom 15. März 2001.

¹⁶⁰ Punkt 774.

¹⁶¹ Antwort von Schneider auf Frage 33 des Fragebogens vom 20. März 2001.

¹⁶² Seite 1 des Dokuments von Baco, das im Anhang zur Antwort von Legrand auf die Fragen 12, 34 und 40 des Fragebogens vom 20. März 2001 vorgelegt wurde.

¹⁶³ Punkt 776 der Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission.

Preisspannen objektiv rechtfertigen. Diese Argumentation beruht unausgesprochen auf der Vorstellung, dass der Betrag der Nachlässe und Mengenrabatte, den sie auf jeden ihrer Verkäufe gewähren, je nach Mitgliedstaat unterschiedlich ist, was ihnen zufolge auch eine Erklärung für die festgestellten Unterschiede bei den Durchschnittspreisen ist. Diesbezüglich genügt die Feststellung, dass die Parteien keine Unterlagen vorgelegt haben, aufgrund derer die Feststellung möglich wäre, dass das Durchschnittsniveau ihrer Verkaufsmengen pro Geschäftsabschluss je nach Mitgliedsstaaten unterschiedlich ist. Insbesondere haben die Parteien nicht dargelegt, dass in bestimmten Mitgliedstaaten Kunden vorhanden sind, die höhere Verkaufsmengen bewirken als in anderen Ländern, und dass aufgrund der Tatsache der Gewährung von Nachlässen und Mengenrabatten der durchschnittliche Nettoverkaufspreis für die betreffenden Produkte niedriger ist. Wenn dies der Fall wäre, so würde diese Situation jedenfalls einen wichtigen zusätzlichen Anhaltspunkt dafür bieten, den relevanten Markt national zu definieren.

471. Schließlich machen die Parteien geltend, dass es unmöglich ist, aufgrund der Spannen bei den Verkaufspreisen von Baco und Legrand, die zwischen den Mitgliedstaaten bestehen, insofern Schlussfolgerungen vorzunehmen, als diese beiden Unternehmen einzig und allein kleine Mengen und diese quasi ausschließlich in Frankreich verkaufen. Was Schneider anbelangt, den unbestrittenen Marktführer bei Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion auf EWR-Ebene mit einem Marktanteil von [20-30]*% und einer Präsenz in jedem Mitgliedstaat, so stellen die festgestellten Preisspannen einen besonders entscheidenden Anhaltspunkt für die Schlussfolgerung dar, dass zwischen den Mitgliedstaaten erhebliche Preisschwankungen vorhanden sind. Ferner hält Legrand zwar nur in Frankreich erhebliche Marktanteile, jedoch bringt es die betreffenden Produkte in acht Mitgliedstaaten auf den Markt. Das von den Parteien ins Feld geführte Argument der fehlenden Preisstrategie dieses Unternehmens auf europäischer Ebene¹⁶⁴, ist weit davon entfernt, die oben festgestellten Spannen bei den Verkaufspreisen rechtfertigen zu können und stellt ganz im Gegenteil einen zusätzlichen Anhaltspunkt dafür dar, dass die Preise für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion auf der nationalen Ebene festgesetzt werden.

472. Daraus ergibt sich die Schlussfolgerung, dass sich die Preise für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion je nach Mitgliedstaat erheblich unterscheiden.

Die Marktposition der Hersteller von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion weist je nach Mitgliedstaat beträchtliche Unterschiede auf

473. Die folgende von den Parteien vorgelegte Tabelle 26 zeigt die Marktposition der wichtigsten Hersteller von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion in den verschiedenen EWR-Mitgliedstaaten im Jahr 2000.

Tabelle 26

¹⁶⁴ Punkt 777 der Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission.

	Schneider	Legrand	Siemens	Moeller	K&N	Rockwell	EAO	ABB	Andere
Österreich	[10-20]**%	[0-10]**%	[10-20]**%	[10-20]**%	[10-20]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	
Belgien	[20-30]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	RAFI [0-10]**%
Deutschland	[0-10]**%	[0-10]**%	[10-20]**%	[10-20]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	RAFI [0-10]**% Hoffman [0-10]**%
Dänemark	[30-40]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	
Spanien	[30-40]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	GE[0-10]**%
Frankreich	[50-60]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	Entrelec [0-10]**%
Finnland	[20-30]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	
Griechenland	[10-20]**%	[0-10]**%	[10-20]**%	[10-20]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	
Italien	[20-30]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	GE[0-10]**%
Irland	[10-20]**%	[0-10]**%	[10-20]**%	[10-20]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	
Niederlande	[10-20]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[10-20]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	
Portugal	[30-40]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	
Vereinigtes Königreich	[30-40]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[10-20]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	
Schweden	[20-30]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[10-20]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	
Norwegen	[20-30]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	
EW insgesamt	[20-30]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%		

Quelle : Angaben der Parteien.

474. Aus dieser Tabelle ergibt sich, dass die Marktpositionen der Hersteller von einem Mitgliedstaat zum anderen erhebliche Unterschiede aufweisen. Ganz allgemein hat es den Anschein, dass jeder Hersteller einen deutlich höheren Marktanteil in einem bestimmten Mitgliedstaat hält, und dass seine Marktposition in den anderen Mitgliedstaaten und selbst in benachbarten Ländern (i) deutlich schwächer und (ii) insbesondere unbeständig ist. So beläuft sich der Marktanteil von Schneider in Frankreich auf [50-60]**%. In den Nachbarstaaten beträgt sein Marktanteil [20-30]**% in Spanien, [20-30]**% in Belgien, [20-30]**% in Italien und nur [0-10]**% in Deutschland. In Bezug auf Legrand ist festzustellen, dass dieses Unternehmen einen bedeutenden Marktanteil nur in Frankreich ([0-10]**%) hält, dass es aber in allen anderen Nachbarländern nicht präsent ist, und zwar einschließlich Italiens, wo es auf anderen Produktmärkten jedoch besonders stark vertreten ist. Auch ist festzustellen, dass Siemens und Moeller, deren jeweilige Marktanteile in Deutschland [10-20]**% bzw. [10-20]**% betragen, einen hälftigen Marktanteil in Belgien ([0-10]**% bzw. [0-10]**%) und eine sehr schwache Marktposition in Frankreich ([0-10]**% bzw. [0-10]**%) halten. Kraus & Naimer, das der Hauptakteur auf dem österreichischen Markt mit einem Marktanteil von [10-20]**% ist, hält nur einen weitaus schwächeren Marktanteil in Deutschland ([0-10]**%). Die gleiche Feststellung gilt für Rockwell ([0-10]**% in Österreich und [0-10]**% in Deutschland). Was die anderen auf dem Markt aktiven

Unternehmen (EAO, ABB, GE, RAFI, Hoffman, Entrelec) anbelangt, so halten die meisten von ihnen einen höheren Marktanteil als [0-10]*% in einem Mitgliedstaat, sind aber in den anderen Ländern nicht oder nur marginal präsent.

475. In ihrer Erwiderung¹⁶⁵ machen die Parteien geltend, dass die schwankenden Marktanteile der oben dargestellten wichtigsten Konkurrenten entweder das Resultat historischer Faktoren oder der Tatsache seien, dass die Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion Produkte von geringem Wert und die Akteure auf dem Markt nur in den geografischen gebieten präsent sind, in denen ihre Präsenz nur wenig Handelsaufwand erfordert. Außerdem haben die Parteien die Tatsache hervorgehoben, dass sechs Konkurrenten in mehr als zehn EWR-Mitgliedstaaten präsent sind.
476. Jedenfalls wird die Feststellung, dass die Marktpositionen der wichtigsten Wirtschaftsbeteiligten auf dem Markt der Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion je nach Mitgliedstaat erheblich unterschiedlich sind, von den Parteien nicht in Frage gestellt¹⁶⁶.

Der Vertrieb der Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion erfolgt weitgehend auf nationaler Grundlage

477. Die Parteien erklären, dass die Verkäufe der Hersteller von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion aufgeteilt sind in die Verkäufe an die üblichen Großhändlern von elektrischen Betriebsmitteln und in die Direktverkäufe an die Erbauer von Maschinen¹⁶⁷. Die Parteien haben jedoch keinen Hinweis im Hinblick darauf geliefert, welche Aufteilung die Hersteller dieser Produkte zwischen diesen beiden Kanälen der Vermarktung vornehmen.
478. Aus einem internen Dokument von Legrand geht jedoch hervor, dass Baco [40-50]* % seiner Verkäufe an Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion im Rahmen des Vertriebs tätigt, und Legrand 100%¹⁶⁸. Aus einem Dokument von Schneider ergibt sich, dass Mafelec den wesentlichen Teil seiner Verkäufe direkt vornimmt, während die Produkte von Schneider, also mit Ausnahme derer von Mafelec, zu [60-70]*% durch Großhändler verkauft werden¹⁶⁹. Diesbezüglich ist darauf hinzuweisen, dass Schneider auf der Ebene des EWR einen Marktanteil von [20-30]*% hält, und dass es in diesem Rahmen der erste Akteur auf dem relevanten Produktmarkt ist. Somit ist die Schlussfolgerung möglich, dass die Verkäufe an die Großhändler einen wichtigen Teil des Marktes an Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion darstellen, der den Herstellern zufolge auf [50-60]*% zu schätzen ist.
479. Es wurde bereits erklärt, dass sich die Handelsbeziehungen zwischen den Großhändlern von elektrischen Betriebsmitteln und den Herstellern auf nationaler beziehungsweise regionaler Grundlage abspielen, auch wenn es sich dabei um Hersteller und Großhändler

¹⁶⁵ Punkt 784.

¹⁶⁶ Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission, Punkt 783.

¹⁶⁷ Ergänzung zum Formular CO, Seite 17.

¹⁶⁸ Mittelfristige Planung von Baco Frankreich für 2001-2005, Seite 20, als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegtes Dokument.

¹⁶⁹ Rechenschaftsbericht des Akquisitionsausschusses vom 17. Oktober 1997, Seite 6, als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegtes Dokument.

europäischen Zuschnitts handelt. Diese Feststellung gilt auch bei den Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion. Folglich spielt sich ein erheblicher Teil des Vertriebs dieser Produkte auf nationaler Grundlage ab.

480. In ihrer Erwiderung haben die Parteien geltend gemacht¹⁷⁰, dass angesichts der Bedeutung der Direktverkäufe der Hersteller an die Endabnehmer, so insbesondere die Erbauer von Industriemaschinen, die nationale Organisation des Vertriebs nicht ausreicht, um den nationalen Charakter des relevanten Produktmarktes festzustellen.
481. Die Tatsache, dass einerseits die Hälfte der Verkäufe an Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion auf EWR-Ebene auf dem Vertriebswege über die Großhändler erfolgt, und dass sich andererseits die Beziehungen zwischen diesen Großhändlern und den Herstellern auf nationaler Basis abspielen, stellt jedoch einen wichtigen Anhaltspunkt für den nationalen Charakter des relevanten Produktmarktes dar. Diese Situation erklärt zumindest teilweise die Preisschere und die oben betrachteten Schwankungen bei den Marktanteilen.

Die Handelshemmnisse beim Marktzugang

482. In ihrer Erwiderung¹⁷¹ haben die Parteien zahlreiche Argumente angeführt, die darauf abstellten, die Abwesenheit von Handelshemmnissen beim Zugang zum Markt der Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion zu demonstrieren. Im Wesentlichen stellen die Parteien die Standardisierung der Produkte, die Harmonisierung der Normung der Produkte innerhalb des EWR, das Fehlen von nationalen Qualitätsmarkenzeichen und nationalen Installations- oder Gebrauchsgewohnheiten, die europäische Organisation der Produktion der wichtigsten Hersteller, die niedrigen Transportkosten, die allgemeine Verwendung des Bohrdurchmessers vom 22mm und das Vorhandensein mehrerer Marken mit weltweiter Verwendung heraus.
483. Einleitend ist zu sagen, dass die oben festgestellten vorhandenen erheblichen Preisspannen zwischen den Mitgliedstaaten und die Heterogenität der Marktanteile der Hersteller zwei entscheidende Elemente darstellen, die aus faktischer Sicht die Behauptung der Parteien widerlegen oder doch zumindest stark beschränken, dass nur geringe Handelshemmnisse beim Zugang zum Markt der Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion bestünden.
484. So ergibt sich aus der Untersuchung der Kommission, dass der Markt an Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion durch das Vorhandensein von drei Kategorien von Zugangshemmnissen gekennzeichnet ist. Ein erstes Zugangshemmnis besteht beim Zugang zum Vertrieb, da etwa die Hälfte des Verkaufs dieser Produkte auf der EWR-Ebene im Rahmen von Großhändlern erfolgt. Die Tendenz der Großhändler, die Anzahl der von ihnen vertriebenen Marken in jeder Kategorie von elektrischen Betriebsmitteln zu reduzieren, eine Tendenz, die durch die Untersuchung der Kommission zu Tage trat, führt ferner tendenziell zu einer Ausweitung der Zugangshemmnisse. Es ist übrigens

¹⁷⁰ Punkt 786.

¹⁷¹ Punkte 788 und 789.

bezeichnend, dass der Zugang zum Vertrieb in einem internen Dokument von Legrand¹⁷² mehrfach als einer der Schlüsselfaktoren für den Erfolg auf dem Markt dargestellt wird.

485. Ein zweites wichtiges Handelshemmnis beim Marktzugang besteht in der Notwendigkeit, gute Kenntnisse über den anderen Verkaufskanal für die betreffenden Produkte zu haben, nämlich die Direktverkäufe an die Hersteller von Industriemaschinen, die "OEM" oder die Einbaubetriebe. So wird in einem internen Dokument von Legrand¹⁷³ auch mehrfach darauf hingewiesen, dass eine gute Kenntnis der "Märkte der Einbaubetriebe" einen Schlüsselfaktor für Erfolg darstellt. Denn der Markt der Einbaubetriebe besteht aus einer großen Anzahl von KMU, wie das auch die Liste der wichtigsten Kunden der Parteien¹⁷⁴ bestätigt, und zwar derart, dass es notwendig ist, schwere Investitionen zuzusagen, um Marktzugang zu erhalten. Diese Tatsache wird im Übrigen von den Parteien zugestanden¹⁷⁵, die erklären, dass sich die Hersteller aufgrund des geringen Produktwertes darauf beschränken, in den geografischen Gebieten präsent zu sein, in denen diese Präsenz nur wenig Handelsaufwand erfordert. Dieses Phänomen wird übrigens durch die geringe Betriebsgröße zahlreicher Hersteller noch verstärkt. So halten z.B. in Deutschland die acht ersten und einzigen Akteure, welche die Parteien benannt haben, einen kumulierten Marktanteil von [50-60]*%. In Finnland halten die sieben ersten und einzigen Akteure, welche von den Parteien benannt wurden, einen kumulierten Marktanteil von [50-60]*%.
486. Schließlich erwächst ein drittes Zugangshemmnis aus der Tatsache, dass ein bedeutender Teil der Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion keine Standardprodukte sind, sondern spezifische Einzelteile, die aufgrund eines Lastenheftes angefertigt werden, das von den Herstellern von Industriemaschinen vorgegeben wird. Die Parteien erklären¹⁷⁶, dass es für diese spezifischen Produkte notwendig ist "eine Beziehung der Nähe zwischen Hersteller und Benutzer" aufzubauen, und zwar zur Definition, Verwirklichung und Feinausrichtung des Produktes. Die Parteien haben ebenfalls angeführt, dass es bei dieser Beziehung der Nähe nicht unbedingt auf den Begriff der physischen Nähe ankommt. Vielmehr kommt es darauf an, dass der Verkauf von spezifischen Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion zugleich Investitionen erfordert, die zum Aufbau dieser Beziehung der Nähe nötig sind, was ein Hemmnis beim Marktzugang darstellt, so insbesondere für die kleinen Hersteller.
487. Die Kommission zieht daraus den Schluss, dass der räumlich relevante Markt für den Verkauf von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion eine nationale Dimension hat.

¹⁷² Mittelfristige Planung von Baco Frankreich für 2001-2005, Seiten 34, 39, 41 und 43. Anhang 4, vorgelegt als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001.

¹⁷³ Mittelfristige Planung von Baco Frankreich für 2001-2005, Seiten 34, 39, 41 und 43. Anhang 4, vorgelegt als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001.

¹⁷⁴ Anhänge von den Parteien als Antwort auf Frage 69 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegt.

¹⁷⁵ Erwiderung, Punkt 784.

¹⁷⁶ Ergänzung zum Formular CO und Antwort auf Frage 30 des Fragebogens vom 20. März 2001

C. Analyse des Zusammenschlussvorhabens

C.1 Die Märkte für Stromverteilerschalttafeln

C.1.1 Die wichtigen charakteristischen Merkmale des Wettbewerbs auf den relevanten Märkten

488. Das folgende Schema, das einem Bericht von Crédit Suisse First Boston¹⁷⁷ entnommen wurde, fasst die charakteristischen Wettbewerbsmerkmale auf den relevanten Märkten zusammen. In den folgenden Absätzen werden die wichtigsten Elemente ausgearbeitet, die eine derartige Beschreibung der Funktionsweise des Marktes rechtfertigen. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass diese Analyse mit gewissen Abänderungen ungefähr auch auf die anderen von dem angemeldeten Zusammenschlussvorhaben betroffenen Produktmärkte passt, und zwar unter dem Vorbehalt spezifischer Erwägungsgründe, die im Rahmen der Abschnitte behandelt werden, die auf die relevanten Produkte abstellen.

Die Kundentreue auf der Nachfrageseite

489. Der Bericht von Crédit Suisse First Boston¹⁷⁸ fasst es so zusammen, dass die “Elektriker ihrer Marke außergewöhnlich treu sind. Sie arbeiten generell mehrere Jahre über mit demselben Lieferanten und derselben Marke und bleiben manchmal sogar ihr gesamtes Berufsleben lang beim selben Lieferanten. Dieses Phänomen ist auf zwei Gründe zurückzuführen. Erstens gibt es ein Element der Vertrautheit mit dem Produkt : wenn sie einmal an ein Produkt (Marke, einfacher Einbau) gewöhnt sind, so wird es sehr schwierig, sie zur Änderung ihres Auswahlverhaltens zu bewegen, selbst wenn man ihnen niedrigere Preise anbietet. Und zweitens ist ihre Verantwortlichkeit mit ihrer Materialauswahl verknüpft (wenn sie einmal Vertrauen in die Sicherheit der Produkte haben, die sie normalerweise einkaufen, so sind sie nicht mehr geneigt, günstigere Marken auszuprobieren).”

490. Legrand weist auch darauf hin, dass “die Vertrautheit und das Vertrauen der Elektriker und der Auftraggeber den Produkten von Legrand gegenüber einen Schlüsselfaktor für die Aufrechterhaltung und den Ausbau der Wettbewerbsposition von Legrand darstellt. [...] * Die wiederholte Verwendung von Legrand-Produkten durch die Elektriker und die Auftraggeber stärkt die Position von Legrand und stellt einen wichtigen Wettbewerbsvorteil dar.”¹⁷⁹

491. Die von der Kommission durchgeführte Untersuchung und die von den Parteien vorgelegten Daten bestätigen, dass die Elektroinstallateure und die Schalttafelbauer eine unumwundene Treue zu ihrer Gewohnheitsmarke an den Tag legen. Jedoch zeigt die Untersuchung der Kommission ebenfalls, dass diese Treue nicht absolut ist. Denn es hat den Anschein, dass die Sicherheit und die sofortige Verfügbarkeit der Produkte für die Elektroinstallateure und die Schalttafelbauer unbedingt zu erfüllenden Anforderungen darstellen, denen sie bei ihrer Materialauswahl den Vorrang vor der Marke selbst geben. Daraus ergibt sich, dass je mehr eine Marke eine ausreichende Qualität und Verfügbarkeit garantiert, desto mehr profitiert sie von der starken Treue aufseiten ihrer gewöhnlichen Kunden. Es ist also nicht leicht für die anderen Mitbewerber, diese

¹⁷⁷ Bericht Crédit Suisse First Boston über Legrand (11. September 2000).

¹⁷⁸ Bericht Crédit Suisse First Boston über Legrand (11. September 2000).

¹⁷⁹ Legrand, Formblatt 20-F SEC.

Kundschaft zu erobern, selbst wenn sie höherwertige Produkte und/oder reduzierte Preise anbieten. Wenn eine Marke dagegen den wesentlichen Anforderungen der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer nicht mehr genügt, oder wenn sie dem Vergleich mit den Konkurrenzprodukten nicht mehr standhält, so kann sie schnell das Vertrauen ihrer bisherigen Installateure und Schalttafelbauer verlieren und es wird schwierig, diese als Kunden zurückzugewinnen.

492. Die Untersuchung der Kommission zeigt übrigens, dass die wichtigsten Hersteller dazu neigen, dieses Treueverhalten zu kultivieren und zu stärken, indem sie sehr häufig eine Handelspräsenz in der näheren Umgebung bereitstellen, indem sie beispielsweise Geräte zur Planung des elektrischen Schaltbildes und der Bezifferung der Elektroinstallation unter Verwendung der von ihnen hergestellten Produkte anbieten (insbesondere Computersoftware), indem sie die Montage ihrer Produkte vereinfachen, indem sie Schulungsveranstaltungen für die Elektroinstallateure veranstalten etc. Diese handels- und beziehungsrelevanten Investitionen stellen übrigens häufig einen beachtlichen Teil des Umsatzes der Marken dar und können mitunter bis zu [10-30]*% der nationalen Verkaufszahlen erreichen.
493. In ihrer Erwiderung vertreten die Parteien die Auffassung, dass die Kommission das Treueverhalten zur Marke überbewertet, so vor allem im Sektor der Verteilerschalttafeln. Insbesondere behaupten sie, dass die Kommission auf diese Märkte Kriterien anwendet, die eher auf eine aufgeteilte Elektroinstallation zutreffen, und dass sie auf eine “quasi absolute” Treue schließt, während diese nur in geringem Maße vorhanden sei. Denn die Parteien bringen vor, indem sie sich auf die Ergebnisse der vom Wirtschaftsberatungsunternehmen NERA durchgeführten Untersuchung stützen, dass die Treue zur Marke relativ schwach ausgeprägt ist.
494. Die Kommission bestreitet, auf das Vorhandensein einer “quasi absoluten” Treue geschlossen zu haben. Genau genommen handelt es sich um das Beziehungsmerkmal und die notwendige Pflege dieser Treue, welche die großen Bemühungen der Hersteller um die Beziehungen rechtfertigen, welche die Kommission in der Mitteilung ihrer Einwände zur Sprache gebracht hat. Zusammenfassend bleibt die Kommission bei ihrer Auffassung, dass die Treue zur Marke die Kosten für die Gewinnung neuer Kunden erhöht, und dass sie somit ein erhebliches Hemmnis für den Marktzugang darstellt. Sie erhöht auch die Toleranz des Marktes gegenüber leicht niedrigeren Leistungsmerkmalen oder leicht höheren Preisen als dem Mittelwert der Produkte der anderen Akteure und bremst damit die Zunahme oder die Abnahme der auf einem bestimmten Markt eingesessenen Marken. Aber aufgrund der Tatsache des Beziehungsmerkmals, auf dem die Parteien bestehen, ist es einem eingesessenen Hersteller nicht möglich, seine Marktposition aufrechtzuerhalten, sobald die technische und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit seiner Produkte zu sehr unter den Stand der anderen auf dem Markt befindlichen Marken sinkt.
495. Die Analyse der Parteien, nach der die Treue zur Marke schwach ausgeprägt ist, wird durch die Untersuchung der Kommission widerlegt, die das Vorhandensein eines erheblichen Treueverhaltens zur Marke veranschaulicht, und zwar auch im Sektor der Verteilerschalttafeln. Diese Treue entspricht auch der Auffassung, welche die Parteien mehrfach zum Ausdruck gebracht haben, so zunächst im Formular CO (“die Elektroinstallateure sind in der Regel einer Marke treu und kaufen den kompletten Bausatz bei einem einzigen Hersteller ein, und zwar aufgrund der einfacheren Montage der Schalttafel, der Produktästhetik, der funktionsgerechten Ausrichtung der

Apparaturen und des Vertrauens in die technische Qualität eines Herstellers¹⁸⁰), und dann in den Antworten auf die späteren Fragebögen (“ Schneider und Legrand bieten den Elektroinstallateuren die [Endverteilerschalttafeln]* im Wege des Vertriebs an. Diese sind in der Regel der Marke treu, die sie für gewöhnlich verwenden.”¹⁸¹)

496. Die Kommission ist ebenfalls der Auffassung, dass angesichts der Ergebnisse ihrer Untersuchung die Ergebnisse der von NERA durchgeführten Untersuchung unzureichend sind, um das erhebliche Treueverhalten zur Marke in Zweifel ziehen zu können. Denn NERA stützt sich auf die vorhandenen und umfangreichen Werbemaßnahmen, um das Vorhandensein einer starken Preiskonkurrenz zwischen den Herstellern zu beweisen.
497. Denn einerseits stellt die Kommission fest, dass die von den Herstellern gewährten Rabatte oftmals beträchtlich sind ([10-30]* %), was nahe legt, dass die Kosten für die Gewinnung neuer Kunden (und somit das Treueverhalten) ebenfalls beträchtlich sind.
498. Und andererseits macht es die von NERA durchgeführte Untersuchung nicht möglich, das Treueverhalten zur Marke zu evaluieren, denn sie macht zwar einen starken Anstieg der Verkäufe von relevanten Betriebsmitteln während der Werbeperioden deutlich, doch zeigt sie nicht, worin dieser Verkaufsanstieg besteht, der gegenüber anderen Herstellern erkämpft wurde. So könnte sich der Verkaufsanstieg bei Materialien aus Werbeverkäufen ganz einfach mit einem Bevorratungsphänomen aufseiten der Großhändler erklären lassen (oder der dieser Marke treuen Elektroinstallateure, welche die Materialien zu einem Niedrigpreis einkaufen, um sie dann erst später einzubauen), oder auch mit einer Art Verdrängungseffekt bei anderen Referenzartikeln desselben Herstellers (der Verkaufszuwachs bei einem Referenzartikel im Werbeverkauf erfolgt zum Nachteil der Verkaufszahlen anderer vergleichbarer Referenzartikel, die aber nicht im Werbeverkauf sind). Diese beiden Erklärungen werden übrigens weitgehend auch durch die von NERA verwendeten Daten nahe gelegt. Denn [...]*. Dies wäre also ein Hinweis für das Vorhandensein eines sehr ausgeprägten Treueverhaltens zur Marke.
499. In der Schlussfolgerung hält die Kommission also an ihrer Auffassung fest, dass in Einklang mit den Ergebnissen der Untersuchung ein erhebliches Treueverhalten zur Marke bei den Stromverteilerschalttafeln vorhanden ist, auf die sich die Einwände der Kommission erstrecken. Die Kommission unterstreicht jedenfalls, dass das Ausmaß der Treue ohne Folgen auf die Analyse der marktbeherrschenden Stellung ist. Denn wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, besteht die einzige Wirkung des Treueverhaltens darin, die Kosten für die Gewinnung neuer Kunden in die Höhe zu treiben und den Misserfolg einer weniger leistungsfähigen Marke zu verlangsamen. Denn wie weiter unten festgestellt wird, hängen die Gründe, aus denen das Zusammenschlussvorhaben eine marktbeherrschende Stellung schafft, vor allem mit dem unumkehrbaren Charakter der fusionierten Einheit und mit ihrer Fähigkeit zusammen, ihre bereits vorhandenen Marktpositionen noch weiter auszubauen und die Mitbewerber durch eine Neuausrichtung ihrer Marken und ihrer privilegierten Beziehungen zu den Großhändlern zu schwächen. Ein schwächer ausgeprägtes Treueverhalten würde die Kapazitäten der Mitbewerber, der fusionierten Einheit dauerhaft widerstehen zu können, reduzieren und damit also Gefahr laufen, die Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens noch zu beschleunigen oder zu verschärfen.

¹⁸⁰ S. 54 - Formular CO.

¹⁸¹ Antwort auf Artikel 11 des Fragebogens vom 28. Februar 2001, S. 11

Die Bedeutung der Marken

500. Die vorstehenden Erwägungsgründe erklären zwei weitere wichtige charakteristische Merkmale dieses Sektors : die Bedeutung von Marken und die Suche nach möglichst breitgefächerten Produktpaletten.
501. Die wichtigsten Hersteller verkaufen ihre Produkte unter einer oder unter mehreren Markennamen, und war je nach relevantem Land und Materialtyp. So hat jede der Parteien insgesamt mehr als zehn Marken von unterschiedlichem Umfang und geografischem Ausmaß. Diese Marken sind in Anhang 2 des vorliegenden Dokuments aufgeführt.
502. Die Ergebnisse der von der Kommission durchgeführten Untersuchung zeigen, dass die Marken ein wichtiges Element für den Wettbewerb zwischen der Herstellern darstellen. Den Erklärungen der Parteien zufolge¹⁸² ist die Marke ein wenig die Garantie für den gesamten Rest. Dieses Phänomen kann mit den Auswahlkriterien der Architekten, Elektroinstallateure, und Schalttafelbauer mit moderaten Betriebsgrößen erklärt werden. Es sind nämlich die Marken, welche die Beziehungen zwischen den Herstellern und ihren Kunden tragen, da sie allein Letzteren garantieren, dass jedes Produkt die Garantien bietet (an Sicherheit, leichter Einbaubarkeit etc.), die sie vorzufinden gewohnt sind.
503. Die relative Attraktivität der Marken ist das Ergebnis von kommerzieller Arbeit an Ort und Stelle, von Investitionen in Maßnahmen des Werbeverkaufs und der Beziehungspflege und von F&E-Anstrengungen, die den Elektroinstallateuren von den Herstellern zugebilligt werden. Die Bedeutung der Marken kann sich also auch aus dem Gegenwert dieser Ausgaben ergeben, die mitunter [10-30]*% (für kommerzielle Investitionen) und [0-20]*% (für die F&E) der Jahresverkäufe ausmachen können. Denn wie die internen Dokumente der Parteien bestätigen, kann damit wahrscheinlich auch erklärt werden, warum die Parteien den Überfluss der von ihnen gehaltenen Marken aufrechterhalten und ein Warenzeichen abschaffen, mit dem sie Gefahr laufen, das mit den Elektroinstallateuren gepflegte Treueverhältnis zu zerbrechen und den Profit aus den bisherigen Investitionen in die Beziehungspflege zu verlieren.
504. Die den Marken eingeräumte Bedeutung kann offenbar von einem Sektor zum anderen und von einem Hersteller zum anderen unterschiedlich sein. Ihre Rolle ist somit bei den Materialien deutlich ausgeprägter, die von den Elektroinstallateuren und den Schalttafelbauern mit moderater Betriebsgröße ausgewählt werden (d.h. für Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln oder auch für elektrische Betriebsmittel, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind), die in der Regel einer Marke treu sind, als bei den vorgeschriebenen Ausrüstungen (vor allem Gesamtverteilerschalttafeln), die von den großen Schalttafelbauern oder den Auftraggebern ausgestattet werden. Gleichfalls investieren die Hersteller je nach Typ der verkauften Ausrüstungen und je nach ihrer Marktposition (eher auf Wohngebäude oder Dienstleistungsgebäude oder im Gegenteil eher auf Industrieprojekte konzentriert) auch mehr oder weniger in ihre Marken.
505. Demzufolge zeigen die Ergebnisse der Untersuchung der Kommission, dass die Marke nach wie vor einer der wichtigsten Faktoren für die Auswahlentscheidung der Elektroinstallateure ist. Auch ist festzuhalten, dass die Bedeutung der Marken ein starkes

¹⁸² Antwort auf den Fragebogen vom 29. Juni (Frage 106).

Hemmnis für den Marktzugang oder die Diversifizierung des Marktes darstellt, da die Elektroinstallateure meistens nur die Produkte der Marken mit dem besten Ruf und dem besten Vertriebssystem auswählen und also Produkte von Herstellern, die sie nur schlecht kennen, meiden werden. So weist Legrand darauf hin¹⁸³, dass “die Hersteller, die keinen ausreichenden Ruf bei der Belieferung mit einer großen Produktpalette an Qualitätsprodukten aufzuweisen haben, langfristig beträchtlichen Nachteilen ausgesetzt sind, und zwar aufgrund der Zurückhaltung der Elektriker und der Auftraggeber, neue Produkte mit bisher nicht gekannter Leistungskraft zu testen”.

506. Dieser Nachfragemangel straft auch die neuen Akteure auf dem Markt in ihrem Verhältnis zu den Großhändlern, welche die Tendenz haben, diese Produkte nicht als Referenzartikel zu führen. So haben bestimmte Hersteller, wie z.B. Moeller¹⁸⁴, angegeben, dass der Zugang zu den Großhändlern ohne den Besitz einer anerkannten Marke nicht gelingen könne. Die Zurückhaltung der Großhändler, weniger bekannte Markenprodukte zu bevorraten, verschärft die Schwierigkeiten für neue Marktakteure, da sie die Verfügbarkeit ihrer Produkte und damit auch ihre Anziehungskraft auf die Elektroinstallateure vermindert.
507. Die Untersuchung der Kommission zeigt ebenfalls, dass das Ausmaß der von einem Hersteller angebotenen Produktpalette einen weiteren wichtigen Erfolgsfaktor darstellt. Dies wird übrigens von den Parteien bestätigt, die darauf hinweisen, dass man, (i) um im Sektor der Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln glaubwürdig zu sein, über ein komplettes Angebot an zu diesen Schalttafeln passenden Bauteilen (Kästen, Sicherungen, Trennschalter, Differenzialschutzsperrern, Bedienungsapparaturen etc.) verfügen muss, und dass (ii) es bei der aufgeteilten Elektroinstallation für die Hersteller notwendig ist, über komplette Produktpaletten zu verfügen. Jeder der großen Hersteller (wie Schneider, Legrand, ABB, Siemens und GE) bietet daher über 2 000 Referenzartikel an Bauteilen für Trennverteilerschalttafeln und über 5 000 Referenzartikel an Bauteilen für Endverteilerschalttafeln an. Die Produktkataloge der großen Hersteller von den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Materialien und von damit zusammenhängenden Ausrüstungen enthalten ebenfalls mehrere tausend Referenzartikel.
508. Die Antworten der Mitbewerber und der Großhändler legen nahe, dass die Hersteller gewillt sind, ihr Angebot aus mehreren Gründen zu erweitern. Einerseits handelt es sich darum, eine Antwort auf die Nachfrage der Großhändler zu finden, die zur Optimierung ihrer Kosten den Wunsch haben, die Anzahl ihrer Zulieferanten zu verringern oder zumindest die Hersteller vorzuziehen, die über ein umfangreiches Warensortiment verfügen. Andererseits ermöglicht es das Vorhandensein eines ausgedehnten Angebots, die Aufwendungen in einem viel größerem Umfang zu amortisieren, die von den Herstellern in Bezug auf Logistik (um die Verfügbarkeit der Produkte und geringe Lieferzeiten zu gewährleisten), Investitionen in die Verkaufsförderung oder Beziehungspflege (Schulungsmaßnahmen für Elektroinstallateure, Fachausstellungen etc.), ästhetische Kohärenz, F&E etc. gutgeheißen werden.
509. Auf dem Gebiet der Stromverteilerschalttafeln erklärt sich das unverzichtbare Merkmal einer kompletten Produktpalette auch aus der Tatsache, dass die Schalttafeln einer großen Anzahl von Konfigurationen genügen müssen, um an jede einzelne

¹⁸³ Legrand, Formblatt 20-F SEC.

¹⁸⁴ Moeller, Antwort auf den Fragebogen der Phase I.

Elektroinstallation angepasst werden zu können. Die Hersteller müssen sich also mit einer kompletten Produktpalette an Bauteilen (in Bezug auf Leistungsfähigkeit, Typ etc.) ausstatten. Was die Gesamt- und die Trennverteilerschalttafeln anbelangt, so können außerdem die von einem bestimmten Hersteller angebotenen Bauteile nicht immer angepasst oder leicht auf den Schalttafeln seiner Konkurrenten montiert werden. Angesichts der Spezifitäten jeder Marke (in Bezug auf Leistungsfähigkeit, Montagetechniken, Dimensionierung etc.) wäre es für die Schalttafelbauer und die Elektroinstallateure kostenträchtig, in Hersteller zu investieren (in Schulungs- und Ausbildungszeit etc.), deren Produkte keine Lösungsmöglichkeiten für die gesamte Angelegenheit bieten.

510. Genau wie die Marken stellt diese notwendige Ausweitung der Produktpalette ebenfalls ein Handelshemmnis für den Marktzugang und die Diversifizierung der Hersteller dar, da diese ihren Kunden von einem Augenblick auf den anderen ein umfassendes Warensortiment liefern müssen.

Die Handelshemmnisse beim Marktzugang

511. Ein neuer Akteur auf den betreffenden Märkten müsste von Null auf anfangen, um eine Nachfrage bewirken, Zugang zu den Großhändlern finden und dem Konkurrenzdruck der vorhandenen Mitbewerber widerstehen zu können.
512. Zusätzlich zu diesen Hindernissen müssten die neuen Akteure eine Reihe von spezifischen Hemmnissen überwinden. In erster Linie hat es den Anschein, dass ein neuer Akteur auf dem Markt unbedingt eine komplette Produktpalette anbieten können muss, um hoffen zu können, das Vertrauen einiger Elektroinstallateure und Schalttafelbauer zu erhalten, und um sich auch nur ansatzweise vorstellen zu können, eine Marktposition bei den Großhändlern einzunehmen.
513. Aus dieser Sicht der Dinge könnte ein etwaiger Neuzugang auf den Markt nur von einem Lieferanten ausgehen, der bereits in einem relevanten Land Fuß gefasst und den Wunsch hat, eine Diversifizierung bei den Trennverteiler- oder den Endverteilerschalttafeln vorzunehmen, oder auch von einem ausländischen Hersteller, der über eine komplette Produktpalette an Bauteilen für Trennverteiler- oder Endverteilerschalttafeln verfügt.
514. Die Untersuchung der Kommission zeigt auch, dass die erste Option nicht in Betracht gezogen werden kann. Beispielsweise zeigen die von den Parteien vorgelegten Daten, dass Investitionen in Höhe von [20-50]* Mio. € und Vorlaufzeiten von [1-5]* Jahren notwendig sind, um auf wettbewerbsfähige Art und Weise Miniaturtrennschalter oder Trennschalter mit gegossenem Gehäuse produzieren zu können. Bei den Trennverteilerschalttafeln scheinen die Schwierigkeiten aufgrund ihrer höheren technischen Ausstattung noch größer zu sein. So gibt Schneider an, dass die Fertigstellung seines letzten Trennschalters mit gegossenem Gehäuse fast [400-1 200]* Mio. € an Forschungs- und Entwicklungskosten bis zur Serienreife verursacht hat. Selbst unter der Annahme, dass der potenzielle neue Akteur auf diesem Markt bereits Aktivitäten auf benachbarten Märkten ausübt (indem er beispielsweise schon im Sektor der Trennverteilerschalttafeln präsent ist und sich vornimmt, auf dem Markt für Endverteilerschalttafeln tätig zu werden), müsste er Investitionen für die Anpassung oder Erweiterung seiner Produktionsgeräte tätigen und könnte diesen Markt erst nach Ablauf von mehreren Jahren wirklich betreten.
515. Die Untersuchung der Kommission bestätigt, dass der Marktzugang eines ausländischen Lieferanten nicht in Betracht gezogen werden kann. In diesem Fall befinden sich die

Hemmnisse für den Marktzugang nicht so sehr aufseiten der Produktion als vielmehr aufseiten der Nachfrage. Wie bereits weiter oben erklärt wurde, bestünde die Schwierigkeit für den neuen Akteur auf dem Markt im Entfachen der Nachfrage in diesem Land und in der Erlangung eines ausreichenden Zugangs zu den Großhändlern. Den Parteien zufolge beginnt ein neuer Akteur auf dem Markt in der Praxis in der Regel mit dem Direktverkauf an die Schalttafelbauer, um eine Nachfragesituation zu schaffen, die es ihm dann ermöglicht, den Großhändlern Angebote zu unterbreiten, die seine Angebotspalette dann nach und nach übernehmen. Dieser sequenzielle Charakter bedeutet, dass ein derartiger Marktzugang im Bereich der Endverteilerschalttafeln wenig gangbar ist, da diese Produkte im Wesentlichen von den Elektroinstallateuren ausgewählt werden, die ihrer vorhandenen Marke treu sind und eine sofortige Verfügbarkeit der Produkte verlangen (was somit den vorherigen Zugang zu den Großhändlern voraussetzt). Dies zeigt, dass ein potenzieller neuer Akteur selbst bei den Endverteilerschalttafeln nicht in der Lage wäre, vor Ablauf einer beachtlichen Anzahl von Jahren einem mächtigen Wettbewerbsdruck Stand zu halten.

516. In ihrer Erwiderung beziehen sich die Parteien auf den jüngsten Eintritt von Gewiss auf den Markt der Endverteilerschalttafeln, und zwar als Gegenbeispiel zu der soeben dargestellten Analyse. Die Kommission ist der Auffassung, dass dieses Beispiel die Bedeutung von Handelshemmnissen beim Marktzugang nicht in Frage stellt. Denn zum einen hat sich Gewiss dank seiner bereits soliden Marktpositionen im Bereich der aufgeteilten Elektroinstallation in Italien erweitert. Ausgehend von einem bereits vorhandenen Kundenstamm und einer bereits weitgehenden Verwurzelung bei den Großhändlern musste dieses Unternehmen also nicht die weiter oben beschriebenen wesentlichen Hemmnisse beim Marktzugang überwinden und hielt also die besseren Trümpfe in der Hand, die für einen Eintritt auf den Markt der Verteilerschalttafeln in Betracht kommen. Außerdem konnte es sich von konzeptions- oder produktionsrelevanten Sachzwängen befreien, indem es sich mit bestimmten Materialien (vor allem Trennschaltern) bei ABB eindeckte. Doch trotz dieser privilegierten Situation kommt Gewiss nicht über [0-10]* % der Verkaufszahlen bei Miniaturtrennschaltern für Endverteiler- oder Trennverteilerschalttafeln in Italien. Dieses Beispiel bestätigt also, dass es selbst für fest etablierte Mitbewerber unmöglich ist, vor Ablauf einer großen Anzahl von Jahren einen wesentlichen Konkurrenzdruck auszuüben. Daraus kann man das Ausmaß der Schwierigkeiten ableiten, die auf einen neuen Akteur auf dem Markt warten, der eine weniger günstige Ausgangssituation hat.

Die geringe Preissensibilität auf der Nachfrageseite

517. Auch der Bericht¹⁸⁵ von Crédit Suisse First Boston führt aus, und interne Dokumente der Parteien bestätigen dies¹⁸⁶, dass die Nachfrage nach elektrischen Betriebsmitteln hauptsächlich von Bau- oder Renovierungsprojekten in der Industrie, dem Dienstleistungssektor und dem Wohnungsbau abhängt. Denn die Entscheidung über den Beginn derartiger Projekte wird nicht durch die Preise für elektrische Betriebsmittel beeinflusst. Zum einen stellt die Elektroinstallation oftmals nur einen moderaten Teil der Gesamtkosten des Projekts dar (angesichts der Kosten für Maurer-, Maler-, Heizungs-/Wasserinstallationsarbeiten etc.). Zum anderen machen die elektrischen Betriebsmittel häufig nur 20% der Gesamtkosten der Elektroinstallation aus (die restlichen 80% sind hauptsächlich Arbeitskosten). Eine Erhöhung der gesamten Preise für elektrische

¹⁸⁵ Bericht von Crédit Suisse First Boston über Legrand (11. September 2000).

¹⁸⁶ Legrand, Mittelfristige Planungen, und Schneider, Dreijahresplanungen.

Betriebsmittel hätte also nur schwache (bzw. keinerlei) Auswirkungen auf die Nachfrage nach diesen Materialien.

518. Die Parteien bestreiten diese geringe Preissensibilität auf der Nachfrageseite in ihrer Erwiderung. Sie begründen dies mit den Ergebnissen der von der Kanzlei NERA durchgeführten Untersuchung, die zeigt, dass der Beginn einer Verkaufswerbung für ein bestimmtes Material zu einem erhöhten Verkauf dieses Materials führt (so zumindest während des Zeitraums der Werbemaßnahmen).
519. Die Kommission kann dieser Analyse nicht folgen. Zunächst stellt sie fest, dass die Parteien die Markt Elastizität (die beschreibt, inwieweit eine hypothetische Monopolstellung die Preise auf gewinnbringende Art und Weise in die Höhe treiben könnte) und die Kreuzelastizität zwischen den Herstellern (die beschreibt, inwieweit ein bestimmter Hersteller dem Konkurrenzdruck eines anderen bestimmten Herstellers unterliegt) miteinander verwechseln. Diese beiden Elastizitäten messen einen unterschiedlichen Konkurrenzdruck: Die Gesamtelastizität des Marktes bildet die Konkurrenz ab, die auf alle Produkte des Marktes durch Produkte von außerhalb dieses Marktes ausgeübt wird, und die Kreuzelastizität misst den Druck, der auf ein Produkt eines Marktes durch ein anderes Produkt dieses Marktes ausgeübt wird. Beispielsweise misst die Markt Elastizität für Trennschalter das Verhältnis von Trennschaltern, die im Falle einer Erhöhung des Preises für Trennschalter um 1% nicht mehr gekauft würden. Hingegen misst die Kreuzelastizität zwischen den Herstellern A und B das Verhältnis der Verkäufe, die A verloren gehen, wenn B seinen Preis für Trennschalter um 1% senkt. Bei Märkten mit differenzierten Produkten, wie dies hier der Fall ist, ist es vorbehaltlos möglich, dass sich die Gesamtelastizität sehr von der Kreuzelastizität zwischen den Herstellern unterscheidet. Die Argumente der Parteien in Bezug auf eine starke Kreuzelastizität beschränken also die Analyse der Kommission in Bezug auf die Gesamtelastizität des Marktes in keiner Weise.
520. Außerdem billigt die Kommission die Schlussfolgerungen nicht, welche die Parteien aus der von NERA durchgeführten Studie herleiten. Wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, beweist die Tatsache, dass Werbeverkäufe den Verkauf der betreffenden Materialien zeitweise ankurbeln, noch nicht, dass diese Verkäufe auch zu Lasten von Konkurrenten erzielt werden. Wie in den Absätzen 496 und 497 weiter oben ausgeführt wird, könnten andere mögliche und zweifelsohne auch wahrscheinliche Erklärungen in dem Phänomen der Bevorratung oder in der Verdrängung der anderen Produkte desselben Herstellers zu finden sein. Aufgrund der von NERA vorgelegten Daten kann also keine Schätzung der Kreuzelastizität zwischen den Herstellern vorgenommen werden.

C.1.2 Schneider und Legrand werden dank des Zusammenschlusses ein nicht zu umgehender Akteur auf den betreffenden Märkten

Die Marktanteile, die auf eine marktbeherrschende Stellung hinweisen

Die Methodik

521. Die Parteien behaupten, dass das Zusammenschlussvorhaben nicht zur Schaffung oder Stärkung einer marktbeherrschenden Stellung auf den Märkten für Trennverteiler- und Endverteilerschaltafeln führen wird. Insbesondere übersteigen den Parteien zufolge die Verkaufsanteile des neuen Gebildes nicht die Marke von [15-35]*% auf der

Gemeinschaftsebene und den maximalen Grenzwert von [35-55]*% auf der nationalen Ebene (in Frankreich).

522. Jedoch ist die Kommission der Auffassung, dass die von den Parteien vorgeschlagene Methodik der Berechnung der Marktanteile dazu führt, die realen Marktpositionen der Hersteller auf den relevanten Märkten stark zu unterschätzen.
523. Denn die Parteien haben die Marktanteile der Hersteller berechnet, indem sie die Beträge der Direktverkäufe der Hersteller an ihre Kunden (in der Hauptsache Großhändler und Schalttafelbauer) durch das Gesamtvolumen der Einkäufe von entsprechenden Produkten durch die Elektroinstallateure (d.h. die Kunden von Großhändlern und Schalttafelbauern) teilten. Es besteht also keine Homogenität zwischen Nenner und Zähler, da dieser den Anteil den Wertzuwachs umfasst, der den Schalttafelbauern und den Großhändlern zuzurechnen ist, wie auch den Betrag der verschiedenen Bauteile von Schalttafeln, die normalerweise nicht von den Herstellern angeliefert, sondern von den Schalttafelbauern eingebaut werden. Da diese Beiträge einen beträchtlichen Wert erreichen können ([10-30]*% bei den Großhändlern, [10-30]*% bei den Schalttafelbauern und [10-30]*% bei den verschiedenen Komponenten), führen sie zu einer erheblichen Unterschätzung der Marktanteile der Hersteller und müssen also aus dem Gesamtwert des Marktes herausgenommen werden. Eine derartige Methode führte zu dem absurden Ergebnis, dass ein hypothetischer Monopolist auf der Ebene der Produktion von Schlüsselbauteilen (z.B. von Miniaturtrennschaltern) nicht den Marktanteil von 100% zugeordnet bekäme, sondern seinen Marktanteil mit seinen Kunden "teilte".
524. Auf Nachfrage der Kommission haben die Parteien dann korrigierte Schätzungen zu den Marktanteilen vorgelegt, in denen der Wertzuwachs und die Margen der nachgelagerten Akteure (Großhändler und Schalttafelbauer) wie auch die Beträge für die vom Hersteller nicht gelieferten Bauteile herausgenommen waren.
525. Die Parteien haben auch vorgeschlagen, auch die Verkäufe im gesamten Marktvolumen zu verbuchen, die von bestimmten vertikal integrierten Herstellern (ABB und Siemens) in ihrer Eigenschaft als Elektroinstallateure oder Schalttafelbauer getätigt wurden. Die Kommission kann dieser Auffassung nicht folgen und vertritt im Gegenteil die Meinung, dass diese Verkäufe weder in die Berechnung des gesamten Marktvolumens noch in die der Marktanteile der betreffenden Akteure einfließen dürfen. Zunächst sind diese Zahlen nicht gleichartig mit denen der anderen Verkäufe und rufen daher wieder die von den Parteien mit ihren anfänglichen Rechnungen eingeführte Schiefe hervor; man hätte schon die internen Verkäufe der betreffenden Unternehmen berücksichtigen müssen. Ferner, selbst unter der Annahme, dass die Parteien die internen Verkäufe der betreffenden Dritten korrekt verbucht haben, entsprechen solche Verkäufe Produkten, die nicht auf den Markt gebracht wurden und für die auch keine Konkurrenz vorhanden war. Da die internen Verkäufe keinen realen Marktbedingungen unterlagen, haben sie keinerlei Auswirkungen auf die Marktmacht der Hersteller auf dem "freien" Markt. Die Einbeziehung dieser Verkäufe spiegelt also nicht die Marktmacht der Hersteller wider. Dies führte also zu einer Unterbewertung der Marktmacht, welche die Hersteller effektiv auf ihre Direktkunden ausüben können.
526. Die Kommission hat übrigens versucht, den Umfang der internen Verkäufe zu überprüfen, die ABB und Siemens von den Parteien in ihrer Schätzung der Marktanteile zugerechnet werden. Den Parteien zufolge belaufen sich diese integrierten Verkäufe auf etwa [400-1 200]* Mio. € für jedes dieser beiden Unternehmen. Diese Zahlen dürften nicht unbereinigt in die Berechnungen der Marktanteile einbezogen werden, da sie den Parteien zufolge Umsätze aus den Verkäufen auf der Ebene der Elektroinstallateure

darstellen. Man müsste also die Arbeitskosten (etwa 80%), die Wertschöpfung des Schalttafelbauers (15% des Saldos) und die Vertriebsmarge (20% des Saldos) in Abzug bringen, um einen homogenen Wert in die Berechnungen des Marktanteils einbeziehen zu können. So sind die von den betreffenden Unternehmen vorgelegten Zahlen über interne Verkäufe deutlich niedriger und führen nicht zu einer beachtlichen Änderung der Marktanteile, die unter Weglassung der internen Verkäufe und so wie unten dargestellt berechnet wurden.

527. Bei der Anhörung hat ein Vertreter von Siemens angegeben, dass die internen Verkäufe seines Unternehmens weniger als 5% des Unternehmensumsatzes in Bezug auf Stromverteilerschalttafeln ausmacht. Die vertraulichen Daten bezüglich der internen Verkäufe, die von den anderen Dritten im Laufe der Untersuchung der Kommission vorgelegt wurden, stimmen mit dem Wert von 5% ebenfalls überein. Ebenso entspricht die von den Parteien vorgelegte Schätzung über die Umsätze aus den integrierten Verkäufen ihrer Konkurrenten in Höhe von [400-1 200]* Mio. € etwa [50-100]* Mio. € an internen Verkäufen (bei Abzug der Arbeitskosten, der Wertschöpfung des Schalttafelbauers und der Vertriebsmargen). Denn die Parteien schätzen den Umfang der Märkte für Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln in Europa (unter Abzug der Wertschöpfung der Schalttafelbauer und der Vertriebsmargen) auf etwa [2 000 – 4 000]* Mio. €. Das Verhältnis zwischen internen Verkäufen und Marktumfang hat so, wie es von den Parteien eingeschätzt wird, also eine Größenordnung von [0-10]* %, was vom Betrag her mit der von Siemens vorgelegten Schätzung übereinstimmt.
528. Die Schlussfolgerungen in Bezug auf die Marktanteile werden durch die Berücksichtigung dieser internen Verkäufe nicht berührt. So fiel, bei einer sehr großzügigen Annäherungsschätzung, dass nur Schneider und Legrand keine internen Verkäufe zu verzeichnen hätten, und dass alle übrigen Akteure auf dem Markt [0-10]* % ihrer Verkäufe innerhalb ihrer Unternehmensgruppe tätigten, und ferner bei der Einbeziehung dieser internen Verkäufe in das gesamte Marktvolumen der kombinierte Marktanteil des fusionierten Unternehmensgebildes in jedem der relevanten Märkte um maximal 3 Punkte. Dies berührt das hohe Niveau dieser Marktanteile nur marginal und ändert in materieller Hinsicht nichts am relativen Umfang des fusionierten Unternehmensgebildes gegenüber seinen Konkurrenten.
529. Angesichts dieser Ausführungen ist die Kommission der Auffassung, dass die Marktanteile allein auf der Grundlage der externen Verkäufe der Parteien und ihrer Konkurrenten an ihre Direktkunden berechnet werden müssen. Das Marktvolumen (und die entsprechenden Verkäufe der Akteure auf dem Markt) darf also weder die internen Verkäufe der vertikal integrierten Hersteller noch die Wertschöpfung oder die entsprechende Marge einbeziehen, die den jeweiligen Tätigkeiten (Einbau der Schalttafel, Leistungen der Großhändler) entsprechen, die denen der Hersteller nachgelagert sind. Auf dieser Grundlage sind dann auch die Marktanteile berechnet, die in allen folgenden Ausführungen des vorliegenden Papiers verwendet werden.

Die Trennverteilerschalttafeln

530. Was die Trennverteilerschalttafeln und ihre Bauteile (Trennschalter mit Panzergehäuse, Miniaturtrennschalter und Elemente von Schaltkästen) anbelangt, so schafft das Zusammenschlussvorhaben zusätzliche Marktanteile nur in Frankreich, Italien und Norwegen als einzigen Ländern, in denen Legrand präsent ist.

531. Die folgende Tabelle 27 enthält die Schätzungen der Parteien zu den Verkaufsgrundlagen für Trennschalter mit Panzergehäuse, Miniaturtrennschalter und Schaltkästen.

Tabelle 27

Zahlen für 2000	Trennschalter mit Panzergehäuse (%)				Miniaturtrennschalter (%)				Schaltkästen (%)			
	F	IT	N	EW R	F	IT	N	EW R	F	IT	N	EWR
Schneider	[60-70]*	[30-40]*	[20-30]*	[30-40]*	[60-70]*	[20-30]*	[0-10]*	[30-40]*	[30-40]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
Legrand	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[20-30]*	[0-10]*	[0-10]*
S + L	[60-70]*	[40-50]*	[20-30]*	[30-40]*	[70-80]*	[40-50]*	[0-10]*	[30-40]*	[50-60]*	[40-50]*	[20-30]*	[20-30]*
Hager	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Siemens	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*
ABB	[0-10]*	[20-30]*	[30-40]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[50-60]*	[20-30]*	[0-10]*	[20-30]*	[50-60]*	[10-20]*
GE	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*

Quelle : E-Mail der Parteien vom 25. Juli 2001.

532. Wenn auch in der Regel niedriger, so sind diese Zahlen kohärent mit den Marktanteilen der Parteien, die auf der Grundlage eines Marktes geschätzt wurden, dessen Umfang anhand der Verkäufe der von ihnen als Marktakteure festgelegten Dritten berechnet wurde; die Zahlen wurden als Antwort im Rahmen der Untersuchung der Kommission vorgelegt.

533. Aus diesen Schätzungen der Marktanteile ergibt sich, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben dem kombinierten Unternehmensgebilde eine sehr starke Position auf den französischen und den italienischen Märkten für Trennschalter mit Panzergehäuse, Miniaturtrennschalter und Schaltkästen für Trennverteilerschalttafeln verschaffen würde, und zwar mit etwa [70-80]* % bzw. [40-50]* % der betreffenden Märkte. Abgesehen von den in Tabelle 27 aufgeführten Konkurrenten stünde das kombinierte Unternehmensgebilde einer zerstreuten Konkurrenz vonseiten der Schalttafelbauer gegenüber. Diese kombinierte Unternehmenseinheit hätte auch eine Vormachtstellung auf der europäischen Ebene, und zwar mit seinen leicht unter [40-50]* % liegenden Verkaufsanteilen bei Panzerschaltern und bei Miniaturtrennschaltern.

Die Endverteilerschalttafeln

534. Das Zusammenschlussvorhaben schafft zusätzliche Marktanteile in allen Mitgliedstaaten. Jedoch hat es den Anschein, dass dieses Vorhaben Wettbewerbsschwierigkeiten nur in fünf Ländern aufwirft (Frankreich, Italien, Dänemark, Spanien und Portugal). Die Marktanteile der Parteien und ihrer Konkurrenten in diesen Ländern (und auf der Ebene der Gemeinschaft) können folgendermaßen zusammengefasst werden :

Tabelle 28

Zahlen für 2000	Miniaturtrennschalter (%)						Differenzialschutzsperrern (%)						Verteilerkästen (%)					
	P	SP	F	IT	Dk	EW R	P	SP	F	IT	Dk	EW R	P	SP	F	IT	Dk	EW R
Schneider	[30-40]*	[40-50]*	[40-50]*	[0-10]*	[30-40]*	[20-30]*	[30-40]*	[40-50]*	[40-50]*	[10-20]*	[30-40]*	[20-30]*	[30-40]*	[40-50]*	[40-50]*	[0-10]*	[30-40]*	[10-20]*
Legrand	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[40-50]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[40-50]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[20-30]*	[0-10]*	[0-10]*
S + L	[40-50]*	[50-60]*	[70-80]*	[50-60]*	[40-50]*	[40-50]*	[40-50]*	[50-60]*	[70-80]*	[50-60]*	[40-50]*	[30-40]*	[40-50]*	[50-60]*	[70-80]*	[30-40]*	[40-50]*	[20-30]*
Hager	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[0-10]*	[20-30]*	[20-30]*
Siemens	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*
ABB	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
GE	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*

Quelle : Schätzungen der Parteien.

535. Wenn auch in der Regel niedriger, so sind diese Zahlen kohärent mit den Marktanteilen der Parteien, die auf der Grundlage eines Marktes geschätzt wurden, dessen Umfang anhand der Verkäufe der von ihnen als Marktakteure festgelegten Dritten berechnet wurde; die Zahlen wurden als Antwort im Rahmen der Untersuchung der Kommission vorgelegt.

536. Daraus geht hervor, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben zur Schaffung von sehr starken Marktpositionen auf den Märkten für Miniaturtrennschalter, Differenzialschutzsperrern und Verteilerkästen für Endverteilerschalttafeln in Portugal und in Dänemark führen wird und die bereits bestehenden Marktpositionen mit Vormachtstellung von Schneider in Spanien und Frankreich und von Legrand in Italien weiter stärken wird.

Die Netzanschlusstrennschalter

537. Wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, gelten für die Verwendung von Netzanschlusstrennschaltern andere Erwägungsgründe (hauptsächlich das Zählen des Verbrauchs und die Verhinderung von Diebstahl von elektrischem Strom), und so ist

diese Vorrichtung auch nur in einigen Mitgliedstaaten erforderlich. In der Praxis führt das Zusammenschlussvorhaben für diesen Bauteiletyp nur in Frankreich und in Portugal zu zusätzlichen Marktanteilen. Diese zusätzlichen Marktanteile sind in folgender Tabelle 29 aufgeführt. Die Schlumberger zugeteilten Marktanteile werden dem kombinierten Unternehmensgebilde zugerechnet, da die von Schlumberger verkauften Produkte von einem Unternehmen, nämlich Serd, hergestellt werden, das von Legrand kontrolliert wird, in dem Schlumberger eine Minderheitsbeteiligung von [30-40]*% hält. Außerdem ist festzuhalten, dass die von Hager in Frankreich verkauften Produkte allem Anschein nach von Letzterem bei Schneider eingekauft werden.¹⁸⁷

Tabelle 29

Netzanschlusstrennschalter		
	Por	Fr
Schneider	[30-40]*	[40-50]*
Legrand	-	[30-40]*
Schlumberger	[20-30]*	[10-20]*
S + L	[60-70]*	[90-100]*
Hager	-	[0-10]*
GE	[30-40]*	-

Quelle : Schätzungen der Parteien.

Die Analyse auf der Ebene der “ Lösungen ”

538. Wie bereits weiter oben dargestellt wurde, verändert eine Untersuchung auf der Ebene der gesamten Bauteile, die zu einem bestimmten Typ von Schalttafel notwendig sind, also auf der Ebene von “ Lösungen ”, wie sie von den Parteien beschrieben werden, nicht wesentlich die auf der Ebene eines jeden Bauteils ausgearbeiteten Schlussfolgerungen. Denn auf der Ebene der Lösungen können die Marktanteile der Parteien und ihrer Konkurrenten folgendermaßen zusammengefasst werden :

Tabelle für die Marktanteile bei Lösungen

	Trennverteilerschalttafeln				Endverteilerschalttafeln					
	F	IT	N	EW R	P	SP	F	IT	Dk	EWR
Schneider	[40-50]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[30-40]*	[40-50]*	[40-50]*	[0-10]*	[30-40]*	[20-30]*
Legrand	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]* ^e l	[0-10]*	[20-30]*	[40-50]*	[0-10]*	[10-20]*
S + L	[50-60]*	[30-40]*	[10-20]*	[20-30]*	[40-50]*	[50-60]*	[70-80]*	[40-50]*	[40-50]*	[30-40]*
Hager	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[0-10]*	[20-30]*	[20-30]*
Siemens	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*

¹⁸⁷ E-Mail der Parteien vom 28. Februar 2001.

ABB	[0-10]*	[20-30]*	[40-50]*	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
GE	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*

Quelle : Angaben der Parteien

539. Bei den Endverteilerschalttafeln sind die Marktanteile der Lösungen genau so hoch wie die der Bauteile. Bei den Trennverteilerschalttafeln sind die Marktanteile der Lösungen geringfügig niedriger als die der Bauteile. Es ist jedoch festzuhalten, dass obige Schätzungen bezüglich der Trennverteilerschalttafeln den realen Marktanteil des fusionierten Unternehmensgebildes unterbewerten. Denn diese Zahlen, die von den Parteien vorgelegt wurden, sind auf der Grundlage von Aggregaten errechnet, die Elemente enthalten, die normalerweise von den Herstellern von elektrischen Betriebsmitteln für den Niederspannungsbereich nicht produziert werden. Diese Elemente stellen [20-30]* % des Wertes (vor der Wertschöpfung) einer Schalttafel dar. Sobald dieser verzerrende Faktor beseitigt ist, sind die Marktanteile auf der Ebene der Schalttafel kohärent mit denen, die für oben stehenden Komponenten errechnet wurden.

Die Erlangung einer Position von nicht zu übertreffender Marktmacht

540. Durch das angemeldete Zusammenschlussvorhaben wird der Unternehmensverbund Schneider / Legrand die Position einer nicht zu übertreffenden Marktmacht erlangen, und zwar zugleich aufgrund seines relativen Umfangs auf den relevanten Märkten, der Beseitigung eines Wettbewerbsmotors durch die auf bestimmten Märkten verschwindende Rivalität zwischen Schneider und Legrand, und des Entstehens von Marktführungspositionen auf den anderen Märkten, aber auch aufgrund des Sortiments an Produkten, der geografischen Abdeckung und der Gesamtheit der Marken, die ihm zur Verfügung stehen.

541. In das Erbe des fusionierten Gebildes fallen auch alle Wettbewerbsvorteile seiner Mütter, so insbesondere der Ruf ihrer Marken, die Weite ihrer Produktpaletten und die Qualität ihrer Beziehungen zu den Elektroinstallateuren und den nationalen Großhändlern. Alle diese Faktoren verstärken noch die Treue der Elektroinstallateure und Schalttafelbauer und bewirken, dass das fusionierte Gebilde auf diesen Märkten nicht mehr zu umgehen ist, und sie begründen um so mehr Hindernisse für die Entwicklung von konkurrierenden Marken und für den Markteintritt neuer Hersteller.

Ein Unternehmensgebilde von einem nicht zu übertreffenden Umfang

542. Die von den Parteien vorgelegten Daten zeigen, dass der Unternehmensverbund in absoluten und relativen Zahlen eine sehr starke Marktposition in Bezug auf den Umfang der unmittelbaren Konkurrenten haben wird. Auf den Märkten der Trennschalter für Trennverteilerschalttafeln wird der Marktanteil des fusionierten Gebildes sieben mal so hoch sein wie der seines unmittelbarsten Konkurrenten in Frankreich, nämlich GE. Dieses Verhältnis beliefe sich in Italien auf fast zweimal so hoch wie der des zweitwichtigsten Akteurs, nämlich ABB. Auf den Märkten der Bauteile für Endverteilerschalttafeln wäre der Unternehmensverbund in Portugal und in Dänemark fast zwei mal so groß wie das zweitgrößte Unternehmen, in Frankreich und Italien fast drei mal so groß und in Spanien viermal so groß.

543. Die obigen Tabellen über die Marktanteile zeigen auch, dass in den meisten Fällen die eine oder die andere Partei schon vor dem Zusammenschlussvorhaben sehr wichtige Marktanteile hielt. So ist Legrand der unangefochtene Marktführer bei den

Endverteilerschalttafeln in Italien, während Schneider einen sehr deutlichen ersten Platz in Spanien (bei den Trennverteiler- und den Endverteilerschalttafeln zugleich) und in Frankreich einnimmt. Dieses Phänomen tritt noch deutlicher bei den Endverteilerschalttafeln in Frankreich auf, wo Schneider und Legrand das erst- bzw. das zweitgrößte (gleichauf mit Hager) Verkaufsvolumen haben.

544. Daraus ergibt sich, dass dieses Zusammenschlussvorhaben trotz der erheblichen Überschneidungen zwischen Schneider und Legrand nicht als eine Fusion von zwei Akteuren mittleren Umfangs zu analysieren ist, die unvermittelt den ersten Platz in diesem Sektor erlangen, sondern viel eher als erhebliche Stärkung des bereits vorhandenen Marktführers (im Wege des Erwerbs von Marken und zusätzlichen Geschäftsaktivitäten) und als Eliminierung eines unmittelbaren Konkurrenten.

Das Verschwinden der Rivalität zwischen Schneider und Legrand und das Auftauchen eines unanfechtbaren Marktführers auf den relevanten Märkten

545. Bereits vor dem Zusammenschlussvorhaben stellt die eine oder die andere Partei den Referenzwert im Wettbewerb auf den relevanten Märkten dar. Dies ist insbesondere der Fall bei Schneider in Dänemark, Spanien, Portugal und Frankreich (bei den Trennverteiler- und den Endverteilerschalttafeln sowie ihren Bauteilen) und bei Legrand in Italien. Es hat auch den Anschein, dass die am wenigsten starke Partei ebenfalls beträchtliche Marktpositionen auf diesen Märkten hält, dass sie dort einen guten Ruf genießt und privilegierten Zugang zu den wichtigsten internationalen Großhändlern hat. Dies ist insbesondere der Fall bei Legrand in Frankreich, wo dieses Unternehmen sehr erhebliche Marktpositionen auf anderen Märkten für Niederspannungsprodukte hält. In dieser Entscheidung wird somit festgestellt, dass Legrand bereits marktbeherrschende Stellungen auf den Märkten von Steckdosen und Trennschaltern, wasser-/luftdichten Apparaturen, Klemm- und Zweigleitungsmaterialien und autonomen Notbeleuchtungsblöcken hat. Die Zugangsbedingungen zum Vertrieb und die Anerkennung als Marke im Bereich der elektrischen Schalttafeln wurde Legrand durch die Anlehnung dieser Tätigkeiten an seine Marktpositionen auf letztgenannten Märkten erleichtert. Umgekehrt stellt Legrand in seiner mittelfristigen Planung für Frankreich fest [...]*

546. Das Zusammenschlussvorhaben wird seine Marktpositionen noch weiter festigen. Somit ist offensichtlich, dass das Zusammenschlussvorhaben es dem fusionierten Unternehmensgebilde durch die Kombination der Tätigkeiten der beiden Parteien ermöglichen wird, seinen beherrschenden Einfluss auf den Markt zu verstärken und den Abstand zu vergrößern, indem es seine nächsten Konkurrenten noch weiter hinter sich zurücklässt. Der Zusammenschluss von Schneider und Legrand beseitigt auch den Wettbewerb zwischen diesen beiden Unternehmen, deren Rivalität das zentrale Element des Wettbewerbs in den betreffenden Ländern zu sein schien.

547. In Frankreich beispielsweise scheint die Konkurrenz zwischen Schneider und Legrand bei den Trennverteiler- und den Endverteilerschalttafeln besonders lebhaft zu sein, da den internen Dokumenten¹⁸⁸ von Legrand zufolge Schneider (traditionell auf Dienstleistungs- und Industriegebäude ausgerichtet) jetzt mehr darauf abstellt, das Wohnraumsegment zu erobern und dabei Legrand zu verdrängen. Da Schneider und Legrand die beiden Hauptlieferanten von Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln in

¹⁸⁸ Legrand, Mittelfristige Planungen.

Frankreich sind, bedingt die Intensität der Konkurrenz zwischen diesen beiden Unternehmen weitgehend auch die Intensität der Konkurrenz auf allen diesen Märkten. Dies trifft um so mehr zu, als Legrand dank seiner Positionen auf den Märkten der Letztverbraucherapparaturen über die Anerkennung als Marke und den privilegierten Zugang zum Vertriebssystem in Frankreich verfügt. Beispielsweise beschreibt Legrand die Tatsache, dass das Unternehmen "über andere Produkte bei den Elektroinstallateuren sehr präsent ist", als "Ankerplatz".¹⁸⁹ Die Untersuchung der Kommission zeigt, dass es in Portugal ähnliche Folgen gibt: Die Dokumente von Legrand zeigen [...]*

548. Parallel gestattet der Zusammenschluss dem fusionierten Unternehmensgebilde, die Position eines unbestreitbaren Marktführers auf den Märkten für Bauteile von Endverteilerschalttafeln in Portugal und in Dänemark zu erreichen, wo beide Unternehmen mit einer nicht zu vernachlässigenden Konkurrenz (bezüglich der Marktanteile) vonseiten dritter Unternehmen konfrontiert waren.
549. Schließlich stärkt das angemeldete Zusammenschlussvorhaben noch die bereits vorhandene Vormachtstellung des einen oder des anderen Unternehmens auf den Märkten für Bauteile von Trennverteilerschalttafeln in Frankreich und in Italien und auf den Märkten des Verkaufs von Bauteilen für Endverteilerschalttafeln in Spanien, Frankreich und Italien.

Der Unternehmensverbund verfügt über ein vollständiges Produktsortiment und über eine unerreichte geografische Abdeckung

550. Bereits vor dem vorgeschlagenen Zusammenschlussvorhaben verfügte jede der Parteien über ein sehr großes Produktsortiment im Sektor der elektrischen Betriebsmittel im Niederspannungsbereich. Sie hielten meistens sehr beachtliche Marktpositionen bei bestimmten Produkten und in bestimmten geografischen Zonen. So würde das angemeldete Zusammenschlussvorhaben den Parteien die Möglichkeit geben, die starken Marktpositionen von Schneider in den nordischen Ländern bei elektrischen Betriebsmitteln, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind, mit den Marktpositionen von Legrand im Süden Europas zu kombinieren. Ebenso bringt Schneider seine starke Präsenz in allen Kategorien von Stromverteilerschalttafeln mit und dockt sie an die starke Präsenz von Legrand im gesamten Bereich der nachgelagerten Produkte an.
551. Nach dem angemeldeten Zusammenschlussvorhaben gäbe es also nur noch zwei Länder im EWR (Deutschland und Finnland), in denen der Unternehmensverbund nicht über eine Vormachtstellung verfügte. Ganz allgemein ist auch darauf hinzuweisen, dass Schneider erklärt, weltweit Platz zwei bei den elektrischen Betriebsmitteln im Niederspannungsbereich einzunehmen, während Legrand sich als weltweiter Marktführer im Vertrieb von elektrischen Produkten für den Letztverbraucher bezeichnet. Die folgende Tabelle veranschaulicht die Macht des Unternehmensverbundes auf allem Märkten für elektrische Betriebsmittel im Niederspannungsbereich.

Tabelle 30

	Gesamtve rteilersch	Trennver teilerscha	Endvertei lerschaltt	Kabelträ ger	Vorgefert igte	Letzverbr aucherpr	Zweigleit ungs- und	Raumgest alterische
--	------------------------	------------------------	-------------------------	-----------------	-------------------	-----------------------	------------------------	------------------------

¹⁸⁹ Legrand, Dreijahresplanungen.

	alttafeln (DFI)	lttafeln (DBM)	afeln		Kanalisationssysteme	odukte	Klemmpr odukte	Vernetzu ngsbauetei le
Österreich	*****	***	*	-	*****	**	-	***
Belgien	*****	*****	***	*	*****	**	-	***
Deutschland	*	-	-	-	***	-	-	-
Dänemark	***	****	****	**	*****	*****	*****	*
Spanien	****	*****	*****	-	****	***	*	**
Frankreich	*****	*****	*****	-	*****	*****	*****	****
Finnland	*	***	**	-	**	***	**	**
Griechenland	*	**	**	-	*****	*****	-	*
Italien	***	****	****	**	**	*****	**	*
Irland	***	***	**	-	*****	*	-	-
Niederlande	****	***	**	***	****	-	-	*
Portugal	***	***	****	-	*****	****	-	*****
Vereinigtes Königreich	*****	****	***	****	*	*	-	**
Schweden	**	***	***	*****	*****	****	***	*****
Norwegen	**	**	**	****	**	****	*****	*****

Legende : Ein Stern (*) bedeutet einen Verkaufsanteil von 10-20% und so weiter bis zu fünf Sternen (*****), die zusammen einen Verkaufsanteil von über 50% darstellen.

Quellen: Marktanteile für 1999, von den Parteien im Formular CO und später vorgelegt.

552. Festzuhalten ist die sehr starke Position, welche die Parteien auf allen französischen Märkten erwerben würden, und zwar mit Verkaufsanteilen von über [40-60]*% auf den gesamten Märkten mit Ausnahme der Kabelträger und der raumgestalterischen Vernetzungsbauteile (die gleichwohl über [40-60]*% liegen). Keiner der Konkurrenten von Schneider / Legrand verfügte über ein derartiges Produktsortiment und über eine derartige geografische Abdeckung mit starkem Positionen auf den relevanten Märkten. Allein ABB wäre in der Lage, ein Produktsortiment und eine geografische Abdeckung vorzulegen, die in etwa vergleichbar sind.

553. Von den anderen Herstellern sind nur Siemens und Hager auf mehreren geografischen Produktmärkten im EWR präsent. Alle anderen Konkurrenten sind entweder lokale Akteure oder Nischenakteure, meist auf den Märkten für elektrische Ausrüstungen, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind.

Der Unternehmensverbund verfügt über eine nicht zu übertreffende Gesamtheit von Marken

554. Die Macht des einen und/oder des anderen der Parteien auf jeglichem Markt erklärt sich meistens aus der Stärke ihrer Marken. Nach den eigenen Angaben der Parteien¹⁹⁰, "besitzen wir ein Sortiment an imposanten und diversifizierten Marken. Außerdem haben unsere beiden Unternehmensgruppen gezeigt, dass sie die wirklich fähig sind, mehrere Marken zu bewirtschaften, und zwar immer unter dem Gesichtspunkt, nahe am Markt zu bleiben, und sie sind es daher gewohnt, aus diesen Marken mit Nachdruck Kapital zu machen."

¹⁹⁰ Informationstagung von Schneider Electric/Legrand, 15. Januar 2001.

555. In qualitativer Hinsicht unterliegt das Image der Marken von Schneider und von Legrand keinerlei Zweifel. Für Italien, wo das Unternehmen die Marken von Legrand und vor allem von Bticino nutzt, bezeichnet Legrand¹⁹¹ “das Image der Marke Bticino”, “die Synergie beim Einsatz der Marken von Legrand und Bticino” und “das Image der Marke und [das]* Vertrauen in dieses Unternehmen und sein Produkt” als drei seiner wichtigsten Stärken. Für Spanien erinnert Schneider¹⁹² daran, dass seine Marke Eunea Merlin Gerin bereits “ein wichtiger Akteur” des Marktes ist, und dass sie immer noch weiter über “das Markenimage, das sich auf Schneider stützt”, gefestigt werden kann. Für Frankreich schließlich gibt Legrand an, dass eine seiner Hauptstärken in seiner “allgemeinen Bekanntheit” liegt. Der Bekanntheitsgrad und das Markenimage der Parteien haben durch ihre Präsenz auf den wesentlichen Teilen des Sektors der elektrischen Niederspannungsprodukte offensichtlich noch zugenommen, wie dies durch vorstehende Tabelle 30 veranschaulicht wird.
556. Die internen Dokumente der Parteien¹⁹³ zeigen, dass der gute Ruf einer Marke für sich genommen schon einen bedeutenden Konkurrenzvorteil darstellen kann. Dies scheint insbesondere der Fall in Italien zu sein, wo “sich der Markt auf die drei führenden Marken (Bticino, ABB und Merlin Gerin) zu konzentrieren scheint”, wie auch auf Frankreich, wo “die Kunden den bedarf haben, durch ihre Marke bestätigt zu werden.”
557. Aber die Untersuchung der Kommission zeigt auch, dass die Stärke der Marken von Schneider und von Legrand ebenfalls auf ihrer Leistungsfähigkeit beruht, die Bedürfnisse der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer erfüllen zu können. So hat die Kommission vor allem die Großhändler aufgefordert, die Hersteller je nach ihrer Fähigkeit einzuordnen, und zwar für jedes Land getrennt, jedes der 9 folgenden Kriterien zu erfüllen : Produktqualität, Marke, Preis, Schnelligkeit der Lieferung, Design und Ästhetik, Leichtigkeit des Einbaus, technologischer Vorsprung, komplette Produktpalette und schließlich technische Unterstützung. Aus dieser Untersuchung geht hervor, dass Schneider bis auf ganz wenige Ausnahmen in der Regel für jedes Kriterium unter den drei besten Lieferanten ist, und dass Schneider und Legrand in Frankreich und in Italien bei allen Kriterien meist beide den besten Ruf genießen.
558. Wie bereits zuvor dargestellt wurde, sind die betreffenden Märkte durch eine starke Loyalität der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer gekennzeichnet. Die starken Wettbewerbspositionen der Parteien, gepaart mit ihren Fähigkeiten, den Bedürfnissen ihrer Kunden auf leistungsfähige Art und Weise gerecht zu werden, stellen also besonders solide Geschäftsgrundlagen dar.
559. Aber es hat auch den Anschein, dass die Parteien jedes Jahr beträchtliche Investitionen hinsichtlich der Verkaufsförderung und der Kundenpflege vornehmen. So geben die Parteien an, dass sie eine Handelspräsenz beim Kunden sicherstellen, um ihm bei der Produktauswahl behilflich zu sein, so vor allem durch ein Netzwerk von Agenturen und Verkaufspersonal in jedem Land, und dass sie eine vollständige Palette an Produkten und Dienstleistungen zur Stärkung ihrer Nähe und ihrer Beziehungen zu den Elektroinstallateuren anbieten. So handelt es sich bei den Produkten um Software zur Materialabschätzung und Dimensionierung der Elektroinstallationen oder um technische Anleitungen; und bei den Dienstleistungen handelt es sich um Schulungsveranstaltungen

¹⁹¹ Legrand, Mittelfristige Planungen.

¹⁹² Schneider, Dreijahresplan (2001-2002-2003).

¹⁹³ Legrand, Mittelfristige Planungen.

(bei Legrand), telefonische Hilfe rund um die Uhr, Beantwortung technischer Fragen etc. Wie bereits weiter oben angeführt wurde, können diese Leistungen bis zu [10-30]*% des Unternehmensumsatzes ausmachen.

560. Außerdem lassen bestimmte interne Dokumente der Parteien den Eindruck entstehen, dass ihre Bemühungen in dieser Richtung wesentlich umfangreicher als die ihrer Konkurrenten sind. So führt Legrand¹⁹⁴ an, dass in Italien “Bticino das Unternehmen ist, das die größte Verkäuferpräsenz auf dem Markt hat.” Auch Schneider¹⁹⁵ beschreibt seine Ambitionen so, dass es “Konzepte für jeden Kunden entwerfen will, die auf dem französischen Markt ohnegleichen sind.” Für Spanien schließlich nennt Schneider¹⁹⁶ die “Abdeckung des Landes durch Verkaufspersonal” als eine seiner wichtigsten Stärken im Wettbewerb, [...]*.
561. Schließlich ist noch darauf hinzuweisen, dass die Loyalität der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer durch das umfangliche Produktsortiment der Parteien (in der Endverbraucherversorgung, in der Verteilerinstallation etc.) verstärkt wird, und auch durch ihre bisweilen erheblichen Wettbewerbspositionen bei anderen Produkten, die von den Elektroinstallateuren mitgeliefert werden, wie sich aus obiger Tabelle 30 ergibt. Dies erhöht nochmals die Verwendungshäufigkeit und den allgemeinen Bekanntheitsgrad der Produkte der Parteien, die Vertrautheit der Elektroinstallateure mit diesen Marken und damit die Verwendung der relevanten Verteilerschalttafeln. So gibt Legrand¹⁹⁷ an, [...]*
562. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben dürfte es dem Unternehmensverbund auch gestatten, seine Marktmacht durch die Stärkung und die Fokalisierung seiner Marken besser zu nutzen. Dies würde den unverwechselbaren Charakter der Beziehungen der Parteien zu den Großhändlern noch betonen. Durch die Fokalisierung der Marken auf die Marktpositionen der Referenzartikel in jedem der drei Anwendungssegmente (Industrie-, Dienstleistungs- und Wohngebäude) der relevanten Märkte wären die Parteien ferner besser in der Lage, sich mit ihren Aktionen von ihren Konkurrenten abzugrenzen.
563. In erster Linie dürfte das Zusammenschlussvorhaben es dem Unternehmensverbund ermöglichen, seine Verhandlungsmacht gegenüber den Großhändlern seiner gesamten Produktpalette auszudehnen. Nach dem Zusammenschluss könnte das fusionierte Unternehmensgebilde also beschließen, seine [...]* eingeräumten Dispositionen für [...]* auf Legrand auszudehnen. Dies dürfte speziell Legrand im Bereich der [...]* stärken, das den begrenzten Vertrieb seiner Produkte und ihre eingeschränkte Präsenz bei den großen Großhändlern als eine seiner größten Schwächen in diesem Land bezeichnet¹⁹⁸. Ebenso könnte Legrand besseren Zugang zu den Großhändlern im Bereich der [...]* erhalten, wo dieser anscheinend ein Hindernis für seine Entwicklung darstellte. Schließlich könnte Schneider dank der von Legrand in Italien erworbenen Marktpositionen seinen Zugang zum Vertrieb in diesem Land stärken.

¹⁹⁴ Legrand, Mittelfristige Planungen.

¹⁹⁵ Schneider, Dreijahresplan.

¹⁹⁶ Schneider, Dreijahresplan.

¹⁹⁷ Legrand, Mittelfristige Planungen.

¹⁹⁸ Legrand, Mittelfristige Planungen.

564. Das Zusammenschlussvorhaben wird es auch ermöglichen, den Bekanntheitsgrad und die Präsenz der Marken der beiden Parteien zu steigern, indem man alle beide von den Anstrengungen in der Verkaufsförderung und in der Beziehungspflege profitieren lässt, die von beiden Parteien für dieses Land vereinbart wurden.
565. Die Untersuchung der Kommission zeigt ebenfalls folgendes: wenn sich Schneider und Legrand aus Tradition eine lebhafte Konkurrenz auf den relevanten Märkten bieten, dann besetzen sie auch traditionell unterschiedliche und komplementäre Pole der Spitzenleistung. So scheint Schneider speziell im Anwendungsbereich der Dienstleistungs- und Industriegebäude zu glänzen, während Legrand sich besonders im Wohngebäudesektor auszeichnet. Nach dem Zusammenschluss hielt der Unternehmensverbund also eine Referenzmarke in jedem der drei großen Anwendungsbereiche für Stromverteilerschalttafeln. Am Beispiel dessen, was Legrand nach dem Erwerb von Bticino tat, kann der Unternehmensverbund also beschließen, jede seiner Marken stärker zu spezialisieren und seine Bemühungen bei jedem Warenzeichen auf dessen traditionellen Pol der Spitzenleistung zu konzentrieren, um eine Abdeckung des gesamten Spektrums der Nachfrage und eine optimale Antwort auf die Bedürfnisse in jeder Kundenkategorie zugleich anbieten zu können. Mit der Durchführung dieser Strategie kann der Unternehmensverbund dann insgesamt die Marktposition jeder Marke stärken und die etwaigen Lücken einer jeden Partei schließen. Der Unternehmensverbund wird also noch viel stärker sein als es beide Parteien zusammengenommen wären, was seinen beherrschenden Einfluss auf die relevanten Märkte weiter ausbauen und die Kapazitäten der vorhandenen und potenziellen Konkurrenten, mit ihm zu rivalisieren, weiter einschränken wird.

C.1.3 Das Fehlen von erheblichen Sachzwängen vonseiten der Nachfrage

566. Die Parteien erzielen häufig einen beträchtlichen Anteil ihrer Verkäufe auf den relevanten Märkten durch die Vermittlung der zwischengeschalteten Großhändler, von denen einige (Rexel, Sonepar und Hagemeyer) große internationale Unternehmensgruppen sind. Daher muss untersucht werden, ob die Großhändler in der Lage sind, dem Unternehmensverbund eine ausreichende Kaufkraft entgegenzusetzen, um damit sein Wettbewerbsverhalten spürbar beeinflussen zu können. Aus den folgenden Gründen ist die Kommission der Auffassung, dass dies nicht der Fall ist.

Das fusionierte Unternehmensgebilde stellt für die Großhändler einen nicht zu umgehenden Partner dar

567. In erster Linie macht sie deutlich, dass der Unternehmensverbund für die meisten Großhändler ein nicht zu umgehender Partner ist. Es hat in der Tat den Anschein, dass (i) der Unternehmensverbund einen sehr beachtlichen Anteil (in bestimmten Fällen über [40-50]* % der nationalen Verkaufszahlen) des globalen Umsatzes der Großhändler erfassen wird ; (ii) der Unternehmensverband ein nicht zu übertreffendes Sortiment an elektrischen Betriebsmitteln anbieten wird, indem er die Produktpaletten des weltweit zweitgrößten Herstellers von Niederspannungsprodukten und des weltweiten Marktführers für Endverteilerinstallationen miteinander kombiniert; (iii) der Unternehmensverband meist beachtliche Wettbewerbspositionen in jedem Land halten wird (siehe Tabelle 30 weiter oben). Das Wesensmerkmal, dass das fusionierte Unternehmensgebilde nicht zu umgehen ist, wird besonders stark in Frankreich und in geringerem Ausmaß auch in Spanien, Italien und Portugal ausgeprägt sein.

568. Dies geht beispielsweise sehr deutlich aus den [...] hervor, die Schneider bereits mit seinen wichtigsten Großhändlern für [...] vereinbaren konnte, und aus den privilegierten Beziehungen, die Legrand nach dessen Erklärungen mit den [...] Großhändlern in Frankreich und in Italien angebahnt hat.

569. In seinen internen Dokumenten¹⁹⁹ gibt Legrand übrigens an, [...]. So weist Legrand²⁰⁰ darauf hin, dass es von den “sehr guten Beziehungen im Vertrieb” von [...] profitiert, und dass es “enge Beziehungen zu den französischen Vertriebspartnern unterhält, von denen einige bereit sind, bestimmte prioritäre Produkte von Legrand jederzeit zu bevorraten.”

570. Diese Situation ist noch deutlicher für Schneider, [...] ²⁰¹.

571. Auf diese Situation wird im [...] hingewiesen, wo Schneider Jahresziele mit [...] schriftlich vereinbart. Ebenso verhält es sich mit [...].

572. Dieses Phänomen erklärt sich aus mehreren Gesichtspunkten. In erster Linie stellen die Parteien, wie soeben erklärt wurde, auf bestimmten Märkten mitunter nicht zu umgehende Akteure dar, und zwar in Anbetracht der starken Präferenz der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer für die Produkte der Parteien.

573. Ganz allgemein hat die Untersuchung der Kommission ergeben, dass jede der Parteien einen sehr beachtlichen Anteil des Umsatzes der wichtigsten Großhändler stellt. Die folgende Tabelle 31 zeigt für jeden großen Hersteller von elektrischen Betriebsmitteln im Niederspannungsbereich eine Aufgliederung des Prozentsatzes an Verkäufen des Großhändlers Rexel (alle Produkte zusammen), die für sie stehen. Es ist offensichtlich, dass der Unternehmensverbund infolge des Zusammenschlusses fast die Hälfte der Verkäufe von Rexel in Frankreich stellt, was die sehr starken und komplementären Positionen jeder der Parteien vor dem Zusammenschluss widerspiegelt; ferner zeigt sich ein sehr umfangreicher Verkaufsanteil von Rexel in Italien und Portugal wie auch die Tatsache, dass in jedem dieser Länder die Verkäufe der Produkte des Unternehmensverbundes proportional viel höher sein werden als die seiner Konkurrenten. Relativ gesehen wird Schneider/Legrand auch in Spanien viel bedeutender sein als seine Konkurrenten. Die anderen großen Großhändler haben der Kommission ähnliche Daten vorgelegt.

Tabelle 31

	Schneider / Legrand	Siemens	Moeller	Gewiss	ABB	GE	Hager	Andere
Österreich	0-10	0-10	0-10	0-10	10-20	-	0-10	> 70
Belgien	10-20	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 70
Deutschland	0-10	0-10	0-10	-	10-20	0-10	10-20	> 50
Spanien	10-20	0-10	0-10	-	0-10	-	0-10	> 70
Frankreich	40-50	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 40
Italien	30-40	0-10	-	0-10	0-10	0-10	0-10	> 50
Niederlande	0-10	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 80
Portugal	30-40	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 50

¹⁹⁹ Legrand, Mittelfristige Planungen.

²⁰⁰ Legrand, Mittelfristige Planungen und Formular 20-F SEC.

²⁰¹ Schneider, Übereinstimmende Gebrauchsanweisung.

Vereinigtes Königreich	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 80
Schweden	10-20	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 80

Quelle : Rexel, Antwort auf den Fragebogen der zweiten Phase.

574. Dies lässt sich mit der Tatsache erklären, dass jede der Parteien eine sehr umfangreiche Auswahl an elektrischen Niederspannungsprodukten anbietet, die von diesen Großhändlern vertrieben werden, und dass sie meist sehr bemerkenswerte Marktpositionen bei jedem dieser Produkte halten (siehe oben, Tabelle 30). Die vorstehende Tabelle 31 veranschaulicht die Macht des Unternehmensverbunds auf den gesamten Märkten für elektrische Niederspannungsprodukte.

575. Die Parteien profitieren ebenfalls von anderen Trümpfen bei den Großhändlern. Einerseits hat die Untersuchung der Kommission ergeben, wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, dass die Großhändler künftig immer dazu neigen, die Hersteller vorzuziehen, die in der Lage sind, ihnen ausgedehnte Produktpaletten zu liefern. Die Parteien haben also diesbezüglich einen erheblichen Vorteil. Ein Großhändler, der diese Auswahl träge, wäre selbst in der Lage, seiner Kundschaft für zahlreiche Produktkategorien mehrere Marken mit unterschiedlichen Preispositionen anzubieten. Schließlich ist hervorzuheben, dass die Großhändler von der Nachfrage abhängen, die von den Herstellern und den Marken geschaffen wird, die den Elektroinstallateuren und den Endverbrauchern bekannt sind. Sie sind also gezwungen, die häufig nachgefragten Produkte zu bevorraten, die in der Praxis auch die sind, die unter den Marken mit einem starken Bekanntheitsgrad vermarktet werden.

576. Es hat auch den Anschein, dass diese privilegierten Beziehungen des Ergebnis echter Anstrengungen von Schneider und Legrand gegenüber den Großhändlern sind. So gibt Legrand an²⁰², dass es Dienstleistungen der Expresszustellung an die Großhändler in Frankreich anbietet, dass es zur Sicherheit selbst Vorräte an Produkten mit geringen Umschlagszahlen hält, und dass es in neue Standorte zur Bevorratung investiert, die eine Verbesserung der logistischen Leistungsfähigkeit gegenüber den Großhändlern möglich machen. In seinen Vereinbarungen mit den Großhändlern gewährt Schneider²⁰³ [...]*. Schneider zufolge²⁰⁴ ermöglichen es diese Dienstleistungen insbesondere den Großhändlern, eine Antwort auf die wachsende Nachfrage der Elektroinstallateure nach einer Bereitstellung von Leistungen zu finden, die zusätzlich zur einfachen logistischen Versorgung gewährt werden (Beratung, technische Unterstützung etc.).

577. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben ermöglicht die Schaffung oder den Ausbau von privilegierten Beziehungen zwischen den Parteien und ihren wichtigsten Großhändlern, und es dürfte auch die schnelle Zunahme von [...]* ähnlichen Partnerschaftsabkommen begünstigen. [...]* stärken sie die Positionen des fusionierten Unternehmensgebildes auf den gesamten von dem Zusammenschlussvorhaben betroffenen Märkten noch mehr (und erst recht auf den Märkten für Trennverteilerschalttafeln in Frankreich und in Italien und für Endverteilerschalttafeln in Dänemark, Spanien, Frankreich, Italien und Portugal), und umgekehrt schwächen sie die anderen Hersteller noch weiter.

²⁰² Legrand, Formblatt 20-F SEC.

²⁰³ Schneider, Dokumente, die als Antwort auf Frage 311 vorgelegt wurden.

²⁰⁴ Antwort von Schneider auf Fragebogen zu Hagemeyer.

578. In ihrer Erwiderung unterstreichen die Parteien, dass die Großhändler in den betreffenden Ländern heute eine große Anzahl von Marken vertreiben. Weit davon entfernt, die Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens abzumildern, droht dieser Zustand ganz im Gegenteil die Auswirkungen des oben beschriebenen Phänomens zu verschärfen. Je mehr die Großhändler, die auch Konkurrenzmarken vertreiben, privilegierte Beziehungen zu dem fusionierten Unternehmensgebilde knüpfen, desto mehr laufen diese anderen Konkurrenten Gefahr, durch eine weniger günstige Behandlung vonseiten der betreffenden Großhändler geschwächt zu werden.

Die Konkurrenzstrukturen auf der Ebene der Großhändler

579. Zweitens schwankt das Ausmaß des Zusammenschlusses (siehe weiter oben, Tabelle 6) auf der Ebene der Großhändler und damit auch die individuelle Kaufkraft jedes Einzelnen von ihnen von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat erheblich. Dieser Zusammenschluss ist besonders stark in Frankreich und scheint in Spanien deutlich schwächer zu sein. Es ist daher sehr unwahrscheinlich, dass bei den spanischen Großhändlern jeder über eine ausreichende Kaufkraft verfügt, um das Wettbewerbsverhalten des fusionierten Unternehmensgebildes spürbar beeinflussen zu können.

580. In ihrer Erwiderung bestreiten die Parteien die fehlende Kaufkraft aufseiten der kleinen Großhändler. Sie heben insbesondere hervor, dass in bestimmten Ländern, wo eine Aufsplitterung der Großhändler vorhanden ist (wie in Spanien oder Portugal), eine starke Preiskonkurrenz zwischen den Großhändlern vorhanden ist, deren Druck auf die Preise der Hersteller durchschlägt.

581. Die Kommission bestreitet diese Einzelheit nicht, die sie selbst mehrfach zur Sprache gebracht hat. Da dem einerseits so ist, betonen die Parteien auch die zunehmende Konzentration des Vertriebswesens in bestimmten Ländern, so vor allem in Portugal (wo Rexel und Sonepar künftig 40% des Verkaufs von Bauteilen für Stromverteilerschalttafeln kontrollieren). Dies verringert wahrscheinlich die Preiskonkurrenz zwischen den Großhändlern, wie dies auch schon in den Ländern mit einer stärkeren Vertriebskonzentration der Fall ist. Andererseits bedeutet Konkurrenz zwischen Großhändlern nicht in jedem Falle auch Kaufkraft eines jeden Großhändlers. Die Kommission hält im Gegenteil an ihrer Auffassung fest, dass in den Ländern, in denen das Vertriebswesen aufgesplittert ist, nicht jeder einzelne Großhändler über die Mittel verfügt, um dem Druck eines nicht zu umgehenden Akteurs standhalten zu können, der bei einer erheblichen Anzahl von vertriebenen Produkten Marktpositionen von erster Rangordnung hält. Diese Kaufkraft wird noch mehr geschwächt durch die zwischen den Großhändlern vorhandene Preiskonkurrenz, da diese Art von Konkurrenz die wirtschaftliche Lebensfähigkeit dieser Großhändler bedroht und die Referenzhaltung der am meisten nachgefragten Marken noch unerlässlicher macht. Die trotz der lebhaften Konkurrenz zwischen spanischen und portugiesischen Großhändlern bestehenden Partnerschaftsabkommen zwischen Schneider und diesen Vertriebsunternehmen sind im Übrigen eine Bestätigung dieser Situation. Nach dem angemeldeten Zusammenschluss kann der Unternehmensverbund also seine Marktmacht benutzen, um Vertragsbedingungen seiner Wahl zu diktieren, indem er den widerspenstigen kleinen Großhändlern damit droht, ihre Konkurrenten zu bevorzugen.

582. Es hat schließlich ganz den Anschein, dass selbst ein höheres Konzentrationsniveau auf der Großhändlerebene nicht einen umso stärkeren Druck im Hinblick darauf bedeutet,

dass die Preise sinken. Denn die internen Dokumente von Legrand²⁰⁵ zeigen, dass in einer bestimmten Anzahl von Ländern (wie [...]*), einer der Gründe, warum die Großhändler die Produkte von Legrand schätzen, in der Tatsache ihres relativ hohen Preises besteht, da diese Produkte es den Großhändlern ermöglichen, eine gute Gewinnspanne zu erzielen. In [...]* gestattet es allein das Preisniveau der Produkte von Legrand den Großhändlern, aus jedem Verkauf einen größeren Gewinn zu ziehen als das, was sie bei weniger teuren Produkten erzielen könnten. Die internen Dokumente von Legrand²⁰⁶ zeigen ebenfalls, dass trotz eines konzentrierten Vertriebswesens in Frankreich die Preise, die von den Großhändlern bezahlt werden, im Durchschnitt dort wesentlich höher sind als im europäischen Durchschnitt (siehe auch die Preisangaben in Tabellen 7 bis 10 weiter oben), und dass zwar ein Druck im Hinblick auf sinkende Preise besteht, aber nicht von den Großhändlern kommt, sondern eher aus der Konkurrenz zwischen Schneider und Legrand erwächst.

583. Diese offensichtliche Gleichgültigkeit der Großhändler gegenüber dem Preisniveau scheint sich größtenteils aus der Inelastizität der Nachfrage nach elektrischen Betriebsmitteln gegenüber ihren Preisen zu erklären. Wie bereits weiter oben ausgeführt, hängt die Nachfrage nach elektrischen Betriebsmitteln hauptsächlich von Faktoren von außerhalb der Elektroindustrie ab.

Die Vertragsbeziehungen zwischen Schneider / Legrand und den Großhändlern begünstigen die Aufrechterhaltung der Markt des Unternehmensverbands

584. Die Handelsbeziehungen zwischen den Herstellern der relevanten Produkte und den Großhändlern sind gekennzeichnet durch das Vorhandensein komplexer Mechanismen für handelsrelevante Preisnachlässe. Aus den von den Parteien vorgelegten Dokumenten²⁰⁷ geht hervor, dass es drei Hauptkategorien von Preisnachlässen gibt: (i) Preisnachlässe im Rahmen einer "Partnerschaft", (ii) "zielgerichtete" oder "wachstumsrelevante" Preisnachlässe und schließlich "Mengenrabatte".
585. Die Partnerschaftspreisnachlässe werden von den Herstellern den Großhändlern eingeräumt, die ihre Produkte als Gegenleistung für verschiedene Handels- und Vermarktungsdienstleistungen vertreiben. Dabei handelt es sich meist um spezifische Aktionen zur Verkaufsförderung für ihre Produkte oder auch zur Inszenierung von Marketinginformationen über die Positionierung ihrer Produkte. Aus den Dokumenten der Parteien geht hervor, dass diese "Partnerschaftspreisnachlässe" bis zu [0-30]* % der Umsätze vor Steuern ausmachen können, die der Hersteller mit diesen Großhändlern erzielt.
586. Die "wachstumsrelevanten" Preisnachlässe wiederum sind an Wachstumsziele bezüglich des Umsatzes geknüpft, die der Hersteller mit den Großhändlern erzielt. Bei dem zu berücksichtigenden Umsatz handelt es sich entweder um den Gesamtumsatz, der durch den Verkauf von allen Produkten aus dem Katalog des Herstellers zusammenkommt, oder um den Umsatz, der aus dem Verkauf von bestimmten spezifischen Produktreihen erwächst. Es kommt häufig vor, dass ein Hersteller Preisnachlässe dieses Typs auf seinen neuen Produkte gewährt. In Bezug auf Schneider

²⁰⁵ Legrand, Mittelfristige Planungen.

²⁰⁶ Legrand, Mittelfristige Planungen.

²⁰⁷ Antwort der Parteien auf Frage 148 des Fragebogens vom 6. April 2001.

und Legrand hat es den Anschein, dass diese “zielgerichteten” Preisnachlässe bis zu [0-30]* % der von diesem Großhändler erzielten Umsätze vor Steuern ausmachen können.

587. Die letzte Kategorie von Preisnachlässen unter der Bezeichnung “Mengenrabatte” werden anhand des Betrags der Gesamteinkäufe der Großhändler bei dem jeweiligen Hersteller berechnet. Sie haben als Berechnungsgrundlage also die Umsätze, die von einem Hersteller mit einem Großhändler nicht nur im Rahmen des Verkaufs von Bauteilen für Stromverteilerschalttafeln erzielt werden, sondern auch im Rahmen des Verkaufs von anderen elektrischen Niederspannungsprodukten, den der Endverteilerschalttafel nachgelagerten Ausrüstungen. Der Betrag des Nachlasses oder der Ermäßigungskoeffizient wird durch das Niveau des Jahresumsatzes bestimmt. Für gewöhnlich legt der Vertrag zwischen Großhändler und Hersteller Schwellenwerte für den Umsatz fest, denen ein Prozentsatz für den Preisnachlass entspricht. Je höher der getätigte Umsatz ist, desto höher ist auch der Prozentsatz des Nachlasses, mit dem der Betrag des effektiven Preisnachlasses ermittelt wird. Diese Mengenrabatte machen bis zu [0-30]* % des Umsatzes vor Steuern aus, den der Hersteller mit einem Großhändler erzielt.
588. Zusätzlich zu diesen Preisnachlässen gewähren die Hersteller den Großhändlern anscheinend auch Rabatte auf den Verkaufspreis ihrer Produkte. Diese Rabatte sind besonders wichtig, da sie über [30-70]* % des Verkaufspreises der Produkte betragen können. Zwar profitieren alle Großhändler von Rabatten, doch variieren die jeweiligen Beträge der Rabatte für den einzelnen Großhändler je nach dem Volumen seines Umsatzes, den er mit dem jeweiligen Hersteller erzielt.
589. Schon von ihrer Beschaffenheit her begünstigen diese verschiedenen Mechanismen die Hersteller, die über ein ausgedehntes Produktsortiment verfügen und einen bedeutenden Anteil am Umsatz der Großhändler bewirken. Denn diese Hersteller stehen für einen bedeutenden Teil der Einkäufe der Großhändler, die wiederum von den erheblichen Preisnachlässen vonseiten der Hersteller profitieren. Diese Preisnachlässe, die sich auf bis zu [0-30]* % des Gesamtbetrags ihrer Einkäufe belaufen können, stellen einen wesentlichen Anteil ihrer Gewinnspannen dar. Von daher ist ein Großhändler von Natur aus geneigt, seine Verkäufe und somit auch seine Einkäufe auf die Produkte einiger Lieferanten zu konzentrieren, die einen wesentlichen Teil seiner Einkäufe ausmachen.
590. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben verändert die Situation des relativen Gleichgewichts, die vorher zwischen den Herstellern vorhanden war. Es führt zum Entstehen einer Unternehmensgruppe, die auf zahlreichen Märkten von elektrischen Betriebsmitteln im Niederspannungsbereich der Hauptlieferant der Großhändler sein wird, und zwar mit einem erheblichen Vorsprung vor dem zweitwichtigsten Lieferanten. Wie bereits weiter oben erklärt wurde, wird dies insbesondere in Frankreich der Fall sein. Dies bedeutet, dass die meisten Großhändler weitgehend abhängig von dieser neuen Unternehmensgruppe sein werden, was den Gesamtbetrag der Preisnachlässe und Rabatte anbelangt, die sie von den Herstellern eingeräumt bekommen und die über einen Großteil ihrer Gewinnspanne entscheiden. Jegliches Sinken des Umsatzes bei den Produkten von Schneider / Legrand hätte somit auch ein Sinken der Preisnachlässe und Rabatte, die ihnen von dieser Unternehmensgruppe gewährt werden, zur Folge, ohne dass der Anstieg des Umsatzes mit Produkten anderer Hersteller dieses Sinken aufwiegen könnte, da die Prozentsätze der Preisnachlässe abhängig vom Niveau des erreichten Umsatzes steigen.
591. Von daher werden die Großhändler zusätzliche Anreize haben, sicherzustellen, dass das Niveau ihrer Einkäufe bei Schneider/Legrand zumindest konstant bleibt. Ferner

verschaffen diese komplizierten Mechanismen für Preisnachlässe und Rabatte mit ihrer Koppelung an die gewichtige Marktstellung der neuen Unternehmensgruppe für die Einkäufe der Großhändler Schneider/Legrand ein bedeutendes Druckmittel gegenüber den Großhändlern. Schneider/Legrand wird insbesondere in der Lage sein, den Großhändlern Daumenschrauben anzulegen, damit sie seine neuen Produkte oder gar Produktpaletten vertreiben, die sie bisher nicht vertrieben haben. [...] ²⁰⁸.

Schlussfolgerung

592. Wie bereits weiter oben erläutert wurde, gibt es in den relevanten Ländern extrem viele Elektroinstallateure und Schalttafelbauer. Angesichts dieses Merkmals der Aufsplitterung der Treue zur Marke scheint dieses Nachfragepotenzial nicht in der Lage zu sein, eine ausreichende Kaufkraft auf das fusionierte Unternehmensgebilde auszuüben.
593. Allein die Großhändler, und insbesondere die bedeutendsten unter ihnen, werden gegebenenfalls versucht sein, sich gegen eine versuchte Preiserhöhung seitens Schneider / Legrand zur Wehr zu setzen. Ihr Anreiz zum Widerstand ist indessen aus den folgenden drei wichtigen Gründen schwach :
- (i) Eine Erhöhung der Verkaufspreise der neuen Unternehmensgruppe macht sich nicht durch eine Verkleinerung ihrer Gewinnspannen bemerkbar. Ganz im Gegenteil, eine Erhöhung der Preise zieht einen Anstieg des Umsatzes nach sich, den die Großhändler mit Schneider/Legrand machen, was wiederum eine Erhöhung des Mengenrabattes bewirkt.
 - (ii) Die Großhändler werden weitgehend von der neuen Unternehmensgruppe abhängig sein, die im Rahmen der Mechanismen für Preisnachlässe und Rabatte in erheblichem Umfang auf den Betrag ihrer Gewinnspannen einwirken kann. Folglich geht der Großhändler mit jedem Versuch, sich gegen eine Preiserhöhung durch Schneider/Legrand zu wehren, indem ein Teil der Nachfrage auf andere Hersteller verlagert wird, ein hohes Risiko ein.
 - (iii) Der Versuch vonseiten der Großhändler, einen Teil der Nachfrage auf die Produkte anderer Hersteller zu verlagern, würde sich zumindest kurz- und mittelfristig in einem Anstieg ihrer Bevorratungs- und Transportkosten bemerkbar machen. Den die Elektroinstallateure messen außer der Marke auch der sofortigen oder quasi unmittelbaren Verfügbarkeit der Produkte große Bedeutung bei. Der Großhändler, der den Verkauf von Konkurrenzprodukten von Schneider / Legrand ankurbeln will, muss also zunächst damit beginnen, seine Bevorratung dieser Konkurrenzprodukte zu steigern, bevor er mit ihrer Vermarktung beginnen kann.
594. In der Schlussfolgerung ergibt sich aus dem zuvor Gesagten, dass die Direktkunden (Großhändler) und die mittelbaren Kunden der Parteien (Elektroinstallateure und Schalttafelbauer) nicht in der Lage wären, sich einer Preiserhöhung durch das fusionierte Unternehmensgebilde zu widersetzen. Einerseits sind die Elektroinstallateure und die Schalttafelbauer zu sehr aufgesplittert, um eine erhebliche Kaufkraft auf das fusionierte Unternehmensgebilde ausüben zu können. Dies gilt ebenso für die spanischen, dänischen

²⁰⁸ Mittelfristige Planung von Bticino für Spanien, Seite mit der Kennzeichnung PMT2C'4. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 315 des Fragebogens vom 6. April 2001 vorgelegt.

und portugiesischen Großhändler. Andererseits würde eine Preiserhöhung nicht unbedingt den Interessen der Großhändler zuwiderlaufen, da ein erhöhtes Preisniveau Letzteren höhere Einkünfte bei konstantem Volumen (und damit konstanten Kosten) verschaffen würde. Schließlich erhält das fusionierte Unternehmensgebilde in den relevanten Ländern ein derartiges Niveau an Marktmacht (sowohl aufgrund seiner sehr starken Wettbewerbspositionen als auch aufgrund des Ausmaßes seiner Palette an Aktivitäten), dass es seine Rolle als nicht zu umgehender Partner noch weiter ausbauen wird, mit dem sich die Großhändler in der Regel lieber verbünden als sich ihm zu widersetzen.

C.1.4 Das Fehlen von erheblichem Konkurrenzdruck

595. Die Ergebnisse der Untersuchung der Kommission zeigen, dass es für die vorhandenen Konkurrenten schwer sein wird, dem Verhalten des fusionierten Unternehmensgebildes erheblichen Konkurrenzdruck entgegenzusetzen.
596. Zunächst zeigen die internen Dokumente der Parteien, dass es sogar vor dem Zusammenschlussvorhaben für die vorhandenen Konkurrenten der Parteien schwierig gewesen wäre, die Vormachtstellung der führenden Marke auf den relevanten Märkten zu bestreiten. So erklärt Legrand²⁰⁹, dass im Bereich der Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln in Frankreich [...]*
597. Für den Bereich der Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln in Italien erklärt Legrand²¹⁰ ebenso, dass [...]*
598. Was schließlich den Bereich der Endverteilerschalttafeln in Spanien anbelangt, so nahm Legrand ebenfalls vorweg, dass [...]*
599. Der Druck auf die Konkurrenten wird mit dem angemeldeten Zusammenschlussvorhaben zunehmen. Zunächst besteht die Gefahr, dass er auf der Ebene der Großhändler gegenständlich wird. Denn wie soeben erklärt wurde, wird es der Zusammenschluss dem fusionierten Unternehmensgebilde möglich machen, in den relevanten Ländern seine Position als nicht zu umgehender und privilegierter Partner der Großhändler zu festigen. Diese Situation wird es dem fusionierten Gebilde ermöglichen, Allianzen mit den Großhändlern zu schließen oder weiter auszubauen ([...]*). Diese Allianzen [...]* steigern noch die Wahrnehmung der Verfügbarkeit und Qualität der Serviceleistungen für diese Produkte und behindern umgekehrt noch mehr die Entwicklung der anderen Marken. Dieses Phänomen ist um so entscheidender, als heute, wie die Parteien hervorheben, die betreffenden Großhändler noch die Produkte einer großen Anzahl von anderen Marken vertreiben.
600. Dieses Phänomen verschärft noch das vorhandene Ungleichgewicht zwischen dem fusionierten Unternehmensgebilde und seinen wichtigsten Konkurrenten, und es gefährdet die Entwicklungsversuche dieser Hersteller. Insofern die Großhändler die Anzahl der von ihnen angebotenen Marken reduzieren und die Hersteller privilegieren wollen, die über ausgedehnte Produktpaletten verfügen, könnte diese Situation sogar zu einer Marginalisierung der Hersteller führen, die mit schwachen Marktpositionen und/oder einem begrenzten Sortiment ausgestattet sind (wie [...]* in Italien oder [...]* in Frankreich und in Spanien).

²⁰⁹ Legrand, Mittelfristige Planungen.

²¹⁰ Legrand, Mittelfristige Planungen.

601. Die zweite Schwierigkeit befindet sich auf der Ebene der Elektroinstallateure und der Schalttafelbauer. Einerseits zeigt die Untersuchung der Kommission, dass das Angebot der Konkurrenten (in Bezug auf Qualität, Marken, Preise, Schnelligkeit der Lieferung etc.) in den relevanten Ländern schon häufig weniger gut aufgenommen wird als das der Parteien. Und andererseits besteht die Gefahr, wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, dass sich diese Unterschiede in Ruf und Ansehen nach dem Zusammenschluss noch verschärfen, und zwar aufgrund der wahrscheinlichen Stärkung jeder einzelnen der von dem fusionierten Unternehmensgebilde gehaltenen Marken und der zunehmenden Vertriebsschwierigkeiten der Konkurrenten.
602. Daraus ergibt sich, dass die Konkurrenten zunehmend Schwierigkeiten haben werden, Kunden von Schneider und Legrand für sich zu gewinnen, und dass sie sich mit den Marktpositionen von nachrangigen Akteuren auf den betreffenden Märkten begnügen könnten. Umgekehrt könnte die Stärkung der Parteien und die Schwächung ihrer Konkurrenten die Gewinnung neuer Kunden durch das fusionierte Unternehmensgebilde vereinfachen. Dies könnte insbesondere dann der Fall sein, wenn die anderen Hersteller ihre sofortige Verfügbarkeit bei den wichtigsten Großhändlern verlören (was vonseiten der Elektroinstallateure, die keine Bevorratung haben, einem Ausschlussfaktor gleichkäme). Dieses Phänomen würde noch verschärft, wenn, wie die Parteien behaupten, die Treue der Kunden schwächer ausgeprägt wäre als dies die Ergebnisse der Untersuchung ausweisen.
603. Das Zusammenschlussvorhaben könnte auch zu einer Reduzierung der Anstrengungen zur Verkaufsförderung und Beziehungspflege führen, welche die Hersteller gegenüber den Elektroinstallateuren und den Schalttafelbauern zugesagt haben. Denn einerseits zeigen die Ergebnisse der Untersuchung, dass diese Investitionen mitunter beachtliche Prozentsätze (bis zu [10-20]*%) des nationalen Umsatzes der Hersteller der relevanten Produkte ausmachen. Andererseits entsprechen diese Beträge zum großen Teil permanenten Tätigkeiten oder Serviceleistungen (Schulungen von Elektroinstallateuren, technische Hilfe etc.). Und schließlich zeigen die Berichte der verschiedenen Geschäftsbanken²¹¹, dass im Sektor der elektrischen Betriebsmittel im Niederspannungsbereich die Gewinnspanne der Marken mit ihrem Marktanteil zunimmt. Die Stärkung der Marken von Schneider und von Legrand, und umgekehrt die wahrscheinliche Schwächung ihrer wichtigsten Konkurrenten, könnte somit die Kapazitäten dieser Konkurrenten erschüttern, in wirtschaftlich sinnvoller Art und Weise ihre Handelsbemühungen in den relevanten Ländern und damit auch die Qualität ihrer Beziehungen zu den Elektroinstallateuren und den Schalttafelbauern aufrechtzuerhalten.
604. Schließlich ist noch darauf hinzuweisen, dass jeder Konkurrent meist nur auf einem oder zwei Anwendungssegmenten (Wohnungs-, Dienstleistungs- und Industriegebäude) zu Hause ist, wo nach dem Zusammenschluss der Unternehmensverbund zugleich über die komplette Abdeckung der Segmente und auch über eine Referenzmarke in jedem Segment verfügt. Wenn, wie weiter oben erklärt wurde, der Unternehmensverbund beschließt, die Bemühungen jeder seiner Marken auf ihre spezifischen Pole der Spitzenleistung zu konzentrieren, so wird er in der Lage sein, spezifische und zielgerichtete Aktionen gegen jeden seiner Konkurrenten zu unternehmen. Die internen Dokumente der Parteien zeigen übrigens, dass diese Strategie in der Vergangenheit bereits eingesetzt wurde. Legrand zufolge²¹², hat Schneider, das sehr starke

²¹¹ Bericht von Crédit Suisse First Boston über Legrand (11. September 2000), Bericht der Dresdner Kleinwort Wasserstein – Schneider (18. Januar 2001).

²¹² Legrand, Mittelfristige Planungen.

Marktpositionen bei den Miniaturtrennschaltern in Portugal hält, insbesondere im Bereich der Anwendungen in Industrie- und Dienstleistungsgebäuden, [...]*

605. Außerdem kann der Unternehmensverbund durch seine Präsenz mit einem sehr umfangreichen Produktsortiment in jedem der relevanten Länder (siehe oben, Tabelle 30) gezielte Repressionsmittel gegen seine Konkurrenten in Stellung zu bringen, so z.B. indem er den Großhändlern im Wege einer zweckdienlichen Rabattpolitik Angebote unterbreitet, um die Produktreihe eines Konkurrenten zu schwächen.
606. Angesichts des Vorstehenden hat es den Anschein, dass das Zusammenschlussvorhaben einerseits zur Bildung einer Unternehmensgruppe führt, welche die Kräfte jedes der beiden Unternehmen miteinander verbindet und von jeder Konkurrenz zwischen Schneider und Legrand befreit ist; dass es aber andererseits auch zur Stärkung jeder der Parteien in ihren herkömmlichen Polen der Spitzenleistung führt und zur Bildung einer Unternehmensgruppe führt, welche die Referenzmarken in jeder der drei Anwendungskategorien (Wohn-, Dienstleistungs- und Industriegebäude) der relevanten Märkte hält.
607. Auch ist festzuhalten, dass die integrierten Tätigkeiten der Konkurrenten von Schneider und Legrand nicht in der Lage sind, einen effektiven Konkurrenzdruck auf das fusionierte Unternehmensgebilde auszuüben. Denn, wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, üben diese Konkurrenten in den relevanten Ländern nur marginale integrierte Tätigkeiten aus. Ferner können sich diese Konkurrenten wegen der nicht vorhandenen substanziellen Präsenz bei den Großhändlern nicht alleine auf ihre integrierten Verkäufe stützen, um ein effektives Konkurrenzverhalten an den Tag zu legen.
608. Aus den vorstehenden Ausführungen ergibt sich, dass die vorhandenen Konkurrenten der Parteien nicht in der Lage sind, einen ausreichend starken Konkurrenzdruck auszuüben, um das Wettbewerbsverhalten des fusionierten Unternehmensgebildes in Schranken zu halten. Wie bereits erklärt wurde, gilt diese Schlussfolgerung für die wichtigsten Konkurrenten der Parteien auf den relevanten Märkten, d.h. für die Unternehmensgruppen (wie ABB, Siemens oder GE), die über eine komplette Produktpalette auf diesen relevanten Märkten verfügen. Sie gilt erst recht auch für die Hersteller mit einem begrenzteren Produktsortiment (wie Hager, J Müller oder Geyer). Diese Hersteller, die häufig bereits an den Rand gedrängt sind, könnten sogar Gefahr laufen, nach der Durchführung des angemeldeten Zusammenschlussvorhabens ihren Zugang zu den Großhändlern zu verlieren.
609. Schließlich scheint, wie bereits oben ausgeführt wurde, deren Eintritt in die relevanten Märkte um so unwahrscheinlicher zu sein, desto mehr jeder neue Akteur zunächst der ungeheuren Wettbewerbsmacht der Parteien die Stirne bieten müsste. Somit müssen, wie bereits oben ausgeführt, die vorhandenen Konkurrenten der Parteien geschwächt aus diesem Zusammenschluss hervorgehen, und es bestehen kaum Zweifel, dass ein neuer Akteur auf erhebliche Schwierigkeiten stößt, jedwelche Position auf den relevanten Märkten zu erlangen. Diese Schlussfolgerung wird übrigens durch die geschichtliche Entwicklung der Parteien bestätigt. Nach den Erklärungen von Schneider²¹³, [...]*. Wenn es einem derart diversifizierten und starken Akteur wie Schneider trotz mehrerer Anläufe nicht gelang, eine erhebliche Marktposition auf einem weniger konzentrierten Markt als den hier relevanten Märkten zu erlangen, was soll man dann zu den Chancen eines neuen Akteurs noch sagen ?

²¹³ Schneider, Antwort auf Frage 84.

610. In der Schlussfolgerung, und wie es auch ein Hersteller ausgedrückt hat²¹⁴, “ist die Entwicklung einer dem neuen Unternehmensgebilde vergleichbaren Produktpalette in allen relevanten Ländern quasi unmöglich vorstellbar. Es handelt sich für jedes Land um Investitionen in der Größenordnung von 5 bis 10 Mio. € und um mehr als 10 Jahre Anstrengungen im Bereich von F&E. Nur der Erwerb von vorhandenen Produktpaletten im Rahmen von erschwinglichen Unternehmen stellt eine teilweise glaubwürdige Antwort dar.”

C.1.5 Schlussfolgerung für die Stromverteilerschalttafeln

611. Aus Vorstehendem ergibt sich, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben die materiellen Wettbewerbsbedingungen auf folgenden Märkten verändern wird: den französischen und den italienischen Märkten für Trennschalter mit Panzergehäuse, für Miniaturtrennschalter und Schaltkästen für Trennverteilerschalttafeln, den französischen und den portugiesischen Märkten für Netzanschlusstrennschalter und den Märkten für Miniaturtrennschalter, Differenzialschutzsperren und Verteilerkästen für Endverteilerschalttafeln in Dänemark, Spanien, Frankreich, Italien und Portugal. Das Zusammenschlussvorhaben verändert auch die Wettbewerbsbedingungen auf den französischen und italienischen Märkten für Trennverteilerschalttafeln und auf den Märkten für Endverteilerschalttafeln in Dänemark, Spanien, Frankreich, Italien und Portugal. Aus den vorstehenden Ausarbeitungen geht ebenfalls hervor, dass sich insbesondere die starken Marktanteile, der Bekanntheitsgrad der Marken und die privilegierten Beziehungen des Unternehmensverbundes auswirken, über die Schneider schon vor dem Zusammenschluss zu dem Unternehmensverbund mit beherrschender Stellung auf allen relevanten französischen Märkten mit Ausnahme des Marktes für Netzanschlusstrennschalter verfügte.

612. Das Zusammenschlussvorhaben birgt die Gefahr, sich besonders stark auf das Preisniveau für die relevanten Materialien auszuwirken. Einerseits, wie auch bereits weiter oben aufgeführt wurde, zeichnet sich die Nachfrage nach den relevanten Materialien durch eine geringe Elastizität aus. Die Entstehung eines ganz und gar nicht zu umgehenden Akteurs auf den relevanten Märkten, die Schwächung bzw. Marginalisierung der anderen Konkurrenten und die Aufhebung der Rivalitäten zwischen Schneider und Legrand (die einer der wichtigsten Motoren, wenn nicht gar die wesentliche Quelle des Wettbewerbs auf bestimmten relevanten Märkten war, insbesondere in Frankreich) dürften sich also durch einen beträchtlichen Anstieg der Preise für die relevanten Materialien sowohl auf der Ebene der Elektroinstallateure als auch der Schalttafelbauer auswirken, sowie auch auf der Ebene der Endverbraucher. Diese Schlussfolgerung wird noch durch die Tatsache verstärkt, dass beträchtliche Preisschwankungen zwischen den Mitgliedstaaten und ein hohes Preisniveau auf den stärker konzentrierten Märkten vorhanden sind.

613. Von daher kommt die Kommission zu der Schlussfolgerung, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben zur Schaffung einer beherrschenden Stellung auf den italienischen Märkten für Trennschalter mit Panzergehäuse, Miniaturtrennschalter und Schaltkästen für Trennverteilerschalttafeln, auf den französischen und portugiesischen Märkten für Netzanschlusstrennschalter und auf den Märkten für Miniaturtrennschalter, Differenzialschutzsperren und Verteilerkästen für Endverteilerschalttafeln in Dänemark, Spanien, Italien und Portugal führen wird. Das Zusammenschlussvorhaben verstärkt

²¹⁴ Hager, Antwort auf den Fragebogen der ersten Phase.

auch die beherrschende Stellung von Schneider auf den französischen Märkten Trennschalter mit Panzergehäuse, Miniaturtrennschalter und Schaltkästen für Trennverteilerschalttafeln, Miniaturtrennschalter, Differenzialschutzsperrern und Verteilerkästen für Endverteilerschalttafeln. Diese Schlussfolgerungen gelten identisch für die französischen und die italienischen Märkte für Trennverteilerschalttafeln und für die Märkte für Endverteilerschalttafeln in Dänemark, Spanien, Frankreich, Italien und Portugal.

C.2 Der Markt für Kabelträger

614. Das fusionierte Unternehmensgebilde Schneider / Legrand wird der wichtigste Akteur auf dem europäischen Markt für Kabelträger mit einem Marktanteil in der Größenordnung von [10-20]*% sein (Schneider [0-10]*%, Legrand [10-20]*%). Sein Hauptkonkurrent ist Hager mit einem Marktanteil von [0-10]*% auf EWR-Ebene. Schneider/Legrand wird in neun Mitgliedstaaten des EWR präsent sein, während Hager in elf Mitgliedstaaten präsent ist. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt außer auf einem einzigen nationalen Markt, nämlich dem des Vereinigten Königreichs, nicht zu zusätzlichen Marktanteilen.

C.2.1 Das aus der Fusion hervorgehende Unternehmensgebilde verfügt über weit höhere Marktanteile als seine Konkurrenten auf dem britischen Markt

615. Die folgende Tabelle 32, die auf der Grundlage der von den Parteien vorgelegten Daten²¹⁵ erstellt wurde, zeigt die Marktanteile der Hauptkonkurrenten auf dem britischen Markt für Kabelträger im Jahr 2000.

Tabelle 32

Konkurrenten	Marktanteile (in %)
Legrand	[30-40]*
Schneider	[0-10]*
RM Cable Tray	[0-10]*
Unitrust	[0-10]*
Unitrunk	[0-10]*
Ackermann	[0-10]*
Andere	[30-40]*

Quelle : Angaben der Parteien.

616. In ihrer Erwiderung²¹⁶ haben die Parteien geltend gemacht, dass ihre erste Schätzung der Marktanteile, die sie der Kommission vorgelegt hatten, der Wirklichkeit nicht entsprach.

²¹⁵ Antwort der Parteien vom 22. Juni 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 19. Juni 2001.

²¹⁶ Punkte 500 und 533.

Sie erklären dazu, dass diese erste Schätzung auch Materialien enthielt, die für den den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Stromtransport bestimmt sind und in dieser Eigenschaft dem davon getrennten Markt für raumgestalterische Vernetzungsbauteile zuzurechnen sind. Nach der Korrektur dieses Irrtums ergäben sich die folgenden Marktanteile der wichtigsten Hersteller auf dem relevanten Markt :

Tabelle der Marktanteile der Parteien für Kabelträger im Vereinigten Königreich

Legrand (Marke Wiremold)	[20-30]*%
Schneider (Marken Mita und Thorsman)	[0-10]*%
Schneider + Legrand	[30-40]*%
Unitrust/Tyco	[20-30]*%
RM Cable Tray	[10-20]*%
Vantrunk	[0-10]*%
Metsec	[0-10]*%

Quelle : Angaben der Parteien

617. Die zweite von den Parteien vorgelegte Schätzung unterscheidet sich von der ersten im Wesentlichen in Bezug auf Unitrust/Tyco, dessen Marktanteil bei [20-30]* % im ersten Fall gegenüber nur [0-10]* % im zweiten Fall liegt.
618. Die Überprüfungen, welche die Kommission vorgenommen hat, haben jedoch klar und deutlich gezeigt, dass die zweite von den Parteien vorgelegte Schätzung die Marktposition von Unitrust/Tyco bei weitem unterbewertet, die sich zwischen [5-15%]* einpendelt, was dem von den Parteien zuerst geschätzten Niveau sehr nahe kommt.
619. Außerdem berücksichtigt die zweite Schätzung der Parteien nicht den Marktanteil, den Schneider mit der Marke Wibe hält. Denn aus den von den Parteien vorgelegten Informationen²¹⁷ geht hervor, dass Wibe [0-10]*% des relevanten Marktes hält.
620. Daher ergeben sich anhand der Überprüfungen, welche die Kommission vorgenommen hat, ungefähr folgende Marktanteile für die wichtigsten Konkurrenten :

Tabelle der Marktanteile für Kabelträger im Vereinigten Königreich

Legrand	[20-30]*%
Schneider (Marken Wibe, Thorsman und Mita)	[10-20]*%
Schneider + Legrand	[40-50]*%
Unitrust/Tyco	[10-20]*%
RM Cable Tray	[10-20]*%

Quelle : Untersuchung der Kommission

621. Nach Abschluss des angemeldeten Zusammenschlussvorhabens hält Schneider / Legrand einen Marktanteil in der Größenordnung von [30-40]*%, was viermal so hoch ist wie der seiner nächsten Konkurrenten, nämlich RM Cable Tray und Unitrust/Tyco. Der relevante Markt wird bezüglich der Marktanteile durch das Vorhandensein eines bei weitem beherrschenden Marktführers und mehrerer nachfolgender Akteure gekennzeichnet sein.
622. Außerdem hält Schneider / Legrand dann in mehreren Segmenten des britischen Marktes für Kabelträgersysteme noch höhere Marktanteile, wie die folgende Tabelle ausweist, die auf der Grundlage der von den Parteien vorgelegten Daten²¹⁸ erstellt wurde.

²¹⁷ E-Mail der Parteien vom 30. Juli 2001 als Antwort auf die Anfrage der Kommission vom 20. Juli 2001.

²¹⁸ Antwort der Parteien vom 19. Juli 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 12. Juli 2001.

Tabelle 33

	Kabelträger aus Stahl	Kabelleitern aus Stahl	Kabelträger aus Stahldraht	Kabelträger aus Kunststoff	Kabelträger- und leitersysteme aus mit Fiberglas verstärktem Kunststoff
Schneider/ Legrand	[50-60]*%	[60-70]*%	[50-60]*%	[60-70]*%	[80-90]*%
RM Cable Tray	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
Unitrust	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
Unitrunk	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
Andere	[0-10]*% (Perfast/Cablok)	[10-20]*% (Vantrunk)	[20-30]*% Obo Bettermann)	10-20]*% Marshall Tufflex	[10-20]*% (divers)

623. Nach Abschluss des Zusammenschlussvorhabens wird Schneider/Legrand somit nicht nur eine Unternehmensgruppe sein, die bei weitem Marktführer auf dem britischen Markt für Kabelträgersysteme im Allgemeinen ist, sondern es wird darüber hinaus auch besonders starke Marktpositionen in quasi allen Segmenten des relevanten Marktes innehaben. Seine Position wird nur in dem einzigen Segment des “ Steel Strut-channel support system ” schwächer sein, wo es einen Marktanteil von [0-10]* % hält und von Unitrust (Marktanteil von [40-50]*%) und von Metsec (Marktanteil von [10-20]*%) überflügelt wird.

624. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben hat somit die doppelte Auswirkung, Schneider zu stärken, und zwar (i) durch die Beisteuerung der Marktpositionen von Legrand auf den Marktsegmenten der Kabelträger aus Stahl, wo es bereits vorherrschend war, und (ii) durch die Beisteuerung der Marktpositionen von Legrand auf den Marktsegmenten der Kabelträger aus Kunststoff und aus mit Fiberglas verstärktem Kunststoff, wo es nicht aktiv war.

625. Die Parteien haben in ihrer Erwiderung ausgeführt, dass [ein großer Anteil]* der von Mita verkauften Kabelträger in der Tat von Kabelträgern aus geschweißtem Eisendraht stamme, die von einem Drittunternehmen (Métal Déployé) hergestellt werden. Sie haben auch erklärt, dass Mita diesen Vertrag mit Métal Déployé verlieren werde (der zugleich auf den Vertrieb der Produkte von Métal Déployé durch Mita und auf die Verwendung der Marke Cablofil (im Eigentum von Métal Déployé) abstellt). [...]*. Den Parteien zufolge belaufen sich die Kabelträger aus geschweißtem Eisendraht, die Mita von Métal Déployé geliefert und unter der Marke Cablofil auf den Markt gebracht werden, auf Marktanteile von [0-10]*% auf dem britischen Markt, was den Marktanteil von Schneider auf [0-10]*% schrumpfen lässt, wen man auch Thorsmann verbucht. Ferner machen die Parteien geltend, dass Métal Déployé innerhalb kurzer Zeit ein ernsthafter Konkurrent auf dem relevanten Markt sein wird. Denn das Tochterunternehmen, das dieses Unternehmen für den britischen Markt gründen will, wird angesichts der Vereinbarungen über die Auflösung des Liefervertragsverhältnisses von der

Verkaufsmacht profitieren, die Mita für die Kabelträger aus geschweißtem Eisendraht begründet hat, wie auch vom Bekanntheitsgrad der Marke Cablofil auf diesem Markt.

626. Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass der Belieferungsvertrag, der Mita an Métal Déployé bindet, noch nicht wirklich aufgelöst ist, [...]*. Außerdem könnte Mita in der Annahme, dass diese Vertragsauflösung tatsächlich erfolgt, sich für seine relevanten Produkte leicht von Wiremold, einem Tochterunternehmen von Legrand, beliefern lassen, das die gleichen Produkte auf den Markt bringt. So haben die Parteien erklärt, dass Wiremold von einem Belieferungsvertrag mit PEMSA profitiere. Ferner besteht, was auch die Parteien einräumen, eine vollständige Substituierbarkeit zwischen Kabelführungen aus Stahl, Kabelführungen aus Stahldraht und den Kabelleitern aus Stahl. Schließlich wird der Verlust der Marke Cablofil für Mita durch die Tatsache kompensiert, dass diese an die Marke Mita gekoppelt war (wie aus den Katalogen für die Produkte von Mita hervorgeht). Aus diesen Gründen wird Mita durch die hypothetische Auflösung des Belieferungsvertrags und der Markenlizenz, die sie bisher an Métal Déployé band, nicht spürbar geschwächt.
627. Was das zweite Argument anbelangt, das von dritter Seite aufgeworfen wird, nämlich den baldigen Eintritt von Métal Déployé auf den britischen Markt, so ist zunächst hervorzuheben, dass dieser bis zur Stunde nicht gewiss ist, sondern nur eine einfache Absichtserklärung vonseiten Letzterer darstellt. Auch wenn sie sich konkretisieren sollte, so dürfte sie sich jedenfalls nicht durch einen automatischen Gewinn der Marktanteile bemerkbar machen, die Mita mit dem Weiterverkauf dieser Produkte hält. Denn erstens wurde die Marke Cablofil, wie bereits erklärt wurde, bisher in Verbindung mit (und unter dem Dach) der Marke Mita verwendet. Die Marke Cablofil alleine wird also nicht von der ganzen Stärke und der Bekanntheit der Marke Mita Cablofil profitieren. Zweitens muss Métal Déployé die oben angesprochenen Hemmnisse beim Markteintritt überwinden, die den Markt für Kabelträger kennzeichnen. Diese Eintrittshemmnisse nehmen in Bezug auf den britischen Markt sogar zu, und zwar durch die Stärke des aus dem Zusammenschluss hervorgehenden Unternehmensgebildes (wie weiter unten analysiert wird).

C.2.2 Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde verfügt über eine ausgedehntere Produktpalette als seine Konkurrenten

628. Global gesehen erscheint Schneider/Legrand als Unternehmensgruppe, die in allen Segmenten des britischen Marktes für Kabelträger präsent ist. Keiner ihrer Konkurrenten verfügt über eine Produktpalette, die alle Segmente dieses Marktes abdeckt. Vor allem verfügt keiner ihrer wichtigsten Konkurrenten über ein Angebot, das Kabelleitern aus Kunststoff und Kabelträger aus mit Fiberglas verstärktem Kunststoff umfasst.
629. Vor dem Zusammenschluss ist allein Legrand in den Segmenten der Kabelträger aus Kunststoff und aus fiberglasverstärktem Kunststoff mit Produkten präsent, die unter der Marke Legrand auf den Markt kommen. Diese Segmente, die im Wert viel kleiner als die anderen Marktsegmente sind, gehören zu den Nischenmärkten, die von den großen Akteuren auf dem Markt aufgegeben wurden. So ist Schneider unter den Marken Mita, Wibe und Thorsman, und Wiremold, einer Gruppe, die 2000 von Legrand erworben wurde, ausschließlich in den verschiedenen Marktsegmenten für Kabelträgersysteme aus Stahl präsent. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben wirkt sich somit so aus, dass ein Akteur zum Vorschein kommt, der von einer einmaligen Position auf dem relevanten Markt profitiert.

630. Das Produktangebot der wichtigsten Akteure auf dem relevanten Markt ist für das Jahr 2000 im Einzelnen in folgender Tabelle aufgeführt :

Tabelle 34

	“ Steel Strut channel ”	Kabelträger aus Stahl	Kabelleitern aus Stahl	Kabelträger aus Stahldraht	Kabelträger aus Kunststoff	Kabelträger aus fiberglasverstärktem Kunststoff
Schneider/Legrand	Präsent	Präsent	Präsent	Präsent	Präsent	Präsent
RM Cable Tray	Präsent	Präsent	Präsent	Präsent	Nicht präsent	Nicht präsent
Unitrust	Präsent	Präsent	Präsent	Präsent	Nicht präsent	Nicht präsent
Unitrunk	Nicht präsent	Präsent	Nicht präsent	Präsent	Nicht präsent	Nicht präsent
Vantrunk	Präsent	Präsent	Präsent	Präsent	Nicht präsent	Nicht präsent
Obo Bettermann	Nicht präsent	Präsent	Nicht präsent	Präsent	Nicht präsent	Nicht präsent
Metsec	Präsent	Präsent	Nicht präsent	Nicht präsent	Nicht präsent	Nicht präsent
Perfast/Cablok	Nicht präsent	Präsent	Präsent	Nicht präsent	Nicht präsent	Nicht präsent

631. Wie bereits weiter oben erklärt wurde, weisen die Kabelträger aus mit Fiberglas verstärktem Kunststoff technische Merkmale auf, die sie besonders gut geeignet für eine Verwendung in einer korrosiven Umgebung machen. Diese Produkte sind somit unter dem Gesichtspunkt der Nachfrage schwer durch andere Kategorien von Kabelträgern, die aus anderen Materialien gefertigt sind, substituierbar. Das fusionierte Unternehmensgebilde Schneider/Legrand wird also mit zwei Typen von Konkurrenten auf dem relevanten Markt konfrontiert sein : (i) relativ starken Gruppen, die in den wichtigen Marktsegmenten des relevanten Marktes, nämlich den verschiedenen Typen von Kabelträgern aus Stahl, präsent sind; (ii) mehr spezialisierten Gruppen, die ausschließlich im Segment der Trägersysteme aus Kunststoff und aus mit Fiberglas verstärktem Kunststoff (wie Marshall Tufflex) oder in bestimmten Segmenten der Kabelträger aus Stahl präsent sind.

632. Diese Situation wird es Schneider/Legrand ermöglichen, sich etwaigen Versuchen dieser Konkurrenten zu widersetzen, ihre Positionen zu seinem Nachteil zu stärken, da sich der Unternehmensverbund auf seine Marktpositionen in den Marktsegmenten stützen kann, in denen diese Konkurrenten nicht präsent sind; dort kann das fusionierte Unternehmensgebilde erhöhte Preise praktizieren, um ihre Offensive, bei der sie ihre Preise senken, in den anderen Marktsegmenten zu kontern. Seine einzigartige Position auf dem Markt, die zu den anderen Vorteilen hinzukommt, von denen es profitiert, wird Schneider/Legrand ganz im Gegenteil in die Lage versetzen, die Positionen jedes Konkurrenten dieser beiden Kategorien mit Erfolg ins Visier zu nehmen.

C.2.3 Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde verfügt über ein unschlagbares Sortiment von Marken

633. Schneider/Legrand verfügt auf dem britischen Markt für Kabelträger über fünf Handelsmarken. So wie die Marken Thorsman, Mita und Wibe seit dem Erwerb von

Lexel von der Schneider-Gruppe gehalten werden, bringt Legrand die Marken Legrand und Wiremold mit. Bei Wiremold handelt es sich um eine Marke, die auf den Märkten für Kabelträger im Vereinigten Königreich von einem hohen Bekanntheitsgrad profitiert, da sie eine der Marken ist, die das größte Verkaufsvolumen erzeugen²¹⁹. Nach Kenntnis der Kommission verfügt kein anderer Konkurrent über ein in Quantität und Qualität gleichwertiges Markensortiment.

634. Die neue Unternehmensgruppe wird somit in der Lage sein, eine Handelspolitik mit vielen Marken zu betreiben, damit sie durch eine spezielle Zielausrichtung auf jedes Nachfragesegment eingehen kann. Vor allem kann Schneider/Legrand bestimmte Marken seines Sortiments bestimmten und besonderen Produkttypen zuweisen, wie z.B. den Kabelträgern aus fiberglasverstärktem Kunststoff, und seine anderen Marken für die Produkte verwenden, die mehr verkauft werden, wie beispielsweise die Kabelleitern aus Stahl.
635. Die Bandbreite seiner Produktpalette sorgt in Verbindung mit seinem Markensortiment dafür, dass Schneider/Legrand von der doppelten Marktpositionierung als Generalist und Spezialist wie kein anderer Konkurrent in der Lage sein wird, zumindest kurzfristig zu kopieren. Dies wird es ihm möglich machen, direkt mit seinen Konkurrenten im Kernstück ihres Marktes in Konkurrenz zu treten, indem der Unternehmensverbund seine anderen Marken nutzt, und zwar mit erhöhten Preisen in den anderen Marktsegmenten, wo er weniger Konkurrenz ausgesetzt ist.

C.2.4 Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde wird von einem privilegierten Zugang zum Vertrieb profitieren.

636. Die Parteien erklären, dass die Hersteller von Kabelträgern im Durchschnitt zwischen 75% und 95% ihres Umsatzes mit Kabelträgern über Großhändler von elektrischem Betriebsmaterial erzielen²²⁰.
637. Schneider / Legrand profitiert somit von seiner Stärke auf den anderen Märkten für Stromverteilungsprodukte im Vereinigten Königreich und, in der Wechselwirkung, vom Umfang der Verkäufe der Großhändler bei seinen Produkten. So stellt die neue Unternehmensgruppe 10% bis 20% der Verkäufe eines der wichtigsten Großhändler im Vereinigten Königreich. Zum Vergleich: Der zweitwichtigste Lieferant dieses Großhändlers stellt weniger als [0-10%]* dieser Verkäufe.
638. Angesichts der Bedeutung von Schneider / Legrand für ihre Verkäufe und für die Wirkungsweise der Mechanismen für die von den Herstellern gewährten Preisnachlässe und Rabatte besteht zumindest ein starker Anreiz für die Großhändler, ihre Umsätze mit allen Produkten des Unternehmensverbundes aufrechtzuerhalten.
639. Außerdem dürfte Schneider / Legrand auch von der Tendenz der Großhändler profitieren, die Zahl ihrer Zulieferer für jede Kategorie der elektrischen Betriebsmittel im Niederspannungsbereich zu reduzieren. Diese Tendenz dürfte sich nach aller Logik besonders für den Typ von Produkten verschärfen, die sich durch ihren schwachen Einheitswert und ihren Raumbedarf auszeichnen. In seiner Funktion als Marktführer mit einem Marktanteil, der, alle Marktsegmente zusammengenommen, sehr deutlich über

²¹⁹ Antwort der Parteien vom 19. Juli 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 12. Juli 2001.

²²⁰ Seite 90 des Formulars CO.

dem aller seiner Konkurrenten liegt, wird der Unternehmensverbund zu einem privilegierten Zulieferer der Großhändler, über die der wesentliche Teil der Verkäufe der Hersteller läuft.

C.2.5 Das aus den Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde wird der einzige Akteur auf dem Markt sein, der über ein Angebot von Kabelträgern und von vorgefertigten Stromkanalisationssystemen verfügt.

640. Schneider / Legrand wird der einzige Akteur auf dem britischen Markt sein, der zugleich Kabelträger und vorgefertigte elektrische Kanalisationssysteme anbietet. Denn seine Konkurrenten sind nur auf dem einen oder dem anderen dieser beiden Produktmärkte präsent. Zwar gibt es nur eine geringe Substituierbarkeit auf der Nachfrageseite zwischen Kabelträgern und vorgefertigten Kanalisationssystemen, doch wird die neue Unternehmensgruppe Profit aus dieser einmaligen Marktposition ziehen. So wird sie imstande sein, die anderen Akteure auf dem Markt der Kabelträger mit Konkurrenz zu überziehen, und zwar aus dem Marktinnern heraus mit ihrem Angebot an Kabelträgern und zugleich von außerhalb dieses Marktes mit ihrem Angebot an vorgefertigten Kanalisationssystemen, die dem Transport und der Verteilung der Elektrizität dienen, und bei denen eine gewisse Substituierbarkeit zwischen beiden Produktkategorien möglich ist.

C.2.6 Schlussfolgerung: Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde kann eine profitable Erhöhung der Preise für seine Produkte in die Wege leiten.

641. Schneider / Legrand profitiert von mehreren wesentlichen Vorteilen gegenüber seinen Konkurrenten auf dem britischen Markt für Kabelträger. Außer einem deutlich höheren Marktanteil als dem seiner Konkurrenten verfügt der Unternehmensverbund über besonders starke Marktpositionen in mehreren Marktsegmenten, ein nicht zu übertreffendes Markensortiment, einen privilegierten Zugang zu den Großhändlern und ein kombiniertes Angebot von Kabelträgern und vorgefertigten Kanalisationssystemen. Er kann also auch eine Preiserhöhung für seinen relevanten Produkte in die Wege leiten, ohne dass er Gefahr läuft, Marktanteile zu verlieren, was diese Preiserhöhung wiederum unprofitabel machte. Vor allem kann Schneider / Legrand die Preise für Produkte erhöhen, die nur unter bestimmten Marken seines Sortiments verkauft werden, so dass die Nachfrage, die auf andere Marken überwechselte, sich wenigstens zum Teil bei seinen anderen Marken wiedereinfände, deren Preise stabil geblieben sind. Aus den oben dargestellten Gründen wären weder die Konkurrenten noch die Großhändler in der Lage, dieser von der neuen Unternehmensgruppe eingeleiteten Preiserhöhung Kontra zu geben. Folglich kommt die Kommission zu dem Schluss, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben eine beherrschende Stellung im Interessenbereich von Schneider / Legrand über den Markt des Verkaufs von Kabelträgern im Vereinigten Königreich schafft.

C.3. *Die Analyse der Auswirkungen des Zusammenschlusses auf die Märkte für die der Endverteilerschalttafel nachgelagerten elektrischen Ausrüstungen*

C.3.1 Einführung

642. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben verstärkt oder schafft durch seine Zusammenführung von zwei der drei Hauptkonkurrenten auf der europäischen Ebene

eine beherrschende Stellung auf mehreren Produktmärkten und nationalen Märkten für elektrische Ausrüstungen, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind.

643. Die betreffenden elektrischen Ausrüstungen umfassen eine große Vielfalt von Produkten mit sehr unterschiedlichen Funktionen, technologischen Inhalten und Preisen. Diese Produkte haben indessen als gemeinsames Merkmal, dass sie in einem Stromnetz der Endverteilerschalttafel nachgelagert installiert werden. Aufgrund dieses Merkmals laufen diese Ausrüstungen oft auch unter der Bezeichnung "Letzverbraucherapparaturen". Das bedeutet, dass sie von Schwachstrom durchlaufen werden, der in der Regel unter 40 Ampere liegt, oder aber dass sie überhaupt nicht mit elektrischem Strom in Berührung kommen. Bei diesen Produkten werden also nicht dieselben Technologien eingesetzt wie bei den anderen oben beschriebenen elektrischen Niederspannungsprodukten. Außerdem werden bestimmte dieser Produkte entgegen den anderen elektrischen Betriebsmitteln in den bewohnten Teilen von Wohn- und Dienstleistungsgebäuden installiert, wo sie sichtbar sind. Dieses doppelte Merkmal bedeutet, dass sich die Funktionsweise der Märkte für Produkte, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind, teilweise von der der Märkte für die zuvor evaluierten Produkte unterscheidet.

Die Rolle der verschiedenen Akteure und ihre Beziehungen auf den Märkten für elektrische Ausrüstungen, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind

Die Hersteller

644. Auf den Märkten für elektrische Betriebsmittel, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind, sind die wichtigsten Hersteller auf der europäischen Ebene zur Zeit Legrand, ABB und Schneider. Nur diese drei Hersteller sind auf allen oder den meisten relevanten Produktmärkten oder nationalen Märkten vertreten.

645. Unter den anderen Herstellern sind nur Siemens und Hager auf mehreren Produktmärkten oder nationalen Märkten im EWR präsent. Alle anderen Konkurrenten sind entweder lokale Akteure, die nur in einem einzigen Land stark verwurzelt sind (z.B. Niko in Belgien für Steckdosen und Trennschalter), oder Unternehmen, die nur auf eine oder mehrere Produktgruppen spezialisiert sind (z.B. Cooper auf Notbeleuchtungssysteme).

646. Die folgende Tabelle zeigt die Präsenz der wichtigsten Hersteller in den verschiedenen Marktsegmenten, wie sie von den Parteien festgelegt wurden (d.h. Segmenten, die mitunter größer als die Produktmärkte sind, die zum Zwecke der vorliegenden Entscheidung festgelegt wurden), und in den verschiedenen Mitgliedstaaten (** = Marktanteil höher als 50 % ; * = Marktanteil von 20-50 % ; * Marktanteil von 5-20 %) :

Tabelle 35

	Legrand	ABB	Schneider	Siemens	Hager
Steckdosen und Trennschalter	*** F, GR, I ** A, P * B, E, IRL, GB	** A, D, E, FIN, I, NL * IRL, S	*** DK ** FIN, S, N * B, D, F, GR	* A, D, GR	* GB
Kontrollsysteme			* DK	* D, FIN	
Sicherheitssysteme	** F * E, I, P		* FIN, S, N	** D, FIN	

				* S	
Einzelteile für Kommunikationsnetze	* F, I		** DK, N * FIN, NL, S		
Befestigungs- und Zweigleitungsmaterial	*** F * E, IRL, NL, P	** FIN	*** DK, N ** F, FIN, S * I	* D	
Raumgestalterische Vernetzungsbauteile	*** P ** A, B, E, F * GR, IRL		*** S, N ** FIN, GB * DK, NL	* D	*** DK ** D * B, F, FIN, NL, P, S, N

647. Die Hersteller von Produkten, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind, gründen ihre Stärke auf den Bekanntheitsgrad ihrer Marken und auf das Vertrauen der Elektroinstallateure und der Endverbraucher in sie. Sie versuchen, privilegierte Zugangsmöglichkeiten zu den Großhändlern zu erlangen, und zwar hauptsächlich durch die Gewährung von erheblichen Preisnachlässen und Rabatten, aber auch im Wege von Aktionen zur Verkaufsförderung für ihre Produkte, die in den Geschäften Letzterer durchgeführt werden. Schließlich unterhalten die Hersteller Direktbeziehungen zu den Elektroinstallateuren, was unbedingt notwendig ist, um die an sie gerichtete Nachfrage stimulieren zu können. Zu diesem Zwecke bieten die Hersteller den Elektroinstallateuren Schulungsveranstaltungen an, verteilen Computersoftware als Hilfestellung bei der Konzeption der Elektroinstallation und bei der Auswahl der spezifischen Materialien für ihre Produkte, führen Fördermaßnahmen auf dem jeweiligen Gebiet durch und unterhalten Dienstleistungen der technischen Hilfe. So stellen die gesamten Ausgaben von Legrand für Handel und Vermarktung etwa [0-10]*% seines Umsatzes in Frankreich dar, was einem Betrag von fast [100-800]* Millionen französische Francs entspricht²²¹.

Die Großhändler

648. Die Großhändler spielen eine besonders wichtige Rolle auf den Märkten für Produkte, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind, und zwar insofern, als der größte Teil dieser Produkte über sie verkauft wird. Die Untersuchung der Kommission hat gezeigt, dass die Parteien und ihre Konkurrenten in der Regel 90 % ihrer Letztverbraucherprodukte oder mehr an die Großhändler verkaufen. Die wenigen Ausnahmen zu dieser Regel betreffen nur spezifische Produktkategorien (z.B. Telefonbuchsen oder Kontrollsysteme) und/oder bestimmte Länder. Die Großhändler sind von der Nachfrage abhängig, die von den Herstellern bewirkt wird, und von den Marken, die den Elektroinstallateuren und den Endverbrauchern bekannt sind. Dabei handelt es sich also um Sachzwänge, die häufig nachgefragten Produkte zu bevorraten, die in der Praxis auch die sind, die unter einer Markenbezeichnung mit einem hohen Bekanntheitsgrad auf den Markt gebracht werden.

649. Überdies reduzieren die Großhändler aus Rationalisierungsgründen die Anzahl ihrer Zulieferer. Die Untersuchung der Kommission hat gezeigt, dass in aller Regel die

²²¹ Mittelfristige Planungen 2001-2005 von Legrand SNC für Frankreich. Das Dokument wurde als Anhang zur Antwort von Legrand auf Frage 315 des Fragebogens vom 6. April 2001 vorgelegt.

Großhändler dazu neigen, die Anzahl ihrer Zulieferer auf drei oder vier für jede Produktkategorie zu begrenzen. Die Konzentration der Einkäufe der Großhändler auf eine reduzierte Anzahl von Zulieferern ist ebenfalls die Folge der zahlreichen Preisnachlässe und Rabatte, die ihnen von den großen Herstellern eingeräumt werden und mehr als [30-60]* % des Verkaufspreises dieser Produkte ausmachen können. Dies stellt einen Anreiz für sie dar, vor allem die Produkte und Marken der Hersteller zu verkaufen, die bereits gut eingeführt sind und über einen erheblichen Marktanteil verfügen. Umgekehrt haben die Großhändler wenig Anreize in beträchtliche Anstrengungen zu investieren, um einer kleineren Marke oder einem neuen Akteur auf dem Markt zu helfen, seine Marktposition zu heben oder weiterzuentwickeln. Diese Feststellung, die für alle elektrischen Betriebsmittel im Niederspannungsbereich gilt, erhält eine ganz besondere Bedeutung in Bezug auf die den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Produkte. Denn für diese Produkte gibt es zahlreiche kleine und unabhängige Hersteller, die auf die Produktion eines einzigen Typs von Betriebsmitteln spezialisiert und in einer begrenzten Anzahl von Mitgliedstaaten präsent sind. Diese kleinen Hersteller sind am meisten vom Prozess der Rationalisierung und Konzentrierung der Einkäufe der Großhändler bedroht.

650. Schließlich hat die Untersuchung der Kommission unzweideutig gezeigt, dass die Handelsbeziehungen zwischen Großhändlern und Herstellern von Betriebsmitteln, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind, auf einer nationalen bzw. lokalen Grundlage bestehen. Dies trifft auf die Gesamtheit der Handelsaspekte und insbesondere auf die Entscheidung für einen Hersteller, die Festlegung der ein- und verkauften Produktpaletten, die Festlegung der Preise und Rabatte und die Durchführung von spezifischen Aktionen zur Verkaufsförderung zu. Schließlich sind die Großhändler relativ wenig sensibel in Bezug auf die Preise der Produkte, die sie einkaufen, und dafür um so sensibler für die handelsrelevanten Preisnachlässe und Rabatte, die ihnen die Hersteller einräumen, und die einen gewichtigen Anteil ihrer Gewinn spannen ausmachen.

Die Elektroinstallateure

651. Die Elektroinstallateure sind für den Einbau der elektrischen Betriebsmittel im Niederspannungsbereich beim Endabnehmer zuständig. Wie bereits weiter oben erläutert wurde, haben sie in der Regel eine konservative Einstellung und bleiben den Marken sehr verbunden, die sie kennen und denen sie vertrauen. Was die der Endverteilerschalttafel nachgelagerten Produkte anbelangt, so geben die Installateure häufig die Marke vor. Die Auftraggeber (Architekten, Planungsbüros etc.) greifen tatsächlich sehr selten in diese Entscheidungen ein, mit Ausnahme der Kontroll- und der Sicherheitssysteme und der Bauteile für Kommunikationsnetze, die meist nur in großen Dienstleistungsgebäuden eingesetzt werden. Die Entscheidungsgewalt der Installateure über die Auswahl der Marke ist jedoch durch die etwaigen Wünsche ihrer Kunden begrenzt, die sich vor allem am der Ästhetik der Produkte orientieren. Dies betrifft hauptsächlich Steckdosen und Trennschalter und selten andere Produkte.
652. Die Entscheidungskriterien bei der Auswahl einer Marke durch einen Installateur sind die Sicherheit, die in seinen Augen durch eine wohlbekannte Marke garantiert ist, in die er Vertrauen hat, die einfache Montage beim Einbau und die Verfügbarkeit der Produkte im Geschäft seines lokalen Großhändlers. Hingegen spielt der Preis nur eine eher marginale Rolle, da die etwaigen Einsparungen dank des Einkaufs billiger Produkte in seinen Augen in der Regel weniger zählen als die Zeit, die notwendig ist, um sich mit der Installation eines neuen und wenig bekannten Produktes vertraut zu machen. Da der

Installateur außerdem nicht der Endverbraucher ist, gibt er die Kosten für die von ihm eingebauten Produkte an seine Kunden weiter.

Die Kunden als Endverbraucher

653. Der Endverbraucher ist hauptsächlich am Gesamtergebnis interessiert, nämlich an der kompletten Elektroinstallation im Endverteilerstadium. Der einzige ihm bekannte Preis ist der komplette Installationspreis, dessen größter Teil für die Entlohnung der Installationsarbeiten anfällt. In der Praxis kennt der Endverbraucher nicht im Einzelnen den Preis eines jeden installierten Produktes und interessiert sich normalerweise auch nicht dafür. Jedoch hat er in aller Regel mehr Interesse an der Auswahl der Materialien, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind, als für die, die sich vor ihr befinden. Denn die der Endverteilerschalttafel nachgelagerten Produkte, so vor allem die Steckdosen und die Trennschalter, sind in Wohn- oder Dienstleistungsgebäuden sichtbar, und daher können persönliche Auswahlkriterien im Hinblick auf die Ästhetik ins Spiel kommen.

Das fusionierte Unternehmensgebilde Schneider/Legrand wird ein nicht zu umgehender Akteur auf den meisten europäischen Märkten für elektrische Ausrüstungen sein, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind

Der aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensverbund profitiert von einem Produktsortiment und einer geografischen Abdeckung, die beträchtlich höher als die seiner Konkurrenten sind

654. Der Unternehmensverbund verfügt über ein vollständiges Produktsortiment, das alle Märkte für elektrische Betriebsmittel abdeckt, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind. Außerdem verfügt er über eine vollständige Abdeckung des gesamten EWR. Weit davon entfernt, die geografische Definition der relevanten Märkte in ihrer nationalen Dimension zu widerlegen, ist die Evaluierung der Rolle, die Schneider / Legrand auf der europäischen Ebene spielen wird, integraler Bestandteil der Analyse der Auswirkungen des Zusammenschlusses auf jeden der betroffenen produktbezogenen und nationalen Märkte.

655. Was das Produktsortiment anbelangt, so ist hervorzuheben, dass Schneider und Legrand bereits zwei Hauptgruppen von Generalisten auf den relevanten produktbezogenen und geografischen Märkten sind. Ihr Angebot beschränkt sich nicht auf Steckdosen und Trennschalter, sondern umfasst bei jeder der beiden Unternehmensgruppen auch Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien und raumgestalterische Bauteile für die Vernetzung, die direkt mit diesen Produkten verbunden sind, sowie Kontroll- und Sicherheitssysteme und Verbindungselemente für Kommunikationsnetze. Das Angebot jeder der Parteien ist zwar bereits umfassend, kann aber trotzdem mit dem der anderen Gruppen von Generalisten, wie ABB und Siemens, und in einem geringeren Ausmaße, Hager und GE, verglichen werden.

656. Die Vereinigung des Produktkatalogs von Legrand mit dem von Schneider führt zur Bildung eines Produktsortiments von einem Umfang, der ohnegleichen ist. Beispielsweise bringt Legrand seine Produktpalette an autonomen Notbeleuchtungsblöcken wie auch seine Produktpalette an Zugangskontrollsystemen („Portiers“) in die neue Gruppe ein. Schneider vervollständigt seinerseits das Angebot von Legrand mit seiner Produktpalette von Heizungs- und Beleuchtungskontrollsystemen. Schließlich führt die Vereinigung des Angebots der beiden Gruppen an

Informatikbuchsen und an Bauteilen für Kommunikationssysteme zur Bildung einer vollständigen Ton-, Bild-, Daten- Produktpalette.

657. Das Unternehmensgebilde Schneider/Legrand wird eine Produktpalette haben, die umfassender als die der anderen Gruppen von Generalisten ist. So ist ABB auf dem Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien und auf dem Markt für Sicherheits- und Schutzsysteme nicht oder nur sehr marginal präsent²²². Siemens fehlt auf den Märkten für Ton-, Bild-, Datenprodukte und für Leitungsführungen in der Raumgestaltung²²³. GE ist auf den Märkten für Sicherheitssysteme und für Ton-, Bild-, Datenprodukte nicht aktiv²²⁴. Hager betätigt sich nicht auf den Märkten für Sicherheitssysteme, für Ton-, Bild-, Datenprodukte und für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien²²⁵.
658. Was die geografische Verwurzelung anbelangt, so profitiert das Unternehmensgebilde Schneider/Legrand auch von einer Abdeckung des europäischen Bereichs, die ohnegleichen ist.
659. So ist Legrand eine Gruppe, die besonders gut in den südlichen EWR-Mitgliedstaaten Fuß gefasst hat. Sehr erhebliche Marktanteile hält sie vor allem auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter in Frankreich ([80-90]*%), Italien ([60-70]*%), Portugal ([50-60]*%) und Griechenland ([40-50]*%). Umgekehrt ist Schneider seinerseits besonders gut im Norden des EWR verwurzelt, und seit dem Erwerb von Lixel ganz besonders gut in den nordischen Ländern. Insbesondere hält es beträchtliche Marktanteile auf den Märkten für Steckdosen und Trennschalter in Dänemark ([70-80]*%), Finnland ([30-40]*%), Schweden ([40-50]*%) und Norwegen ([50-60]*%). Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt also zur Verbindung der beträchtlichen Marktanteile, die Schneider in Nordeuropa hält, mit denen, die Legrand in Südeuropa innehat.
660. Außerdem hat das Zusammenschlussvorhaben die Auswirkung, die Marktpositionen einer jeden der Parteien auf zahlreichen nationalen Märkten zu stärken, auf denen Schneider und Legrand bisher keine Vormachtstellung hatten. So hat der Zusammenschluss auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter in Spanien die Auswirkung, zu den [10-20]*% der Marktanteile, die Schneider 2000 hielt, noch die [10-20]*% der Marktanteile von Legrand hinzuzufügen. Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde wird also so erheblich gestärkt, dass es in der Lage ist, der Konkurrenz des Marktführers, nämlich Simon, zu trotzen, der einen Marktanteil von [40-50]*% hält.
661. Die einzigen Staaten, in denen das fusionierte Gebilde keine höheren Marktanteile auf einem der Märkte für Ausrüstungen hält, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind, werden Deutschland und in geringerem Maße Irland und die Niederlande sein.
662. Schließlich hat der Zusammenschluss die Bildung einer Unternehmensgruppe zur Folge, die besonders mächtig auf allen französischen Märkten für Endverteilergeräten ist. Insbesondere hält das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde

²²² Antwort von ABB vom 7. März 2001.

²²³ Antwort von Siemens vom 28. Februar 2001.

²²⁴ Antwort von GE vom 26. Februar 2001.

²²⁵ Antwort von Hager vom 6. März 2001.

quasi ein Monopol auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter, [80-90]*% auf dem Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien, [50-60]*% auf dem Markt für Notbeleuchtungssysteme und [90-100]*% auf dem Markt für wasser-/luftdichte Apparaturen.

663. Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde profitiert also von der vollständigen geografischen Abdeckung des EWR und von einem Produktsortiment, welches das Sortiment seiner direkten Konkurrenten mit einer europäischen Verwurzelung, nämlich ABB, Siemens, GE und Hager, bei weitem überbietet. Insbesondere verfügt Schneider/Legrand über mehrere Marktmachtpositionen auf zahlreichen nationalen Märkten wie auch auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter. Diese Machtpositionen werden der neuen Unternehmensgruppe zur Verfügung stehen, um ihre Positionen auf anderen Produktmärkten oder anderen nationalen Märkten auszubauen. Außerdem kann ihre erhebliche Präsenz auf den meisten geografischen Märkten und Produktmärkten auch dazu genutzt werden, um sich jeglichen Versuchen vonseiten ihrer Konkurrenten zu widersetzen, die ihre Positionen auf den Märkten ausbauen wollen, in denen der Unternehmensverbund eine Vormachtstellung hat.
664. In ihrer Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission²²⁶ bestreiten die Parteien diese Analyse und stützen sich dafür auf eine Berechnung der Marktpositionen der Hauptkonkurrenten auf einem hypothetischen Markt für die Gesamtheit der den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Ausrüstungen auf der Ebene des EWR. Auf einem derart definierten "Markt" hätte der Unternehmensverbund einen Marktanteil von [10-20]* % gegenüber [10-20]* % bei Siemens. Aus der Tabelle, welche die Parteien zu diesen Zwecken vorgelegt haben, wie auch aus der folgenden Tabelle 35 geht jedoch hervor, dass sich die Position von Siemens auf diesem hypothetischen Markt im Wesentlichen aus seiner relativ starken Verwurzelung in nur zwei Marktsegmenten ableitet: den Kontroll- und den Sicherheitssystemen. Ferner konzentrieren sich die Tätigkeiten von Siemens in diesen Segmenten hauptsächlich auf einen einzigen Mitgliedstaat, nämlich Deutschland.
665. Die Parteien haben ebenfalls geltend gemacht²²⁷, dass bestimmte Spezialisten, wie Lucent, Pouyet, 3M, AMP, Quante, Alcatel und BICC bei bestimmten Produkten ausgedehntere Produktpaletten haben als die Generalisten. Aus den Namen der von den Parteien zur Unterstützung ihrer Argumentation genannten Unternehmen ergibt sich, dass diese Situation anscheinend nur auf Bauteile für Kommunikationsnetze zutrifft. Selbst wenn die Produktpaletten dieser Spezialisten mehr Tiefgang hätten als die der Parteien und der anderen Spezialisten, so handelt es sich jedenfalls nur um enge Produktpaletten, die auf eine begrenzte Anzahl von Produktkategorien beschränkt sind. Eine derartige Situation ist also nicht geeignet, die Feststellungen zu widerlegen, wonach das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde über eine Produktpalette von Endverbauchermaterialien verfügen wird, die umfangreicher als die aller seiner Konkurrenten ist, egal ob Spezialisten oder Generalisten.
666. Schneider / Legrand verfügt also über ein Produktsortiment und eine geografische Abdeckung, die wesentlich höher sind als die aller seiner Konkurrenten.

²²⁶ Punkt 569

²²⁷ Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission, Punkt 573

Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde verfügt über ein von seinen Konkurrenten nicht zu übertreffendes Markensortiment

667. Nach der folgenden Tabelle verfügt das Unternehmensgebilde Schneider/Legrand auf dem Markt der den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Ausrüstungen über ein Markensortiment, das ohnegleichen ist, und zwar sowohl von der Anzahl als auch vom Bekanntheitsgrad her.

Tabelle 36

Hersteller	Marken	Kategorien von Endverbraucherprodukten, für welche die Marke verwendet wird	Länder, in denen die Marken verwendet werden
Schneider	Alombard	Steckdosen und Trennschalter, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien	Frankreich
	Dalcotech	Sicherheitssysteme	Dänemark
	Eljo	Steckdosen und Trennschalter, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien	Schweden
	Elko	Steckdosen und Trennschalter, Kontrollsysteme, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien, Ton-, Bild-, Datenprodukte	Schweden, Finnland, Griechenland

Hersteller	Marken	Kategorien von Endverbraucherprodukten, für welche die Marke verwendet wird	Länder, in denen die Marken verwendet werden
Schneider	Elso	Steckdosen und Trennschalter, Kontrollsysteme, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien	Deutschland, Griechenland
	Esmi	Sicherheitssysteme	Finnland, Schweden, Dänemark, Deutschland
	Eunea – Merlin Génin	Steckdosen und Trennschalter, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien	Spanien, Portugal
	Jojo	Kontrollsysteme	Dänemark, Vereinigtes Königreich, Frankreich, Schweden, Finnland
	Lexel	Kontrollsysteme, Ton-, Bild-, Datenprodukte	Schweden, Dänemark, Finnland
	LK	Steckdosen und Trennschalter, Kontrollsysteme, Ton-, Bild-, Datenprodukte, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien	Dänemark
	Merlin Génin	Kontrollsysteme, Sicherheitssysteme	Frankreich
	Mita	Raumgestalterische Vernetzungsbauteile	Vereinigtes Königreich, Belgien, Irland
	Multisignal	Sicherheitssysteme	Schweden
	Sarel	Steckdosen und Trennschalter, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien	Frankreich, Italien, Österreich, Belgien
	Schyller	Steckdosen und Trennschalter	Italien
	Strömfors	Steckdosen und Trennschalter, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien	Dänemark, Schweden, Finnland, Deutschland
	Telesafe	Bauteile von Kommunikationsnetzen	Schweden, Deutschland, Niederlande
	Thorsman	Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien, Raumgestalterische Vernetzungsbauteile	Dänemark, Finnland, Schweden, Vereinigtes Königreich, Belgien, Irland, Niederlande, Deutschland
Legrand	Legrand	Steckdosen und Trennschalter, Kontrollsysteme, Sicherheitssysteme, Ton-, Bild-, Datenprodukte, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien, Raumgestalterische Vernetzungsbauteile	Frankreich, Italien, Spanien, Portugal, Griechenland, Vereinigtes Königreich, Schweden, Belgien, Niederlande, Österreich, Deutschland, Luxemburg, Dänemark, Finnland, Norwegen
	Arnould	Steckdosen und Trennschalter	Frankreich
	Bticino	Steckdosen und Trennschalter, Kontrollsysteme, Ton-, Bild-, Datenprodukte, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien	Italien, Spanien, Portugal, Deutschland, Belgien, Österreich, Frankreich, Niederlande
	Quintela	Raumgestalterische Vernetzungsbauteile	Spanien, Portugal, Deutschland, Belgien
	Tegui	Sicherheitssysteme	Spanien, Portugal
	Tenby	Steckdosen und Trennschalter, Ton-, Bild-, Datenprodukte, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien	Vereinigtes Königreich, Irland
	Ortronics	Ton-, Bild-, Datenprodukte	Frankreich, Italien, Vereinigtes Königreich

Hersteller	Marken	Kategorien von Endverbraucherprodukten, für welche die Marke verwendet wird	Länder, in denen die Marken verwendet werden
Legrand	Planet-Watthom	Raumgestalterische Vernetzungsbauteile	Frankreich, Niederlande, Österreich, Dänemark, Schweden, Finnland, Deutschland
	Ura/Lumatic	Sicherheitssysteme	Frankreich, Spanien, Belgien, Schweden
ABB	ABB	Steckdosen und Trennschalter, Kontrollsysteme, Ton-, Bild-, Datenprodukte	Deutschland, Österreich, Niederlande, Belgien, Luxemburg, Frankreich, Italien, Spanien, Niederlande, Vereinigtes Königreich, Irland, Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland, Griechenland
	Busch-Jäger / BJE	Steckdosen und Trennschalter, Kontrollsysteme	Deutschland, Österreich, Niederlande, Griechenland
	Niessen	Steckdosen und Trennschalter	Spanien
	Vimar	Steckdosen und Trennschalter, Sicherheits- und Kontrollsysteme, Sicherheitssysteme, Ton-, Bild-, Datenprodukte, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien	Italien
GE	GE	Kontrollsysteme	Deutschland, Niederlande, Belgien, Frankreich, Italien, Spanien, Niederlande, Vereinigtes Königreich
	AEG	Steckdosen und Trennschalter	Deutschland, Norwegen, Dänemark, Schweden, Italien
	Lemag	Steckdosen und Trennschalter	Spanien, Portugal
	Graesslin	Steckdosen und Trennschalter	Deutschland
Siemens	Siemens/Cerberus	Kontroll- und Sicherheitssysteme	Deutschland, Österreich, Belgien, Luxemburg, Frankreich, Italien, Spanien, Niederlande, Vereinigtes Königreich, Irland, Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland, Griechenland, Portugal, Luxemburg, Norwegen

Quelle : Angaben der Parteien und Dritter

668. Jede der Parteien verfügt bereits über eine sehr große Bandbreite an Marken, die auf mehreren nationalen Märkten besonders gut Fuß gefasst haben. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt zur Ansammlung der Marken von Schneider, die besonders gut im Norden des EWR Fuß gefasst haben (insbesondere Elso, Elko, Thorsmann), und der Marken von Legrand, die besonders gut im Süden des EWR verwurzelt sind (insbesondere Bticino, Legrand) in ein und derselben Unternehmensgruppe. Außerdem verfügt Schneider/Legrand über die Marke Legrand, die zusammen mit der Marke ABB die einzige Marke von wirklich europäischer Dimension ist, die eine umfangreiche Produktpalette von Ausrüstungen abdeckt, die der Endvertilerschalttafel nachgelagert sind.

669. In ihrer Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission²²⁸ machen die Parteien geltend, dass die Anzahl der wichtigen Konkurrenzmarken in jedem Mitgliedstaat höher als die Anzahl der Marken sein wird, über die der neue Unternehmensverbund verfügt. Diesbezüglich reicht es, festzustellen, dass die Parteien die Anzahl der Marken des fusionierten Unternehmensgebildes mit der *Gesamtheit* der Marken vergleichen, die von allen ihren Konkurrenten in jedem Land gehalten werden, einschließlich der Marken der Spezialisten, die nur sehr eng gefasste Produktpaletten herstellen, und nicht die Gesamtheit der Marken, die von jedem ihrer Konkurrenten gehalten werden.
670. Die Anzahl und die Qualität der Marken von Schneider/Legrand wird dieser neuen Unternehmensgruppe angesichts ihrer Rolle und ihrer Bedeutung bei der Funktionsweise der Märkte für die relevanten Produkte einen substantziellen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Die Marke stellt ein entscheidendes Element bei der Auswahl der Ausrüstungen dar, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind, so insbesondere für die kleinen Elektroinstallateure, welche die wichtigste Käuferkategorie dieser Produkte darstellen. Denn die kleinen Installateure haben die Angewohnheit, mit einer begrenzten Anzahl von unterschiedlichen Marken zu arbeiten, da sie vertiefte Kenntnisse über die technischen Merkmale dieser Produkte haben wollen. Das versetzt sie in die Lage, die Installationsprozesse genauestens zu beherrschen und damit Zeit zu sparen. Dieses Phänomen wird übrigens von den Herstellern selbst gefördert, und zwar im Rahmen von Schulungsmaßnahmen für kleine Installationsbetriebe und der Streuung von Computerprogrammen zur Unterstützung bei der Konzeption von Elektroinstallationen. Sehr viele Hersteller und Großhändler von europäischer Dimension haben bestätigt, dass auf den meisten nationalen Märkten die Marken bei dieser Kategorie von Kunden eine wichtigere Rolle spielen als die Preise²²⁹.
671. Außerdem gibt die Ansammlung mehrerer Marken innerhalb derselben Unternehmensgruppe, die über einen großen Bekanntheitsgrad verfügen und für die Vermarktung derselben Produktkategorien eingesetzt werden, Schneider/Legrand die Möglichkeit, differenzierte und komplementäre Handelspolitiken für jede von ihnen zu betreiben. Derartige Politiken gestatten es der neuen Unternehmensgruppe, auf besonders ausgeklügelte Art und Weise auf die Nachfrage und die Konkurrenz in jedem der Marktsegmente einzugehen. Insbesondere wird es für Schneider/Legrand möglich sein, eine Marke spezifisch auf der gehobenen, der mittleren oder der unteren Produktpalette zu positionieren. Quasi die Gesamtheit der anderen Akteure auf dem Markt für Ausrüstungen, die der Endverteilerschalttafel nachgelagert sind, verfügt nur über eine einzige Marke pro Produktkategorie und/oder nationalem Markt. Es wird ihnen also zumindest kurzfristig unmöglich sein, sich Schneider/Legrand entgegenzustellen, indem sie eine gleichwertige Multimarken-Handelspolitik entwickeln. Schneider/Legrand ist also in der Lage, ihre Produkte direkt auf dem Marktsegment mit Konkurrenz zu überziehen, welches das Kernstück ihres Engagements auf dem Markt darstellt, indem der Unternehmensverbund eine spezifische Marke einsetzt und gleichzeitig in den anderen Marktsegmenten andere Marken verwendet.
672. Legrand hat bereits eine derartige Handelspolitik in den Mitgliedstaaten durchgeführt, wo dieses Unternehmen mehrere Marken besitzt, und zieht daraus immer mehr Früchte.

²²⁸ Punkt 577

²²⁹ Siehe insbesondere die Antwort von Rexel vom 25. Juni 2001.

So wird in einem internen Dokument von Legrand in Bezug auf Italien erklärt²³⁰, dass der “synergische” Einsatz der Marken Legrand und Bticino eine der Stärken der Unternehmensgruppe Legrand in diesem Land ist. Die Marke Bticino ist in der gehobenen Produktpalette positioniert, während die unter der Marke Legrand vermarkteten Produkte sich in einem niedrigeren Preisniveau befinden. Das Interesse, in der Lage zu sein, eine Multi-Markenpolitik zu betreiben, geht insbesondere aus einem internen Dokument von Legrand in Bezug auf Portugal hervor²³¹, also dem Mitgliedstaat, wo Legrand über drei Marken verfügt: Legrand, Bticino und Quintela. Dieses Dokument stellt in allen Einzelheiten “die Situation, Rolle und Ambitionen dar, die jeder (Marke der Unternehmensgruppe zugewiesen sind)”. So wird angeführt, dass [...]*

673. Die Entwicklung einer kohärenten Multi-Markenpolitik wann immer dies möglich ist scheint übrigens eine der Prioritäten der Unternehmensgruppe Legrand zu sein. So wird in einem internen Dokument von Legrand in Bezug auf Frankreich²³² gesagt, dass “die Stärkung einer zum Angebot der Apparaturen von Legrand alternativen Marktposition” ein prioritäres strategisches Ziel für das Unternehmen und die Marke Arould (der Unternehmensgruppe Legrand) auf dem Markt der “Apparaturen” (Steckdosen und Trennschalter) in diesem Land bedeutet.
674. Das Vorhandensein einer kohärenten Multi-Markenpolitik, die von Legrand betrieben wird, und sein Interesse daran, werden auch von Schneider hervorgehoben. So wird in einem internen Dokument dieses Unternehmens in Bezug auf Spanien²³³ darauf hingewiesen, dass die Marken Legrand und Bticino in diesem Land “komplementär” und “differenziert” sind. Insbesondere wird erklärt, dass die Marke Bticino im Segment “hoher Komfort” positioniert ist, während die Marke Legrand spezifischer für den Markt der “großen Baustellen” bestimmt ist.
675. Aus Vorstehendem ergibt sich, dass die Wettbewerbsvorteile, die sich aus dem von Schneider / Legrand gehaltenen Markensortiment ergeben, bei weitem bedeutender sind als die zusätzlichen Kosten, die durch die notwendige Aufrechterhaltung einer entsprechenden Mannigfaltigkeit von Referenzartikeln, Katalogen oder Verpackungen verursacht sind, und auf die sich die Parteien in ihrer Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission berufen²³⁴. Diesbezüglich ist es sinnvoll, festzustellen, dass sowohl Schneider als auch Legrand die Marken der auf den Märkten für Endverbraucherausrüstungen tätigen Unternehmen beibehalten, die sie im Laufe der letzten Jahre aufgekauft haben, wie aus der vorstehenden Tabelle 36 hervorgeht.

Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Gebilde profitiert von einem privilegierten Vertriebszugang

676. Wie bereits weiter oben dargestellt wurde, stellt Schneider/LeGrand aufgrund seiner ausgedehnten Produktpalette wie auch der Bekanntheit seiner Marken in den meisten EWR-Mitgliedstaaten einen bedeutenden Teil des Umsatzes der Großhändler und

²³⁰ Mittelfristige Planungen von Bticino für Italien, Seite mit der Bezeichnung Anhang 4.

²³¹ Mittelfristige Planungen von Legrand für Portugal, Seite mit der Bezeichnung PMT 8.

²³² Seite mit der Bezeichnung (PMT 7).

²³³ Dreijahresstrategieplan für Eunea von 1996, Seite 3.

²³⁴ Punkt 580

infolgedessen auch einen bedeutenden Teil ihrer Einkaufsbeträge (siehe ferner Tabelle 31 weiter oben). Der neue Unternehmensverbund wird also für die Großhändler ein nicht zu umgehender Partner sein. So ist es für einen Großhändler insbesondere möglich, eine vollständige Produktpalette von Ausrüstungen, die der Trennverteilerschalttafel nachgelagert sind, zu erhalten, indem er seine Einkäufe ausschließlich bei Schneider/Legrand tätigt. Ein Großhändler, der diese Entscheidung trifft, wäre sogar in der Lage, seiner Kundschaft in zahlreichen Produktkategorien mehrere Marken mit unterschiedlichen Preispositionen anzubieten.

677. Die Handelsbeziehungen zwischen den Herstellern der relevanten Produkte und den Großhändlern wurden bereit weiter oben dargestellt²³⁵, und zwar im Rahmen der Analyse der Auswirkungen des angemeldeten Zusammenschlussvorhabens auf den Wettbewerb auf den Märkten für Bauteile von Stromverteilerschalttafeln. Für die relevanten Produkte bestehen dieselben Anreizmechanismen für Großhändler wie die, die oben beschrieben wurden.
678. Bei den Großhändlern wird es den sehr starken Anreiz geben, sicherzustellen, dass das Niveau ihrer Einkäufe bei Schneider / Legrand zumindest konstant bleibt. Ferner verschaffen die komplizierten Mechanismen für Preisnachlässe und Rabatte in Verbindung mit der großen Bedeutung des neuen Unternehmensverbunds für die Einkäufe der Großhändler Schneider / Legrand ein bedeutendes Druckmittel gegenüber diesen Großhändlern. Schneider / Legrand wird insbesondere in der Lage sein, die Großhändler anzuhalten, seine neuen Produkte oder auch Produktpaletten zu vertreiben, die sie bisher nicht vertrieben haben. Eine derartige Situation besteht bereits zum Teil in den Ländern, wo der eine oder der andere der beiden Unternehmensgruppen schon einflussreich ist. So [...] ²³⁶.

Das Zusammenschlussvorhaben Schneider / Legrand beseitigt einen wichtigen Faktor der Wettbewerbsbedingungen auf mehreren Märkten

679. Die Rivalität zwischen Schneider und Legrand war bisher ein wichtiger Faktor der Wettbewerbsbedingungen auf mehreren Märkten für Endverbraucherausrüstungen. Diese Bewertung gilt hauptsächlich für die nationalen Märkte, auf denen eine der Unternehmensgruppen eine Vormachtstellung hat und die andere Gruppe die Rolle des tatsächlichen oder potenziellen Herausforderers übernimmt.
680. Wie bereits erklärt wurde, hat Schneider eine Vormachtstellung auf zahlreichen Märkten für Endverbraucherprodukte in Nordeuropa, während Legrand eine identische Marktposition auf zahlreichen nationalen Märkten in Südeuropa einnimmt.
681. Zwar handelt es sich um die Produktmärkte der nordischen Länder, auf denen Schneider Marktführer ist, doch stellt Legrand einen potenziellen Konkurrenten dar, dessen Markteintritt meist kurz bevorsteht. So ist Legrand geografisch gesprochen zwar in der Region (in [...]*) präsent, aber auf anderen Produktmärkten. In [...]*) bringt diese Unternehmen außer den Bauteilen für Stromverteilerschalttafeln noch autonome Notbeleuchtungsblöcke auf den Markt. Nach seinen eigenen Schätzungen hält Legrand

²³⁵ Siehe Absätze 495 bis 502.

²³⁶ Mittelfristige Planungen [...] von Bticino, Seite mit der Bezeichnung PMT2C'4. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 315 des Fragebogens vom 6. April 2001 vorgelegt.

[10-20]*% des schwedischen Marktes für autonome Notbeleuchtungsblöcke²³⁷. Ferner wird im selben Dokument²³⁸ angegeben, dass das prioritäre Ziel von Legrand darin besteht, [...]*.²³⁹ Es hat also den Anschein, dass Legrand [...]*, und dass es auf eine scharfe Reaktion von Schneider gefasst war. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben beseitigt diesen Wettbewerbsfaktor zumindest auf dem Markt für [...]*

682. Was die nationalen Märkte anbelangt, wo Legrand in der Position des Marktführers auf einem oder mehreren Märkten für Endverbraucherprodukte ist, nämlich in Frankreich, aber in geringerem Ausmaße auch in Spanien, Italien, Portugal und Griechenland, so ist Schneider ein direkter und bedrohlicher Konkurrent.

683. So wird in einem internen Dokument von Legrand in Bezug auf Frankreich erklärt²⁴⁰, wo der Marktanteil dieser Unternehmensgruppe auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter über [80-90]*% liegt, dass das Hauptrisiko für die Unternehmensgruppe “ der Bau einer konkurrenzfähigen Alternative zur Marke Legrand bei Apparaturen ist, und zwar durch Schneider Electric und auf der Basis von Alombard-Sarel-Infra + ”. Auf derselben Seite dieses Dokuments wird ebenfalls darauf hingewiesen, dass [...]*. Die von Alombard, Sarel und Infra + angebotenen Produktpaletten umfassen einen sehr großen Teil der Märkte für Endverbraucherprodukte. Denn Alombard und Sarel vermarkten Steckdosen, Trennschalter, Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien und Leitungsführungen zur Raumgestaltung. Infra + ist seinerseits auch ein Spezialist für Compterbuchsen. Außerdem ist hervorzuheben, dass das Angebot von Schneider in Frankreich mit den Produktpaletten von Lexel vervollständigt werden kann. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben wirkt sich also so aus, dass es die Entstehung eines wirklichen konkurrenzfähigen Gegenpols zu Legrand in den Ländern verhindert, in denen dieses Unternehmen eine Vormachtstellung hat.

684. In gleicher Weise wird in einem internen Dokument von Legrand in Bezug auf Griechenland²⁴¹ gesagt, wo Legrand quasi [40-50]*% des Marktes für Steckdosen und Trennschalter hält, dass [...]*

685. In Italien, Spanien und Portugal ist Schneider auf den Märkten für die den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Ausrüstungen nicht oder nur marginal präsent. Jedoch ist es auf den Märkten für Bauteile von Stromverteilerschalttafeln umfänglich präsent. Es hätte also ein relativ leichtes Spiel, dort seine Produktpaletten von Endverbraucherprodukten auf den Markt zu bringen, da diese durch dieselben Großhändler vertrieben werden wie die Bauteile von Stromverteilerschalttafeln. Diesbezüglich [...]*.²⁴²

²³⁷ Mittelfristige Planungen von Legrand, 2001-2005 – [...], Seiten mit der Bezeichnung LRP 3 (folgende). Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 315 des Fragebogens vom 6. April 2001 vorgelegt.

²³⁸ Seite mit der Bezeichnung LRP 7.

²³⁹ Seite mit der Bezeichnung Anhang 3.

²⁴⁰ Mittelfristige Planungen von Arnould, Seite mit der Bezeichnung Anhang 3.

²⁴¹ Mittelfristige Planungen von Legrand, Seite mit der Bezeichnung PMT2C'4.

²⁴² Mittelfristige Planungen von Bticino für Spanien, Seite mit der Bezeichnung PMT2C'4. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 315 des Fragebogens vom 6. April 2001 vorgelegt.

Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde wird in der Lage sein, seinen Konkurrenten einen Wettlauf um die Erneuerung der Produktpaletten aufzuzwingen

686. Die Erneuerung der Paletten der den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Produkte in kürzeren Zeitabständen stellt für die am besten eingeführten Hersteller ein Mittel des Gegenangriffs gegen die Hersteller kleineren Umfangs und gleichzeitig ein Mittel zur Imagepflege oder -verbesserung ihrer Marken dar. So wird in einem internen Dokument von Legrand in Bezug auf Italien²⁴³ darauf hingewiesen, dass die Quote der Erneuerung der Produktpalette eine der Stärken der Unternehmensgruppe in diesem Land darstellt. Die Erneuerung der Produktpaletten für Ausrüstungen, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind, zielt einerseits auf die Anpassung der Produktästhetik an die Nachfrage der Verbraucher und andererseits auf die Erweiterung der Funktionen dieser Produkte ab, vor allem durch Hinzufügen der elektronischen Funktionen, wie der Detektor- und der Fernsteuerungs- und -kontrollfunktion.
687. Die ständige Erneuerung der Produktpaletten verfolgt als Ziel und Auswirkung, die Lebensdauer der Produkte zu verringern und die Ressourcen der Konkurrenten kleineren Betriebsumfangs aufzubrechen, um sie gegebenenfalls vom Markt zu verdrängen. So wird in einem internen Dokument von Schneider²⁴⁴ in Bezug auf das Unternehmen Alombard auf den immer kürzeren Lebenszyklus (“shorter life time cycle”) von Steckdosen und Trennschaltern hingewiesen [...]*.

Schlussfolgerung

688. Der Zusammenschluss Schneider / Legrand wird die Wettbewerbsstrukturen auf den Märkten für Endverbaucherausrüstungen in einem erheblichen Teil des EWR radikal verändern. Er führt zum Entstehen eines Unternehmensverbundes, der gegenüber seinen Konkurrenten über eine Reihe von wesentlichen Vorteilen verfügt, so insbesondere der Umfang seiner Produktpaletten, das Ausmaß seiner geografischen Abdeckung, sein Sortiment an Marken und seine Beziehungen zu den Großhändlern. Außerdem wird der neue Unternehmensverbund angesichts der Aufsplitterung der Nachfrage der Elektroinstallateure und ihrer Treue zu den am besten bekannten Marken in der Lage sein, Preiserhöhungen durchzusetzen, ohne dass diese durch entsprechende Marktverluste zunichte gemacht würden. Aus der Untersuchung der Anreizbildung bei den Großhändlern geht hervor, dass sie die Tendenz haben, sich am Verhalten von Schneider / Legrand auszurichten.²⁴⁵

C.3.2 Die Steckdosen und Trennschalter

689. Auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter bestehen folgende Marktanteile der Parteien und ihrer wichtigsten Konkurrenten:²⁴⁶

²⁴³ Mittelfristige Planungen 2001-2005 von Legrand für Italien, Seite mit der Bezeichnung Anhang 4.

²⁴⁴ Produkt-/Marktstrategie von Alombard. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegt.

²⁴⁵ Siehe Absätze 495 bis 502.

²⁴⁶ Diese von den Parteien vorgelegten Daten beziehen sich auf das “Segment 5.A.1” und umfassen also Telefon- und Fernsehbuchsen, wasser-/luftdichte Apparaturen und den Teil der Ton-, Bild-, Datenbuchsen, die im Rahmen der Produktpalette Steckdosen und Trennschalter verkauft werden. Die Parteien haben

Tabelle 37

Segment : 5A1 Systeme von Apparaturen (Marktanteile im Jahr 2000)					
	Schneider	Legrand	Hager	Siemens	ABB
Österreich	[0-10]*%	[20-30]*%		[10-20]*%	[20-30]*%
Belgien	[0-10]*%	[20-30]*%			
Deutschland	[0-10]*%	[0-10]*%		[10-20]*%	[30-40]*%
Dänemark	[70-80]*%				
Spanien	[10-20]*%	[10-20]*%			[10-20]*%
Frankreich	[0-10]*%	[80-90]*%			
Finnland	[30-40]*%				[30-40]*%
Griechenland	[0-10]*%	[40-50]*%		[10-20]*%	
Italien	[0-10]*%	[60-70]*%			[20-30]*%
Irland		[10-20]*%			[0-10]*%
Luxemburg					
Niederlande		[0-10]*%			[30-40]*%
Portugal	[0-10]*%	[50-60]*%			
Vereinigtes Königreich	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		
Schweden	[40-50]*%				[10-20]*%
EG	[10-20]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%
Norwegen	[50-60]*%				[10-20]*%
EWR	[10-20]*%	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%

Quelle : Schätzungen, die von den Parteien vorgelegt wurden.

690. Aus diesen Daten geht hervor, dass Legrand in Frankreich insofern bereits marktbeherrschend ist, als das Unternehmen mit einem Marktanteil von [80-90]*% einem Quasimonopol nahe kommt. Angesichts dieser beherrschenden Stellung und des fast vollständigen Fehlens von ABB und Siemens auf dem französischen Markt ist Schneider mit einem Marktanteil von [0-10]*% der einzige Konkurrent, der derzeit einen glaubwürdigen Konkurrenzdruck ausüben und so die freie Entfaltung von Legrand einschränken könnte.

691. Denn Schneider verfügt über zwei anerkannte Marken, nämlich Alombard und Sarel. Die Marke Alombard ist besonders gut im gehobenen Marktsortiment verwurzelt. Als drittstärkster Akteur auf der europäischen Ebene mit starken Marktpositionen in Nordeuropa und gleichzeitig als wichtiger Akteur auf den anderen Märkten der Verteilung von Niederspannungsstrom in Frankreich mit privilegiertem Zugang zu den großen Großhändlergruppen hat Schneider das Potenzial, seine Position auf dem französischen Markt für Steckdosen und Trennschalter zu stabilisieren und sogar noch zu verbessern. Darauf wird übrigens in den internen Dokumenten von Legrand hingewiesen, die sich auf den von Schneider ausgeübten Konkurrenzdruck beziehen.²⁴⁷ Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben würde also zur Beseitigung des Konkurrenzdrucks von Schneider führen. Denn es gibt nur einen einzigen anderen Akteur, der in der Lage ist, sich auf dem französischen Markt für Steckdosen und Trennschaltern weiterzuentwickeln, da der die französisch-belgische Technologie beherrscht : das Unternehmen Niko ([0-

jedoch darauf hingewiesen, dass sich die Marktanteile nicht erheblich unterscheiden, wenn man die Telefon-, Fernseh- und Ton-, Bild-, Datenbuchsen und die wasser-/luftdichten Apparaturen ausnimmt.

²⁴⁷ Siehe vorstehende Zitate, Fußnote auf Seite 210.

10]* % der Marktanteile im Jahr 1999²⁴⁸). Jedoch [...]*, was die Ausübung eines starken Konkurrenzdrucks zwischen diesen beiden Marken etwas erschwert. Durch die Beseitigung der Konkurrenz von Schneider und durch die Übertragung eines Marktanteils von [90-100]*% auf das aus dem angemeldeten Zusammenschlussvorhaben hervorgehende Unternehmensgebilde wird dieses die bereits beherrschende Stellung von Legrand in Frankreich erheblich stabilisieren und verstärken.

692. In der Mitteilung der Einwände hat die Kommission das Problem angesprochen, dass das angemeldete Vorhaben auch beherrschende Stellungen in Italien, Portugal und Griechenland schaffen oder verstärken würde.
693. In ihrer Erwiderung bestreiten die Parteien diese Analyse, indem sie geltend machen, dass das Zusammenschlussvorhaben trotz der starken Positionen von Legrand auf den drei relevanten Märkten keine einschränkenden Wirkungen auf den Wettbewerb hätte, und zwar angesichts der relativ schwachen Marktanteile von Schneider und der Präsenz anderer und bedeutenderer Konkurrenten.
694. Der Argumentation der Parteien kann in Bezug auf die italienischen und portugiesischen Märkte gefolgt werden. Jedoch muss die in der Mitteilung der Einwände der Kommission aufgestellte Schlussfolgerung für Griechenland aufrechterhalten werden.
695. Zunächst stellt Schneider, wie bereits weiter oben erklärt wurde, den einzigen Konkurrenten dar, der in der Lage ist, auf der europäischen Ebene einen Konkurrenzdruck auf Legrand auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter auszuüben. Die derzeit mitunter etwas schwache Position von Schneider auf bestimmten nationalen Märkten spiegelt also nicht unbedingt sein Konkurrenzpotenzial wider. Nur wenn die Ausgangsposition von Schneider wirklich marginal im Vergleich zu anderen Konkurrenten ist, können die negativen Auswirkungen des betreffenden Zusammenschlussvorhabens nicht festgestellt werden.
696. In Italien verfügt Legrand derzeit mit einem Marktanteil von [60-70]*% und zwei gut verwurzelten Marken, nämlich BTicino und Legrand, über eine Vormachtstellung. Jedoch verfügt Schneider dort derzeit nur über einen Marktanteil von [0-10]*%, während andere Akteure, wie ABB (durch sein Tochterunternehmen Vimar) mit [20-30]*% und Gewiss mit [10-20]*% auf diesem Markt viel besser eingesessen sind. Selbst unter Berücksichtigung der Beseitigung der potenziellen Konkurrenz von Schneider ist die Überlappung der Marktanteile nicht so erheblich, dass mit ausreichender Sicherheit festgestellt werden kann, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben die Wettbewerbsbedingungen auf dem italienischen Markt für Steckdosen und Trennschalter derart verändert, dass die bereits vorhandene beherrschende Stellung von Legrand noch weiter verstärkt wird.
697. Dies ist auch der Fall für Portugal, wo Legrand derzeit mit einem Marktanteil von [50-60]* % und vier gut eingesessenen Marken, nämlich, Legrand, BTicino, Quintela und Terraneo über eine sehr starke Marktposition verfügt, Schneider aber nur 1 % der Marktanteile hält. Die Hauptkonkurrenten von Legrand auf diesem Markt sind General Electric (GE), Elapel und JSL mit Marktanteilen von [20-30]*% bzw. [10-20]*% und [0-10]* %. Unter diesen Umständen ist es nicht möglich, mit ausreichender Sicherheit

²⁴⁸ Die Marktanteile aller Konkurrenten auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter, die nicht in Tabelle 37 aufgeführt sind, sind Daten für das Jahr 1999, die von den Parteien im Formular CO vorgelegt wurden.

festzustellen, dass die Beseitigung der derzeitigen und potenziellen Konkurrenz von Schneider zur Schaffung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung führt.

698. In Griechenland ist die Situation jedoch anders. Auch auf diesem Markt besitzt Legrand mit [40-50]*% einen hohen Marktanteil, der sich erheblich von dem seiner Hauptkonkurrenten, nämlich Siemens ([10-20]*%), Berker ([10-20]*%) und Jung ([10-20]*%) abhebt, ihm aber noch keine Vormachtstellung verschafft, die beispielsweise der von Legrand in Italien oder Portugal vergleichbar ist. Schneider ist mit seiner Marke der viertwichtigste Akteur und hält einen Marktanteil von [0-10]*%. Es wird von Legrand als ein Hauptkonkurrent angesehen.²⁴⁹ Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben lässt diesen Konkurrenten verschwinden und schafft einen Marktführer mit einem Marktanteil von [40-50]* %, also dem Dreifachen von Siemens und dem Dreieinhalbfachen der beiden nachfolgenden Konkurrenten. Neben dem aus dem Zusammenschluss hervorgehenden Unternehmensgebilde wird Siemens der einzige Konkurrent sein, der über eine bemerkenswerte Verwurzelung sowohl auf anderen Produktmärkten als auch geografischen Märkten verfügt; Berker und Jung hingegen sind deutsche KMU, die auf die Märkte für die den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Ausrüstungen spezialisiert sind.
699. Zusammenfassend wird festgestellt, dass angesichts (i) der derzeit starken aber noch nicht deutlich beherrschenden Marktstellung von Legrand, (ii) der Erweiterung dieser Marktposition um den nicht zu vernachlässigenden Marktanteil von Schneider und (iii) der im Vergleich viel schwächeren Marktpositionen der übrigen Konkurrenten das angemeldete Zusammenschlussvorhaben die Wettbewerbsbedingungen auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter in Griechenland erheblich verändern und zur Schaffung einer marktbeherrschenden Stellung des aus dem Zusammenschluss hervorgehenden Unternehmensgebildes führen wird.
700. Die Kommission zieht daraus den Schluss, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben die beherrschende Stellung auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter in Frankreich verstärken und eine derartige Stellung in Griechenland schaffen wird.

C.3.3 Die wasser-/luftdichten Apparaturen

701. Auf dem Markt der wasser-/luftdichten Apparaturen gibt es Überlappungen von Marktanteilen der Parteien in Deutschland, Spanien, Frankreich und Griechenland. Während diese Überschneidungen nicht derart sind, dass sie Wettbewerbsprobleme in Deutschland (den Parteien zufolge besitzt Legrand dort [0-10]* % und Schneider [0-10]*% der Marktanteile) und in Griechenland (den Parteien zufolge besitzt Legrand dort [20-30]*% und Schneider [0-10]* % der Marktanteile) schaffen, sind die Marktanteile der Parteien in Frankreich und Spanien wesentlich höher.
702. Für Frankreich geben die Parteien den Marktanteil von Legrand im Jahr 2000 mit [80-90]*% und den von Schneider mit [0-10]* % an. Diese Informationen entsprechen im Allgemeinen den Schätzungen, die in den mittelfristigen Planungen 2001-2005 von Legrand für Frankreich enthalten sind, wonach Legrand (einschließlich Arnould) einen Marktanteil von [90-100]*% und Schneider einen Marktanteil von [0-10]* % hat. Nach jeder dieser Schätzungen hat Legrand bei weitem eine beherrschende Stellung über den französischen Markt für wasser-/luftdichte Apparaturen. Das angemeldete

²⁴⁹ Mittelfristige Planungen von Legrand für Griechenland, zitiert in der Fußnote auf Seite 211.

Zusammenschlussvorhaben beseitigt jegliche auf diesem Markt noch vorhandene Konkurrenz und verstärkt folglich auch diese marktbeherrschende Stellung.

703. Für Spanien schätzen die Parteien den Marktanteil von Legrand im Jahr 2000 auf [30-40]* % und den von Schneider auf [0-10]* %, und zwar aufgrund einer Schätzung des Marktumfangs auf [10-30]* Millionen €. In der mittelfristigen Planung 2001-2005 von BTicino für Spanien wird der Marktumfang jedoch auf [1 000-3 000]* Millionen Peseten geschätzt, was [0-10]* Millionen € entspricht; denselben Dokumenten zufolge hätte Legrand (einschließlich BTicino) einen Marktanteil von [60-70]*% und Schneider, Simon und einen Marktanteil von je [0-10]* %.
704. Legrand hat erklärt, dass es sich bei den in den mittelfristigen Planungen enthaltenen Daten um Schätzungen von den in den jeweiligen Ländern tätigen Verkaufsstrategen handle, die als wichtigste Informationsquelle die Großhändler und von daher die Tendenz hätten, den gesamten Marktumfang unterzubewerten. Jedoch hat Legrand zugegeben, dass der über die Großhändler vertriebene Anteil der wasser-/luftdichten Apparaturen sicherlich ausschlaggebend ist, und die globale Schätzung aufgrund dieser Tatsache fast zielgenau sein müsste.²⁵⁰ Denn Legrand hat nicht vorgetragen, wasser-/luftdichte Apparaturen auf anderem Wege als dem über Großhändler zu verkaufen.²⁵¹
705. Schneider zufolge beträgt der Marktanteil von Legrand [40-50]*%, der von Schneider [0-10]* % und der Marktumfang [1 000-3 000]* Millionen Peseten, also etwa [0-10]* Millionen €.
706. Übrigens hat eine dritte Partei Schätzungen der Marktanteile vorgelegt, die sich auf [50-80]*% für Legrand und weniger als [0-10]* % für Schneider belaufen; diesem Dritten zufolge beträgt der Marktumfang etwa [0-10]* Millionen €.²⁵²
707. Beim Vergleich dieser unterschiedlichen Schätzungen über den Umfang und die Struktur des spanischen Marktes für wasser-/luftdichte Apparaturen kommt die Kommission zu der Schlussfolgerung, dass die von den Parteien im Rahmen dieses Verfahrens vorgelegten Daten den Marktumfang sicher überbewerten und folglich den Marktanteil von Legrand unterbewerten. Hingegen liegen die Schätzungen in den mittelfristigen Planungen von Legrand für Spanien sehr nahe bei den Schätzungen der zuvor erwähnten dritten Partei und auch den von Schneider vorgelegten Schätzungen, so zumindest hinsichtlich des Marktumfangs.
708. Aus dieser Tatsache zieht die Kommission die Schlussfolgerung, dass der Marktumfang für wasser-/luftdichte Apparaturen in Spanien die Größenordnung von [0-20]* Millionen € nicht wesentlich übersteigt. Durch Hinzufügen einer Sicherheitsmarge von [10-20]* % zugunsten der Parteien kann sie dann auf [0-20]* Millionen € beziffert werden. Unter dieser Hypothese und ausgehend von den Daten, welche die Parteien in Bezug auf ihre Umsatzzahlen selbst vorgelegt haben (Legrand : [0-10]* Millionen €, Schneider : [0-10]* Millionen €), kann der Marktanteil von Legrand auf mindestens [40-50]*% und der von Schneider auf wenigstens [0-10]* % geschätzt werden.

²⁵⁰ Antwort vom 10. Juli auf Frage 21, die auf die Antworten auf Fragen 20 und 4 verweist.

²⁵¹ Antwort vom 10. Juli 2001 auf Frage 19.

²⁵² Antwort von Simon auf den Fragebogen Konkurrenten der Phase II (Segment 5)

709. Geht man von diesen Daten aus, dann ist Legrand derzeit bereits ganz deutlich der “Marktführer”, und zwar mit einem beträchtlichen Abstand zwischen seinem Marktanteil und denen seiner wichtigsten Konkurrenten (Simon, Gewiss), die im mittelfristigen Plan von Legrand auf je [0-10]*% geschätzt werden.²⁵³ Zu dieser bereits starken Marktstellung kommt durch das angemeldete Zusammenschlussvorhaben noch die Marktstellung von Schneider hinzu. Denn der derzeit relativ schwache Marktanteil von Schneider auf dem spanischen Markt für wasser-/luftdichte Apparaturen stellt nicht das komplette Wettbewerbspotenzial von Schneider auf diesem Markt dar, da Schneider dort erst 1999 aufgetreten ist. Die Tatsache, dass Schneider innerhalb von nur zwei Jahren einen Marktanteil von mindestens [0-10]* % auf einem Markt erobern konnte, auf dem es zuvor vollständig fehlte, zeigt ganz im Gegenteil, dass dieses Unternehmen gut positioniert ist, um erheblichen Konkurrenzdruck auf Legrand ausüben zu können. Durch die Beseitigung dieser Konkurrenz zwischen Schneider und Legrand ist der angemeldete Zusammenschluss geeignet, dem aus ihm hervorgehenden Unternehmensgebilde eine marktbeherrschende Stellung zu verschaffen.
710. In ihrer Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission bestreiten die Parteien diese Analyse und stützen sich dabei auf zwei Argumente :
711. Das Anwachsen um den Marktanteil von Schneider verstärke nur sehr gering die Marktposition von Legrand und habe damit keine einschränkenden Auswirkungen auf den Wettbewerb.
712. Der relativ schnelle Erfolg von Schneider auf dem spanischen Markt für wasser-/luftdichte Apparaturen zeige die sehr große Öffnung und die leichte Durchdringbarkeit dieses Marktes für jeden neuen Konkurrenten.
713. Jedoch ist der Marktanteil von Schneider in Höhe von derzeit [0-10]* % bei weitem nicht zu vernachlässigen. Wie vorstehend erklärt, spiegelt er angesichts des relativ kurz zurückliegenden Markteintritts von Schneider ein beträchtliches Wachstumspotenzial wider. Außerdem stellt dieser Marktanteil von Schneider bereits jetzt eine beachtliche Marktposition im Vergleich zu der seiner Hauptkonkurrenten, nämlich Simon ([0-10]* %) und ABB/Niessen ([0-10]* %) ²⁵⁴ dar, vor allem, wenn man berücksichtigt, dass Simon der Marktführer bei Standardsteckdosen und –trennschaltern in Spanien ist und dort einen Marktanteil von [40-50]* % hält.
714. Als Antwort auf das o.a. zweite Argument ist festzustellen, dass der schnelle Erfolg von Schneider auf dem spanischen Markt für wasser-/luftdichte Apparaturen im Vergleich zur relativen Schwäche der Konkurrenten, wie Simon und ABB/Niessen, die auf den Märkten für Standardapparaturen jedoch stark sind, viel besser die Wettbewerbsstärke von Schneider zeigt als das angebliche Fehlen von Eintrittshemmnissen. Diesbezüglich ist daran zu erinnern, dass Schneider bei weitem kein “ neu eintretender Akteur ” auf den Märkten für die Stromverteilung im Niederspannungsbereich in Spanien ist. Denn Schneider hat in Spanien eine gut etablierte Position auf den Märkten für Bauteile von Stromverteilerschalttafeln. Außerdem verfügt das Unternehmen über eine Produktpalette von wasser-/luftdichten Apparaturen, die bereits mit Erfolg auf dem französischen Markt vermarktet wurde, von wo übrigens die wasser-/luftdichten Apparaturen eingeführt

²⁵³ Im Rahmen dieses Verfahrens haben die Parteien keine Schätzung der Marktanteile dieser Konkurrenten vorgelegt.

²⁵⁴ Marktanteile gemäß der Erwiderung der Parteien, Punkt 659.

werden, die dann in Spanien unter dem Markennamen Eunea im Verkauf sind. Es gibt keinen anderen Konkurrenten, der auf anderen Produktmärkten in Spanien bereits stark verwurzelt ist und zugleich über eine angesehene Marke und eine vollständige Produktpalette für wasser-/luftdichte Apparaturen verfügt.

715. Die Kommission kommt daher zu der Schlussfolgerung, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben die beherrschende Stellung auf dem Markt für wasser-/luftdichte Apparaturen in Frankreich verstärkt und eine derartige Stellung auf dem gleichen Markt in Spanien schafft.

C.3.4 Die Notbeleuchtungssysteme / autonomen Notbeleuchtungsblöcke

716. Auf dem Markt der Notbeleuchtungssysteme gibt es erhebliche Überschneidungen bei den Aktivitäten der Parteien in Frankreich, wo Legrand (einschließlich seiner Tochterunternehmen URA und Lumatic) einen Marktanteil von [50-60]* % und Schneider einen Marktanteil von [0-10]* % erzielt. Betrachtet man nur die autonomen Notbeleuchtungsblöcke, so liegen die Marktanteile bei [60-70]* % für Legrand und bei [0-10]* % für Schneider. Während Legrand diese Produkte selbst herstellt, kauft Schneider diese für den französischen Markt in erster Linie bei dem Unternehmen Kaufel ein. Die Hauptkonkurrenten der Parteien sind Cooper (Marke : Luminox, [10-20]*%) und Chubb, ([0-10]* %), während alle anderen Konkurrenten nur Marktanteile von unter [0-10]* % haben. Legrand ist also bereits der unbestrittene Marktführer auf diesem Markt, und zwar mit einem fast viermal so großen Marktanteil wie der seines nächsten Konkurrenten. Aufgrund dieser Position kann behauptet werden, dass Legrand eine beherrschende Stellung auf diesem Markt ausübt. Schneider hingegen ist erst jüngst auf den französischen Markt für Notbeleuchtungssysteme eingetreten und hatte 1997 nur einen Marktanteil von [0-10]* %; zu dieser Zeit besaß Legrand noch einen Marktanteil von [70-80]*%. Dies zeigt, dass Schneider in einem Zeitraum von nur wenigen Jahren ein ernsthafter Konkurrent von Legrand werden konnte. Schneider hat dem Marktführer einen erheblichen Marktanteil abgerungen und ist daher in der Lage, spürbaren Druck auf das Wettbewerbsverhalten von Legrand auszuüben. Diese Feststellung wird durch ein internes Dokument von URA, einem Tochterunternehmen von Legrand, bestätigt ; danach bestand die "Schwierigkeit, die Preise zu halten, und zwar aufgrund der Austauschbarmachung der Produkte und der Angriffe von Schneider, die einen doppelten Negativdruck ausübten: Druck auf die Preise im Allgemeinen [...] und Druck auf den 'Produktmix', wobei Schneider seine Angriffe auf die 'Basisprodukte' stützte".²⁵⁵

717. Die Zusammenführung von Schneider und Legrand beseitigt diesen Konkurrenzdruck und verschafft dem fusionierten Unternehmensgebilde einen Marktanteil von fast [50-60]*% bei den Notbeleuchtungssystemen im Ganzen und von über [60-70]* % bei den autonomen Notbeleuchtungsblöcken nur für sich genommen. Daher wird die beherrschende Stellung des aus dem Zusammenschluss hervorgehenden Unternehmensgebildes derart gestärkt, dass die anderen Konkurrenten, also spezialisierte Unternehmen, die nicht über die gleichen Ressourcen und Zugangsmöglichkeiten zu den Großhändlern verfügen wie Schneider, oder potenzielle neu auf den Markt eintretende Akteure, noch viel weniger in der Lage sein werden, sein Wettbewerbsverhalten auf dem Markt zu kontrollieren. Eine dritte Partei drückt dies so aus²⁵⁶, dass das von Schneider

²⁵⁵ SAFT URA – Mittelfristige Planungen 2001-2005.

²⁵⁶ Kaufel, E-Mail vom 3. Juli 2001.

praktizierte System der Rabattkalkulation es seinen Konkurrenten nicht mehr möglich macht, wettbewerbsfähig zu bleiben.

718. In ihrer Erwiderung haben die Parteien dieser Analyse als solcher nicht widersprochen, sondern lediglich geltend gemacht, dass es durch den Zusammenschluss keine negativen Auswirkungen auf den Wettbewerb geben wird, indem sie ihre Argumentation auf den um die Sicherheitssysteme für Personen erweiterten Produktmarkt stützten (der die Notbeleuchtungs- und die Brandmeldesysteme zugleich abdeckt). Wie bereits in den Ausführungen weiter oben gezeigt wurde, kann dieser Auffassung der Parteien nicht gefolgt werden.

719. Die Kommission kommt daher zu der Schlussfolgerung, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben die beherrschende Stellung auf dem Markt für Notbeleuchtungssysteme oder etwa dem begrenzteren Markt für autonome Notbeleuchtungsblöcke in Frankreich verstärkt.

C.3.5 Die Analyse der Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens auf das Wettbewerbsverhalten auf den Märkten für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien

720. Der Unternehmensverbund Schneider/Legrand wird auf europäischer Ebene der Hauptakteur auf dem Markt für Klemm- und Zweigleitungsmaterialien sein. Er hält dann auf der Ebene des EWR einen kumulierten Marktanteil von [20-30]*% und ist in elf Mitgliedstaaten präsent. Die Parteien erklären, dass ihr Hauptkonkurrent auf der europäischen Ebene Hager mit einem Marktanteil von [10-20]*% sein wird, dessen Präsenz sich aber auf einen Mitgliedstaat, nämlich Deutschland, beschränke. Hager hat jedoch zu verstehen gegeben, dass es auf diesem Produktmarkt gar nicht tätig ist²⁵⁷.

721. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt zur Addition der sehr erheblichen Marktanteile auf dem französischen Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien.

Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde wird einen besonders hohen Marktanteil auf dem französischen Markt halten

722. Der Unternehmensverbund Schneider/Legrand wird einen Marktanteil von [70-80]*% auf dem französischen Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien halten. Legrand verfügt auf diesem Markt über einen Marktanteil von [50-60]*%, zu dem der von Schneider gehaltene Marktanteil in Höhe von [20-30]*% hinzukommt (Zahlen für das Jahr 2000). Die Parteien waren nicht in der Lage, die anderen Akteure auf dem Markt festzustellen.

723. Außerdem verfügt das Unternehmensgebilde Schneider/Legrand in bestimmten Produktkategorien für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien über noch höhere Marktanteile. So hält Schneider [20-30]*% und Legrand [40-50]*% (Zahlen für das Jahr 2000) der Anteile des französischen Marktes für Einbau- und Abzweigungsbuchsen²⁵⁸. Die Parteien waren nicht in der Lage, festzustellen, wer ihre Konkurrenten auf dem

²⁵⁷ Antwort von Hager vom 6. März 2001.

²⁵⁸ Antwort der Parteien auf Frage 239 des Fragebogens vom 6. April 2001.

Gebiet der Einbau- und Abzweigungsbuchsen sind. Legrand erklärt, dass diese Produktkategorie etwa 40% des gesamten relevanten Marktes darstellt²⁵⁹.

724. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt daher zur Zusammenballung der Marktanteile der beiden Hauptakteure auf dem relevanten Markt.

Der aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensverbund wird über ein nicht zu übertreffendes Markensortiment verfügen

725. Das Unternehmensgebilde Schneider/Legrand wird sich auf dem französischen Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien mit vier Marken betätigen, die alle einen starken Bekanntheitsgrad genießen. So fügt Legrand zu den von Schneider gehaltenen Marken Alombard und Sarel seine Marken Legrand und Arnould hinzu. Diese Marken sind den Elektroinstallateuren sehr gut bekannt, da sie in Frankreich den wesentlichen Teil des Verkaufs von Steckdosen und Trennschaltern stellen.

726. Diese Situation wird es dem neuen Unternehmensverbund erlauben, eine Multi-Markenpolitik zu entwickeln, um mit speziell angepassten Modalitäten auf die jeweilige Nachfrage in den verschiedenen Marktsegmenten reagieren zu können. So ist Sarel künftig spezieller auf den Teil der Nachfrage eingestellt, die aus dem Industriesektor kommt, während Alombard von seinem Image als Marke des gehobenen Sortiments profitiert. Legrand und Arnould profitieren ihrerseits von ihrem ausgezeichneten Image im Wohnsektor. Der Unternehmensverbund Schneider/Legrand wird also in der Lage sein, den Aktionen seiner Konkurrenten Kontra zu bieten, indem er eine seiner Marken im Kernstück seines Marktes positioniert und seine anderen Marken jederzeit auf den anderen Marktsegmenten einsetzen kann.

Das aus dem Zusammenschlussvorhaben hervorgehende Unternehmensgebilde wird auf den gesamten französischen Märkten für Produkte, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind, starke Marktpositionen einnehmen.

727. Der Unternehmensverbund Schneider/Legrand wird besonders stark auf den gesamten französischen Märkten für die den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Produkte sein. Insbesondere hält das neue Unternehmensgebilde einen Marktanteil von [80-90]*% auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter. Ebenso hält es einen Marktanteil von [40-50]*% auf dem Markt für Leitungsführungen zur Raumgestaltung (Zahlen für 1999).

728. Die Verbindungs- und Zweigleitungsmaterialien werden auf denselben Vertriebskanälen auf den Markt gebracht wie die anderen elektrischen Betriebsmittel, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind, und die Nachfrage nach diesen Produkten stammt überwiegend von den Elektroinstallateuren. Denn die Parteien erklären, dass die Hersteller [90-100]*% ihrer Umsätze mit Produkten, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind, mit den Großhändlern tätigen, und dass die Elektroinstallateure [90-100]*% der Nachfrage ausmachen, die an die Großhändler gerichtet ist²⁶⁰.

729. Der neue Unternehmensverbund kann also seine Stärke auf den gesamten französischen Märkten für elektrische Betriebsmittel, die den Endverteilerschalttafeln nachgelagert sind, dafür einsetzen, seine Stellung auf dem Markt für Befestigungs- und

²⁵⁹ Anhang Legrand zu Frage 239 des Fragebogens vom 6. April 2001.

²⁶⁰ Formular CO, Seite 102.

Zweigleitungsmaterialien aufrechtzuerhalten oder zu stärken, da es den Anschein hat, dass alle dieser Produkte äußerst komplementär sind. So sind insbesondere die Einbau- und die Zweigleitungsbuchsen dazu bestimmt, andere Letztverbraucherprodukte aufzunehmen oder sich in sie einzufügen. So werden in einem Katalog von Legrand das Angebot an Steckdosen und Trennschaltern, das Angebot an Leitungsführungen zur Raumgestaltung und das Angebot an Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien als Angebotsgruppierung zusammengefasst dargestellt²⁶¹. In gleicher Weise wird in einem Katalog von Arnould erklärt, dass die Steckdosen und Trennschalter einer Produktserie angehören, die auf die Einbaubuchsen der Serie Igloo montiert werden können²⁶².

Der aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensverbund verfügt über privilegierte Zugangsmöglichkeiten zu den Großhändlern

730. Die Parteien erklären, dass die Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien im Durchschnitt zu [90-100]*% über Großhändler auf den Markt gebracht werden²⁶³. Schneider/Legrand wird für sein Angebot an Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien über privilegierte Zugangsmöglichkeiten zum Vertrieb verfügen. Denn das neue Unternehmensgebilde ist zumindest für die wichtigen Großhändler in Frankreich ein nicht zu umgehender Zulieferer.

731. So gibt Rexel, das führende Unternehmen für den Vertrieb von elektrischen Betriebsmitteln in Frankreich mit einem geschätzten Marktanteil von [40-50]*% in Frankreich, an, dass Schneider/Legrand etwa [40-50]*% seiner Verkäufe stellen wird²⁶⁴ (siehe oben, Tabelle 31).

732. So wird der neue Unternehmensverbund über eine unvergleichliche Marktposition im Vertriebswesen verfügen. Unter Berücksichtigung dessen, was zuvor in Bezug auf die Mechanismen für Preisnachlässe und Rabatte erklärt wurde, haben die Großhändler zumindest den Anreiz, ihre Verkaufszahlen bei den Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien des neuen Unternehmensgebildes aufrechtzuerhalten.

Der aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensverbund wird über eine vollständige Produktpalette an Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien verfügen (Markteintrittshemmnis)

733. Der Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien zeichnet sich durch die hohe Anzahl von Produkten aus, die er umfasst. Diese gliedern sich in eine noch größere Anzahl von Referenzartikeln. Die Tatsache, eine vollständige Produktpalette zu haben, stellt in zweierlei Hinsicht einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil dar :

734. Erstens ist es leichter und schneller für einen Elektroinstallateur, die gesamten oder zumindest die meisten Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien, die er benötigt, bei ein und demselben Lieferanten einzukaufen. Denn der Installateur, der sich entscheiden würde, seine Einkäufe bei verschiedenen Lieferanten zu tätigen, müsste entweder mehrere Kataloge der verschiedenen Lieferanten wälzen oder die Ausstellungsregale bei

²⁶¹ Katalog 2001 von Legrand, Seiten 206 ff.

²⁶² Allgemeiner Katalog 2001 von Arnould.

²⁶³ Formular CO, Seite 102. Siehe auch Anhang Legrand auf Frage 132 des Fragebogens vom 6. April 2001.

²⁶⁴ Antwort von Rexel auf den Fragebogen der Kommission in der zweiten Phase.

den Großhändlern abklappern, wo jeder Hersteller seine Produkte präsentiert. Dies würde ihm einen erheblichen Zeitaufwand abverlangen, der angesichts des geringen Preises der relevanten Produkte nicht gerechtfertigt ist.

735. Zweitens profitiert ein Hersteller mit einer vollständigen Produktpalette von der starken Komplementarität dieser Produkte untereinander. So wird in dem Katalog von Sarel erklärt, dass die Zweigleitungsbuchsen der Produktpalette “ Murabox ” “leicht mit dem Anschlusstrennschalter von Sarel ” und mit dem “ Anschlussklemmschalter von Sarel ausrüstbar sind ”²⁶⁵.
736. Schließlich stärkt die Tatsache, eine vollständige Produktpalette vor sich zu haben, das Vertrauen der Elektroinstallateure in die Verwendung der Produkte des betreffenden Herstellers.

Schlussfolgerung

737. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt zur Beseitigung des wesentlichen Faktors der Wettbewerbsbedingungen auf dem französischen Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien. Denn es äußert sich in der Zusammenlegung der unbestrittenen Nummern eins und zwei auf diesem Markt. Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde wird über alle notwendigen Mittel verfügen, um den französischen Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien kontrollieren zu können. Es wird insbesondere in der Lage sein, dem Markt seine Preise aufzudrücken. In Anbetracht seines Gewichts im Vertriebswesen werden die Großhändler nicht in der Lage sein, sich gegen derartige Preiserhöhungen zur Wehr zu setzen (siehe oben). Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt also zur Schaffung einer beherrschenden Stellung auf dem französischen Markt für den Verkauf von Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien. In ihrer Erwiderung haben die Parteien dieser Schlussfolgerung nicht widersprochen.

C.3.6 Die Analyse der Auswirkungen des Zusammenschlusses auf den Wettbewerb auf den Märkten für Transformatorprodukte

738. Die Aktivitäten der Parteien auf diesen Märkten überschneiden sich hauptsächlich in Frankreich, und zwar im Rahmen des Verkaufs von selbst hergestellten Produkten durch Legrand und des Verkaufs von Produkten, die bei dem deutschen Hersteller Murrelektronik eingekauft werden, durch Schneider.
739. In ihrer Erwiderung haben die Parteien die folgende Tabelle vorgelegt, welche die Marktanteile der Parteien und ihrer wichtigsten Konkurrenten auf den beiden Märkten für Transformatoren- und Stromzuführungsprodukte in Frankreich darstellt:

Tabelle über die Marktanteile bei Transformatoren- und Stromzuführungsprodukten

FRANKREICH	Transformatoren- und Stromzuführungsprodukte	Transformatoren	Stromzuführungsprodukte
LEGRAND	[20-30]*%	[30-40]*%	[10-20]*%

²⁶⁵ Allgemeiner Katalog 2001 von Sarel, Seiten 448 und 449.

SCHNEIDER	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
SCHNEIDER+LEGRAND	[20-30]*%	[40-50]*%	[10-20]*%
SIEMENS	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%
CECLA	[0-10]*	[0-10]*%	[0-10]*%
ELC	[0-10]*%		[10-20]*%
LAMBDA	[0-10]*%		[10-20]*%
LUTZE	[0-10]*%		[10-20]*%
MURRELEKTRONIC	[0-10]*%		[10-20]*%
OMRON	[0-10]*%		[0-10]*%
MENG	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
MARY	[0-10]*%	[0-10]*%	
RAE	[0-10]*%	[0-10]*%	
PALMIERI ROBIN	[0-10]*%	[0-10]*%	
AEM	[0-10]*%	[0-10]*%	
ANDERE (ungefähr 50)	[20-30]* %		

740. Aus diesen Daten geht hervor, dass Legrand derzeit unbestreitbarer Marktführer auf dem französischen Markt für Transformatoren ist, und zwar mit einem fünfmal höheren Marktanteil als dem seines nächsten Konkurrenten, nämlich Siemens, und einem sechs- bis siebenmal höheren Marktanteil als dem der dritt- und viertstärksten Akteure, nämlich Schneider et Cecla. Der übrige Markt, der [40-50]* % des Gesamtmarktes entspricht, ist aufgesplittert, wobei kein anderer Konkurrent einen Marktanteil von über [0-10]* % hält. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben beseitigt also einen der drei einzigen Konkurrenten von Legrand, dessen Marktposition nicht belanglos ist. Ferner erweitert es den Abstand zwischen dem Marktanteil des fusionierten Unternehmensgebildes und dem der nächstwichtigsten Konkurrenten um die Faktoren sechs (für Siemens) und acht (für Cecla).

741. Zu dem Marktanteil des neuen Unternehmensgebildes kommen noch die privilegierten Zugangsmöglichkeiten zum Vertriebswesen hinzu. Dieser Aspekt spielt eine weniger ausgeprägte Rolle bei der Analyse des relevanten Marktes, und zwar angesichts der Tatsache, dass die Endverbraucherkunden Gewerbetreibende sind, die über die Kapazitäten verfügen, ihre Einkäufe außerhalb der Großhandelsschiene zu tätigen, und tatsächlich ein beträchtlicher Anteil ([30-70]*%) der relevanten Produkte von den Herstellern direkt an Endverbraucherkunden verkauft werden. Jedoch ergibt sich aus den Antworten der Konkurrenten im Verlauf der Untersuchung, dass der Zugang zu den Großhändlern nicht ohne Einfluss auf das Wettbewerbsgeschehen auf den Märkten für Transformatoren ist. Denn einem Konkurrenten zufolge kontrolliert Schneider mehr und mehr die Vertriebskanäle der Großhändler, was es für andere Marken unmöglich macht, Vertriebskanäle zu finden.²⁶⁶ Einer anderen dritten Partei zufolge gibt der Zusammenschluss dem fusionierten Unternehmensgebilde die Möglichkeit, seine Konkurrenten zuerst vom Markt des Verkaufs an die Großhändler und dann vom Markt im Allgemeinen zu verdrängen.

742. In ihrer Erwiderung machen die Parteien geltend, dass das Zusammenschlussvorhaben trotz dieser Struktur des Marktes keine beherrschende Stellung schaffen oder verstärken werde.

²⁶⁶ Polylux, Antwort vom 9. Juli 2001.

743. Zunächst tragen die Parteien vor, dass Schneider auf dem Transformatorenmarkt nur durch den Weiterverkauf der von einem Konkurrenten hergestellten Produkte präsent ist. Jedoch ändert diese Tatsache nichts an der Analyse des Marktes, da der Marktanteil von sehr wohl die Wettbewerbsstärke dieses Unternehmens und nicht die des Herstellers als Drittem widerspiegelt.
744. Ebenso schließt die Argumentation der Parteien, dass der Transformatorenmarkt als solcher wegen der schrittweisen Ersetzung der Transformatoren durch Stromzuführungsprodukte im Abschwung begriffen ist, weder die Möglichkeit der Schaffung oder Verstärkung einer beherrschenden Stellung auf einem solchen Markt noch die Notwendigkeit aus, ein ausreichendes Maß an Wettbewerb im Rahmen der Fusionskontrolle aufrechtzuerhalten, solange der relevante Markt existiert.
745. Die Parteien behaupten ferner, dass durch das Vorhandensein einer großen Anzahl von Konkurrenten unterschiedlicher Betriebsgrößen, von den großen Unternehmensgruppen wie Siemens, Moeller, Omron oder Phoenix, die eine vollständige Produktpalette anbieten, bis hin zu den kleinen Konkurrenten auf lokaler Ebene, sogar nach dem angemeldeten Zusammenschluss noch ausreichender Konkurrenzdruck gegenüber dem fusionierten Unternehmensgebilde ausgeübt werde. Dies treffe ebenso auf die zumindest potenzielle Konkurrenz vonseiten der Hersteller von Stromzuführungsprodukten zu.
746. Jedoch sind die erwähnten großen Unternehmensgruppen mit Ausnahme von Siemens auf dem französischen Markt für Transformatoren nicht präsent oder haben dort nur eine marginale Marktposition. Außerdem reduziert das betreffende Zusammenschlussvorhaben durch die Beseitigung eines Konkurrenten von nicht unbeachtlichem Umfang die Möglichkeiten der übrigen Konkurrenten und insbesondere der zahlreichen kleinen lokalen Hersteller auf erhebliche Art und Weise, das freie Wettbewerbsverhalten des aus dem Zusammenschluss hervorgehenden Unternehmensgebildes in Schranken zu weisen. Was die Substitutionskonkurrenz anbelangt, die aufgrund des benachbarten Marktes der Stromzuführungsprodukte entsteht, so ist festzustellen, dass von den wichtigsten auf dem französischen Markt tätigen Stromzuführungsgeräteherstellern drei (nämlich ELC, Lambda und Lutze), von denen jeder einen entsprechenden Marktanteil von [0-10]*% hält, auf dem Transformatorenmarkt überhaupt nicht präsent sind. Außerdem wird Schneider / Legrand durch das angemeldete Zusammenschlussvorhaben mit einem Marktanteil von [10-20]*% ebenfalls Marktführer auf dem Markt für Stromzuführungsprodukte.
747. Die Kommission zieht daraus die Schlussfolgerung, dass das betreffende Zusammenschlussvorhaben eine beherrschende Stellung auf dem französischen Transformatorenmarkt schafft.

C.4 Analyse der Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens auf den Wettbewerb auf den Märkten für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion

748. Das Unternehmensgebilde Schneider/Legrand wird mit einem Marktanteil von [20-30]*% (Schneider [20-30]*% und Legrand [0-10]*%) der führende Akteur auf dem europäischen Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion sein. Seine wichtigsten Konkurrenten sind dann Moeller und Siemens mit Marktanteilen von [0-10]*% bzw. [0-10]*% auf EWR-Ebene. Ganz wie seine beiden Hauptkonkurrenten wird Schneider/Legrand in allen EWR-Mitgliedstaaten präsent sein.

749. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt zur Addition der sehr beträchtlichen Marktanteile am französischen Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion.

C.4.1 Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde verfügt über einen besonders hohen Marktanteil.

750. Wie in der folgenden Tabelle aufgeführt ist, verfügt der Unternehmensverbund Schneider/Legrand über erheblich höhere Marktanteile als seine Konkurrenten auf dem französischen Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion.

Tabelle 38

Schneider	Legrand	Siemens	Moeller	K&N	Entrelec
[50-60]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%

Quelle : Angaben der Parteien

751. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt also zu einer Zusammenlegung der beiden Hauptkonkurrenten in Bezug auf ihre Marktanteile auf dem französischen Markt. Es führt zur Schaffung eines Akteurs, der über einen Marktanteil von [60-70]*% verfügt und damit weit vor seinen beiden Hauptkonkurrenten, nämlich K&N und Moeller liegt, die über einen Marktanteil von je [0-10]*% verfügen.

C.4.2 Der aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensverbund verfügt über ein Markensortiment ohnegleichen.

752. Schneider/Legrand wird auf dem französischen Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion mit vier Marken tätig sein. Schneider ist Eigentümer der Marken Télémécanique und Mafalec. Legrand bringt seinerseits die relevanten Produkte unter den Markennamen Baco und Legrand auf den Markt.

753. Dieses Markensortiment gestattet es dem neuen Unternehmensverbund, jedes Marktsegment auf besonders ausgeklügelte Art und Weise abzudecken. Das Interesse, die Nachfrage somit in Segmente aufteilen zu können, wird übrigens in einem internen Dokument von Schneider hervorgehoben, wo erklärt wird, dass es "diese Aufteilung in Segmente im Hinblick auf die konventionellen Produktpaletten möglich macht, Wachstum und Rentabilität miteinander zu kombinieren"²⁶⁷. Insbesondere geht aus diesem Dokument hervor, dass es durch den Besitz mehrerer Marken möglich wird, für jede Marke eine differenzierte Politik bezüglich der Produktpaletten und der Preise durchzuführen. Außerdem wird in diesem Dokument erklärt, dass es durch den Besitz mehrerer Marken möglich wird, "Profit aus dem Doppelkonzept Mehrfachspezialist / Spezialist zu ziehen". Denn Baco stellt sich selbst als "Marktführer" auf dem Markt für Hebearmumschalter mit einem Marktanteil von über [10-20]*%²⁶⁸.

754. Das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde kann somit das reproduzieren, was Schneider mit dem Erwerb von Mafelec verwirklicht hat. Jedoch ist

²⁶⁷ Rechenschaftsbericht des Ausschusses für den Unternehmenserwerb vom 17. Oktober 1997, Seite . Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegt.

²⁶⁸ Mittelfristige Planungen 2001-2005 von Baco für Frankreich, Seite 9. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegt.

hervorzuheben, dass die Vorteileffekte für den neuen Unternehmensverbund aus der Hinzufügung der Marken Legrand und Baco zu den Marken Télémécanique und Mafelec erheblich umfangreicher sind als die, welche Schneider aus dem Erwerb von Mafelec gezogen hat, und zwar aus zwei wichtigen Gründen : Zunächst wird Schneider/Legrand über vier Marken verfügen, was es ihm ermöglicht, eine noch viel raffiniertere Multi-Markenpolitik durchzuführen. Außerdem weisen die auf dem Markt verbleibenden Konkurrenten eine deutlich schwächere Präsenz auf.

755. In ihrer Erwiderung²⁶⁹ haben die Parteien geltend gemacht, dass die Hinzufügung von Baco zu Schneider, so insbesondere zu seinem Tochterunternehmen Télémécanique, belanglos wäre. Ihnen zufolge wird die kommerzielle Stärke der Marke Télémécanique, die auf mehreren Kontinenten präsent ist, in nichts durch die Marke Baco ausgeweitet, deren Bekanntheitsgrad und Aktionsradius im Wesentlichen auf Frankreich beschränkt sind. Außerdem seien die von Baco auf den Markt gebrachten Produkte klassisch, standardisiert und harmonisiert und fügten der Produktpalette von Schneider somit nichts hinzu.
756. Erstens muss darauf hingewiesen werden, dass die Parteien der Argumentation nicht widersprechen, dass es einen Wettbewerbsvorteil darstellt, wenn das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde ein umfassendes Markensortiment besitzt, das bei seinen Konkurrenten ohnegleichen ist. In dieser Hinsicht ist es erheblich, dass Schneider die Marke Mafelec aufrechterhalten hat, nachdem es 1997 die Kontrolle über dieses Unternehmen übernommen hatte²⁷⁰. Sicherlich hat die Marke Télémécanique einen Bekanntheitsgrad und eine geografische Präsenz, welche die der Marken Baco und Legrand in Bezug auf die relevanten Produkte bei weitem übertrifft. Doch diese beiden Marken haben einen hohen Bekanntheitsgrad in Frankreich, was dem aus dem Zusammenschluss hervorgehenden Unternehmensgebilde unmittelbar zugute kommt und sein Markensortiment stärkt.
757. Zweitens wird nicht bestritten, dass die verschiedenen Kategorien an Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion, die von der Unternehmensgruppe Legrand auf den Markt gebracht werden, auch von Schneider vermarktet werden. Daraus ergibt sich zumindest, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben zu einer erheblichen Stärkung der Marktpositionen von Schneider führen wird, so zumindest in der einen Produktkategorie der Hebearmumschalter, bei denen Baco einen Marktanteil von über [20-30]*% hält.
758. In der Schlussfolgerung wird die Hinzufügung der Marken Baco und Legrand zu den bereits von Schneider gehaltenen Marken Télémécanique und Mafelec dem aus dem Zusammenschluss hervorgehenden Unternehmensverbund einen erheblichen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

²⁶⁹ Punkt 798 ff.

²⁷⁰ Internes Dokument von Schneider, vorgelegt als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 10. Juli 2001. Rechenschaftsbericht des Ausschusses für den Unternehmenserwerb durch Schneider vom 17. Oktober 2001, Seite 5.

C.4.3 Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben beseitigt den wesentlichen Faktor des Wettbewerbs auf dem französischen Markt

759. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben kommt durch die Beseitigung der unbestrittenen Nummern eins und zwei auf dem französischen Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion zum Ausdruck. Die Rivalität zwischen den Unternehmensgruppen Schneider und Legrand bildete das ausschlaggebende Element der Wettbewerbsstruktur auf diesem Markt. Diese Feststellung wird in den internen Dokumenten jeder der Parteien bestätigt.
760. So geht aus einem internen Dokument von Baco hervor²⁷¹, einem Tochterunternehmen von Legrand, das die wesentlichen Tätigkeiten bei den Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion dieser Unternehmensgruppe in sich vereinigt, dass Schneider sein Hauptkonkurrent auf diesem Markt ist. In diesem Dokument wird darauf hingewiesen, dass “die traditionell schwierige Wettbewerbsposition gegenüber Schneider bei den Hilfsmitteln wegen des Erscheinens einer neuen Produktpalette bei ihnen auch kurz- / mittelfristig so bleiben wird”²⁷². Denn es wird erklärt, dass Baco in einer “Defensivposition gegenüber der Produktpalette Harmony von Schneider bleiben wird, bis 2003 seine neue Produktpalette herauskommt”²⁷³. Schließlich wird in diesem Dokument hervorgehoben, dass Schneider von “großer Aggressivität in allen Produktsegmenten für gewerbliche Kunden ist (Vertrieb – Schalttafelbauer – Einbauer)”²⁷⁴, was die Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion mitumfasst.
761. Außerdem wird in einem internen Dokument von Schneider²⁷⁵ darauf hingewiesen, dass der Erwerb des Unternehmens Mafelec der Absicht von Schneider entspricht, Baco auf dem relevanten Markt entgegenzutreten. So wird in diesem Dokument angeführt, dass das Ziel, das Schneider mit diesem Erwerb verfolgte, zum einen darin besteht, “das Segment der Repetiermaschinen anzuzapfen”, und zum anderen darin, “die Marktdurchdringung der Konkurrenten aus dem Segment der Repetiermaschinen bis zu den Märkten der industriell genutzten Maschinen und der Spezialmaschinen zu verhindern”. Denn Baco wird aufseiten von Omron als Spezialist auf dem Markt für Repetiermaschinen dargestellt. Es ist im Übrigen bedeutsam festzustellen, dass der Name Baco im Unterschied zu dem von Omron fett unterlegt ist. Der Erwerb von Mafelec durch Schneider zielte also auf die Stärkung seiner Position auf dem Markt für Repetiermaschinen ab, um Baco auf seinem Kernmarkt mit Konkurrenz zu überziehen und somit zu verhindern, dass dieses Unternehmen nicht dazu kommt, seine Positionen auf den damit verbundenen Märkten der Industrie- und Spezialmaschinen anzugreifen.

²⁷¹ Mittelfristige Planungen 2001-2005 von Baco für Frankreich. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegt.

²⁷² Seite 11.

²⁷³ Seite 9.

²⁷⁴ Seite 5.

²⁷⁵ Rechenschaftsbericht des Ausschusses für den Unternehmenserwerb vom 17. Oktober 1997. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegt.

762. In ihrer Erwiderung²⁷⁶ haben die Parteien der Schlussfolgerung widersprochen, wonach das angemeldete Zusammenschlussvorhaben den wesentlichen Faktor des Wettbewerbs auf den französischen Märkten für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion beseitigt.
763. Erstens haben die Parteien unterstrichen, dass der Marktanteil von Legrand ([0-10]*%) zugleich relativ schwach und nahe an dem von K&N ([0-10]*%) und dem von Moeller ([0-10]*%) liegt. Außerdem werde seine Position in Anbetracht der Größe des Marktanteils von Schneider am relevanten Markt ([50-60]*%) aufgrund des angemeldeten Zusammenschlussvorhabens nur geringfügig gestärkt. Zweitens erklären die Parteien, dass die Verweisung auf ein internes Dokument von Baco, in dem Schneider als "Hauptkonkurrent" bezeichnet wird, von ihrer Aussagerelevanz her insofern entkräftet ist, als Schneider der europäische Marktführer auf dem relevanten Markt ist, und somit jeder Akteur nicht umhin kann, sich bei seinen wettbewerbsrelevanten Marktanalysen auf Schneider zu beziehen. Schließlich und drittens unterstreichen die Parteien, dass der Erwerb von Mafelec durch Schneider nicht zum Ziel hatte, Baco auf dem französischen Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion entgegenzutreten, sondern auf einen Nischenmarkt einzutreten, auf dem man bisher nicht präsent war, nämlich dem der Membrantastfelder.
764. Diese Argumentation der Parteien hält der Überprüfung nicht stand. Vorausschickend muss in Erinnerung gerufen werden, dass Legrand nach Schneider der zweitwichtigste Akteur auf dem französischen Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion ist, auch wenn sein Marktanteil nur leicht höher als der von K&N und der von Moeller ist. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt somit zu einer Vereinigung der beiden Hauptkonkurrenten auf dem relevanten Markt.
765. Außerdem unterscheidet sich Baco von K&N und von Moeller aufgrund von dreierlei wesentlichen Gründen.
766. Zunächst erzielt Baco im Unterschied zu K&N und zu Moeller den wesentlichen Teil seines Umsatzes mit den relevanten Produkten in Frankreich²⁷⁷. Im Unterschied zu den beiden vorgenannten Konkurrenten stellt die Aufrechterhaltung seines Marktanteils in Frankreich also für Baco ein wesentliches, ja sogar lebensnotwendiges Erfordernis dar, was das Unternehmen in ein besonders unmittelbares Konkurrenzverhältnis zu Schneider bringt. Denn K&N und Moeller haben wichtige Marktpositionen außerhalb Frankreichs. In diesem Land ist ihr Verkaufsanteil bei den relevanten Produkten nur gering²⁷⁸. Die beiden Unternehmen haben somit auf dem französischen Markt nicht die gleichen wettbewerbsrelevanten Anreize wie Baco gegenüber Schneider.
767. Baco profitiert auch von der Stärke der Unternehmensgruppe Legrand in Bezug auf den Zugang zum Vertrieb in Frankreich, einem Wettbewerbsvorteil, den weder Moeller noch K&N haben, die, alle Produktkategorien zusammengenommen, nur einen winzig kleinen Teil des Umsatzes der in Frankreich etablierten Großhändler ausmachen. So wird in

²⁷⁶ Punkt 801 ff.

²⁷⁷ Siehe Tabelle 26 weiter oben und die Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission, Punkt 799.

²⁷⁸ Siehe Tabelle 26 weiter oben

einem internen Dokument von Legrand²⁷⁹ mehrfach angeführt, dass der Zugang zum Vertrieb “ Ankerplätze ” von Baco darstellen.

768. Schließlich verfügt Baco über eine Marke, die mit einem Marktanteil von über [10-20]*% auf dem französischen Gebiet einen guten Bekanntheitsgrad und die Position des Marktführers für Hebearmumschalter erreicht. So wird in einem internen Dokument von Legrand²⁸⁰ an unterschiedlichen Stellen darauf hingewiesen, dass Baco “ von einer Anerkennung profitiert, die sich auf das Alter, die Kompetenz und die Erfahrung des Unternehmens in diesem Gewerbe stützt ”. Infolgedessen kann Baco sich auf diese starke Position bei den Hebe- wie auch den Hebelarmtrennschaltern stützen um die Verkaufszahlen der anderen Produkte seiner Produktpalette zu steigern. So wird in einem internen Dokument von Legrand²⁸¹ mehrfach ausgeführt, dass die Synergien zwischen den verschiedenen Kategorien von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion eine der Stärken von Baco darstellen.

769. Aus allen diesen Gründen scheint Baco also der aktivste und der gefährlichste Konkurrent für Schneider auf dem französischen Markt der Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion zu sein.

770. Eine identische Schlussfolgerung ergibt sich aus der Analyse der internen Dokumente von Schneider. So wird in einem vertraulichen Dokument von Schneider²⁸² ausgesagt, dass die zweite Priorität der Unternehmensgruppe für 2000-2003 darin besteht, [...]*. Denn Baco entspricht genau dieser doppelten Anforderung, da dieses Unternehmen den wesentlichen Teil seiner Umsätze in Frankreich tätigt und besonders gut in einem speziellen Marktsegment platziert ist: den Hebearmumschaltern. So wird Baco in einem anderen vertraulichen Dokument von Schneider²⁸³ als Spezialist dargestellt. Aus diesem Blickwinkel betrachtet und unabhängig von den ursprünglichen Motiven für den Erwerb von Mafelec durch Schneider bestand die Strategie von Schneider für den französischen Markt für die kommenden Jahre sehr wohl prioritär darin, Baco zu attackieren.

771. Aus allen diesen Gründen stellt die Rivalität zwischen Schneider und Legrand sehr wohl den wesentlichen Wettbewerbsfaktor auf dem französischen Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion dar.

²⁷⁹ Mittelfristige Planungen 2001-2005 von Baco für Frankreich, Seiten 39, 41. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 10. Juli 2001 vorgelegt.

²⁸⁰ Mittelfristige Planungen 2001-2005 von Baco für Frankreich, Seiten 39, 41 und 43. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 10. Juli 2001 vorgelegt.

²⁸¹ Mittelfristige Planungen 2001-2005 von Baco für Frankreich, Seiten 39, 41 und 43. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni vorgelegt.

²⁸² Planung des Angebots von Produkten-Dienstleistungen 2000 im Rahmen des Elektromechanischen Dialogs von Schneider. Anhang 8 wurde als Antwort auf Frage 40 des Fragebogens vom 20. März 2001 vorgelegt .

²⁸³ Rechenschaftsbericht des Ausschusses für den Unternehmenserwerb vom 17. Oktober 1997, Seite 2. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegt.

C.4.4 Die Marktorganisation ermöglicht nicht das Entstehen von Kaufkraft, die geeignet wäre, ein Gegengewicht zur Marktmacht des aus dem Zusammenschluss hervorgehenden Unternehmensgebildes zu bilden.

772. Die Hersteller von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion vermarkten ihre Produkte über die zwei Hauptabsatzkanäle: die Großhändler und den Direktverkauf.
773. Aus einem internen Dokument von Legrand geht hervor, dass Baco [40-50]*% und Legrand [90-100]*%²⁸⁴ ihres Verkaufs von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion im Vertriebswege tätigen. Aus einem Dokument von Schneider ergibt sich, dass Mafelec [50-60]*% seines Verkaufs direkt abwickelt, während [50-60]*% der Produkte von Schneider durch Großhändler verkauft werden²⁸⁵.
774. Die Parteien erklären, dass die Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion von denselben Großhändlern vertrieben werden wie die anderen von dem Zusammenschlussvorhaben betroffenen Elektroprodukte²⁸⁶. Die Marktmacht des neuen Unternehmensverbunds auf den anderen französischen Märkten für elektrische Betriebsmittel (siehe oben, insbesondere Tabelle 30) verleiht ihm also eine privilegierte Position im Absatzkanal über die Großhändler.
775. Was die Direktverkäufe anbelangt, so werden dies in der Hauptsache mit den Herstellern von Industriemaschinen (OEM) und marginaler mit den Schalttafelbauern und den Elektroinstallateuren getätigt²⁸⁷. Diese Verbraucher sind aus zweierlei Gründen nicht in der Lage, die Marktmacht von Schneider/Legrand auf dem französischen Markt auszugleichen :
776. Erstens haben die Parteien keinerlei Hinweise zu der Tatsache vorgelegt, dass einer oder mehrere dieser Verbraucher eine hinlänglich wichtige Marktgruppe darstellen, um als echte Kaufkraft gelten zu können. Denn selbst wenn die Parteien unter ihren Kunden einige große Industriegruppen haben, so setzt sich die große Mehrheit von ihnen doch aus großen KMU zusammen, die auf die Herstellung von Industriemaschinen spezialisiert sind.
777. Zweitens könnte behauptet werden, dass diese Verbraucher ihre Zulieferer relativ einfach wechseln und damit einen schärferen Wettbewerb untereinander entfachen könnten. Vorausgesetzt, dass ein Wechsel des Zulieferers von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion tatsächlich leicht vorzunehmen ist, so muss doch festgestellt werden, dass die wichtigsten europäischen Hersteller von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion (Moeller et Siemens) bereits auf dem französischen Markt präsent und ihre Marktanteile dort besonders gering sind. Alles weist darauf hin, dass sich diese Hersteller für eine Strategie entschieden haben, die darin besteht, eher von den hohen Preisen zu profitieren, die von den Parteien in Frankreich praktiziert werden (siehe oben), als zu versuchen, diesen beiden beherrschenden Akteuren Marktanteile

²⁸⁴ Mittelfristige Planungen 2001-2005 von Baco für Frankreich, Seite 20. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegt.

²⁸⁵ Rechenschaftsbericht des Ausschusses für den Unternehmenserwerb vom 17. Oktober 1997, Seite 6. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegt.

²⁸⁶ Antwort der Parteien auf Frage 13 des Fragebogens vom 15. März 2001.

²⁸⁷ Antwort der Parteien vom 20. Juli 2001 auf die Anfrage der Kommission vom 10. Juli 2001.

abzurufen. Nichts weist darauf hin, dass diese Konkurrenten ihre Strategie und ihre Preispolitik in Zukunft modifizieren, um wahrhaft marktaktive Konkurrenten zu werden.

778. In ihrer Erwiderung²⁸⁸ machen die Parteien geltend, es bestünde kein Grund zu der Annahme, dass die Direktkunden der Parteien an den aus dem Zusammenschluss hervorgehenden Unternehmensverbund gebunden bleiben, wenn dieser beschließen würde, seine Verkaufspreise zu erhöhen. Ihnen zufolge unterliegen Schneider und Legrand heute einem realen und potenziellen Wettbewerb vonseiten der Konkurrenten, deren Produkte in Frankreich und in den benachbarten Mitgliedstaaten auf dem Markt sind, und dieser Wettbewerb wird sich morgen auch auf das neue Unternehmensgebilde erstrecken. Außerdem sind die Parteien der Auffassung, dass es keine Anhaltspunkte dafür gibt, dass diese Konkurrenten nicht in Zukunft auch versuchen werden, Marktanteile zu gewinnen, auch wenn sie sich heute damit begnügen, den Initiativen von Schneider zu folgen. So habe Moeller den Parteien zufolge einen spürbaren Angriff in einem speziellen Marktsegment unternommen, nämlich dem der Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion, die für landwirtschaftliche Maschinen bestimmt sind, und zwar mittels einer Preissenkung und einer besseren Anpassung der Produkte an den Bedarf der Kunden.

779. Die vorstehende Argumentation der Parteien beruht implizit auf der Vorstellung, dass die relevanten Hemmnisse für den Markteintritt gering sind, und dass die Konkurrenten der Parteien in Zukunft einen ausreichenden tatsächlichen und potenziellen Wettbewerbsdruck ausüben können, der die Parteien daran hindert, profitable Preiserhöhungen vorzunehmen. Denn wie bereits weiter oben erklärt wurde, zeichnet sich der Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion durch starke Hemmnisse beim Markteintritt aus, so insbesondere beim Zugang zum Vertrieb und bei der notwendigen Beziehungspflege in der unmittelbaren Umgebung der Endverbraucherkunden. Die vorhandenen Hemmnisse beim Markteintritt kommen bezüglich des französischen Marktes übrigens durch die geringen Marktanteile von Siemens und von Moeller und durch das hohe Preisniveau der relevanten Produkte zum Ausdruck, was von den Parteien im Übrigen nicht bestritten wird²⁸⁹. Es sind also strukturelle Faktoren vorhanden, welche die Wettbewerbsintensität auf dem Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion begrenzen, und zwar unabhängig vom Verhalten der Endverbraucherkunden.

780. Alle zuvor dargestellten Elemente gehen in dieselbe Richtung, nämlich die Bestätigung, die sich bereits in einem internen Dokument von Legrand²⁹⁰ findet, wonach der relevante Markt [...]*

C.4.5 Schlussfolgerung

781. Das Unternehmensgebilde Schneider/Legrand wird über beträchtliche Vorteile gegenüber seinen Konkurrenten verfügen, die ihm auch gestatten werden, den Wettbewerb auf dem französischen Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion zu kontrollieren. Folglich ist der neue Unternehmensverbund in der Marktposition, die Preise für seine Produkte erhöhen zu können, ohne dass dies den

²⁸⁸ Punkt 806 ff.

²⁸⁹ Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände der Kommission, Punkt 807.

²⁹⁰ Mittelfristige Planungen 2001-2005 von Baco für Frankreich, Seite 34. Das Dokument wurde als Antwort auf Frage 113 des Fragebogens vom 29. Juni 2001 vorgelegt.

Verlust von Marktanteilen nach sich zöge, die eine solche Preiserhöhung unprofitabel machen würden. Denn wenn seine Konkurrenten mit einer derartigen Situation konfrontiert wären, so ist wahrscheinlich, dass sie der vom Marktführer initiierten Preiserhöhung eher folgen als versuchen würden, Marktanteile für sich zu gewinnen. Ferner wird es für den neuen Unternehmensverbund auch möglich sein, nur die Preise der Produkte zu erhöhen, die unter einem bestimmten Teil seiner Marken verkauft werden, damit seine anderen Marken von der dann erfolgenden Aufteilung der Nachfrage profitieren können. Schließlich ist keine Kaufkraft vorhanden, die imstande wäre, auf dem relevanten Markt ein Gegengewicht zur Marktmacht von Schneider/Legrand zu bilden. Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben führt also zur Schaffung einer beherrschenden Stellung auf dem französischen Markt für den Verkauf von Hilfsmitteln mit Kontroll- und Signalfunktion.

D. Zusammenfassende Schlussfolgerung

782. Aus den oben angeführten Gründen ist die Kommission zu der Schlussfolgerung gelangt, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben eine beherrschende Stellung begründen wird, was zur Folge hat, dass ein wirksamer Wettbewerb auf folgenden Märkten erheblich behindert würde:

- Markt für Trennschalter mit Druckgehäuse, Miniaturtrennschalter und Schaltkästen für elektrische Trennverteilerschalttafeln in Italien ;
- Märkte für Miniaturtrennschalter, Differenzialschutzsperren und Verteilerkästen für elektrische Endverteilerschalttafeln in Dänemark, Spanien, Italien und Portugal ;
- Märkte für Netzanschluss-trennschalter in Frankreich und Portugal ;
- Markt für Kabelträger im Vereinigten Königreich ;
- Märkte für Steckdosen und Trennschalter in Griechenland ;
- Märkte für wasser-/luftdichte Apparaturen in Spanien ;
- Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien in Frankreich ;
- Markt für elektrische Transformatorenprodukte in Frankreich ;
- Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion in Frankreich.

783. Ferner ist die Kommission aus den oben genannten Gründen zu der Schlussfolgerung gelangt, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben eine beherrschende Stellung verstärkt, was zur Folge hätte, dass ein wirksamer Wettbewerb auf folgenden Märkten erheblich behindert würde :

- Märkte für Trennschalter mit Panzergehäuse, Miniaturtrennschalter und Schaltkästen für elektrische Trennverteilerschalttafeln in Frankreich;
- Märkte der Miniaturtrennschalter, Differenzialschutzsperren und Verteilerkästen für elektrische Endverteilerschalttafeln in Frankreich;
- Märkte für Steckdosen und Trennschalter in Frankreich ;
- Märkte für wasser-/luftdichte Apparaturen in Frankreich ;

- Markt für Notbeleuchtungssysteme oder autonome Notbeleuchtungsblöcke in Frankreich.

VI. ABHILFEMASSNAHMEN

A. Verfahren

784. Die anmeldende Partei hat am 14. September 2001 ein Angebot über Verpflichtungszusagen bei der Kommission abgegeben. Diese Verpflichtungszusagen (nachstehend "Erstvorschläge für Verpflichtungszusagen") stellen auf jeden einzelnen der in obigen Absätzen 782 und 783 aufgeführten Märkte ab. Die Kommission hat eine Untersuchung bei den Parteien und bei Dritten eingeleitet, um diese vorgeschlagenen Verpflichtungszusage zu evaluieren.
785. Aufgrund der Untersuchung hat die Kommission die von den Parteien am 14. September 2001 vorgelegten Verpflichtungszusagen als nicht ausreichend verworfen. Die Kommission hat die Parteien davon in Kenntnis gesetzt, die mit ihrer Erwiderng vom 24. September 2001 alternative Vorschläge eingereicht haben. Dieser neue Text über Verpflichtungszusagen trägt den Titel "Verpflichtungszusagen " Phase 2 " von Schneider Electric vom 14. September 2001 in der klarstellenden Fassung mit Alternativlösungen vom 24. September 2001" (nachstehend "Alternativvorschläge für Verpflichtungszusagen").
786. Diese Alternativvorschläge für Verpflichtungszusagen sind im Rahmen von Absatz 43 der Mitteilung der Kommission über zulässige Abhilfemanahmen zu überprüfen.²⁹¹ Dieser Absatz 43 enthält die Bedingungen und Anforderungen in Bezug auf die Zulässigkeit derartiger Verpflichtungszusagen, und zwar sowohl in materieller Hinsicht (die Kommission muss eindeutig feststellen können, ohne dass es einer erneuten Befragung der Marktakteure bedürfte, dass durch die Verpflichtungen, wenn sie einmal durchgeführt sind, die festgestellten Wettbewerbsprobleme gelöst werden) als auch in formeller Hinsicht (die geänderten Verpflichtungszusagen müssen frühzeitig genug eingereicht werden, damit genügend Zeit für eine angemessene Konsultation der Mitgliedstaaten verbleibt).
787. Wie im Folgenden ausgeführt wird, ist die Kommission der Auffassung, dass der Alternativvorschlag die in Absatz 43 der Mitteilung aufgeführten Anforderungen bezüglich der Abhilfemanahmen nicht erfüllt.

B. Analyse

Der Markt der Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln und ihrer Bauteile in Dänemark, Spanien, Frankreich, Italien und Portugal

Die Erstvorschläge für die Verpflichtungszusagen waren nicht ausreichend.

788. Die Erstvorschläge für die Verpflichtungszusagen betrafen die unter folgenden Bezeichnungen laufenden Geschäftstätigkeiten : "Legrand Puissance" (Trennverteilerschalttafeln in Frankreich ; Legrand-Gruppe), "Bticino Puissance"

²⁹¹ Mitteilung der Kommission über im Rahmen der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates und der Verordnung (EG) Nr. 447/98 der Kommission zulässige Abhilfemanahmen, Amtsblatt 2001/C 68/03.

(Trennverteilerschalttafeln in Italien; Legrand-Gruppe), “Legrand Lexic” (Endverteilerschalttafeln in Frankreich, Spanien, Portugal und Dänemark; Legrand-Gruppe), “Multi 9” (Endverteilerschalttafeln in Italien, Schneider-Gruppe) und Baco (Differenzialschutzsperrn, Legrand-Gruppe). Die Parteien schlugen vor, (i) die Namen der Produktpaletten in Europa und die Marken Sarel und Saip für Italien abzutreten; (ii) eine Option für eine vorübergehende Nutzung (drei Jahre) der Marken Legrand Puissance, Bticino Puissance, Legrand Lexic und Merlin Gerin Modulaire anzubieten; (iii) die Produktionseinheit für Schlüsselprodukte für Trennverteilerschalttafeln (Trennschalter mit Druckgehäuse), eine Produktionseinheit für die Trennverteilerschränke für den italienischen Markt, eine in [...] * angesiedelte Produktionseinheit für Miniaturtrennschalter und eine Produktionseinheit für Verteilerschaltkästen und andere Bauteile von Endverteilerschalttafeln (letztere sind nicht für den italienischen Markt für Endverteilerschalttafeln bestimmt) zu verlegen, die in der Region [...] * geschaffen werden soll; (iv) die Verwendung der Rechte am intellektuellen und gewerblichen Eigentum aufzuteilen und (v) Verkaufspersonal und Handelsverträge mit Großhändlern anzubieten, wobei diese Vermarktungsrechte ausschließlich für die Gebiete gelten, die Gegenstand der Einwände der Kommission waren, und, was die Vorschläge zu Legrand Puissance, Bticino Puissance und Legrand Lexic betrifft, diese als nicht ausschließlich für das übrige Europa gelten.

789. Die Untersuchung der Kommission hat gezeigt, dass dieser Vorschlag starke Unsicherheiten in Bezug auf die Selbstständigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit der für die Abtretung vorgeschlagenen Unternehmenskomplexe hervorruft. Diese Zweifel beruhen zum Großteil auf der Tatsache, dass die meisten für eine Abtretung vorgeschlagenen Unternehmenskomplexe zuvor nicht selbstständig waren.

790. Zunächst hätte der Unternehmensverbund Schneider/Legrand das Eigentum an und den Zugang zu der Gesamtheit der Technologien, die von den vorgeschlagenen Unternehmenskomplexen verwendet würden, zumindest zum Teil zurückbehalten. Dies ist in seinen Augen zweifelsohne durch die Tatsache gerechtfertigt, dass er zum einen die gleichen Tätigkeiten mit denselben Technologien außerhalb Europas fortsetzt und zum anderen die mit den Endverteilerschalttafeln und ihren Bauteilen zusammenhängenden Tätigkeiten unter der Marke Bticino in Europa sowie die Tätigkeiten von Merlin Gerin außerhalb Italiens fortführt. Die Parteien hatten sich dazu verpflichtet, einen abgetretenen Unternehmenskomplex auf den betreffenden relevanten Märkten nicht mit Konkurrenz zu begegnen, indem sie die gleichen Produkte anbieten. Jedoch hätte es wegen des Fehlens jeglicher Definition des Begriffs "das gleiche Produkt" für Schneider/Legrand genügt, die Anfangstechnologie von Legrand weiterentwickeln zu lassen, um Produkte anbieten zu können, die mit denen der abgetretenen Unternehmenskomplexe konkurrieren. Außerdem wäre der abgetretene Unternehmenskomplex mitunter sofort mit einem Angebot von Schneider/Legrand an identischen Produkten auf den europäischen Märkten konfrontiert worden, für welche die Kommission keine Einwände erhoben hatte. Aufgrund dieser Tatsache hätten die abgetretenen Unternehmen erleben können, dass das Image ihrer Marke verblasst und die Konkurrenzfähigkeit ihrer Tätigkeiten aufgrund der Bereitstellung von "Klonen" stumpf wird. Dies hätte die wirtschaftliche Lebensfähigkeit eines Teils der abgetretenen Tätigkeiten gefährdet.

791. Außerdem hätte die Tatsache, dass der Unternehmensverbund Schneider/Legrand Tätigkeiten beibehält, die auf Produkten beruhen, die mit den abgetretenen Produkten identisch sind, erhebliche Probleme mit sich gebracht, so insbesondere in Bezug auf die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit der Herstellungskomplexe, die nach dem Vorschlag abgetreten werden sollten.

792. Einerseits schlugen die Parteien vor, Produktionseinheiten zu behalten, die Produkte herstellen, die mit den abgetretenen Produkten identisch sind. Da die Produktion von Legrand auf europäischer Ebene optimiert worden ist, hätte dies auch bedeutet, die Produktion zwischen den abgetretenen Fabriken und denen, die im Unternehmensverbund Schneider/Legrand verblieben wären, neu regeln zu müssen. Den Parteien zufolge hätte diese Umorganisation Kosten in Höhe von [...] * verursacht und Vorlaufzeiten von mehr als [...] * beansprucht. Hinzu kam noch das Projekt, die Produktionseinheiten für [...] * umzustrukturieren, die nicht nur die ins Auge gefassten Produkte herstellen. Den Parteien zufolge hätte diese Neuorganisation [...] *.
793. Andererseits hätten die abgetretenen Produktionseinheiten den Unternehmensverbund Schneider/Legrand mit erheblichen Lieferungen weiterversorgen müssen, damit dieser die betreffenden Produkte auf den Märkten weiterverkaufen kann, für die er die Vermarktungsrechte behalten hätte (innerhalb und außerhalb Europas). So wären [20-60] * % der Produktion dieser Einheiten an Schneider/Legrand verkauft worden. Die wirtschaftliche Lebensfähigkeit dieser Fabriken wäre also stark von den Verkäufen an Schneider/Legrand abhängig gewesen. Umgekehrt hätte der Erwerber der vorgeschlagenen Produktionseinheit seine Einkäufe weiter bei den Fabriken tätigen müssen, die Schneider/Legrand behalten hätte (vor allem einer Fabrik in Neapel), und zwar solange bis die Fertigungslinien umgezogen und zwischen diesen verschiedenen Produktionseinheiten ausgetauscht sind.
794. Schließlich schlugen die Parteien noch vor, das Unternehmen Baco ohne Abhängigkeiten abzutreten, das mit seiner Produktionseinheit den Erwerber der Tätigkeiten von Legrand Puissance-Bticino Puissance-Legrand Lexic (mit Differenzialschutzperren, Fehlerstromschutzschaltern) beliefern und ihm Bauteile zuteilen müsste, damit eine der abgetretenen Fabriken weiter Differenzialschutzperren bauen kann. Die Verwirklichung dieser Verpflichtungszusagen hing bei diesem Punkt somit vom guten Willen eines Dritten ab.
795. Was den Vorschlag für die Endverteilerschalttafeln in Italien anbelangt, so haben die befragten Dritten mit großer Mehrheit ernsthafte Zweifel über die wahre Qualität dieses Angebots zum Ausdruck gebracht. Vor allem ist klar, dass diese Verpflichtungszusage abgesehen von den Marken Sarel und Saip sehr wohl hinter dem immer noch unzureichenden Vorschlag bezüglich der anderen oben beschriebenen Märkte für Schalttafeln zurückblieb. Dieser Vorschlag warf somit die gleichen Zweifel wie die auf, die weiter oben beschrieben sind, und zwar mit zusätzlichen Handicaps.
796. So ist hervorzuheben, dass Schneider/Legrand unter der Marke Merlin Gerin auf den italienischen Märkten für Trennverteilerschalttafeln weiterhin präsent geblieben wäre. Hinzu kommen die Zusammenführung des Markenimage und die notwendige Koordinierung der Marketingkonzepte auf den äußerst nahen Märkten, wobei die Trennverteilerschalttafeln 78% der Produkte ausmachen, die unter der Produktpalette Multi 9 verkauft werden. Da der Verkauf dieser Produkte (Miniaturtrennschalter) durch den der Trennschalter mit Panzergehäuse (die in den Händen von Merlin Gerin verblieben sind) handelspolitisch "herbeigezogen" ist, wäre somit ein ausschlaggebender Teil der Verkäufe des Erwerbers vom Unternehmensverbund Schneider/Legrand abhängig.
797. Die zusätzlichen Handicaps hängen ebenfalls mit dem Mangel an abgetretenen Produktionskapazitäten und dem Mangel an abgetretenen Rechten an intellektuellem und gewerblichem Eigentum zusammen. Schneider würde die Vermarktung identischer Produkte außerhalb Italiens unter der Marke Merlin Gerin und dem Namen der

Produktpalette Multi 9 fortführen und wäre dabei vollständig frei, diese Produkte nach seinem Gutdünken weiterentwickeln zu lassen, ohne dabei die besonderen Bedürfnisse des Erwerbers berücksichtigen zu müssen. Außerdem schloss die Tragweite der Klausel über das Konkurrenzverbot nicht deutlich genug etwaige spätere Weiterentwicklungen der abgetretenen Produkte aus, was unter Umständen einen schnelleren Wiedereintritt auf den Markt ermöglichen würde. Das hätte zur Folge, dass der Erwerber auf die eine oder andere Art ein Weiterverkäufer der Produkte von Schneider würde, auf die er keinen Einfluss in Sachen Produktion oder Technologien hätte. Wollte er sich nachhaltig und unabhängig auf dem Markt etablieren, dann müsste er seine eigenen Schalttafeln herstellen. Da die Hemmnisse beim Markteintritt zu hoch sind, würde dies also nur ein Akteur schaffen, der bereits auf dem Markt präsent ist. Ein solcher Akteur müsste also innerhalb einer kurzen Zeitspanne (i) einen Markenwechsel vornehmen; (ii) die Anpassung der Produktionskapazitäten für den italienischen Markt durchführen; (iii) den Markt davon überzeugen, dass der Marken- und Technologiewechsel die Zuverlässigkeit und die Qualität seiner Produkte nicht infrage stellt.

798. Außerdem warfen die Vorschläge bezüglich Sarel und Saip spezielle Probleme auf. Die Marke Sarel, mit der in der Tat auch die Produktpalette Multi 9 vermarktet wird, müsste zwischen dem Erwerber dieser Tätigkeiten, dem Erwerber des Tätigkeitsfeldes "Steckdosen und Trennschalter" in Frankreich und Schneider/Legrand für den Tätigkeitsbereich Universalverteilerschränke aufgeteilt werden (siehe weiter unten). Dies würde Unsicherheit in Bezug auf den Wert dieser Marke schaffen. Was die Endverteilerschalttafeln angeht, so besteht die Marke Saip für sich genommen nur für Verteilerkästen. Es hat übrigens den Anschein, dass die Marke auf anderen Märkten für Niederspannungsprodukte in Italien verwendet wird. Die Parteien schlugen auch die Abtretung von Produktionsausrüstungen vor, ohne dafür eine Fabrik abzutreten. Dies bedeutet die Hinzufügung neuer Unsicherheiten im Zusammenhang mit der Notwendigkeit der Einrichtung einer Produktionseinheit.
799. Auf der Ebene des Marktzugangs hat der Erstvorschlag zu einer Anhäufung von Unsicherheiten geführt.
800. Während also die gesamten relevanten Märkte ein hohes Treueverhalten zur Marke aufweisen, umfasste der Vorschlag für Abhilfemaßnahmen zunächst keine Abtretung von Marken, sondern vielmehr die Abtretung von Namen von Produktpaletten mit der Möglichkeit, für einen begrenzten Zeitraum die Marke Legrand auf den verkauften Produkten erscheinen zu lassen. Der Erwerber dieser Tätigkeitsfelder müsste also nicht nur die technische Unsicherheit überwinden (und den damit verbundenen Zeit- und Kostenaufwand), den abgetretenen Industriekomplex zu modifizieren, sondern auch die erheblichen Kosten für den Markenwechsel bei seinen Produkten übernehmen und dabei gleichzeitig versuchen, den Markt der Tatsache zu versichern, dass alle diese gleichzeitig vorzunehmenden Änderungen keinerlei Auswirkungen auf die Qualität und die Zuverlässigkeit seines Angebots haben. Die Untersuchung der Kommission hat den Missstand bestätigt, dass er nicht von Anfang an in den Genuss einer eigenen Marke kommt, und aufgezeigt, dass ein Erwerber einen sehr langen Zeitraum bräuchte (in einer Größenordnung von sieben Jahren), um die vorgeschlagene Ersetzung der Marke zu einem guten Ende zu bringen. Parallel dazu hat die Untersuchung der Kommission gezeigt, dass ein Erwerber für einen Zeitraum von über 10 Jahren durch Verbotsklauseln bezüglich des Wiedereintritts auf die betreffenden Märkte unter der Anfangsmarke geschützt werden müsste.
801. Dann litt der Vorschlag der Parteien an der Einbeziehung von bestimmten Zentralfunktionen (wie Verkauf, Marketing und Logistik) in die Unternehmensgruppe

Legrand. Der Erstvorschlag für Verpflichtungszusagen erstreckte sich also nicht auf die Marketing- und Logistikfunktionen ab und umfasste nur eine sehr begrenzte Anzahl von Verkaufspersonal [...]*. So gab es keinen präzisen Vorschlag für das Verkaufspersonal von Legrand Lexic außerhalb Frankreichs. Diese Zahlen umfassten "echtes Verkaufspersonal" und Personen, die teilweise für solche Verkäufe zuständig waren. Die Auswahlkriterien waren ungenau. Da dieser Vorschlag nicht alle Verkäufer betraf, hätten Legrand bzw. Schneider die Verbindung zum Kunden behalten. Diese Verbindung wäre um so stärker auf den Märkten, auf denen Legrand auch Endverteilerprodukte verkauft (Steckdosen etc.) und über erhebliche Marktpositionen verfügt. Dies würde somit das fusionierte Unternehmensgebilde in die Lage versetzen, seine Kunden wieder auf das im Unternehmensverbund Schneider/Legrand verbleibende Angebot an Verteilertafeln zurückzulenken. Was die Zentralfunktionen (und die damit zusammenhängenden Informationssysteme) anbelangt, so hat die Untersuchung der Kommission gezeigt, dass eine Abtretung ohne diese Funktionen zwar durchführbar ist, aber beträchtliche Risiken in sich birgt.

802. Schließlich schlugen die Parteien auch vor, Kaufverträge mit den Großhändlern abzutreten. Die Untersuchung der Kommission lässt anzweifeln, dass die Erwerber genügend Kapazitäten haben, um von einem Zugang zu den Großhändlern ausreichend profitieren zu können (d.h. an Faktoren, die denen der Unternehmenskomplexe vor ihrer Abtretung gleichwertig sind). Sie bieten die Parteien Preisnachlässe [...]* an. Den Parteien zufolge belaufen sich diese in einer Größenordnung von [0-10]*%. Es ist überhaupt nicht sicher, dass ein Erwerber in der Lage wäre, derartige Preisnachlässe nach einem kopierten Schema zu gewähren, da sein relativer Geschäftsumfang sehr viel niedriger als der des Unternehmensverbunds Schneider/Legrand ist. Ist er nicht in der Lage, ähnliche Bedingungen anzubieten, dann hätten die Großhändler die Wahl, ob sie ihr präferenzgebundenes Warenangebot fortbestehen lassen, von dem Schneider und Legrand profitieren. Festzuhalten ist, dass dies nicht unbedingt den Ausschluss von Erwerbern nach sich zöge, dass aber Zweifel angebracht sind, ob diese die Kapazitäten haben, um Wettbewerbsbedingungen wiederherstellen zu können, die denen gleichwertig sind, die für den abgetretenen Unternehmenskomplex bestanden, als er noch bei Schneider oder Legrand angedockt war.

803. Dieses Problem zeigte sich in Frankreich mit besonderer Schärfe. Denn Schneider ist auf den Märkten für Verteilerschalttafeln bereits beherrschend (mit Marktpositionen in der Größenordnung von [40-70]*% auf den Märkten für Trennverteilerschalttafeln und in der Größenordnung von [40-70]*% auf den Märkten für Endverteilerschalttafeln) und Legrand ist auf den meisten anderen Märkten für Niederspannungsprodukte bereits beherrschend (und verfügt beispielsweise über [70-100]*% auf dem Markt für Steckdosen und Trennschalter). Wie in der Mitteilung der Einwände der Kommission ausgeführt ist (festzuhalten ist, dass die Parteien diese Schlussfolgerung nicht bestritten haben), führt die Kombination dieser beiden Unternehmen in Frankreich zu ihrer Vormachtstellung bei den Großhändlern ([30-60]*% des Gesamteinkaufs der Großhändler). Die vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen hätten sicher negative Auswirkungen auf diese kombinierte Marktposition bei den Großhändlern. Jedoch bliebe der neue Unternehmensverbund auf den meisten relevanten Märkten beherrschend und könnte seine Vormachtstellung bewahren. Da er ein nicht zu umgehender Partner der Großhändler ist, wäre der Verbund Schneider/Legrand somit in der Lage, den Zugang des Erwerbers der Tätigkeitsfelder von Legrand Puissance-Bticino Puissance-Legrand Lexic zu den Großhändlern zu kontrollieren, indem er beispielsweise sicherstellt, dass der Erwerber durch seinen Zugang nicht die Möglichkeit erhält, aktiv Konkurrenzdruck auszuüben, der dem von Legrand zuvor ausgeübten Konkurrenzdruck gleichkommt.

804. Dies führte zu der Schlussfolgerung, dass die Vorschläge der Parteien in Bezug auf die Verpflichtungszusagen betreffend die Märkte für Trennverteilerschalttafeln und deren Bauteile in Frankreich und in Italien und betreffend die Märkte für Endverteilerschalttafeln und deren Bauteile in Dänemark, Spanien, Frankreich, Italien und Portugal zu einer Gemengelage von Tätigkeitsfeldern führen würden, die aus unsicheren Abtrennungen von ihrer ursprünglichen Unternehmensgruppe hervorgehen und bezüglich ihrer Kapazitäten für ein selbstständiges Weiterbestehen als wettbewerbsfähige Marktkräfte, die imstande sind, die Wettbewerbsbedingungen von früher wiederherzustellen, ernsthafte Zweifel aufkommen ließen.

Die am 24. September 2001 vorgelegten Alternativvorschläge für Verpflichtungszusagen

805. In Erwiderung auf die von der Kommission geäußerten ernsthaften Zweifel über die Auswirkungen der Erstvorschläge für Verpflichtungszusagen hat die anmeldende Partei die Abtretung von [...] * vorgeschlagen. Dieser Vorschlag ist verbunden mit der vorübergehenden Abtretung der Marke [...] * in ganz Europa und dem zusätzlichen Verkauf einer Produktionseinheit für [...] * und zusätzlichen Verlagerungen von Produktionseinheiten für [...] *. Anders ausgedrückt schlagen die Parteien vor, [...] * abzutreten.

806. Dieser Vorschlag hat den Vorzug der deutlichen Beseitigung von [...] * für die Wiedererlangung von Tätigkeitsfeldern auf allen Märkten, auf denen das angemeldete Zusammenschlussvorhaben zur Begründung oder Verstärkung von beherrschenden Stellungen führte. Er beseitigt indessen nicht eine Reihe von bestimmten Zweifeln und Risiken im Zusammenhang mit dem Merkmal der fehlenden Selbstständigkeit der abgetretenen Einheiten und dem Merkmal der uneingeschränkten Betätigung des angemeldeten Unternehmensverbands.

807. Zunächst wirft dieser Alternativvorschlag die gleichen Fragen in Bezug auf die Vollständigkeit und die Abtrennung des [...] * auf wie die Erstvorschläge. Wie weiter oben ausgeführt wurde, würden bestimmte Zentralfunktionen (Marketing, Handelsförderung, Beziehungen zu den Vertriebsunternehmen, Logistik etc.) nicht vollständig übertragen. Außerdem erfasst der Alternativvorschlag, genau wie dies bereits oben im Zusammenhang mit dem Erstvorschlag beschrieben wurde, nicht das gesamte relevante Verkaufspersonal, und auch die Probleme im Zusammenhang mit der Aufteilung der Marken sind noch vorhanden.

808. Dann zwingt der Alternativvorschlag zu Tätigkeitsverlagerungen zwischen den einzelnen Betrieben. Beispielsweise [...] *. Auch die Fertigungslinien für [...] * würden auf die Produktionseinheit für [...] * übertragen. Schließlich würden die [...] * wie zuvor in [...] * zu ein oder zwei Einheiten umstrukturiert. Diese betrieblichen Verlagerungen rufen Zweifel in Bezug auf die Kontinuität der betreffenden Tätigkeiten hervor, und zwar einerseits wegen der industriellen Unsicherheiten, die mit derartigen Transfers verbunden sind, und andererseits wegen der Verluste von Know-how [...] *. Überdies ist es nicht die Aufgabe der Kommission, zu evaluieren, ob die Empfängereinheiten in der Lage sind, die betreffenden neuen Tätigkeitsfelder auf wettbewerbsfähige Art und Weise aufzunehmen (verfügbare Räumlichkeiten, Produktionskosten, Liefermöglichkeiten etc.).

809. Schließlich ist der Alternativvorschlag auf Europa beschränkt, während die betreffenden Industriestandorte einen [...] * Teil ihres Umsatzes mit außereuropäischen Ausfuhren machen. Nach den vorgeschlagenen Abhilfemaßnahmen werden diese Verkäufe nach außerhalb Europas auch weiterhin vom Unternehmensverbund Schneider/Legrand

getätigt. So haben die Parteien die Aufmerksamkeit der Kommission auf die Tatsache gelenkt, dass der angemeldete Verbund von seinen Gesamtverkäufen in Höhe von [300-500]* Mio. € derzeit einen Umsatz [50-250]* Mio. € außerhalb Europas tätigt. Dies bedeutet, dass die Gesamtheit der für eine Abtretung vorgeschlagenen Produktionseinheiten nach wie vor den Verbund Schneider/Legrand beliefern würden, und zwar im Durchschnitt mit etwa einem Viertel ihrer Jahresproduktion. Diese Abhängigkeit ist beispielsweise besonders augenfällig für den Betrieb in [...] bei dem mehr als [40-70]*% seiner Produktion außerhalb Europas verkauft würden. Zur Lösung dieses Problems schlagen die Parteien vor, [...]*. Im einen wie im anderen Falle hätte dies zur Wirkung, die Produktion der betreffenden Einheiten unmittelbar oder auf Zeit zu beschränken und damit ihre Stückkosten in die Höhe zu treiben. Eine derartige Erhöhung der Stückkosten würde ihrer Wettbewerbsfähigkeit hinsichtlich der Margen schaden. Die Auswirkungen eines Verlustes an Wettbewerbsfähigkeit, der den Produktionseinheiten der abgetretenen Unternehmenskomplexe droht, wären von einem Land zum anderen unterschiedlich. So wären auf dem französischen Markt, wo Schneider bereits beherrschend ist, ernsthafte Auswirkungen zu verzeichnen, während die Fülle der freigesetzten Marktanteile auf den italienischen Märkten für Endverteilerschalttafeln einen derartigen Verlust an Wettbewerbsfähigkeit auffangen könnte.

810. Zu den eben angesprochenen Problemen kommt hinzu, dass der Alternativvorschlag die vor allem für Frankreich festgestellten Schwierigkeiten beim Marktzugang nicht behebt. Die Marktzugangsbedingungen, von denen Legrand vor dem Zusammenschlussvorhaben profitiert, hängen nicht nur mit seiner Marktposition bei Verteilertafeln zusammen (die im Vergleich zu Schneider relativ bescheiden war, so vor allem bei den Trennverteilerschalttafeln), sondern auch mit seiner erheblichen Stärke auf den Märkten für Letztverbraucherapparaturen (Steckdosen, Trennschalter etc.). Die Untersuchung der Kommission hat ergeben, dass kein anderer Marktakteur in der Lage ist, den Großhändlern Bedingungen anzubieten, die denen von Legrand (beherrschende Stellung bei den der Endverteilerschalttafel nachgelagerten Ausrüstungen) und von Schneider (beherrschende Stellung bei den Verteilertafeln) vergleichbar sind. Daraus folgt, dass der Erwerber dieses Tätigkeitsfeldes nicht in den Genuss der Bedingungen kommen könnte, die von den Großhändlern [...] für die betreffenden Produkte eingeräumt werden, was (der Untersuchung der Kommission zufolge) seine Wettbewerbsfähigkeit erheblich beeinträchtigen könnte. Dieses Risiko wäre um so höher, wenn sich der Erwerber nach der Durchführung des Zusammenschlusses gegen eine Einheit zur Wehr setzen müsste, die über die kombinierten Stärken von Schneider und Legrand verfügt.
811. Für Frankreich gelangte die Kommission zu der Schlussfolgerung, dass das Zusammenschlussvorhaben zu einer Verstärkung der beherrschenden Stellung von Schneider auf den Märkten für Trennverteiler- und Endverteilerschalttafeln führen würde. Wie bereits weiter oben in den Abschnitten über die wettbewerbsrechtliche Analyse des angemeldeten Zusammenschlussvorhabens herausgearbeitet wurde, ergibt sich diese Verstärkung vor allem aus zwei Faktoren : der Addition der Marktanteile von Legrand und Schneider (diese Addition wäre im Rahmen des Alternativvorschlags ausgeschlossen) und der Stärkung der Marktposition von Schneider gegenüber den Vertriebsunternehmen für elektrische Ausrüstungen, die sich aus der Addition der Verkäufe und aus der Vormachtstellung von Legrand im Sektor der den Endverteilerschalttafeln nachgelagerten Ausrüstungen ergibt. Wie bereits oben dargestellt, wird der Erwerber des vorgeschlagenen Tätigkeitsfeldes weit davon entfernt sein, den Wettbewerbsdruck wiederaufleben zu lassen, den Legrand auf Schneider ausübte (erst recht gegenüber dem neuen Unternehmensverbund Schneider/Legrand). Unter diesen Bedingungen beseitigen die vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen die

wettbewerbsverzerrenden Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens auf diese Märkte nicht.

812. Dies führt zu der Schlussfolgerung, dass der Alternativvorschlag der anmeldenden Partei nicht alle Risiken beseitigt, die sich aus dem Erstvorschlag ergeben (wobei einige dieser Risiken für sich genommen die Wirksamkeit der Abhilfemaßnahmen infrage stellen können), und dass er die Einwände der Kommission in Bezug auf die französischen Märkte für Verteilertafeln und deren Bauteile nicht entkräftet. Jedenfalls ermöglicht es dieser Vorschlag der Kommission nicht, sich ohne weiteren Markttest (in diesem Verfahrensstadium unzulässig) für die Zulässigkeit der vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen auszusprechen.

Die französischen und portugiesischen Märkte für Netzanschlusstrennschalter

813. Der Erstvorschlag für Verpflichtungszusagen beruht darauf, das gesamte Unternehmen einschließlich der materiellen und immateriellen Aktiva, des Personals und der Verkaufsverträge abzutreten. Baco ist auch in den Bereichen der Differenzialschutzsperren und der Hilfsmittel mit Kontrollfunktion tätig. Seine Produkte werden unter den Marken Baco und Legrand auf den Markt gebracht. Die Produktion erfolgt in seine, Betrieb in Straßburg.

814. Die vorgeschlagene Verpflichtungszusage beseitigt die wettbewerbsrelevanten Überschneidungen auf den Märkten für Netzanschlusstrennschalter mit der Unternehmensgruppe Schneider. Außerdem ist Baco ein Unternehmen mit uneingeschränktem Tätigkeitsfeld und anscheinend autonomer Betriebsführung. Wie bereits weiter oben ausgeführt wurde, befindet sich ein Teil der Produktion von Baco jedoch in einer gegenseitigen Verflechtung mit anderen Aktivitäten von Legrand auf dem Gebiet der Verteilertafeln. Insbesondere hat es den Anschein, dass ein Viertel des Umsatzes von Baco aus einem Zulieferverhältnis mit der übrigen Unternehmensgruppe von Legrand stammt. So hat die Untersuchung der Kommission gezeigt, dass der Verkauf von Baco an den des Tätigkeitsfeldes Verteilertafeln von Legrand gebunden sein müsste. Sie hat auch gezeigt, dass der Vorschlag der Parteien unter diesem Vorbehalt geeignet wäre, die Wettbewerbsprobleme auf den französischen und portugiesischen Märkten für Netzanschlusstrennschalter zu lösen.

815. Der Alternativvorschlag der Parteien sieht vor, die Zuliefertätigkeiten von Baco an die übrige Legrand-Unternehmensgruppe zu unterbrechen, und zwar binnen [...]*, und lässt offen, ob die Möglichkeit einer Abtretung an den [...]* gebunden ist. Damit hat es sein Bewenden. Der Vorschlag des Verkaufs von Baco muss aber an den Verkauf der anderen Tätigkeitsfelder im Zusammenhang mit Verteilertafeln gebunden sein, und aus diesem Grunde kann der Vorschlag, so wie er ist, nicht akzeptiert werden..

Der französische Markt für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion

816. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen beruht darauf, Baco abzutreten. Die vorgeschlagene Verpflichtungszusage beseitigt die wettbewerbsrelevanten Überschneidungen auf den Märkten für Hilfsmittel mit Kontroll- und Signalfunktion mit der Unternehmensgruppe Schneider. Die oben stehenden Kommentare bezüglich Baco treffen auch hier zu.

Die Erstvorschläge für Verpflichtungszusagen waren nicht ausreichend

817. Der Erstvorschlag für Verpflichtungszusagen beruhte darauf, die Unternehmen Alombard und Scanelec, alle beide Tochterunternehmen der Schneider-Gruppe, abzutreten. Alombard ist auf die Herstellung von Steckdosen und Trennschaltern spezialisiert, entwickelt aber auch Aktivitäten auf dem Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien. Alombard verfügt über einen eigenen Standort für Produktion und F&E in Orléans. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen erstreckte sich auf die Gesamtheit der materiellen und immateriellen Aktiva von Alombard. Das Tätigkeitsfeld von Scanelec umfasst die Vermarktung von den der Endverteilerschalttafel nachgelagerten Ausrüstungen in Verbrauchermärkten.. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen erstreckte sich auf die Gesamtheit der materiellen und immateriellen Aktiva von Scanelec.
818. Die Untersuchung der Kommission zeigt, dass dieser Vorschlag nicht geeignet war, um einen wirksamen Wettbewerb auf den relevanten Märkten herstellen zu können.
819. Erstens hat es den Anschein, dass von den von Alombard angebotenen Produktpaletten diejenigen vom Markt als veraltet betrachtet werden, die seine eigenen sind. Die anderen Produktpaletten wurden von anderen Unternehmenskomplexen der Schneider-Gruppe entwickelt (die nicht verkauft werden sollen).
820. Ferner warfen diese Abtretungsvorschläge erhebliche Probleme in Bezug auf die Selbstständigkeit von zwei relevanten Unternehmenskomplexen auf, und zwar, weil sie derzeit in die Schneider-Gruppe integriert sind. Alombard tätigt seine Einkäufe für den überwiegenden Teil seiner Bauteile bei anderen Gesellschaften der Schneider-Gruppe. Um nicht abhängig von Schneider/Legrand zu bleiben, müsste ein Erwerber neue Produktlinien herausbringen, um sich Alombard einzuverleiben, was ein bis zwei Jahre Vorlaufzeit und erhebliche Investitionen erfordern würde. Außerdem sind das Verkaufspersonal und eine gewisse Anzahl von Zentralfunktionen [...]*. Ein Erwerber müsste also auch das Verkaufspersonal erneuern und die zentralen Funktionen substituieren.
821. Scanelec tätigt seine Einkäufe ausschließlich bei der Schneider-Gruppe und bietet Produkte der Marke Schneider an ; [...]* seines Personals steht bei Schneider unter Vertrag. Es ist nur schwer vorstellbar, dass dieses Unternehmen ohne seine Angliederung an die Schneider-Gruppe wesentliche Zeiträume überleben könnte. Folglich ist der Verkauf von Scanelec untrennbar mit dem von Alombard verbunden, da jeder von ihnen [10-30]*% der Tätigkeiten des anderen ausmacht. Die Untersuchung der Kommission hat diese Analyse bestätigt.
822. Schließlich hat es den Anschein, dass Alombard und Scanelec nur einen geringen Teil des französischen Marktes für Steckdosen und Trennschalter ausmachen (ungefähr [0-10]*%) gegenüber einem Anteil des aus dem Zusammenschlussvorhaben hervorgehenden Unternehmensverbunds von etwa [80-100]*%. Angesichts der Vormachtstellung von Schneider/Legrand gegenüber den französischen Großhändlern auf allen Märkten für elektrische Niederspannungsprodukte ist es sehr unwahrscheinlich, dass der abgetretene Unternehmenskomplex in der Lage wäre, einen Konkurrenzdruck auszuüben, der dem vergleichbar ist, der von der Schneider-Gruppe ausgeübt wurde (diese konnte sich auf ihre Stärke bei den elektrischen Verteilertafeln stützen, um die Großhändler zu motivieren, auch ihre Steckdosen zu verkaufen).

823. Dies führt zu der Schlussfolgerung, dass der Erstvorschlag für Verpflichtungszusagen, der auf eine Abtretung von Scanelec und Alombard hinauslief, nicht geeignet wäre, die anfänglichen Wettbewerbsbedingungen wiederherzustellen.

Die am 24. September 2001 eingereichten Alternativvorschläge für
Verpflichtungszusagen

824. Die alternativen Verpflichtungszusagen beruhen darauf, [...]*. Den der Kommission vorgelegten Hinweisen zufolge [...]*.

825. Der Alternativvorschlag würde also bewirken, dass durch die Beseitigung mehr erreicht wird als nur eine einfache Wiederherstellung des Wettbewerbsniveaus, das zwischen Schneider und Legrand besteht. Er wirft jedoch zwei wichtige Fragen auf.

826. Zunächst stellt sich die Frage nach der Wettbewerbsfähigkeit [...]*. Insbesondere hat es den Anschein, dass [...]* einen erheblichen Teil seines Umsatzes (20-30%) mit der Lieferung von Bauteilen an andere Wirtschaftszweige [...]* macht. Die Parteien schlagen vor, diese Liefertätigkeiten vor der Entäußerung [...]* abzutrennen, aber es bleiben Zweifel in Bezug auf die Auswirkungen dieser Abtrennung auf die Rentabilität [...]* und auf die Wettbewerbsfähigkeit seines Angebots. Die genaue Analyse dieser Punkte würde einen weiteren Markttest erfordern.

827. Ferner hatte Legrand vor dem Zusammenschlussvorhaben eine beherrschende Stellung auf dem französischen Markt für Steckdosen und Trennschalter (mit einem Marktanteil von insgesamt [80-90]*% [...]*). Sein Hauptkonkurrent war das Unternehmen Alombard ([0-10]*%), das von seiner Angliederung an die Schneider-Gruppe profitierte (sowohl in Bezug auf die Produkte, und zwar über Lexel, als auch in Bezug auf den Zugang zu den Großhändlern). Nach der Durchführung des Zusammenschlussvorhabens und der Verpflichtungszusagen wird die Situation [...]*. Es dürfte unwahrscheinlich sein, dass der neue Unternehmensverbund imstande ist, diese Marktanteile aufrechtzuerhalten. Zunächst fasste Schneider in seinen internen Dokumenten einen Marktanteil von [10-20]*% für [...]* ins Auge. Das Zusammenschlussvorhaben hat zur Folge, dass die Dynamik entfällt. Danach kann der Unternehmensverbund Schneider/Legrand die gleiche Wirkung mit der Differenzierung der Marken [...]* erzielen wie die, die er zuvor auf dem Markt erzielte, und [...]* absondern. Angesichts des Umfangs der beherrschenden Stellung von Legrand vor dem Zusammenschlussvorhaben, unter Berücksichtigung der Tatsache, dass das fusionierte Unternehmensgebilde weiterhin von den beiden Hauptmarken (Legrand und [...]*) profitiert, und in Anbetracht des Merkmals, dass der neue Unternehmensverbund für die Großhändler nicht zu umgehen ist, heißt die Frage also jetzt, ob die Abtretung [...]* es möglich macht, eine Situation wiederherzustellen, die der vor dem Zusammenschlussvorhaben vorhandenen Situation vergleichbar ist.

828. Die Kommission ist der Auffassung, dass, [...]*, was nicht der Fall wäre. Einerseits ist, wie bereits für die Endverteilerschalttafeln ausgeführt wurde, nicht sicher, dass der Erwerber von Zugangsbedingungen zu den Vertriebsunternehmen profitieren könnte, die denen vergleichbar sind, die [...]* zugute kamen. Dieses Phänomen wäre um so ausschlaggebender, als mit der Durchführung des Zusammenschlussvorhabens die Marktkräfte von Legrand zu denen von Schneider hinzukommen. Dieses Phänomen könnte die Wettbewerbskraft erheblich beeinflussen, die [...]* nach dem Zusammenschluss ausüben kann. Und andererseits wird [...]* mit dem fusionierten Unternehmensgebilde konfrontiert, das über eine Produktpalette von Apparaturen verfügt, die zumindest mit der seinen vergleichbar ist, und die von der Zusammenlegung

von zwei Marken (Legrand und [...]*) profitiert. Dies könnte es dem fusionierten Unternehmensgebilde ermöglichen, spezifische Aktionen gegen [...]* in Angriff zu nehmen.

829. Dies führt zu der Schlussfolgerung, dass die Kommission ernsthafte Zweifel in Bezug auf die Eignung des Alternativvorschlags hat, den Wettbewerbsdruck wiederherzustellen, der vor dem Zusammenschlussvorhaben bestand, und die wettbewerbsfeindlichen Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens auf diesen Markt zu beseitigen. Jedenfalls kann die Kommission diesen neuen Vorschlag ohne einen weiteren Markttest nicht akzeptieren (der in diesem Verfahrensstadium unzulässig ist).

Der griechische Markt für Steckdosen und Trennschalter

Die Erstvorschläge für Verpflichtungszusagen waren nicht ausreichend

830. Der Erstvorschlag für Verpflichtungszusagen beruhte darauf, Alombard (siehe vorstehende Absätze) den Vertrag über den Alleinvertrieb zu übertragen, der von Elko, einem Tochterunternehmen der Schneider-Gruppe, mit dem griechischen Drittunternehmen [...]* geschlossen worden war, um Steckdosen und Trennschalter nach Griechenland zu importieren.
831. Die Untersuchung der Kommission zeigt, dass die tatsächliche Durchführbarkeit dieser Übertragung unsicher ist, und zwar sowohl auf juristischer als auch auf technischer und kommerzieller Ebene. Denn der in Griechenland verwendete Standard für Steckdosen und Trennschalter (Schuko) ist ein anderer als der in Frankreich verwandte Standard (französisch-belgischer) wo Alombard quasi alle seine Verkäufe tätigt. Außerdem ist die Marke Alombard in Griechenland derzeit unbekannt, und die befragten Dritten haben ihre Besorgnis in Bezug auf ihre Eignung, den zuvor von Elko gebotenen Wettbewerb wiederherstellen zu können, lebhaft zum Ausdruck gebracht. Und schließlich deutet nichts darauf hin, dass der griechische Importeur mit einer derartigen Wiederherstellung einverstanden ist.

Die am 24. September 2001 eingereichten Alternativvorschläge für Verpflichtungszusagen

832. Der Alternativvorschlag beruht darauf, [...]*, und [...]* die Möglichkeit zu verschaffen, die Marke [...]* für Griechenland zu verwenden. Jedoch birgt dieser Vorschlag die gleichen Unsicherheiten wie der Erstvorschlag. Vor allem [...]*. Es ist ganz und gar nicht gesichert, dass der Erwerber [...]* in eine Fertigungslinie für Schuko-Steckdosen zu investieren wünscht, für die ihm nur ein bescheidener Absatzmarkt (in Griechenland) in Aussicht gestellt werden könnte.
833. Daher ist die Kommission der Auffassung, dass diese Verpflichtungszusagen die auf dem griechischen Markt für Steckdosen und Trennschalter festgestellten Wettbewerbsprobleme nicht lösen. Jedenfalls kann die Kommission diesen neuen Vorschlag ohne einen weiteren Markttest nicht akzeptieren (der in diesem Verfahrensstadium unzulässig ist).

Der französische Markt für wasser-/luftdichte Apparaturen

834. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen beruht darauf, das Tätigkeitsfeld "Installationsprodukte" von Sarel abzutreten. Sarel besitzt ein Tätigkeitsfeld der Produktion von Gehäusen für Industrieautomatismen und ein Tätigkeitsfeld der

Herstellung von "Installationsprodukten" (wasser-/luftdichte Steckdosen und Trennschalter und Befestigungs- und Zweigleitungsmaterial). [...]*

835. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen sieht die Abtretung von allen materiellen und immateriellen Aktiva von Sarel, die mit dem Tätigkeitsfeld "Installationsprodukte" von Sarel zusammenhängen, wie auch die Abtretung der Marke "Sarel" für diese Produktkategorie vor. Festzuhalten ist, dass das aus dem Zusammenschluss hervorgehende Unternehmensgebilde die Tätigkeitsfelder Gehäuse von Sarel und das Eigentum an der Marke "Sarel Envelopes" beibehalten wird.
836. Der Unternehmensteil "Installationsprodukte" von Sarel stellt [...] des Umsatzes von Schneider auf dem französischen Markt für wasser-/luftdichte Apparaturen. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen löst also die gesamten Probleme bezüglich der Wettbewerbsüberschneidungen auf diesem Markt.
837. Die Untersuchung der Kommission lieferte mäßige Ergebnisse in Bezug auf die Teilung der Marke Sarel und die Abtrennung dieses Betätigungsfeldes (Trennung der Produktionseinheiten und generelle Trennung des Tätigkeitsfeldes Universalgehäuse, das bei Schneider verbleibt, vom Tätigkeitsfeld Apparaturen, das abgetreten wird). Jedenfalls wirft dieser Vorschlag die gleichen Schwierigkeiten auf wie die, die bei den Verteilertafeln in Frankreich oder bei den Steckdosen und Trennschaltern bestehen, und zwar im Hinblick auf die Kapazitäten des Erwerbers, die Ex-ante-Wettbewerbsbedingungen wiederherzustellen.

Der spanische Markt für wasser-/luftdicht Apparaturen

838. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen (der nicht modifiziert wurde) beruht darauf, das Tätigkeitsfeld der von Sarel hergestellten "Installationsprodukte" (das ebenfalls abgetreten wird, siehe oben) an die Marke Estanca 55 abzutreten, die in Spanien von Eunea Merlin Gerin, einem Tochterunternehmen von Schneider, verwendet wird, um wasser-/luftdichte Apparaturen auf den Markt zu bringen. Festzuhalten bleibt ebenfalls, dass Eunea Merlin Gerin für die Gesamtheit der Geschäftstätigkeiten von Schneider auf dem relevanten Markt steht.
839. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen umfasst nur die Herstellung der Produkte und den Namen der spezifischen Produktpalette (Estanca 55), unter dem diese Produkte in Spanien verkauft werden. Im Unterschied dazu erfasst er weder die Abtretung des Geschäfts- oder Firmenwertes (Verkaufspersonal nicht genau festgelegt; dieses scheint nicht [...]*) noch die Schattenmarke (Eunea Merlin Gerin), die somit vom Unternehmensverbund wieder benutzt werden kann, um ein neues Produktangebot, das von Legrand stammt, auf den Markt zu bringen. Die Untersuchung zeigt deutlich, dass diese Produktpalette ohne Anlehnung an eine Unternehmensgruppe, die über ein Gewicht auf dem Markt verfügt, das dem von Schneider in Spanien vergleichbar ist, nicht imstande ist, wettbewerbsfähige Zugangsmöglichkeiten zum Vertrieb zu erlangen.

Der französische Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien

840. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen beruht darauf, [...] und das Tätigkeitsfeld "Installationsprodukte" von Sarel getrennt voneinander abzutreten. Diese Abtretungen beseitigen alle Wettbewerbsüberschneidungen auf dem französischen Markt für Befestigungs- und Zweigleitungsmaterialien, auf dem Legrand eine beherrschende Stellung hatte. Dieser Vorschlag für Verpflichtungszusagen benötigt keine anderen

Kommentierungen als die, die oben bezüglich des französischen Marktes für Steckdosen und Trennschalter gemacht wurden.

Der französische Markt für Notbeleuchtungssysteme

841. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen beruht darauf, das Tätigkeitsfeld Notbeleuchtungssysteme von Schneider an den Unternehmenskomplex abzutreten, der das Tätigkeitsfeld "Installationsprodukte" von Sarel übernimmt (das Gegenstand eines Vorschlags für Verpflichtungszusagen ist, siehe oben). Festzuhalten bleibt, dass Schneider über keinerlei Produktionseinheit für diesen Produkttyp verfügt und diese Produkte bei einem Dritten einkauft. Der Belieferungsvertrag würde ebenfalls an den Erwerber abgetreten. Die Notbeleuchtungssysteme werden von Schneider unter der Marke Merlin Gerin auf den Markt gebracht. Derzeit wird die Marke Sarel nicht eingesetzt, um diesen Produkttyp zu vermarkten.
842. Ferner schlagen die Parteien vor, den Geschäfts- oder Firmenwert von Lumatic einschließlich der Marke Lumatic an den Erwerber des Tätigkeitsfeldes "Installationsprodukte" von Sarel abzutreten. Lumatic war ein unabhängiges Unternehmen, das seine Produkte unter dieser Marke auf den Markt brachte und nunmehr zu einem auf Notbeleuchtungssysteme spezialisierten Tochterunternehmen von Legrand, nämlich URA/Lumatic, gehört. Die Einstellung der Marke Lumatic im Laufe des Jahres 2001 zu Gunsten der Marke URA, wurde seitens der Legrand-Gruppe indessen bereits im Jahr 2000 beschlossen.
843. Die Untersuchung des Erstvorschlags zeigt, dass die Ersetzung der Marke Merlin Gerin durch die Marken Sarel (auf diesem Markt nicht vorhanden) und/oder Lumatic (im Verschwinden begriffen) es nicht möglich macht, die anfänglichen Wettbewerbsbedingungen auf diesem Markt wiederherzustellen (auf dem Legrand mit einem Marktanteil von über [40-60]*% eine beherrschende Stellung einnimmt).
844. In den Alternativvorschlägen für Verpflichtungszusagen schlägt die anmeldende Partei vor, die Sorge um die Vermarktung der autonomen Notbeleuchtungsblöcke, die derzeit von Merlin Gerin verkauft werden, auf [...] zu übertragen. [...] hat die Kommission ernsthafte Zweifel in Bezug auf diesen Vorschlag. Denn die Fragen des Zugangs zum Vertrieb und der Kapazitäten zur Wiederherstellung von wirksamen Wettbewerbsbedingungen stimmen mit denen überein, die für die anderen französischen Märkte für Apparaturen und Verteilertafeln bereits angesprochen wurden. Ferner bietet eine derartige Abhilfemaßnahme keinerlei Gewähr bezüglich der Anreize für den Erwerber [...], den Wettbewerb auf dem relevanten Markt zu fördern. Jedenfalls ist die Kommission nicht in der Lage, diesen Vorschlag ohne weiteren Markttest zu akzeptieren (der in diesem Verfahrensstadium unzulässig ist).

Der französische Markt für Niederspannungstransformatoren

845. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen umfasst eine Alternative. Zunächst schlagen die Parteien vor, den Geschäfts- bzw. Firmenwert des Tätigkeitsfeldes Niederspannungstransformatoren von Schneider auf seinen derzeitigen Zulieferer, Murelektronic, zu übertragen. Festzuhalten bleibt, dass Schneider diese Produkte unter der Marke Télémécanique auf den Markt bringt. Die vorgeschlagene Verpflichtungszusage besteht also darin, die Produkte von Murelektronic, die bereits im Handelskatalog von Télémécanique enthalten sind, beizubehalten, sie aber unter der Marke Murelektronic zu vermarkten.

846. Alternativ schlägt die anmeldende Partei vor, den Belieferungsvertrag, der Schneider an Murelektronic bindet, an Baco abzutreten (das Gegenstand eines Vorschlages für Verpflichtungszusagen ist, siehe oben).
847. Ein Zuwachs an Marktmacht wäre durch die erste Möglichkeit dieses Alternativvorschlags nicht zu verhindern. Umgekehrt hat zwar die Übertragung des Belieferungsvertrages auf Baco den Vorteil, eine Vergrößerung der Marktanteile zu verhindern, doch zwingt sie gleichwohl zur Einführung einer neuen Marke, was Unsicherheiten in Bezug auf die Durchführbarkeit und die wettbewerbsrelevante Tauglichkeit der vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen mit sich bringt. Ebenso muss man sich fragen, ob Murelektronik die Kapazitäten hat, um unabhängig von der Unternehmensgruppe Schneider handeln zu können, die den wesentlichen Teil seines Angebots vermarktet, wenn man weiß, dass dieses Unternehmen sogar nach der Einschätzung der Parteien von der Bildfläche verschwinden würde, wenn Schneider dessen Vertrieb einstellte. Außerdem böte eine derartige Abhilfemaßnahme keinerlei Gewähr bezüglich der Anreize für den Erwerber Baco, den Wettbewerb auf dem relevanten Markt zu fördern .

Der britische Markt für Kabelträger

848. Der Vorschlag für Verpflichtungszusagen beruht darauf, im Rahmen der Aufhebung des Kaufvertrags über die Belieferung von Mita mit Produkten der Marke Cablofil von Métal Déployé den Geschäfts- bzw. Firmenwert und das mit dem Verkauf dieser Produkte befasste Verkaufspersonal von Mita, einem Tochterunternehmen von Schneider, auf das Unternehmen Métal Déployé zu übertragen. Außerdem verpflichtet sich die anmeldende Partei, die Vermarktung dieser Produktkategorie innerhalb eines Zeitraums von 5 Jahren zu unterlassen. Festzuhalten bleibt, dass der Verkauf von Produkten der Marke Cablofil etwa [50-70]*% des Umsatzes von Schneider auf dem relevanten Markt ausmacht.
849. Angesichts der im Allgemeinen moderaten Marktpositionen von Schneider und Legrand im Vereinigten Königreich ist es wahrscheinlich, dass die folgerichtige Reduzierung des Marktanteils in Verbindung mit einer Konkurrenzverbotsklausel die Wettbewerbsprobleme lösen könnte.

C. Schlussfolgerung

850. Die Untersuchung hat eindeutig gezeigt, dass der Erstvorschlag nicht ausreichend war, und zwar sowohl unter den Aspekten der Selbstständigkeit und der uneingeschränkten Betätigung der vorgeschlagenen Unternehmenskomplexe als auch unter dem Aspekt der Risiken für die entäußerten Unternehmenskomplexe im Hinblick auf ihren Marktzugang. Die Alternativvorschläge für Verpflichtungszusagen der Parteien lösen die im Rahmen des Erstvorschlags auftretenden Risiken nur zum Teil und können also in diesem Zustand nicht akzeptiert werden. Denn die Alternativvorschläge für Verpflichtungszusagen (i) reichen nach wie vor für bestimmte Märkte offenkundig nicht aus, wie für die für Steckdosen und Trennschalter in Griechenland, für wasser-/luftdichte Steckdosen in Spanien, für Niederspannungstransformatoren in Frankreich und für Notbeleuchtungssysteme (oder autonome Notbeleuchtungsblöcke) in Frankreich; (ii) lassen eine erhebliche Anzahl von ernsthaften Zweifeln im Hinblick auf die wirtschaftliche Lebensfähigkeit der entäußerten Unternehmenskomplexe aufkommen; und sie (iii) lassen die ernsthaften Zweifel im Hinblick auf die Leistungsfähigkeit der Unternehmenskomplexe fortbestehen, ihre derzeitige Marktposition aufrechterhalten und wirksame Wettbewerbsbedingungen auf den relevanten Märkten wiederherstellen zu können. Diese beiden letzten Punkte gelten, abgesehen vom Markt für den Verkauf von

Kabelträgersystemen im Vereinigten Königreich, für die Gesamtheit der relevanten Märkte. Was ferner die neuen Verpflichtungszusagen in den Alternativvorschlägen anbelangt (wie insbesondere die in Bezug auf Verteilertafeln und Standardstecker und -steckdosen), so kann die Kommission diese Vorschläge ohne weiteren Markttest unter keinen Umständen akzeptieren, der aber aufgrund von Absatz 43 der Mitteilung der Kommission über Abhilfemaßnahmen unzulässig ist.

VII. ZUSAMMENFASSENDE SCHLUSSFOLGERUNG

851. Aus den oben genannten Gründen führt das angemeldete Zusammenschlussvorhaben zur Begründung oder zur Verstärkung von beherrschenden Stellungen, durch die wirksamer Wettbewerb erheblich behindert würde. Aus den vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen kann die Kommission nicht den Schluss ziehen, dass diese den geplanten Zusammenschluss mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen vereinbar machen. Die Kommission stellt daher fest, dass das angemeldete Zusammenschlussvorhaben mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen unvereinbar ist -

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Das bei der Kommission am 16. Februar 2001 angemeldete Zusammenschlussvorhaben, wonach das Unternehmen Schneider Electric die unmittelbare Kontrolle über die Gesamtheit des Unternehmens Legrand erwerben würde, wird für unvereinbar mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen erklärt.

Artikel 2

Diese Entscheidung ist gerichtet an:

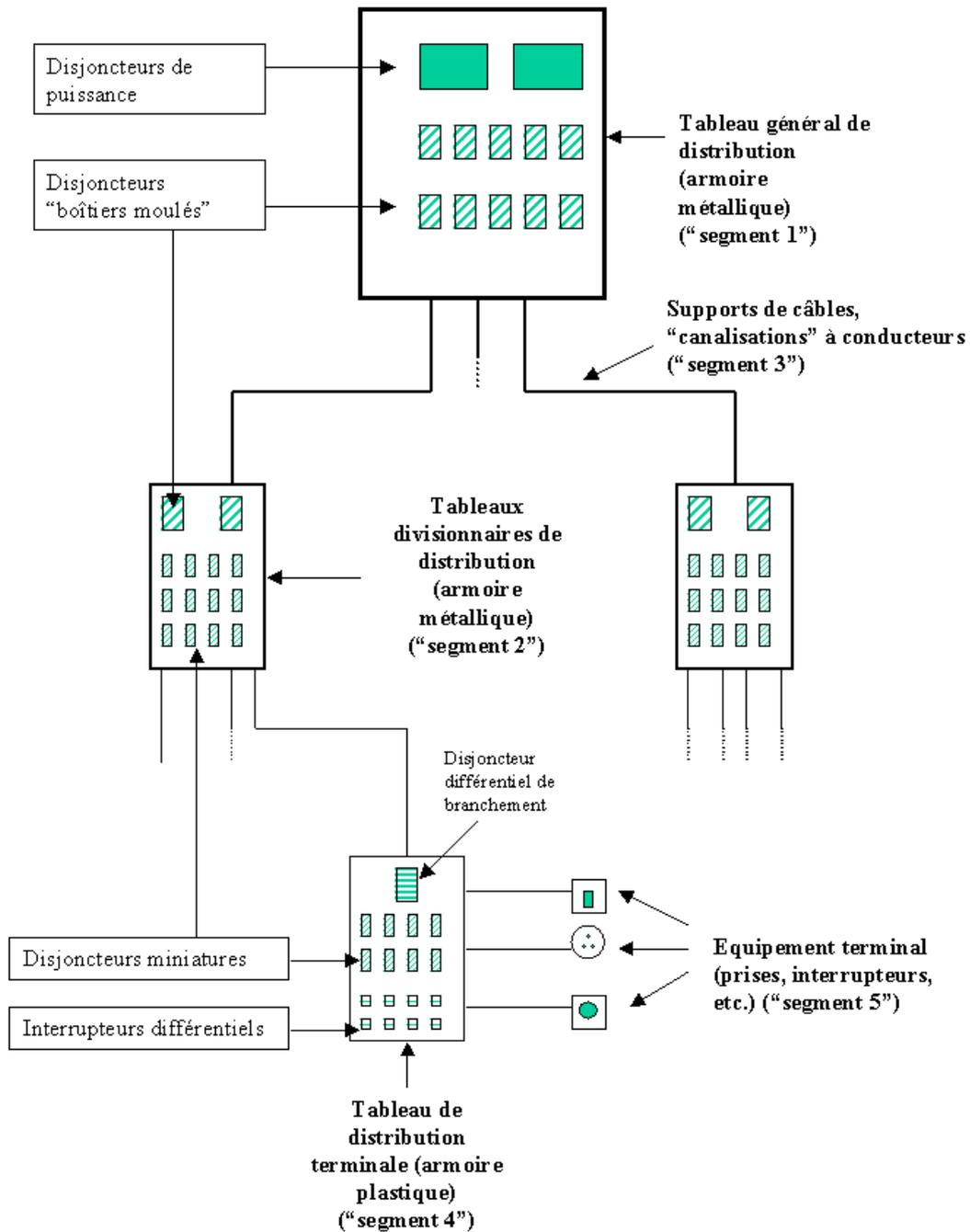
SCHNEIDER ELECTRIC S.A.
43-45, boulevard Franklin Roosevelt
92500 RUEIL-MALMAISON
FRANCE

Brüssel, den

Für die Kommission

ANHANG 1

Gesamtschema der Stromversorgungsanlagen



ANHANG 2

MARKEN IN DER HAND DER PARTEIEN

SCHNEIDER		LEGRAND	
Marke	Länder	Marke	Länder
Alombard	F	Arnould	F
Boige&Vignal	F	Bticino	F-SP-P-D-B-A-F-NL
Dalcotech	DK	Legrand	Alle Länder
Eljo	S	Ortronics	I-UK-F
Elko	S-FIN-GR	Planet-Watthom	F-NL-A-DK-S-FIN-D
Elsol	D-GR	Quintela	SP-P-D-B
ESMI	FIN-S-DK-D	Tenby	
Eunea	SP-P	Tegui	UK-IR
Gardy	F-B	Terraneo	I-SP-P-D-B-A-F-NL
JoJo (in GSB)	DK-UK-S-FIN-F (unter der Marke Jo)	URA	F-SP-B-S
Lexel	S-FIN-DK	Wiremold	UK
LK	DK		
May&Steffen	D		
Merlin-Gerin	Alle Länder		
Mita	UK-B-IR		
Multisignal	S		
Normabarre	F-I		
Sarel	F-I-A-B		
Schyller	Alle Länder außer Luxemburg		
Square D	UK		
Stago	NL-B		
Strömfors	FIN-D-S-DK		
Télémechanique	Alle Länder		
Telesafe	S-D-NL		

Thorsman	S-FIN-DK-UK-IR-D-NL-B		
Wibe	S-FIN-DK-UK-B-A-P		