

*Dieser Text wird allein zum Zwecke der Information zugänglich gemacht.
Eine Zusammenfassung dieser Entscheidung ist in allen Amtssprachen der Gemeinschaft im
Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht.*

DE

Fall
Nr. COMP/M.3431 -
Sonoco/Ahlstrom

Nur der englische Text ist verbindlich.

VERORDNUNG (EWG) Nr. 4064/89
ÜBER FUSIONSVERFAHREN

Artikel 8 (2)

Datum: 6/10/2004



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, 6.10.2004
SG-Greffe(2004) D/204377/78

**FÜR DIE ÖFFENTLICHKEIT
BESTIMMTE FASSUNG**

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 6.10.2004

**zur Erklärung der Vereinbarkeit eines Zusammenschlussvorhabens mit dem
Gemeinsamen Markt und der Funktionsweise des EWR-Abkommens**

in der Sache COMP/M.3431 – Sonoco/Ahlstrom

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(Text von Bedeutung für den EWR)

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 6.10.2004

zur Erklärung der Vereinbarkeit eines Zusammenschlussvorhabens mit dem Gemeinsamen Markt und der Funktionsweise des EWR-Abkommens

(in der Sache COMP/M.3431 – Sonoco/Ahlstrom)

(Nur der englische Text 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 Artikel 57,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 139/2004 des Rates vom 20. Januar 2004 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen¹, insbesondere Artikel 26 Absatz 2,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 vom 21. Dezember 1989 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen²,

gestützt auf den Beschluss der Kommission vom 5. Juli 2004 zur Einleitung eines Verfahrens in dieser Sache,

gestützt auf die Stellungnahme des Beratenden Ausschusses für Unternehmenszusammenschlüsse³,

gestützt auf den Abschlussbericht des Anhörungsbeauftragten⁴,

IN ERWÄGUNG NACHSTEHENDER GRÜNDE:

- (1) Am 18. Mai. 2004 wurde der Kommission ein Zusammenschlussvorhaben gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 (der Fusionskontrollverordnung) gemeldet, mit dem die Unternehmen Sonoco Luxembourg S.à.r.l. (Sonoco Luxembourg, Luxemburg), die der Sonoco Products Company (Sonoco, USA) angehört, und die Ahlstrom Holding GmbH (Ahlstrom Holding, Deutschland), die der Ahlstrom Corporation (Ahlstrom, Finnland) angehört, die gemeinsame Kontrolle über

¹ ABl. L 24 vom 29.1.2004, S. 1.

² ABl. L 395 vom 30.12.1989, S. 1; korrigierte Fassung in ABl. L 257 vom 21.9.1990, S. 13; Verordnung zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1310/97 (ABl. L 180 vom 9.7.1997, S. 1).

³ ABl. C...

⁴ ABl. C...

das zu gründende Gemeinschaftsunternehmen Sonoco – JV S.à.r.l. Luxemburg (das GU) erwerben.

- (2) Die Verordnung (EG) Nr. 4064/89 wurde durch die Verordnung (EG) Nr. 139/2004 mit Wirkung vom 1. Mai 2004 ersetzt. Gemäß Artikel 26 Absatz 2 der Verordnung Nr. 139/2004 bleibt die Verordnung Nr. 4064/89 auf Zusammenschlüsse anwendbar, die vor dem Zeitpunkt der Anwendbarkeit dieser Verordnung Gegenstand eines Vertragsabschlusses oder einer Ankündigung gemäß Artikel 4 Absatz 1 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 waren oder durch einen Kontrollerwerb im Sinne derselben Vorschrift zustande kamen. In diesem Fall war das angemeldete Vorhaben Gegenstand einer am 19. April 2004 unterzeichneten Vereinbarung. Die Verordnung Nr. 4064/89 ist somit auf diesen Fall anwendbar.
- (3) Nach Prüfung der Anmeldung kam die Kommission am 5. Juli 2004 zu dem Ergebnis, dass es sich um ein Vorhaben im Sinne der Fusionskontrollverordnung handelt, das ernste Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen aufwarf. Die Kommission leitete deshalb ein Verfahren nach Artikel 6 Absatz 1 c) der Fusionskontrollverordnung ein.
- (4) Der Beratende Ausschuss befasste sich am 23. September 2004 mit dem Entwurf zu dieser Entscheidung.

I. DIE PARTEIEN

- (5) Die Gruppe Sonoco ist weltweit in der Herstellung von Verpackungsprodukten einschließlich Hülsen und Hülsenkarton für Industrie und Verbraucher und der Erbringung von Verpackungsdienstleistungen tätig.
- (6) Die Ahlstrom Corporation ist in mehr als 20 Ländern in der Herstellung von Hochleistungs-Faserstoffen für unterschiedliche Sektoren wie Gesundheitspflege, Transport, Verpackung, Haushalt und Büro tätig. Ferner zählt die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von Hülsen und Hülsenkarton zu ihren Geschäftstätigkeiten.
- (7) Die Hülsen- und Hülsenkartontätigkeiten der Muttergesellschaften in Europa werden in das Gemeinschaftsunternehmen eingebracht.

II. DAS VORHABEN

- (8) Das Vorhaben besteht aus der Gründung der GU-Rechtsform durch Sonoco vor dem Vollzug des Zusammenschlussvorhabens. Mit dem Vollzug werden Sonoco und Ahlstrom ihre jeweiligen Hülsen- und Hülsenkartontätigkeiten in das GU im Austausch für Aktien einbringen. Nach dem Vollzug wird Sonoco 64,5 % und Ahlstrom die verbleibenden 35,5 % der Anteile am GU halten.

III. ZUSAMMENSCHLUSS

Gemeinsame Kontrolle

- (9) Die Entscheidungsstruktur des GU besteht aus sieben nicht geschäftsführenden Direktoren. Hiervon werden vier von Sonoco und drei von Ahlstrom gestellt.
- (10) Ahlstrom wird in folgenden Bereichen Vetorechte ausüben können: [...]*. Diese Vetorechte verleihen Sonoco und Ahlstrom die gemeinsamen Kontrolle über das GU im Sinne der Mitteilung der Kommission über den Begriff des Zusammenschlusses nach der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen⁵ („die Mitteilung“) [...]*.

Vollfunktions-GU

- (11) Die Muttergesellschaften werden auf unbegrenzte Zeit ihre Hülsen- und Hülsenkartontätigkeiten in Europa auf das GU übertragen. Das GU wird über die erforderlichen finanziellen und technischen Ressourcen und über das von den Anmeldern unabhängige Personal verfügen, um Hülsen und Hülsenkarton auf dem europäischen Markt anbieten zu können. Es wird in der Lage sein, dauerhaft sämtliche Funktionen einer eigenständigen Wirtschaftseinheit zur Herstellung von Hülsen und Hülsenkarton auszuüben. Das GU erfüllt somit die Kriterien, um als Vollfunktions-GU angesehen zu werden.
- (12) Hieraus ist zu schließen, dass es sich bei dem Vorhaben um einen Zusammenschluss im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 b) der Fusionskontrollverordnung handelt.

IV. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

- (13) Der gemeinsame weltweite Gesamtumsatz von Sonoco und Ahlstrom übertraf im Jahr 2003 2,5 Mrd. EUR (Sonoco 2,438 Mrd. und Ahlstrom 1,556 Mrd. EUR), der gemeinschaftsweite Gesamtumsatz lag bei über 100 Mio. EUR für Sonoco ([...]*) und Ahlstrom ([...]* Mio. EUR). Der gemeinsame Gesamtumsatz lag oberhalb von 100 Mio. EUR in jedem von wenigstens drei Mitgliedstaaten, in denen der Umsatz von Sonoco und Ahlstrom 25 Mio. EUR überstieg (Frankreich, Deutschland und Vereinigtes Königreich). Beide Unternehmen erzielen nicht mehr als zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Gesamtumsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat. Das angemeldete Vorhaben ist somit von gemeinschaftsweiter Bedeutung im Sinne von Artikel 1 Absatz 3 der Fusionskontrollverordnung.

V. PERSONELLE UND FINANZIELLE VERFLECHTUNGEN

Sonoco

- (14) Sonoco hält einen [40-50 %]*-Anteil an den Papeteries du Rhin SA (PDR), einem französischen Hersteller von Hülsenkarton. Die verbleibenden Anteile an PDR werden von der Familie Kunert gehalten, der auch der Hülsenhersteller Paul & Co. gehört. Alle PDR-Aktien verleihen gleichberechtigte Stimmrechte. Der Vorstand von PDR besteht aus fünf Mitgliedern, von denen eines von Sonoco ernannt wird. Während der Präsident von PDR unabhängig ist, gehören die drei übrigen

* Teile dieses Texts wurden so bearbeitet, dass keine vertraulichen Angaben preisgegeben werden; sie erscheinen in eckigen Klammern und sind mit einem Sternchen versehen.

5 ABl. C 66 vom 2.3.1998, S. 5.

Vorstandsmitglieder der Familie Kunert an oder sind mit den Geschäften dieser Familie auf andere Weise verbunden. Da Sonoco weder besondere Stimmrechte noch sonstige Rechte hält, übt es weder die gemeinsame noch die alleinige Kontrolle über PDR aus.

- (15) Sonoco hält eine 30 %-Beteiligung an Conitex Sonoco, einem im Jahr 1999 mit Texpack (USA) gegründeten GU; Texpack hält die übrigen Anteile von 70 %. [...]*. Die Parteien haben eingeräumt, dass Sonoco zwar eine Minderheitsbeteiligung hält, jedoch die gemeinsame Kontrolle über Conitex Sonoco ausübt.
- (16) Sonoco hält einen 25 %-Anteil an Demolli Industria Cartaria S.p.A (Demolli). [...]*
- (17) 75 % der Aktionäre von Demolli können aufgrund einer Verkaufsoptionsvereinbarung verlangen, dass Sonoco jederzeit bis Ende 2006 die Anteile an Demolli erwirbt, die ihm bisher noch nicht gehören. Aufgrund einer Kaufoptionsvereinbarung hat Sonoco das Recht, nach Belieben die verbleibenden Anteile an Demolli jederzeit ab Dezember 2006 bis Ende Dezember 2009 zu kaufen.
- (18) Die 25 %-Beteiligung an Demolli ebenso wie die Rechte und Verpflichtungen gemäß den Verkaufs- und Kaufoptionen werden im Rahmen des angemeldeten Vorhabens auf das GU übertragen.
- (19) Laut Parteien hält Sonoco eine gemeinsame Kontrollbeteiligung an Demolli bzw. wird diese nach Dezember 2006 ausüben, wenn seine Kaufoption gültig wird. Die Kommission ist der Auffassung, dass die von Sonoco gehaltenen Vetorechte ihm bereits eine gemeinsame Kontrolle über Demolli verleihen.

Ahlstrom

- (20) Ahlstrom hält 49 % der Aktien an AT-Spiral OY. Die verbleibenden 51 % werden von den Herrn Aimo und Jarmo Anttila gehalten. Ahlstrom ernennt einen der drei Mitglieder des Vorstands von AT-Spiral. Da Ahlstrom keine besonderen Stimmrechte oder sonstigen Rechte an AT-Spiral OY hält, übt es weder eine gemeinsame noch die alleinige Kontrolle über dieses Unternehmen aus.

Auswirkungen für die Beurteilung

- (21) Nach Auffassung der Kommission übt Sonoco die Kontrolle über Conitex Sonoco und Demolli aus. Die Umsätze dieser beiden Unternehmen werden deshalb den Umsätzen von Sonoco hinzugezählt.
- (22) Sonoco übt keine Kontrolle über PDR aus (das gegenwärtig von einem der großen Wettbewerber von Sonoco kontrolliert wird), ebenso wenig wie Ahlstrom die Kontrolle über AT-Spiral ausübt. Da keine Kontrolle ausgeübt wird, sind die Marktanteile dieser Unternehmen grundsätzlich nicht als Bestandteile der Marktanteile von Sonoco bzw. Ahlstrom anzusehen. Die wettbewerbliche Würdigung würde sich jedoch nicht wesentlich ändern, wenn die Tätigkeiten von PDR oder AT-Spiral denen der Parteien hinzugefügt würden.

VI. WETTBEWERBLICHE WÜRDIGUNG

A. Hülsenkarton

Sachlich relevanter Markt

- (23) Hülsenkarton ist ein Pappe-/Kartonmaterial, das zur Herstellung von Papierhülsen verwendet wird. Es wird überwiegend aus rückgewonnenen Stoffen wie Pappe und verschiedenen Papierarten hergestellt. Der Fertigungsvorgang ist der gleiche wie für andere Arten von Papier: Eine Mischung aus Recyclingpapier, Faserstoff, Stärke und Wasser wird in eine Kartonmaschine gegeben, in der diese Mischung gefiltert und gepresst wird, wobei das meiste Wasser entweicht. Nach dem Herauspressen wird das verbleibende Wasser in einem Trockenzyylinder verdampft, woraufhin der fertige Karton in Rollen der gewünschten Breite aufgewickelt wird. Deckenkarton wird aus verwerteten Abfallstoffen (überwiegend Wellpappeschachteln) hergestellt, jedoch ausschließlich als Hülsenmantel und nicht als Rohstoff zur Herstellung von Hülsen verwendet.
- (24) Laut Parteien besteht die wichtigste Eigenschaft des Hülsenkartons in seinem Spaltwiderstand (Aufdröseln oder Spaltung von innen), der in Joule pro Quadratmeter (J/m^2) gemessen wird. Der Spaltwiderstand lässt sich in vier Größenbereiche untergliedern: i) unter $230 J/m^2$, ii) zwischen 230 und $375 J/m^2$, iii) zwischen 375 und $500 J/m^2$ und iv) oberhalb von $500 J/m^2$. Neben dem Spaltwiderstand hat Hülsenkarton weitere besondere Eigenschaften wie Zugfestigkeit, Berstfestigkeit, Laufverhalten und Rauigkeit.
- (25) Laut Parteien gibt es überzeugende Argumente für einen einzigen sachlich relevanten Hülsenkartonmarkt. Erstens bestehe aufgrund des Herstellungsvorgangs eine hohe Substituierbarkeit auf der Angebotsseite, da viele Hülsenkartonsorten mit denselben Anlagen hergestellt werden können, bei denen die Umstellung auf eine andere Sorte sehr schnell und ohne erhebliche Kosten erfolgen könne. Außerdem könnten die Hersteller relativ einfach von Deckenkarton auf Hülsenkarton umstellen. Zweitens gebe es eine begrenzte Substituierbarkeit auf der Nachfrageseite, da Papierhülsen mit ähnlichen Merkmalen aus verschiedenen Hülsenkartonsorten hergestellt werden können. Die Parteien erkennen jedoch an, dass das hochwertige Segment möglicherweise einen getrennten Produktmarkt bilden könnte, da nicht alle Hersteller in diesem Segment vertreten seien.
- (26) Die Marktuntersuchung hat gezeigt, dass nicht alle Wettbewerber die vollständige Palette an Hülsensorten herstellen, wobei die Hersteller hochwertiger Sorten (Spaltwiderstand $> 375 J/m^2$) sogar mehr als einmal täglich leicht auf einfaches Material (Spaltwiderstand $< 375 J/m^2$) umstellen könnten, die Hersteller einfachen Materials aber umfangreiche Investitionen vornehmen müssten, um hochwertige Hülsen herstellen zu können. Jedoch könnten die Hersteller von Deckenkartons ohne großen Aufwand nur auf die Herstellung einfachen Hülsenkartons umstellen. Die Marktuntersuchung hat auch gezeigt, dass aus Sicht der Nachfrage zwar verschiedene Hülsenkartonsorten zur Herstellung ähnlicher Hülsen verwendet werden könnten, die Preisunterschiede zwischen den Sorten jedoch erheblich sind, was eine Ersetzung relativ unwahrscheinlich macht.

- (27) Wenn man den Spaltwiderstand als Unterscheidungsmerkmal heranzieht, bilden hochwertiger und einfacher Hülsenkarton die sachlich relevanten Märkte. In dieser Entscheidung kann die Frage des relevanten Produktmarktes jedoch offen bleiben, da die endgültige Bewertung unabhängig davon erfolgt, ob zwei getrennte Märkte für hochwertigen und einfachen Hülsenkarton zugrunde gelegt oder der gesamte Hülsenkartonmarkt als der relevante Markt definiert wird.

Räumlich relevanter Markt

- (28) Laut Parteien umfasst der räumlich relevante Markt zumindest den EWR wegen: i) niedriger Transportkosten, ii) umfangreicher internationaler Handelsströme und iii) Fehlens besonderer nationaler oder örtlicher Anforderungen.
- (29) Hülsenkarton ist nach ihrer Auffassung ein Massenprodukt, das üblicherweise in Spulen oder Großrollen befördert wird, was bezogen auf den Verkaufspreis nur geringe Transportkosten erfordert. Aufgrund der niedrigen Transportkosten findet der Wettbewerb auf internationaler Ebene statt und führt zu umfangreichen Handelsströmen. Außerdem bestehen in keinem Mitgliedstaat und keiner Region besondere Anforderungen oder Präferenzen gegenüber anderen räumlichen Gebieten, und es bestehen auch keine aufsichtsrechtlichen oder sonstigen Schranken, die den Handel im EWR und den internationalen Handel mit Hülsenkarton beeinträchtigen.
- (30) Aus der Marktuntersuchung ergaben sich zwar einige Schwerpunkte der Anbieter in bestimmten Regionen, dennoch haben die Märkte für Hülsenkarton eine EWR-weite Dimension. Im Gegensatz zur Angebotsstruktur auf den Hülsenmärkten ist die Hülsenkartonherstellung gewöhnlich auf einige Werke je Unternehmen beschränkt. So betreibt Ahlstrom z.B. in Europa 15 Hülsenwerke, Sonoco 22, Corenso 11 und Paul ebenfalls 11. Die Hersteller von Hülsenkarton fertigen überwiegend in einem bis drei Werken, aus denen sie Gesamteuropa mit Hülsenkarton beliefern. So liefert Corenso Hülsenkarton aus drei Werken (zwei in Finnland und eines in Frankreich), Ahlstrom aus zwei Werken in Finnland und Frankreich, von denen jedoch eines stillgelegt werden soll. Sonoco beliefert sämtliche Länder in Ost- und Westeuropa aus zwei Werken im Vereinigten Königreich und in Deutschland. Peterson Ranheim unterhält ein Werk in Norwegen, von dem aus 85 % seiner Produktion in die südeuropäischen Länder, das Vereinigte Königreich und nach Übersee geliefert werden.
- (31) Es gibt stichhaltige Nachweise für einen umfangreichen internationalen Handel innerhalb des EWR, der keine engere räumliche Abgrenzung zulässt. Die Marktuntersuchung hat diese Auffassung im Wesentlichen bestätigt.

Bewertung

- (32) Der EWR-Markt für einfachen Hülsenkarton ist von dem Vorhaben nicht betroffen, weil der Gesamtmarktanteil der Parteien nach dem Zusammenschluss zwischen [0-10 %]* liegen würde. Außerdem sind in diesem Segment andere Wettbewerber wie Corenso (7 %), Macher (11 %), ICP (9 %), St Regis (9 %) oder Krönig (6 %) vertreten, die gewährleisten, dass der Markt durch Wettbewerb geprägt bleibt.

- (33) Bei hochwertigem Hülsenkarton beliefe sich der Marktanteil der Parteien im EWR nach Vollzug des Vorhabens auf [20-30 %]* (Ahlstrom [10-20 %]* und Sonoco6 [0-10 %]*), was ebenfalls keine Wettbewerbsbedenken aufwirft, weil erstens starke Wettbewerber wie Corenso (18,5 %), Peterson Ranheim (22,5 %), Krönig (9 %) und Macher (5 %) vorhanden sind und zweitens die Untersuchung bestätigt hat, dass der Markt keine Kapazitätsengpässe kennt und die Auslastungsrate der Kapazitäten zwischen 80-90 % liegt, wobei die Wettbewerber ihre Lieferungen ohne großen Aufwand kurzfristig erhöhen könnten.
- (34) Wenn man hochwertigen und einfachen Hülsenkarton als Bestandteil eines einzigen Produktmarktes ansieht, würde der gemeinsame Marktanteil der Parteien weniger als 10 % betragen, womit der Markt nicht beeinträchtigt wäre.
- (35) Das Vorhaben wirft somit keine Wettbewerbsbedenken im Hinblick auf Hülsenkarton auf.

B. Hülsen

Sachlich relevanter Markt

- (36) Papierhülsen sind Röhren, die aus Hülsenkarton in einem Spiral- oder Parallelwicklungsverfahren hergestellt werden und üblicherweise den Kern bilden, um den z.B. Papier, Folie, Klebeband, Gewebe oder Garn gewickelt wird. Sie können sich nach Länge, Durchmesser, Wanddicke, Bruchfestigkeit und auch nach Endbearbeitung unterscheiden. Sie gelangen in eine Vielzahl von Anwendungen, die von einfachen Endnutzungen wie z.B. im Haushalt (Kerne für Umhüllungsfolien oder Toilettenpapier) bis zu anspruchsvollen Anwendungen z.B. Trägerrollen für Zeitschriftenpapier reichen, bei denen eine Hülse ein Gewicht von mehreren Tonnen Papier tragen muss und die Hochgeschwindigkeitsaufwicklung eine nur minimale Unwucht aufweisen darf. Für die Substituierbarkeit auf der Nachfrageseite gibt es somit eindeutige Grenzen, wobei einige Hülsen sich für mehrere Anwendungen eignen.
- (37) Hülsen werden durch das Aufwickeln von mehreren Schichten Hülsenkarton hergestellt, die zuvor zu einer Röhre zusammengeklebt wurden, die bestimmte Leistungsanforderungen erfüllen muss. Der Herstellungsvorgang ist für sämtliche Papierhülsen grundsätzlich gleich. Ein Hauptunterschied zwischen verschiedenen Hülsenarten liegt in der Anzahl der aufeinander gelegten Hülsenkartonschichten. Während bei dünnwandigen Hülsen unter Umständen lediglich zwei Kartonschichten aufeinander gelegt werden, können dickwandige Hülsen bis zu 30 Schichten erfordern. Laut Parteien kann die Produktion ohne großen Aufwand auf eine andere Hülsensorte umgestellt werden. Sie schlagen deshalb eine Marktdefinition vor, die wegen der umfassenden Substituierbarkeit auf der Angebotsseite alle verschiedenen Hülsenarten umfasst.
- (38) Diese Auffassung hat sich in der Marktuntersuchung nicht bestätigt. Wenn auch die Grundausstattung für die Herstellung der einzelnen Hülsensorten sehr ähnlich sein mag, bestehen hinsichtlich der Fähigkeit, alle verschiedenen Hülsenarten herzustellen,

⁶ Durch Demolli und Conitex (über seine Tochtergesellschaft Papertech).

erhebliche Abweichungen. Mit einer Maschine, die keine ausreichende Rollenkapazität hat, um ausreichende Hülsenkartonschichten aufnehmen zu können, können die schwersten Papierfabrikhülsen nicht aufgewickelt werden. Außerdem erfordern die meisten Endbearbeitungs-/Beschichtungsvorgänge zusätzliche Ausrüstungen. So erfordern gestrichene Folienhülsen eine zusätzliche Beschichtungsstraße. Während auf einer Maschine für die Herstellung großer Papierfabrikhülsen auch kleine Hülsen gefertigt werden können, gibt es eine Substituierbarkeit auf der Angebotsseite nicht im gleichen Maße bei Anlagen für die Herstellung kleiner Hülsen. Eine große Anzahl bestehender Anlagen sind mit Maschinen ausgestattet, die eine variable Produktion verschiedener Hülsenarten nicht ermöglichen. Die Substituierbarkeit auf der Angebotsseite ist somit nicht für sämtliche Hülsenprodukte gewährleistet.

- (39) Laut Parteien wird von der Industrie der Markt gemäß der Endnutzung in folgende Anwendungsgruppen unterteilt: i) hochwertige Papierfabrikhülsen, ii) sonstige Papierfabrikhülsen, iii) hochwertige Textilhülsen (überwiegend Garträger), iv) sonstige Textilhülsen v) gestrichene Folienhülsen vi) ungestrichene Folienhülsen und vii) sonstige Hülsen. Hochwertige Papierfabrikhülsen müssen die hohen Rotationsgeschwindigkeiten von Zeitschriftendruckmaschinen aushalten und besonders hohe Qualitätsanforderungen erfüllen. Sie unterscheiden sich von den übrigen Papierfabrikhülsen, die als Träger sonstigen Papiers von Toilettenpapier bis Zeitungspapierrollen dienen und niedrigere technische Qualitätsanforderungen als hochwertige Hülsen erfüllen. In der Gruppe der Textilhülsen gibt es die Sondergruppe der Garträgerhülsen, die eine schnellere Umdrehung erlauben und strengere technische Anforderungen erfüllen müssen. Die Folienhülsen lassen sich aufgrund unterschiedlicher Endbearbeitung und Anwendungen, die besondere Ausrüstungen und Kenntnisse erfordern, in gestrichene (hochwertige) und ungestrichene (einfache) Hülsen unterteilen. Die Restgruppe der „sonstigen Hülsen“ umfasst Produkte für eine Vielzahl von Spezialanwendungen häufig gemäß den Kundenwünschen.
- (40) Die Marktuntersuchung hat bestätigt, dass eine Substituierbarkeit auf der Nachfrageseite in der Regel nur innerhalb der gemäß der Anwendung definierten Produktgruppen, jedoch nicht zwischen diesen Gruppen besteht. Eine große Anzahl Kunden hat angegeben, dass sie wegen der Qualitätsanforderungen und technischen Merkmale der Hülsen die gegenwärtig von ihnen verwendeten Produkte nur durch Hülsen mit ähnlichen technischen Merkmalen ersetzen könnten. Hinsichtlich der Substituierbarkeit auf der Nachfrageseite zeigen die Antworten auf den Fragebogen eine Übereinstimmung mit der an der Anwendung orientierten Produktmarktdefinition.
- (41) Außerdem hat ein hoher Anteil der im Verlauf der Marktuntersuchung befragten Wettbewerber angegeben, dass Produktionsumstellungen innerhalb der in Ziff. 39 erwähnten Hülsengruppen einfach vorzunehmen seien. Aus dieser Befragung ging hervor, dass eine gewisse Substituierbarkeit auf der Angebotsseite zumindest zwischen sonstigen Papierfabrikhülsen, sonstigen Textilhülsen, ungestrichenen Folienhülsen und sonstigen Hülsen (zusammengenommen „einfache Hülsen“) besteht, wobei die Marktuntersuchung bestätigt hat, dass insbesondere für die Herstellung hochwertiger Produkte wie z.B. hochwertige Papierfabrikhülsen und Garträger besondere Kenntnisse und Maschinen erforderlich sind. Es lassen sich somit drei verschiedene Produktmärkte unterscheiden: hochwertige

Papierfabrikhülsen, Garnträger und einfache Hülsen, wobei offen geblieben ist, ob gestrichene Folienhülsen einbezogen werden oder einen getrennten Produktmarkt bilden, was jedoch auf die Wettbewerbswürdigung keine Auswirkungen hat.

Hochwertige Papierfabrikhülsen / Garnträger

- (42) Aufgrund der fehlenden Substituierbarkeit sowohl auf der Nachfrage- als auch der Angebotsseite lassen sich hochwertige Papierfabrikhülsen und Garnträger als getrennte Produktmärkte definieren. Während Garnträgerhülsen in hinreichendem Maße nach ihrem Verwendungszweck definiert werden können, erfordert die Unterscheidung zwischen hochwertigen und einfachen Papierfabrikhülsen eine weitere Klarstellung, da die Definition "Verwendung für Zeitschriftenpapier" nicht hinreichend spezifisch ist.
- (43) Um den Markt für hochwertige Papierfabrikhülsen von dem Markt der sonstigen Papierfabrik-, einfachen Hülsen abzugrenzen, haben die Parteien vorgeschlagen, hochwertige Papierfabrikhülsen gemäß der Ahlstrom-Einteilung durch eine Zusammenfassung in so genannte V5-Hülsen und hochwertigere Hülsen zu definieren⁷. Die Parteien haben vorgebracht, dass V5-Hülsen und die Entsprechungen anderer Anbieter überwiegend als Trägerrollen für Zeitschriftenpapier verwendet werden, während sich V4-Hülsen oder einfachere Sorten für diesen Zweck nicht eignen, da sie nicht in gleichem Maße die hohe Rotationsgeschwindigkeit der Zeitungsdruckmaschinen aushalten. Nur V5-Hülsen und höherwertige Produkte können im Rotationsgravurdruck eingesetzt werden, weil sie eine hohe Rollengewichtskapazität haben und die kritischen Frequenzanforderungen erfüllen. Wegen dieser größeren Anforderungen wählen die Kunden hochwertige Papierfabrikhülsen anhand einer Reihe von Faktoren wie Zuverlässigkeit, Qualität und Preis. Laut Parteien spielen die ersten beiden Faktoren bei den technisch weniger anspruchsvollen V4-Produkten eine weniger bedeutende Rolle.
- (44) Der unterschiedliche Qualitätsstandard bei V5 und höherwertigen Produkten gegenüber V4 und einfacheren Hülsen schlägt sich auch in den Produktions- und Lieferbedingungen nieder. Bei V5 und höherwertigen Produkten sind das Kleben und die Maschinenanpassungen von größerer Bedeutung als bei V4-Produkten, während die Produktionsgeschwindigkeit in der Regel niedriger ist. Außerdem ist die Trockenzeit für hochwertige Sorten um 50-100 % länger als für die gleiche Hülsenabmessung und Endfeuchte einer V4-Sorte. Schließlich werden einfache Hülsen weniger häufig als hochwertige Papierfabrikhülsen (V5 und darüber) im Rahmen von Lieferverträgen geliefert.
- (45) Die Marktuntersuchung hat die Einteilung von hochwertigen Papierfabrikhülsen als V5 und darüber weitgehend bestätigt. Außerdem wurde deutlich, dass die Lieferantengruppe sich spürbar unterscheidet, wenn zwischen V4 und V5 eine Trennlinie gezogen wird. Während es sich bei den Sorten V5 und V6 um dieselben Hersteller handelt (die auch V4-Sorten anbieten), wird V4 darüber hinaus von

⁷ Die Hülsenhersteller unterteilen ihre Produkte nach verschiedenen Sorten in der Regel gemäß ihrer Qualität, den technischen Anforderungen und der Verwendung der Hülsen (z.B. untergliedert Ahlstrom seine Hülsenprodukte in V2, V3, V4, V5 usw. und Sonoco in HQ3, HQ4, HQ5 usw., Paul in S1, S2 usw. und Abzac in A500, A600, A700 usw.). Im Folgenden wird auf die Unterteilung von Ahlstrom zur Beschreibung der Produktgruppen zurückgegriffen. Die entsprechenden Einteilungen der Wettbewerber gelten in gleichem Maße.

verschiedenen kleineren Unternehmen angeboten, die jedoch weder V5 noch V6 in ihrem Sortiment haben.

- (46) Hochwertige Papierfabrikhülsen schließen deshalb V5 und die höherwertigen Sorten V6 und V7 ein. Ahlstrom beabsichtigt, im Jahr 2004 seinen „M-core“ als weiteres hochwertiges Produkt einzuführen. Dieses Produkt entspricht der zunehmenden Nachfrage nach höheren Abspulgeschwindigkeiten und schwereren, breiteren Rollen für die Tiefdruckmaschinen einer Breite von bis zu 4,32 m gegenüber den bisherigen 3,68 m. Laut Parteien arbeiten auch Sonoco und andere Anbieter an der Entwicklung einer derartigen Großhülse. Die Frage, ob dieses Produkt einen getrennten Markt bilden würde, kann offen bleiben, da der Absatz von Großhülsen bisher noch nicht angelaufen ist.

Einfache Hülsen

- (47) Die Marktuntersuchung hat ergeben, dass eine vergleichsweise hohe Flexibilität im Produktionsprozess von einfachen Papierfabrikhülsen, sonstigen Textilhülsen, ungestrichenen Folienhülsen und sonstigen Hülsen besteht. Dies rechtfertigt die Annahme eines einzigen Marktes für „einfache Hülsen“ anstatt getrennten Märkten für jeden Hülsentyp. Einfache Hülsen erfordern weder besondere Ausrüstungen noch ein spezifisches Know-how, und beziehen in der Regel auch nicht Hülsen mit Sonderformaten oder -größen ein. Die wichtigste Ausrüstung für ihre Produktion ist ein Hülsenwickler und ein Nachschneider, die weitgehend für die Herstellung sämtlicher der aufgeführten einfachen Hülsen geeignet sind.
- (48) Bei dem Markt für einfache Hülsen ist die Gruppe „sonstige Hülsen“ die einzige nicht durch ihre Anwendung hinreichend definierte Produktgruppe. Sie umfasst Hülsen für eine Vielzahl von häufig kundenspezifischen Spezialanwendungen. Laut Parteien bestehen 80 % dieser Restkategorie aus Hülsen für Metallfolien, Boden- und Dachbeläge, Baustoffe, Konvertierungshülsen, Hülsen für Klebeband und Etiketten sowie Postverteilungsröhren. Bei diesen Anwendungen wird laut Parteien eine einfache Technik verwendet, die zu einem relativ geringwertigen Produkt führt, das keine wesentlich anderen Produktionsbedingungen erfordert als sonstige einfache Hülsen, weshalb sie dem Markt für einfache Hülsen zugeordnet werden können.
- (49) Neben hochwertigen Papierfabrikhülsen und Garntägern gibt es die weitere Kategorie der gestrichenen Folienhülsen, deren Zuordnung zu der Gruppe der einfachen Hülsen in Frage gestellt werden könnte. Gestrichene Folienhülsen benötigen eine zusätzliche Beschichtungsstraße, die Investitionen von zwischen 300 000 und 500 000 EUR erfordert, was gegen eine Substituierbarkeit auf der Angebotsseite und für die Einstufung von gestrichenen Folienröhren als getrennter Produktmarkt spräche. Diese Frage kann jedoch offen bleiben, da sich die Marktanalyse auch bei einer anderen Marktdefinition nicht ändern würde. Da Ahlstrom keine gestrichenen Folienhülsen auf den Markt bringt, bestehen keine Überschneidungen bei den Tätigkeiten. Wenn man die Folienhülsen dem Markt der einfachen Hülsen zuschlagen würde, würde sich die Marktbewertung nicht ändern, da dies nur geringfügig andere Marktanteile ergeben würde.

Räumlich relevanter Markt

Allgemeines

- (50) Laut Parteien können Hülsen im Allgemeinen bis zu einer Entfernung von 500 km wirtschaftlich befördert werden. 90 % sämtlicher der von den Parteien hergestellten Hülsen werden innerhalb dieses Umkreises abgesetzt. Die Hauptanbieter auf diesem Markt betreiben rund 80 Werke im EWR, was zu zahlreichen Überschneidungen in diesem 500-km-Radius führt. Anhand dieser Erkenntnis und anderer Elemente, wie z.B. das Fehlen nationaler Schranken und der große Umfang der Handelsströme schlagen die Parteien den EWR-weiten Markt als den angemessensten räumlichen Markt für Hülsen vor.
- (51) Die Parteien erkennen jedoch an, dass innerhalb bestimmter Gebiete des EWR die Handelsströme bei Hülsen besonders intensiv sind, was eine Unterscheidung nach verschiedenen räumlich relevanten Regionalmärkten nahe legen könnte. Diese Regionen sind (i) Kontinentaleuropa⁸, (ii) die skandinavischen Länder⁹, (iii) Finnland und (iv) das Vereinigte Königreich/Irland. Eine weitere Untergliederung des räumlich relevanten Marktes wäre nach ihrer Auffassung unangemessen.
- (52) Zu dem Einfluss der sich überschneidenden Kreise auf dem räumlichen Markt hat die Kommission in der von den Parteien als Präzedenzfall angeführten Sache Pilkington-Techint/SIV10 in Bezug auf den Flachglasmarkt (Ziff. 16) Folgendes festgestellt:

“Obgleich die Floatglashersteller ihre höchsten Marktanteile in den Mitgliedstaaten haben, in denen sich ihre Floatglasproduktion befindet, zeigen die von den Parteien übermittelten Marktanteilsdaten, dass auf nationaler Ebene ein erhebliches Maß an Marktverflechtung herrscht.

Die Kommission ist daher der Auffassung, dass die Wettbewerbsbedingungen ausreichend homogen sind, damit die gesamte Gemeinschaft als räumlicher Referenzmarkt angesehen werden kann“.

- (53) Wie in den Ziffern 55-77 zum räumlich relevanten Markt dargelegt, ist in einigen sachlich relevanten Märkten bestimmter Länder/Regionen im EWR der Grad der gegenseitigen Durchdringung der Marktanteile begrenzt. In diesem Fall ist es nicht offensichtlich, wie die Kettenwirkung der sich überschneidenden Kreise einen EWR-weiten räumlich relevanten Markt begründen sollte.
- (54) In den Ziffern (55) bis (77) wird nachstehend der räumlich relevante Markt für hochwertige Hülsen (sowohl hochwertige Papierfabrikhülsen als auch Garträger) sowie für einfache Hülsen definiert.

Hochwertige Papierfabrikhülsen

- (55) Die Parteien machen geltend, dass wegen ihrer höheren Durchschnittspreise die hochwertigen Papierfabrikhülsen gewöhnlich über weitere Entfernungen als die

⁸ Österreich, Benelux, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Italien, Portugal und Spanien.

⁹ Dänemark, Schweden und Norwegen.

¹⁰ Entscheidung IV/M.358 der Kommission in der Sache Pilkington-Techint/SIV, ABl. L 158 vom 25.6.1994, S. 24.

einfachen Hülsen befördert werden können. Außerdem seien die Kunden in hohem Maße konzentriert und würden ihre Beschaffung an hochwertigen Papierfabrikhülsen öffentlich ausschreiben. Der räumlich relevante Markt sei deshalb zumindest der EWR-Markt.

- (56) Die Marktuntersuchung hat bestätigt, dass es im gesamten EWR lediglich 15 Abnehmer gibt, und dass sich europaweite Beschaffungsverträge herausbilden. Die Untersuchungsergebnisse entsprechen jedoch nicht vollständig der von den Parteien vorgeschlagenen Marktdefinition des EWR-weiten Markts, sondern weisen vielmehr auf regionale Märkte hin. Eine große Zahl von Marktteilnehmern waren der Auffassung, dass Transporte durch ganz Europa zwar in einigen Fällen möglich wären, jedoch im Allgemeinen nicht durchführbar seien.
- (57) Auf Ersuchen der Kommission legten die Parteien eingehende Angaben zu allen Kunden und den entsprechenden Werken vor, aus denen diese Kunden mit hochwertigen Papierfabrikhülsen beliefert werden.
- (58) [80-90%]* des Gesamtabsatzes von Ahlstrom geht an Kunden, die sich weniger als 500 km entfernt vom Lieferwerk befinden und [90-100%]* des Absatzes an Kunden in einem Radius von 600 km. Bei drei Lieferungen des Jahres 2003 betrug die Entfernung rund 900 km. Die entsprechende Absatzmenge war jedoch gering. Ahlstrom erwähnte eine Reihe von Ausfuhren aus Deutschland in Nachbarländer, jedoch keine Lieferungen von Kontinentaleuropa nach Skandinavien oder Finnland.
- (59) Für Sonoco ist die Lage ähnlich. Es beliefert mit einer Ausnahme seine Kunden von den jeweiligen Werken in einem Radius von zwischen 70 und 650 km. Die eine Ausnahme, d.h. eine Lieferung von Deutschland nach Norwegen, ist von der Menge her für die Marktdefinition unerheblich. [80-90%]* des Absatzes von Sonoco geht an Abnehmer in einer Höchstentfernung von 450 km ab Lieferwerk. [90-100%]* der Gesamtabsatzmenge geht an Kunden innerhalb von 500 km Entfernung von dem jeweiligen Werk. Die Ausfuhren von Sonoco gehen mit einer Ausnahme an Kunden in den Ländern der Lieferwerke benachbarte Länder. Es handelt sich hierbei um Ausfuhren aus Deutschland nach Österreich, Belgien, den Niederlanden und der Schweiz.
- (60) Wie in Ziffer 51 erwähnt anerkennen die Parteien, obwohl sie zu einem EWR-weiten Markt tendieren, das Vorhandensein von vier voneinander getrennten Regionen mit intensiveren Handelsströmen. Die in den Ziffern (59) und (60) dargelegten Ergebnisse bestätigen weitgehend die in der Marktuntersuchung ermittelten Liefer- und Ausfuhrstrukturen der Wettbewerber.
- (61) Die Marktuntersuchung der Kommission hat ein geringes Maß an gegenseitiger Durchdringung zwischen Kontinentaleuropa und Skandinavien ergeben: Die größten Wettbewerber in Mitteleuropa wie Paul und Abzac sind in Skandinavien nur gering vertreten, wobei Abzac keinerlei Ausfuhren tätigt und der Absatz von Paul in dieser Region einen Marktanteil von 5,5 % erreicht. Das gleiche gilt für die Verkäufe von Corenso in dieser Region und dabei insbesondere Norwegen und Schweden, wo sein Absatz gering ist. Kleinere Wettbewerber wie z.B. Scandicore, das nur in Schweden Werke unterhalten, tätigen außerhalb Skandinaviens keinerlei Lieferungen. Die Untersuchung hat auch bestätigt, dass der finnische, der britische und der irische

Markt in noch stärkerem Maße isoliert sind. In den vier Regionen Kontinentaleuropa, Skandinavien, Finnland und Vereinigtes Königreich/Irland geschieht der Wettbewerb hauptsächlich zwischen Werken in ein und derselben Region, was durch die Beförderungskosten und Beförderungszeiten zu erklären ist, die die Anbieter in Kontinentaleuropa daran hindern, die kurzfristigen Lieferanforderungen der Kunden in den entfernten Regionen zu erfüllen.

- (62) Dieser regionale Ansatz wird durch die Lieferentfernungen entsprechend der Marktuntersuchung und den Datenangaben der Parteien erhärtet. Bei der Lieferung hochwertiger Papierfabrikhülsen über weite Entfernungen z.B. von Kontinentaleuropa nach Norwegen und Schweden waren nur geringe Liefermengen betroffen. Der überwiegende Teil des Absatzes überschreitet die „Grenzen“ der ermittelten Lieferregionen nicht.
- (63) Auch wird die regionale Untergliederung von den Kunden bestätigt, die der Auffassung sind, dass zwischen jeder Region unterschiedliche Preise bestehen, wobei in Skandinavien, in Finnland, im Vereinigten Königreich und in Irland die höchsten Preise zu beobachten seien.
- (64) Die folgenden Regionen können somit als räumliche Märkte definiert werden:
- Vereinigtes Königreich/Irland
 - Finnland
 - Kontinentaleuropa
 - Region Skandinavien
- (65) Die Marktuntersuchung hat ergeben, dass praktisch keine Handelsströme zwischen diesem Markt und den anderen Regionen bestehen, was die Definition eines getrennten regionalen Marktes „Vereinigtes Königreich/Irland“ erhärtet.
- (66) Finnland wurde als getrennter räumlicher Markt definiert, weil die finnischen Abnehmer fast ausschließlich von Produktionsstätten in Finnland beliefert werden und es praktisch keine Lieferungen aus Finnland nach anderen Regionen gibt.
- (67) Die Intensität des Handels zwischen den Ländern Kontinentaleuropas ist hingegen größer. Wettbewerber im Bereich der hochwertigen Papierfabrikhülsen, die an der Marktuntersuchung mitgewirkt haben, waren der Auffassung, dass Kontinentaleuropa in kleinere Regionen wie z.B. einen oder mehrere südliche Teile (Spanien/Portugal, Italien und Griechenland als eine Region bzw. als nationale Märkte) und einen nördlichen Teil (Österreich, Beneluxländer, Frankreich und Deutschland) unterteilt werden sollte. Diese Frage kann offen bleiben, da auch ohne eine genaue Abgrenzung des kontinentaleuropäischen Marktes der Zusammenschluss keine Wettbewerbsbedenken in dieser Hinsicht aufwerfen würde.
- (68) Wie aus den unter Ziffer 51 beschriebenen Handelsströmen gemäß den Angaben der Parteien hervorgeht, ist die skandinavische Region bestehend aus Dänemark, Norwegen und Schweden als eine von Kontinentaleuropa und dem finnischen Markt getrennte Region anzusehen. Ob Dänemark wegen seiner räumlichen Nähe als Bestandteil des kontinentaleuropäischen und nicht des skandinavischen Marktes

anzusehen wäre, muss hier nicht ermittelt werden, da keine hochwertigen Papierfabrikhülsen in Dänemark verkauft werden.

Garträger

- (69) Bei den hochwertigen Papierfabrikhülsen haben die Garträger einen ausreichend hohen Wert, um eine Beförderung über weite Entfernungen zu rechtfertigen. Laut Parteien beläuft sich der Anteil der Beförderungskosten auf weniger als [0-10%]* des Nettoverkaufspreises von Garträgern. Die Parteien plädieren deshalb für einen EWR-weiten Markt, erkennen jedoch an, dass in den unter Ziffer 51 definierten Regionen die Handelsströme allgemein intensiver sind.
- (70) Das Zugrundelegen eines EWR-weiten Marktes fand mehr Unterstützung als im Falle der hochwertigen Papierfabrikhülsen, hat sich jedoch in der Marktuntersuchung nicht vollständig erhärtet. Einige Teilnehmer gaben vielmehr dem Regionalansatz den Vorzug. Nach Ländern betrachtet sind die Hersteller in der Regel in ihren Nachbarländern besonders aktiv.
- (71) Für Garträger ist wegen der ähnlichen Merkmale beim Wert des Produktes und den Gegebenheiten bei der Beförderung für die Definition des räumlich relevanten Marktes der gleiche Ansatz wie bei hochwertigen Papierfabrikhülsen angezeigt. Einige Hersteller wiesen jedoch ausdrücklich auf die Möglichkeit eines EWR-weiten Marktes hin, weil sie in der Lage seien, Garträger von einem Werk aus überall in Europa zu liefern. Die Frage, ob der Markt gemäß den in Ziffer 51 genannten Regionen oder als EWR-weiter Markt zu definieren ist, kann jedoch offen bleiben, da man in beiden Fällen zu der gleichen Endbeurteilung gelangt.

Einfache Hülsen

- (72) Die Parteien sind der Auffassung, dass der Markt für einfache Hülsen den EWR umfasse bzw. zumindest nicht kleiner sein könne als die vier in Ziff. 51 erwähnten Regionen. Dies begründen sie mit dem Fehlen von Handelsschranken hinsichtlich aufsichtsrechtlicher Vorschriften, nationaler Kundenpräferenzen oder technischer Spezifikationen. Außerdem würde die durch die Transportkosten bedingte Beschränkung des Beförderungsradius auf rund 500 km ab Produktionsstätte die Bildung einer Reihe sich überschneidender Kreise des wettbewerblichen Einflusses bedingen, wodurch sich der räumliche Markt erweitere (die Parteien beziehen sich auf den Fall Pilkington-Techint/SIV).
- (73) Die Definition eines EWR-weiten Marktes wurde durch die Marktuntersuchung nicht erhärtet. Die meisten Kunden, die an der Marktuntersuchung teilnahmen, haben vielmehr den regionalen Ansatz bestätigt und sogar angegeben, dass sie einfache Hülsen an Ort und Stelle bzw. auf nationaler Ebene beziehen.
- (74) Für diese Auffassung spricht die Tatsache, dass die Lieferentfernungen wegen der in Bezug auf den Verkaufspreis höheren Transportkosten kürzer sind als bei hochwertigen Papierfabrikhülsen. Die große Mehrzahl der Wettbewerber hat während der Marktuntersuchung bestätigt, dass 80 % ihrer Produktion innerhalb eines Radius von bis zu 250 km geliefert wird, was für eine auf regionale oder sogar nationale Märkte gestützte Marktdefinition spricht. Auch die von den Parteien vorgelegten Daten bestätigen, dass die Lieferentfernung bei einfachen Hülsen kürzer ist als bei

hochwertigen Hülsen. Wenn man die Lieferentfernungen zu den fünf wichtigsten Abnehmern in jeder der vier als einfache Hülsen eingestuften Gruppe berücksichtigt, gelangt man zu einer durchschnittlichen Lieferentfernung von 210 km und, mit einer Ausnahme, zu Lieferentfernungen in einem Bereich zwischen 5 und 600 km.

- (75) In Bezug auf den Einfluss der sich überschneidenden Kreise auf den räumlichen Markt ist eine EWR-weite Definition dieses Marktes nicht überzeugend, da in einigen Regionen des EWR das Ausmaß der gegenseitigen Marktdurchdringung gering ist. Zu den hochwertigen Papierfabrikhülsen haben die Kunden angegeben, dass sich die Preise zwischen den einzelnen Regionen unterscheiden, wobei in Skandinavien, Finnland und dem Vereinigten Königreich/Irland höhere Preise vorherrschen.
- (76) Die Ergebnisse der Kommission bestätigen die von den Parteien vorgeschlagene Unterteilung in folgende Regionen:
- Vereinigtes Königreich/Irland
 - Finnland
 - Kontinentaleuropa
 - Schweden/Norwegen (als getrennte Märkte oder als ein räumlicher Markt)
- (77) In der Region Vereinigte Königreich/Irland machen die Einfuhren nur den geringen Anteil von 1,4 % des gesamten Marktvolumens aus. Außerdem gibt es keine spürbaren Ausfuhren nach anderen europäischen Ländern, da die großen Anbieter Sonoco und Corenso die Produktion ihrer inländischen Werke ausschließlich in der Region absetzen.
- (78) Ähnliches gilt für Finnland, wo der überwiegende Teil der Produktion im Landesinnern abgesetzt wird und die Einfuhren gering sind (schätzungsweise 6 %).
- (79) Wie im Falle der hochwertigen Papierfabrikhülsen könnte man Kontinentaleuropa in Süd- und Nordeuropa unterteilen. In Nordeuropa, das Dänemark, Deutschland, die Beneluxländer, Frankreich und Österreich umfasst, sind die großen Anbieter in beinahe sämtlichen Ländern unabhängig davon vertreten, ob sie in jedem Land Produktionsanlagen unterhalten (die einzige Ausnahme bilden Ahlstrom und VPK in Österreich), außerdem sind die Handelsströme erheblich. So setzen z.B. die Werke der Parteien in Deutschland und den Niederlanden rund [20-30 %]* ihrer Produktion in den Nachbarländern ab. Dies gilt nicht für die südeuropäischen Länder Griechenland, Spanien/Portugal und Italien, wo der Absatz weitestgehend auf die inländischen Hersteller entfällt und die Handelsströme unbedeutend sind.
- (80) Für Schweden und Norwegen deuten die Nachweise darauf hin, dass die Definition eines nationalen Marktes angesichts der geringen Handelsströme angemessen sein könnte. Die Parteien tätigen ihren Absatz nur im Inland, die Verkäufe von Corenso nach Norwegen von seinem Werk in Schweden sind mit weniger als 2 % unerheblich. Wie in Ziff. 61 erwähnt sind die gegenwärtigen Handelsströme mit und aus Kontinentaleuropa begrenzt und sogar geringer als bei hochwertigen Papierfabrikhülsen: Die Hersteller kleinerer Hülsen wie Greif und Scandicore in Schweden oder Bocksan und Topcore in Finnland, die auf den Märkten der einfachen Hülsen tätig sind, tätigen ihren Absatz überwiegend im Inland und verkaufen nur in geringem Umfang in den Nachbarländern. Angesichts der räumlichen Nähe von

Norwegen und Schweden kann jedoch ein Wettbewerbsdruck zwischen den Anbietern in den beiden Ländern nicht ganz ausgeschlossen werden.

- (81) Die räumlich relevanten Märkte für einfache Hülsen sind unter diesen Voraussetzungen somit: (i) das Vereinigte Königreich/Irland, (ii) Finnland, (iii) Kontinentaleuropa, wobei die Frage offen bleiben kann, ob es in einen nordeuropäischen und einen oder mehrere südeuropäische Teile (einen regionalen südeuropäischen Markt oder nationale Märkte) unterteilt werden sollte und (iv) Norwegen und Schweden, wobei die Frage offen bleiben kann, ob die beiden Länder nationale Märkte oder einen gemeinsamen regionalen Markt bilden.

Bewertung

Hochwertige Papierfabrikhülsen

- (82) Das Vorhaben würde zu einer weiteren Konzentration bei hochwertigen Papierfabrikhülsen in sämtlichen Regionen mit Ausnahme Finnlands und eines möglichen südeuropäischen Markts führen, wo keine Überschneidungen entstehen. Die gemeinsamen Marktanteile geben nur auf dem skandinavischen Markt Anlass für ernste Bedenken. Die Marktteilnehmer haben darüber hinaus ihre Bedenken auf die skandinavische Region konzentriert. Deshalb werden die übrigen räumlichen Märkte in dieser Entscheidung nicht weiter bewertet.

Tabelle 1

	Ahlstrom	Sonoco	Demolli	Gemeinsam	Corenso	Paul	Abzac	Sonstige
Kontinental-europa	[0-10%]*	[10-20%]*	[0-10%]*	[30-40%]*	1,7%	37,5%	7,1%	[20-30%]*
- Nordteil	[0-10%]*	[20-30%]*	0%	[20-30%]*	1,9%	42,6%	8,3%	[10-20%]*
- Südteil	0%	0%	[40-50%]*	[40-50%]*	0,3%	8,2%	0,0%	[40-50%]*
VK/Irland	0%	[10-20%]*	0%	[10-20%]*	9,1%	0,0%	0,0%	[70-80%]*
Skandinavien	[70-80%]*	[0-10%]*	0%	[80-90%]*	4,4%	5,5%	0,0%	[10-20%]*
Finnland	[90-100%]*	0%	0%	[90-100%]*	8,8%	0,0%	0,0%	[0-10%]*

- (83) In Skandinavien ist Ahlstrom der bei weitem größte Hersteller mit einem Marktanteil von [70-80 %]*, Sonoco ein Corenso und Paul vergleichbarer kleinerer Anbieter.
- (84) Von den in der Tabelle 1 aufgeführten und allen folgenden Marktanteilen wurden die Eigenverkäufe von Corenso an seine Muttergesellschaft Stora Enso abgezogen, worauf rund 80 % des Gesamtabsatzes von Corenso entfällt. Die Darstellung eines auf den Verkauf an Dritte beschränkten Markts stimmt nicht mit der Auffassung der Mehrzahl der Marktteilnehmer überein, die Corenso als wichtigen Anbieter ansehen, dessen Marktstellung und Macht deshalb größer seien, als aufgrund der auf den Fremdverkauf gestützten Marktanteile anzunehmen wäre. Wenn man den

Gesamtabsatz von Corenso als Maßstab für zumindest seine potenzielle Marktmacht zugrunde legen würde, würde seine Wettbewerbsstellung 18,7 % in Skandinavien ausmachen (Ahlstrom: [60-70 %]*, Sonoco: [0-10 %]*, Paul: 4,7 %).

- (85) Der Zusammenschluss gibt Anlass für ernste Bedenken in Bezug auf den skandinavischen Markt für hochwertige Papierfabrikhülsen. Mit dem Zusammenschluss würde eine der vier bestehenden Lieferquellen für hochwertige Papierfabrikhülsen in dieser Region wegfallen. Aus Gründen der Zuverlässigkeit und der Versorgungssicherheit beziehen die Kunden regelmäßig bei mehreren Anbietern, womit sie auch ihre Verhandlungsstellung stärken können. Mit dem Rückgang der Anzahl der Lieferanten würde auch die Flexibilität bei der Auswahl zwischen mehreren Anbietern spürbar abnehmen.
- (86) Bei der Marktuntersuchung wurde die Erwartung geäußert, dass Sonoco seine Tätigkeiten auf dem skandinavischen Markt erweitern und nicht nur wie gegenwärtig Kunden in Norwegen, sondern auch in Finnland und Schweden beliefern würde. Aus den Angaben der Parteien geht hervor, dass Sonoco aufgefordert wurde, bei Ausschreibungen in Schweden zu bieten. Kunden und Wettbewerber haben bestätigt, dass Sonoco trotz seines niedrigen Marktanteils allgemein als Gegenkraft zu Ahlstrom angesehen wird. Außerdem haben sie Bedenken hinsichtlich der skandinavischen Region und der Möglichkeit geäußert, dass der Zusammenschluss zu höheren Preisen führen könnte.
- (87) Wegen der hohen Qualitätsanforderungen in diesem Produktmarkt ist kurzfristig nicht mit einem Neuzugang zu rechnen. Auch Hersteller von einfachen Hülsen, die bereits normale Papierfabrikhülsen herstellen, halten einen Eintritt in das hochwertige Segment für schwierig. Der Investitionsbedarf für die Errichtung neuer Anlagen zur Herstellung hochwertiger Papierfabrikhülsen wurde von den Unternehmen unterschiedlich eingeschätzt. Die Mehrzahl der Marktteilnehmer geht jedoch von hohen Investitions- und Zeitanforderungen an eine Umstellung aus. Der Investitionsbedarf wurde mit 500 000 bis 2 Mio. EUR angesetzt, was für die große Gruppe der kleinen Unternehmen mit niedrigen Umsätzen von bis zu 15 Mio. EUR und niedrigen Gewinnspannen ein hoher Betrag ist. Außerdem müssen sich neue Anbieter einem Qualifizierungsprozess unterziehen und werden von den Kunden erst nach Probeläufen mit zufrieden stellenden Ergebnissen akzeptiert.
- (88) Diese Zutrittsschranke wird vor dem Hintergrund der sich gegenwärtig in der Hülsenindustrie vollziehenden technischen Entwicklung noch gravierender. Die zunehmenden Abspulgeschwindigkeiten in der Papierindustrie und die Entwicklung schwererer, breiterer Rollen stellen höhere Anforderungen an Hülsen, die Spindeln in den Papierrollen und die Abspulfestigkeit (die Höchstbreite der in Tiefdruckrotationsmaschinen verwendeten Rollen erhöht sich von gegenwärtig 3,68 m hin zu 4,32 m in der Zukunft). In Erwiderung auf diese Nachfrage hat Ahlstrom in Zusammenarbeit mit einem Großabnehmer eine neue Hülse (M-core) entwickelt, jedoch noch nicht auf den Markt gebracht. Es wird erwartet, dass die neue Hülse im Herbst 2004 auf den Markt kommt. Laut Parteien arbeiten Sonoco, Paul und Corenso ebenfalls an der Entwicklung einer solchen Großhülse. Für die Entwicklung der neuen Hülse ist natürlich besonderes Know-how und FuE erforderlich. Die Marktuntersuchung hat einen allgemeinen Trend hin zu höheren Geschwindigkeiten

und Ausrüstungsgrößen bestätigt, wobei auch mit erhöhten Qualitätsanforderungen an die bestehenden Hülsenarten gerechnet wird.

- (89) Ein weiterer von mehreren Marktteilnehmern genannter Gesichtspunkt ist der schwierige Zugang zu hochwertigem Hülsenkarton, der für die Produktion von hochwertigem Papierfabrikhülsen erforderlich ist. Die meisten Hersteller hochwertiger Hülsen produzieren Hülsenkarton für ihren Eigenbedarf, weshalb nur begrenzte Mengen auf den Markt gelangen. Dieser Sachverhalt würde eine zusätzliche Zutrittsschranke für vertikal nicht integrierte Hülsenhersteller bedeuten.
- (90) Bedenken wurden auch hinsichtlich der Gesamtgröße der fusionierten Einheit geäußert. Wegen der großen Abnahmemengen der Großkunden sind die kleineren Anbieter häufig nur in der Lage, einen Teil der Nachfrage eines bestimmten Kunden zu bedienen. Es wurde die Befürchtung geäußert, dass Sonoco/Ahlstrom aufgrund seiner größeren Marktmacht für die Großabnehmer unerlässlich wird und dadurch die Macht erlangen würde, kleinere Anbieter aus einem Vertrag herauszudrängen. Wenn auch die Nachfragemacht der Großkunden wie UPM Kymmene, Myllykoski und M-Real als erheblich eingestuft werden kann, ist die Konzentrationshöhe der Marktmacht wesentlich geringer als auf der Angebotsseite.
- (91) Die Auswirkungen der Fusion werden wahrscheinlich durch Verschiebungen beim Absatz etwas gemildert. Auch wird der Marktanteil der neuen Einheit niedriger anzusetzen sein als die Summe der Einzelmarktanteile von Sonoco und Ahlstrom. Es ist zu erwarten, dass einige Kunden einen Teil ihrer Bezüge verlagern werden, um andere große Lieferanten zu stärken und eine übermäßige Abhängigkeit von nur einem Anbieter zu vermeiden. Dies würde zu einer ausgeglicheneren Marktstruktur zwischen Sonoco/Ahlstrom, Corenso und Paul führen. Wettbewerber von Sonoco und Ahlstrom haben die Erwartung geäußert, dass sie mit dem Zusammenschluss Marktanteile hinzugewinnen würden, außerdem haben die Kunden ihre Absicht bestätigt, ihren Bedarf auf die verschiedenen Anbieter neu aufzuteilen. Man kann davon ausgehen, dass die Wettbewerber neue Kunden beliefern könnten. Wegen der im Markt vorhandenen Überschusskapazitäten hat die große Mehrzahl der Wettbewerber im Bereich der hochwertigen Papierfabrikhülsen angegeben, dass sie in der Lage wären, ihre Produktion kurzfristig um 25-30 % zu steigern. Diese mildernden Wirkungen werden jedoch kaum ausreichen, um die Marktmacht der fusionierten Einheit vollständig auszugleichen.
- (92) Bei hochwertigen Papierfabrikhülsen birgt der Zusammenschluss die Gefahr der Schaffung oder Verstärkung einer beherrschenden Stellung, mit der wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen Markt spürbar behindert würde. Er wirft somit Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt in der Region Skandinavien auf.

Garntträger

- (93) Die Anteile am Markt der Garntträger verteilen sich wie folgt:

Tabelle 2

	Ahlstrom	Sonoco	Zusammen	VPK	Favretto	Sonstige
Finnland	[60-70%]*	[20-30%]*	[80-90%]*	0,0%	20%	[0-10%]*
Skandinavien	0%	[30-40%]*	[30-40%]*	16,7%	0,0%	[50-60%]*
VK/Irland	0%	[70-80%]*	[70-80%]*	0,0%	0,0%	[20-30%]*
Kontinent	[0-10%]*	[20-30%]*	[30-40%]*	1,0%	19,5%	[40-50%]*
EWR	[0-10%]*	[20-30%]*	[30-40%]*	1,0%	18,2%	[40-50%]*

- (94) Während es in Skandinavien und dem Vereinigten Königreich/Irland keine Überschneidungen gibt, könnten sich in Finnland ernste Bedenken ergeben. Auf dem kontinentaleuropäischen Markt und dem Markt des EWR liegen die gemeinsamen Anteile von Ahlstrom und Sonoco leicht oberhalb von 30 %.
- (95) Der finnische Markt ist mengenmäßig auf 500 t jährlich, d.h. weniger als 5 % des europäischen Marktes begrenzt. Auf diesem engen Markt erzielte Ahlstrom einen Anteil von [60-70%]* und Sonoco und Favretto, die in Finnland keine Produktionsstätten unterhalten, Anteile von jeweils [20-30%]*¹¹. Favretto verfügt jedoch über erhebliche Überschusskapazitäten, die es in die Lage versetzen würden, eine neu entstehende Nachfrage in Finnland zu befriedigen. Die beiden deutschen Hersteller Carl Groß und Herbster Hülsen, die ebenfalls Überschusskapazitäten aufweisen, könnten den finnischen Markt einfacher als der italienische Hersteller Favretto beliefern und einen finnischen Kunden, der zu einem neuen Anbieter überwechseln möchte, ohne Weiteres bedienen. Deshalb ergeben sich für diesen Zusammenschluss trotz der hohen Marktanteile keine Bedenken in Bezug auf Garntäger in Finnland.
- (96) Auf dem kontinentaleuropäischen bzw. dem EWR-Markt entfielen auf die Verkäufe anderer Unternehmen wie Herbster Hülsen & Co und Carl Gross (Deutschland) sowie Tubitex und Bono (Italien) zwischen jeweils 5 und 10 % des kontinentaleuropäischen Marktes. Favretto und diese vier Wettbewerber verkaufen ihre Produkte im gesamten kontinentaleuropäischen Gebiet und vier der fünf Hersteller können ohne erhebliche Mehraufwendungen ihre Produktion um wenigstens 30 % kurzfristig erhöhen. Somit kann jeder Kunde in Kontinentaleuropa jederzeit auf fünf andere Anbieter als Sonoco/Ahlstrom zurückgreifen, die ihm jede erwünschte Menge unter Wettbewerbsbedingungen liefern können.
- (97) Die Marktuntersuchung hat keine ernststen Bedenken in Bezug auf den Produktmarkt ergeben. Es bestand einhellig die Auffassung, dass der anhaltende Rückgang des Marktes den Wettbewerb für die anderen Anbieter verschärfen wird. Es ist deshalb nicht davon auszugehen, dass durch den Zusammenschluss eine beherrschende Stellung begründet oder verstärkt wird, die zu einer spürbaren Beeinträchtigung des Wettbewerbs im Gemeinsamen Markt führen würde. Es bestehen in Bezug auf Garntäger in Kontinentaleuropa somit keine ernststen Bedenken an der Vereinbarkeit des Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt.

¹¹ Corenso ist auf dem Markt der Garntäger nicht tätig, womit es keine Eigenverkäufe gibt, die sich auf die Marktanteile auswirken könnten, wenn sie berücksichtigt würden.

Einfache Hülsen

(98) Auf dem Markt der einfachen Hülsen einschließlich sonstiger Papierfabrikhülsen, sonstiger Textilhülsen, unbeschichteter Folienhülsen und sonstiger Hülsen könnte man je nach Land von einem regionalen oder nationalen räumlichen Markt ausgehen. Wie aus Tabelle 3 hervorgeht stellt der Zusammenschluss ernste Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt insbesondere in der Region Norwegen-Schweden, auf die sich diese Bewertung konzentriert¹².

Tabelle 3

	Ahlstrom	Sonoco	Demolli	Zusammen	Corenso	Paul	Abzac	VPK
Norwegen	[30-40%]*	[40-50%]*	0%	[70-80%]*	1,9%	4,3%	4,3%	0,0%
Schweden	[40-50%]*	[0-10%]*	0%	[40-50%]*	9,1%	0,7%	0,0%	0,0%
Norwegen+Schweden	[40-50%]*	[10-20%]*	0%	[50-60%]*	7,6%	1,5%	0,9%	0%
Finnland	[30-40%]*	0%	0%	[30-40%]*	20,8%	5,6%	0,0%	0,0%
Nordeuropa (1)	[0-10%]*	[20-30%]*	[0-10%]*	[20-30%]*	1,6%	28,7%	8,7%	13,2%
Südeuropa (2)	[0-10%]*	[0-10%]*	[10-20%]*	[20-30%]*	1,2%	3,6%	6,1%	0%
Kontinentaleuropa	[0-10%]*	[10-20%]*	[0-10%]*	[20-30%]*	1,4%	18,6%	7,7%	7,9%
VK/Irland	[0-10%]*	[40-50%]*	0%	[40-50%]*	8,9%	1,1%	0,0%	7,3%

(1) Österreich, Benelux, Dänemark, Frankreich, Deutschland.

(2) Griechenland, Italien, Spanien/Portugal bei einer einzigen Überschneidung in Italien: Ahlstrom ([0-10%]*), Demolli ([30-40%]*).

(99) Die Marktanteile werfen weder in Finnland (keine Überschneidung), Schweden und dem Vereinigten Königreich/Irland (nur geringe Überschneidungen) noch in Kontinentaleuropa (gemeinsamer Marktanteil von [20-30%]*) Bedenken auf. Dies gilt auch, wenn man Kontinentaleuropa in Nord- und Südeuropa unterteilen würde. Die Bewertung wird sich deshalb auf die Region Norwegen-Schweden und den möglichen nationalen Markt Norwegen konzentrieren.

(100) Während der Marktuntersuchung wurden von Wettbewerbern und Kunden ähnliche Bedenken wie im Markt der hochwertigen Papierfabrikhülsen geäußert. In der Region Skandinavien ist der Abstand zwischen den kleineren Anbietern wie Paul und Abzac, die gegenwärtig dort keine Produktionsstätten unterhalten, und den großen Anbietern bereits erheblich und würde mit dem Zusammenschluss insbesondere in Norwegen spürbar zunehmen.

¹²

Marktanteile unter Berücksichtigung der Eigenverkäufe von Corenso.

	Ahlstrom	Sonoco+Demolli	Zusammen	Corenso	Paul	Abzac	VPK
Norwegen	[30-40%]*	[40-50%]*	[70-80%]*	8,7%	4,0%	4,0%	0
Norwegen+Schweden	[30-40%]*	[0-10%]*	[40-50%]*	29,0%	1,1%	0,7%	0

- (101) Einige Kunden haben die Befürchtung geäußert, dass nach dem Zusammenschluss die Preise steigen könnten. In Norwegen würde der Zusammenschluss der beiden wichtigsten Anbieter einen gemeinsamen Marktanteil von zwischen [70-80 %]* ergeben, was Preiserhöhungen ermöglichen könnte, weil die neue Einheit für die Lieferung von einfachen Hülsen unverzichtbar werden könnte. Diesen Preiserhöhungen könnten die vorhandenen Überschusskapazitäten (Auslastungsquote zwischen 80 und 90 %) entgegenwirken, die nach Angaben der Parteien überwiegend auf die Rezession zurückzuführen sind, was durch die Marktuntersuchung bestätigt wurde.
- (102) Einiges lässt jedoch vermuten, dass selbst bei freien Kapazitäten der Wettbewerber in Norwegen Preiserhöhungen nicht ohne Weiteres entgegengewirkt werden könnte. Die beiden kleineren norwegischen Wettbewerber Helle Papp ANS und Holt Emballasje mit Marktanteilen von rund 15 % und Absatzmengen von 11 700 t jährlich könnten zwar ihre Produktion von einer durchschnittlichen Auslastungsquote von 85 % auf 100 % hochfahren, die Auswirkungen dieser Steigerungen im Markt wären jedoch mit 310 t unbedeutend. Neben Preiserhöhungen könnte die starke Marktstellung der Parteien ein wettbewerbswidriges Verhalten wie z.B. die Weigerung erleichtern, Kunden zu beliefern, die nicht ihren gesamten Hülsenbedarf bei ihnen decken, wodurch Wettbewerber aus dem Markt getrieben werden könnten.
- (103) Somit besteht bei einfachen Hülsen die Gefahr, dass der Zusammenschluss eine beherrschende Stellung begründet oder verstärkt, die zu einer spürbaren Beeinträchtigung eines wirksamen Wettbewerbs im Gemeinsamen Markt führen könnte. Er wirft somit auf dem norwegischen Markt ernste Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt auf.
- (104) Auf regionaler Ebene würde der Marktanteil der Parteien bei [50-60 %]* liegen, wobei die Bedenken nicht so gravierend wären wie für Norwegen als nationalem Markt. In Schweden gibt es weitere Wettbewerber wie Corenso oder Scandicore und kleinere Wettbewerber wie Greif Schweden AB. Scandicore hält einen Marktanteil von zwischen 10 und 15 % und Greif von unter 5 %. Es ist jedoch nicht gesichert, dass der Wettbewerb fortbestehen würde. Corenso mit einer erheblichen Produktionskapazität, die ebenfalls zu berücksichtigen ist (sein Marktanteil liegt unter Berücksichtigung seiner Eigenverkäufe bei 29 % in der Region Norwegen-Schweden) produziert überwiegend für den Eigenbedarf der Muttergesellschaft Stora Enso und hält einen Anteil am Markt des Verkaufs an Dritte von 6,8 %. Scandicore, das mehr als 90 % seiner Verkäufe in Schweden tätigt, könnte auch ein wichtiger Anbieter werden. Die übrigen Wettbewerber wären verglichen mit den Parteien wohl zu klein, um eine wichtige Rolle in einem Markt mit Überschusskapazitäten zu spielen, wo Neuansiedlungen oder Investitionen in neue Kapazitäten sehr unwahrscheinlich sind.
- (105) Bei einfachen Hülsen besteht die Gefahr, dass durch den Zusammenschluss eine beherrschende Stellung begründet oder verstärkt wird, mit der wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen Markt spürbar behindert würde. Der Zusammenschluss wirft somit ernste Zweifel an seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt in der Region Norwegen-Schweden auf.

VII. ZUSAGEN

Zusammenfassung der von den Parteien angebotenen Zusagen

- (106) Um die ernststen Bedenken der Kommission auszuräumen, haben die Parteien die Veräußerung des Hülsenwerkes von Ahlstrom in Sveberg (Norwegen) einschließlich sämtlicher materieller und immaterieller Aktiva an einen außenstehenden Käufer vorgeschlagen¹³, bei dem es sich um einen zahlungsfähigen Käufer handeln muss, der mit den Parteien nicht verbunden, unabhängig von ihnen und ein wirksamer Wettbewerber des Gemeinschaftsunternehmens Sonoco/Ahlstrom ist.
- (107) In dem zum Verkauf vorgeschlagenen Werk Sveberg werden sowohl hochwertige als auch einfache Papierfabrikhülsen hergestellt. Das Werk wurde im Jahr 1995 errichtet und hat eine Jahreskapazität von [...] t, die mit geringen Investitionen auf [...] t erhöht werden kann. Von den im Jahr 2003 hergestellten [...] t Hülsen entfielen [30-40 %] auf hochwertige Papierfabrikhülsen (rund [...] t).
- (108) Während der ersten Untersuchungsphase boten die Parteien am 14. Juni 2004 die Veräußerung des Werkes Sveberg an. Nach der Marktuntersuchung wurde diese Zusage nicht als geeignet angesehen, um die ernststen Bedenken der Kommission auszuräumen, woraufhin am 29. Juni 2004 zum zweiten Mal Zusagen unterbreitet wurden. Die Marktprüfung hatte ergeben, dass auch diese Zusagen unzureichend waren, um die ernststen Bedenken auszuräumen.
- (109) Die Hauptgründe für die Ablehnung der ersten Veräußerungszusage waren:
- die bei der ersten Marktuntersuchung zutage getretenen Bedenken hinsichtlich der isolierten räumlichen Lage des Werkes, die es einem potenziellen Käufer erschwert, einen wirksamen Wettbewerb in den relevanten Märkten zu entfalten und
 - die Unsicherheit hinsichtlich der finanziellen Lebensfähigkeit dieses Werkes.
- (110) Die Parteien haben der Kommission den glaubwürdigen Nachweis erbracht, dass der Standort des Werkes kein wesentliches Hindernis für seine Fähigkeit bildet, den Wettbewerb zu bestehen. Dem Werk Sveberg kommt die Tatsache zugute, dass in Skandinavien die Frachtraten in Nord-Süd-Richtung wesentlich niedriger sind als in Süd-Nord-Richtung. Die industrielle Ballung im Süden Norwegens und Schwedens führt häufig dazu, dass die Lastkraftwagen nach der Auslieferung in den nördlichen Landesteilen leer zurück nach Süden fahren müssen, was auf die Frachtraten in Nord-Süd-Richtung hohen Druck ausübt. Außerdem hat die Untersuchung ergeben, dass die Lieferzeiten normalerweise keine große Rolle spielen, da die Lieferungen innerhalb von ein oder höchstens zwei Wochen stattfinden, und nur unter besonderen Umständen dringende Lieferungen innerhalb ein oder zwei Tagen erfolgen müssen. Doch selbst dann ist es nicht erforderlich, dass sich die Produktionsstätte in der Nähe befindet, da die meisten Kunden Hülsen auf Lager halten, um in dringenden Fällen schnell reagieren zu können.

¹³ Eine verbindliche Vereinbarung über den Verkauf des Werkes Sveberg muss vor der Gründung des GU mit einem geeigneten Käufer geschlossen werden.

- (111) Die Rentabilität des Geschäftes von Sveberg wird dadurch gesichert, indem es an einen geeigneten, unabhängigen Käufer veräußert wird, der mit den Parteien nicht verbunden ist. Die Kommission muss ihre Zustimmung zum Käufer zuvor erteilen.
- (112) Bei der ersten Marktprüfung wurden von vielen Marktteilnehmern Befürchtungen für den Fall geäußert, dass Sveberg als selbständiges Unternehmen geführt würde. Zu jenem Zeitpunkt war eine Ausgründung durch die Unternehmensleitung nicht auszuschließen, falls die Bedingung eines Verkaufs an einen geeigneten Käufer nicht festgeschrieben würde. Bei der Marktuntersuchung wurde die Selbständigkeit als Lösung eindeutig verworfen. In vielen kritischen Äußerungen wurde jedoch eine günstigere Bewertung einer Veräußerung von Sveberg als Abhilfe unter der Voraussetzung gesehen, dass ein geeigneter Käufer gefunden wird, der von den meisten als ein bereits im Hülsengeschäft tätiges großes Unternehmen bezeichnet wurde.

Hochwertige Papierfabrikhülsen

- (113) Die Veräußerung des Werkes Sveberg würde bei hochwertigen Papierfabrikhülsen zu folgenden Marktanteilen führen:

Tabelle 4

Hochwertige Papierfabrikhülsen	Ahlstrom	Sonoco	Zusammen	Zusammen nach Abhilfe	Marktanteilsunterschied	Verbleibender Zuwachs
Skandinavien	[70-80%]*	[0-10%]*	[80-90%]*	[50-60%]*	[-20-30%]*	0

- (114) Der Vollzug der Zusagen würde in Skandinavien zu einem Rückgang der gemeinsamen Marktanteile (siehe Tabelle 4) von [80-90%]* auf [50-60%]* führen, was den sich aus dem Zusammenschluss ergebenden Gesamtzuwachs am Marktanteil ausgleichen würde.
- (115) Außerdem wird aufgrund der Abhilfe ein Neuzugänger in den Markt treten, der sich die Kundenstrategie der Mehrfachbeschaffung und die erforderlichen Voraussetzungen von Seiten zahlreicher Kunden zu Nutzen machen kann, in den Markt einzutreten. Einige Kunden haben bereits ihre Absicht bekundet, ihre Bezüge bei der neuen Einheit einzuschränken und auf eine ausgeglichene Marktstruktur hinzuwirken, um genügend Auswahlmöglichkeiten wahren zu können.
- (116) Sveberg kommt der Zugang zum Hülsenkarton von Peterson Ranheim zugute, der gleichzeitig ein wichtiger Kunde ist. Peterson Ranheim hat bereits seine Bereitschaft bekundet, Sveberg weiterhin zu beliefern. Dieser Zugang zu hochwertigem Hülsenkarton wird den neuen Eigentümer von Sveberg in die Lage versetzen, den Wettbewerb auf dem Markt der hochwertigen Papierfabrikhülsen zu bestehen.

Einfache Hülsen

- (117) Die Veräußerung würde bei einfachen Hülsen zu folgenden Marktanteilen führen:

Tabelle 5

Einfache Hülsen	Ahlstrom	Sonoco	Zusammen	Zusammen nach Abhilfe	Marktanteilsunterschied	Verbleibender Zuwachs
Norwegen	[30-40%]*	[40-50%]*	[70-80%]*	[40-50%]*	[-30-40%]*	0
Norwegen+Schweden	[40-50%]*	[10-20%]*	[50-60%]*	[40-50%]*	[-0-10%]*	[0-10%]*

(118) Schwere Bedenken in Bezug auf den Zusammenschluss bestehen vor allem im norwegischen Markt, wo eine spürbare Erhöhung der Marktanteile entstehen würde. Die Zunahme des norwegischen Marktanteils ist die Hauptquelle der ernststen Bedenken für den möglichen Markt Norwegen/Schweden. Das Ausräumen der ernststen Bedenken betreffend Norwegen würde auch die Bedenken zu einem gemeinsamen Markt Norwegen und Schweden ausräumen, da die Erfüllung der Zusagen die Überschneidung auf [0-10 %]* spürbar verringern würde.

(119) Die Veräußerung des Werkes Sveberg an einen geeigneten Käufer würde zu einem Rückgang des gemeinsamen Marktanteiles der Parteien bei einfachen Hülsen in Norwegen auf rund [40-50 %]* und auf rund [40-50 %]* in der Region Norwegen-Schweden führen. Auf regionaler Ebene würde der Verkauf die verbleibende Erhöhung von [10-20 %]* auf [0-10 %]* senken, womit die gemeinsamen Marktanteile auf einen Höhe von [40-50 %]* gebracht würden. Auch wenn die Zunahme nicht vollständig beseitigt würde, würden es die vorgeschlagenen Zusagen einem neuen Anbieter ermöglichen, in den Markt Norwegen-Schweden einzutreten. Der Rückgang der Anbieter auf diesem Markt wäre damit vollständig ausgeglichen. Sollte einer der kleineren bereits im Markt tätigen Wettbewerber das Werk Sveberg übernehmen, würde die ausgeglichene Marktstruktur, die durch die erwartete Verlagerung der Kundenbezüge weg von der fusionierten Einheit noch gestärkt würde, einen angemessenen Wettbewerbsdruck auf Sonoco/Ahlstrom bewirken.

Schlussfolgerung

(120) Die Auswertung der vorgeschlagenen Zusagen hat bestätigt, dass mit der Veräußerung von Sveberg die vor dem Zusammenschluss vorherrschende Marktstruktur weitestgehend wiederhergestellt würde. Wenn ein neuer Anbieter die Möglichkeit erhält, in den Markt der Region Skandinavien einzutreten, wird er die gleiche Rolle wie Sonoco vor dem Zusammenschluss spielen können.

(121) Entsprechend den Ergebnissen der ersten Marktuntersuchung, mit denen die Bedeutung eines interessierten Käufers für den Erfolg der Veräußerung deutlich wurde, bestand die Kommission auf einem außenstehenden Käufer für das Werk Sveberg. Hieraus folgt, dass die Parteien ihr Vorhaben erst vollziehen können, sofern und bis sie eine endgültige verbindliche Kauf- und Verkaufsvereinbarung für das Werk Sveberg geschlossen haben und die Kommission ihre Zustimmung zu dem Käufer erteilt hat.

(122) Hieraus schließt die Kommission, dass bei der Einhaltung der von den Parteien angebotenen Zusagen das Vorhaben nicht geeignet ist, eine beherrschende Stellung zu begründen oder zu verstärken, mit der wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen

Markt spürbar behindert würde. Deshalb wird sie keine ernststen Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt geltend machen.

VIII. BEDINGUNGEN UND AUFLAGEN

- (123) Gemäß Artikel 8 Absatz 2 zweiter Unterabsatz erster Satz der Fusionskontrollverordnung kann die Kommission ihre Entscheidungen mit Bedingungen und Auflagen versehen, um zu gewährleisten, dass die betreffenden Unternehmen die Zusagen erfüllen, die sie gegenüber der Kommission eingegangen sind, um ihr Zusammenschlussvorhaben mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar zu machen.
- (124) Wird eine Bedingung nicht erfüllt, verliert die Kommissionsentscheidung, mit der der Zusammenschluss für mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar erklärt wird, ihre Gültigkeit. Verstoßen die beteiligten Unternehmen gegen eine Auflage, kann die Kommission die Zustimmungsentscheidung gemäß Artikel 8 Absatz 5 b) der Fusionskontrollverordnung widerrufen. Gegen die beteiligten Unternehmen können gemäß den Artikeln 14 Absatz 2 a) und 15 Absatz 2 a) der Fusionskontrollverordnung auch Geldbußen und Zwangsgelder festgesetzt werden.
- (125) Gemäß dieser grundlegenden Unterscheidung wird diese Entscheidung von der vollständigen Einhaltung der folgenden Bedingungen abhängig gemacht:
- (126) Den Zusammenschluss erst durchzuführen und abzuschließen, nachdem die Parteien eine verbindliche Kauf- und Verkaufsvereinbarung mit einem von der Kommission gemäß Absatz 1 des Anhangs gebilligten Käufer geschlossen haben, sowie folgenden Bedingungen:

- (a) Abschluss einer endgültigen Kauf- und Verkaufsvereinbarung innerhalb der Aussetzungsfrist gemäß Absatz 2 des Anhangs
- (b) Veräußerung des Hülsenwerkes in Sveberg (Norwegen) gemäß Absatz 4 des Anhangs
- (c) Erhaltung der Rentabilität, Marktfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit, Eigenständigkeit und Abschottungsverbot gemäß den Absätzen 5 bis 9 des Anhangs
- (d) dem Werbungsverbot in Absatz 10 des Anhangs
- (e) den geeigneten Käufer gemäß den Absätzen 14 und 15 des Anhangs und
- (f) Befolgung der Anweisungen des Treuhänders, um den Zusagen gemäß den Absätzen 22 und 23 des Anhangs nachzukommen.

(127) Der strukturelle Wandel in dem relevanten Markt kann nur erzielt werden, wenn die Bedingungen in Absatz 125 erfüllt werden. Diese Bedingungen können gemäß Absatz 31 des Anhangs geändert werden.

(128) Die übrigen Anforderungen vorbehaltlich jeglicher Änderung gemäß der Überprüfungsklausel in Absätze 31 des Anhangs sind Verpflichtungen, die die für die Erzielung des angestrebten Strukturwandels erforderlichen Umsetzungsschritte betreffen. Dies gilt insbesondere für die Vorschriften betreffend den "Überwachungstreuhänder", einschließlich jeglicher Maßnahmen des Treuhänders, um die Befolgung der Zusagen gemäß den Absätzen 22 und 23 des Anhangs durch die Parteien zu gewährleisten.

IX. SCHLUSSFOLGERUNG

(129) Die von den Parteien angebotenen Zusagen sind ausreichend, um die von dem Zusammenschlussvorhaben aufgeworfenen ernststen Bedenken auszuräumen. Die Kommission hat deshalb beschlossen, das angemeldete Vorhaben vorbehaltlich der vollständigen Einhaltung der von den Parteien am 25. August 2004 unterbreiteten im Anhang aufgeführten Zusagen zu genehmigen. Das Vorhaben ist deshalb für mit dem Gemeinsamen Markt und der Funktionsweise des EWR-Abkommens vereinbar zu erklären:

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Das angemeldete Vorhaben, mit dem Sonoco und Ahlstrom die gemeinsame Kontrolle über das neu zu gründende Unternehmen Sonoco – JV S.à.r.l. als Gemeinschaftsunternehmen gemäß Artikel 3 Absatz 1 d) der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 erwerben, wird für mit dem Gemeinsamen Markt und der Funktionsweise des EWR-Abkommens vereinbar erklärt.

Artikel 2

Artikel 1 ergeht vorbehaltlich der vollständigen Einhaltung folgender Bedingungen:

- (a) Das Vorhaben erst durchzuführen und abzuschließen, nachdem die Parteien eine verbindliche Kauf- und Verkaufsvereinbarung mit einem von der Kommission gemäß Absatz 1 des Anhangs gebilligten Käufer geschlossen haben;
- (b) das Hülsenwerk von Ahlstrom in Sveberg (Norwegen) gemäß Absatz 4 des Anhangs zu veräußern;
- (c) gemäß den Absätzen 5 bis 9 des Anhangs die Rentabilität, Marktfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten, die Eigenständigkeit zu wahren und das Abschottungsverbot zu befolgen;
- (d) das Werbungsverbot in Absatz 10 des Anhangs zu befolgen;
- (e) eine verbindliche Kauf- und Verkaufsvereinbarung gemäß Absatz 2 des Anhangs innerhalb der Aussetzungsfrist zu schließen;
- (f) einen geeigneten Käufer gemäß den Absätzen 14 und 15 des Anhangs zu wählen und
- (g) die Anweisungen des Treuhänders zu befolgen, um den Zusagen gemäß den Absätzen 22 und 23 des Anhangs nachzukommen.

Artikel 3

Diese Entscheidung ergeht vorbehaltlich der Verpflichtung, dass Sonoco und Ahlstrom die übrigen im Anhang dargelegten Zusagen vollständig erfüllen.

Artikel 4

Diese Entscheidung ist gerichtet an:

Sonoco Products Company One North Second Street

Post Office Box 160
Hartsville
South Carolina 29550-3305
USA

Ahlstrom Corporation
Eteläesplandi 14
00130 Helsinki
Finnland

Brüssel, den 6.10.2004

Für die Kommission

Mario MONTI
Mitglied der Kommission

ANHANG

Der Originaltext der Bedingungen und Auflagen gemäß Artikel 2 und 3 kann auf folgender Webseite der Kommission eingesehen werden:

http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html



EUROPEAN COMMISSION

Competition DG

Politik und strategische Unterstützung

Brüssel, den 23. September 2004

**Stellungnahme des
BERATENDEN AUSSCHUSSES für
die KONTROLLE VON UNTERNEHMENSZUSAMMENSCHLÜSSEN
abgegeben auf seiner 128. Sitzung am 23. September 2004
zum Entscheidungsvorentwurf
im Fall COMP/M. 3431-sonoco/Ahlstrom**

1. Der Beratende Ausschuss stimmt der Kommission zu, dass das angemeldete Vorhaben einen Zusammenschluss mit gemeinschaftsweiter Bedeutung im Sinn von Artikel 1 (3) und Artikel 3 (1) (b) der Fusionsverordnung der EG darstellt, und dass es zudem einen Fall der Zusammenarbeit unter dem EWR-Abkommen darstellt.
2. Der Beratende Ausschuss stimmt den von der Kommission vorgenommenen Definitionen der relevanten Produktmärkte wie im Entscheidungsentwurf dargelegt zu.
3. Der Beratende Ausschuss stimmt den von der Kommission vorgenommenen Definitionen der relevanten geographischen Märkte wie im Entscheidungsentwurf dargelegt zu.
4. Der Beratende Ausschuss stimmt der Kommission zu, dass der angemeldete Zusammenschluss ernsthafte Zweifel hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem gemeinsamen Markt in Bezug auf den Markt für hochwertige Papiermühlenshülsen in Skandinavien und für geringwertige Hülsen in Norwegen und Schweden aufwirft.
5. Der Beratende Ausschuss stimmt der Kommission zu, dass die Zusagen, die von den Parteien angeboten werden, angemessen sind, um die von der Kommission identifizierten Probleme zu lösen.
6. Der Beratende Ausschuss stimmt der Kommission zu, dass vorbehaltlich der vollständigen Befolgung der von den Parteien angebotenen Zusagen, der angemeldete Zusammenschluss mit dem gemeinsamen Markt und mit dem Funktionieren des EWR-Abkommens gemäß Artikeln 2 (2) und 8 (2) der Fusionskontrollverordnung und des Artikels 57 des EWR-Abkommens für vereinbar erklärt werden sollte.
7. Der Beratende Ausschuss stimmt der Veröffentlichung seiner Ansicht im Amtsblatt der Europäischen Union zu.

8. Der Beratende Ausschuss bittet die Kommission, alle anderen Punkte zu berücksichtigen, die während der Diskussion vorgebracht wurden.

<u>BELGIË/BELGIQUE</u>	<u>ČESKÁ REPUBLIKA</u>	<u>DANMARK</u>	<u>DEUTSCHLAND</u>	<u>EESTI</u>
---	---	---	I. MECKE	---
<u>ELLADA</u>	<u>ESPAÑA</u>	<u>FRANCE</u>	<u>IRELAND</u>	<u>ITALIA</u>
J. KATRAKAZIS	---	R. DE SERESIN	---	E. CIARALLI
<u>KYPROS/KIBRIS</u>	<u>LATVIJA</u>	<u>LIETUVA</u>	<u>LUXEMBOURG</u>	<u>MAGYARORSZÁG</u>
---	---	---	---	---
<u>MALTA</u>	<u>NEDERLAND</u>	<u>ÖSTERREICH</u>	<u>POLSKA</u>	<u>PORTUGAL</u>
---	W. MEESTER	S. FISCHER	---	R. BAIÃO HORTA
<u>SLOVENIJA</u>	<u>SLOVENSKO</u>	<u>SUOMI-FINLAND</u>	<u>SVERIGE</u>	<u>UNITED KINGDOM</u>
---	---	L. PASSI	M. PETTERSSON	F. PENA



ABSCHLUSSBERICHT DER ANHÖRUNGSBEAUFTRAGTEN
IN DER SACHE COMP/M.3431 – SONOCO/AHLSTROM

**(Artikel 15 der Entscheidung 2001/462/EG, EGKS der Kommission
vom 23. Mai 2001 über das Mandat von Anhörungsbeauftragten
in bestimmten Wettbewerbsverfahren - ABl. L 162 vom 19.6.2001, S. 21)**

Am 18. Mai 2004 wurde bei der Kommission gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates ein Zusammenschlussvorhaben angemeldet, dem zufolge das luxemburgische Unternehmen Sonoco Luxembourg S.à.r.l., das der US-amerikanischen Sonoco Products Company angehört, und die deutsche Ahlstrom Holding GmbH, ein Unternehmen der finnischen Ahlstrom Corporation, die gemeinsame Kontrolle über das neu gegründete Gemeinschaftsunternehmen Sonoco – JV S.à.r.l. (Luxemburg) erwerben.

Nach Prüfung der von den beteiligten Unternehmen vorgelegten Unterlagen und Durchführung einer Marktuntersuchung kam die Kommission zu dem Ergebnis, dass der Zusammenschluss ernste Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen aufwirft. Die Vorschläge, die die beteiligten Unternehmen im Nachgang zu der Marktuntersuchung zur Änderung des ursprünglichen Zusammenschlussvorhabens unterbreitet hatten, reichten nicht aus, um die ersten Bedenken der Kommission in dieser Phase auszuräumen. Die Kommission leitete daher das Verfahren nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c) der Fusionskontrollverordnung ein.

Am 6. August 2004 legten die beteiligten Unternehmen weitere Änderungsvorschläge vor, zu denen ebenfalls eine Marktuntersuchung durchgeführt wurde. Am 25. August 2004 boten die beteiligten Unternehmen erneut Änderungen ihres Vorhabens an, die sich stärker an die ersten in Phase I vorgelegten Änderungsvorschläge anlehnten. Anhand der inzwischen durchgeführten eingehenden Marktanalyse sowie der Stellungnahmen von Marktteilnehmern gelangten die zuständigen Kommissionsdienststellen zu dem Schluss, dass gegen das Vorhaben keine ernsthaften Bedenken mehr bestehen. Deshalb wurde an die beteiligten Unternehmen auch keine Mitteilung der Beschwerdepunkte gerichtet. Weder die beteiligten noch andere Unternehmen wandten sich wegen der Marktuntersuchung an den Anhörungsbeauftragten. Besondere Bemerkungen zum Recht auf Anhörung erübrigen sich daher im vorliegenden Fall.

Brüssel, den 27. September 2004

(unterschrieben)

Karen WILLIAMS