

*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.*

***Fall Nr. COMP/M.3436  
- Continental / Phoenix***

**Nur der deutsche Text ist verbindlich.**

**VERORDNUNG (EWG) Nr. 4064/89  
ÜBER FUSIONSVERFAHREN**

---

Artikel 8 (2)

Datum: 26/10/2004



Brüssel, den 26/10/2004

C(2004) 4219 endg.

**ÖFFENTLICHE VERSION**

**ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION**

**vom 26. Oktober 2004**

**zur Erklärung der Vereinbarkeit eines Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen**

**(Sache Nr. COMP/M.3436 – Continental / Phoenix)**

(Nur der deutsche 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 auf Artikel 57 Absatz 2 Buchstabe a),

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates vom (EC) 20. Januar 2004 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen<sup>1</sup>, insbesondere Artikel 26 Absatz 2,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates vom 21. Dezember 1989 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen<sup>2</sup>, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1310/97<sup>3</sup>, insbesondere auf Artikel 8 Absatz 2,

---

<sup>1</sup> ABl. L 24 vom 29.1.2004, S. 1.

angesichts der Entscheidung der Kommission vom 29. Juni 2004, in dieser Sache das Verfahren einzuleiten,

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

nach Anhörung des Beratenden Ausschusses für Unternehmenszusammenschlüsse<sup>4</sup>,

in Kenntnis des Abschlussberichts des Anhörungsbeauftragten<sup>5</sup>,

#### IN ERWÄGUNG NACHSTEHENDER GRÜNDE:

1. Am 12. Mai 2004 hat die Continental AG, Hannover (im Folgenden „Continental“), bei der Europäischen Kommission das Vorhaben angemeldet, die Kontrolle über die Gesamtheit des Unternehmens Phoenix AG, Hamburg (im Folgenden „Phoenix“), im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 („Fusionskontrollverordnung“) durch ein öffentliches Übernahmeangebot vom 26. April 2004 zu erwerben. Nach Prüfung der Anmeldung hat die Kommission festgestellt, dass das angemeldete Vorhaben in den Anwendungsbereich der Fusionskontrollverordnung fällt und Anlass zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt gibt.
2. Die Kommission hat deshalb am 29. Juni 2004 gemäß Artikel 6 Buchstabe c) der Fusionskontrollverordnung und Artikel 57 des EWR-Abkommens die Entscheidung getroffen, das Verfahren einzuleiten.
3. Nach eingehender Untersuchung des Falles ist die Kommission nunmehr zu dem Ergebnis gekommen, dass das angemeldete Vorhaben zwar als solches geeignet ist, eine beherrschende Stellung zu verstärken, durch die wirksamer Wettbewerb auf einem wesentlichen Teil des Gemeinsamen Marktes erheblich behindert würde. Allerdings beseitigen die von den Parteien gemachten Zusagen die von der Kommission identifizierten wettbewerblichen Bedenken gegen den Zusammenschluss.

#### **I. DIE PARTEIEN**

4. Continental ist eine deutsche Aktiengesellschaft, deren Geschäftstätigkeit u.a. die Herstellung und den Vertrieb von technischen Gummiprodukten wie Fördergurten, Luftfedersystemen, Gummi-Metall-Teilen zur Schwingungsdämpfung oder Schläuchen umfasst. Daneben produziert und vertreibt Continental auch Reifen und Bremsen für PKW und Nutzfahrzeuge.
5. Phoenix ist ebenfalls eine deutsche Aktiengesellschaft, die technische Gummiprodukte herstellt und vertreibt (insbesondere Fördergurte, Luftfedersysteme, Gummi-Metall-Teile zur Schwingungsdämpfung und Schläuche). Daneben stellt Phoenix auch Produkte zur Schallisolierung her.

---

<sup>2</sup> ABl. L 395 vom 30.12.1989, S. 1; Berichtigung ABl. L 257 vom 21.9.1990, S. 13.

<sup>3</sup> ABl. L 180 vom 9.7.1997, S. 1.

<sup>4</sup> ABl. C [...] vom [...] 2004, S. [...].

<sup>5</sup> ABl. C [...] vom [...] 2004, S. [...].

## **II. DAS VORHABEN**

6. Der angemeldete Zusammenschluss soll durch den Erwerb der Aktienmehrheit durch Continental im Wege eines öffentlichen Übernahmeangebots erfolgen. Das entsprechende Angebot wurde am 26. April 2004 veröffentlicht. Am 28. Juni hat Continental 75,51% der Aktien von Phoenix erworben.

## **III. ZUSAMMENSCHLUSS**

7. Continental wird durch das beabsichtigte Vorhaben die alleinige Kontrolle über Phoenix erwerben. Dadurch wird ein Zusammenschluss im Sinne des Artikels 3 Absatz 1 Buchstabe b) der Fusionskontrollverordnung bewirkt.

## **IV. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG**

8. Die beteiligten Unternehmen erzielten im Jahr 2003 einen weltweiten Gesamtumsatz von mehr als 5 Mrd. EUR<sup>6</sup> (Continental: 11.534,4 Mrd. EUR; Phoenix: 1.153,0 Mrd. EUR). Continental und Phoenix haben einen gemeinschaftsweiten Gesamtumsatz von jeweils mehr als 250 Mio. EUR (Continental: [...] \* Mrd. EUR; Phoenix: [...] \*), erzielen jedoch nicht beide mehr als zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Gesamtumsatzes in einem und demselben Mitgliedstaat. Der angemeldete Zusammenschluss hat daher gemeinschaftsweite Bedeutung (Artikel 1 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung).

## **V. WETTBEWERBLICHE BEURTEILUNG**

9. Die Tätigkeit von Continental und Phoenix überschneidet sich auf einer Vielzahl einzelner Produktmärkte. Nach eingehender Prüfung der Fusion ist die Kommission zum Ergebnis gekommen, dass der Zusammenschluss der Unternehmen insbesondere in den Bereichen Luftfedertechnik und Fördergurte eine beherrschende Stellung der Zusammenschlussparteien begründen oder verstärken würde, durch die wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben erheblich behindert wird.

### **1. RELEVANTE MÄRKTE**

#### **a) LUFTFEDERN FÜR NUTZFAHRZEUGE (OEM/OES)**

##### **aa) Relevante Produktmärkte**

10. Continental und Phoenix<sup>7</sup> produzieren verschiedene Arten von Luftfedern. Luftfedern sind ein im Nutzfahrzeuggbereich<sup>8</sup> weit verbreitetes Federungssystem. Wie andere

---

<sup>6</sup> Die Umsatzberechnung erfolgte auf der Grundlage von Artikel 5 Absatz 1 der Fusionskontrollverordnung und der Bekanntmachung der Kommission über die Berechnung des Umsatzes (ABl. C 66 vom 2.3.1998, S.25). Vor dem 1. Januar 1999 erzielte Umsätze wurden nach Maßgabe der durchschnittlichen ECU-Wechselkurse berechnet und im Verhältnis 1:1 in EUR umgerechnet.

\* Teile des ursprünglichen Entscheidungstextes werden in der öffentlichen Version ausgelassen, um zu gewährleisten, dass keine vertraulichen Informationen weitergegeben werden; diese Teile sind im folgenden Text durch eckige Klammern und ein Sternchen gekennzeichnet.

<sup>7</sup> Phoenix vertreibt Luftfedern für PKW und einen Teil seiner Luftfedern für Nutzfahrzeuge (Federn für Zugmaschinen und Busse im Bereich OEM/OES) über ein Gemeinschaftsunternehmen („Vibracoustic“) mit der Firma Freudenberg, Weinheim, an dem Phoenix zu 50% beteiligt ist und über das Phoenix gemeinsame Kontrolle ausübt. Daher werden die Marktanteile hier Phoenix zugerechnet. Vibracoustic besitzt eine eigene

Federungssysteme (z.B. Blattfedern oder Spiralfedern aus Stahl) dienen Luftfedern dazu, durch Bodenunebenheiten hervorgerufene vertikale Bewegungen der Räder bzw. der Achse abzufedern. Der Einsatz von Luftfedern zwischen Achse und Chassis verhindert die Übertragung von Fahrbahnunebenheiten auf das Fahrzeugchassis und stellt zugleich sicher, dass die Räder nicht durch Schwingungen den Kontakt mit dem Boden verlieren. Luftfedern bestehen aus einem Luftbalg aus Gummi, sowie i.d.R. aus einer Deckplatte aus Metall und einem Abrollkolben aus Metall oder Kunststoff<sup>9</sup> zur Führung und Abdichtung des Gummibalges. Luftfedern sind mit Druckluft gefüllt. Über das in Nutzfahrzeugen vorhandene Druckluftsystem kann ihr Innendruck den jeweiligen Gegebenheiten angepasst werden. Durch die Änderung des Innendruckes lässt sich nicht nur die Federungswirkung eines Nutzfahrzeugs, sondern auch dessen Aufbau- und Ladehöhe variabel regeln.

### *Kein gemeinsamer Produktmarkt von Luftfedern und Blatt- und Spiralfedern*

11. Continental ist der Auffassung, dass alle Arten von Federungssystemen (Blatt-, Spiral- und Luftfedern) einem einheitlichen Produktmarkt zuzurechnen seien. Die von der Kommission durchgeführte Marktuntersuchung hat dagegen gezeigt, dass Luftfedern einen eigenen Produktmarkt bilden, der klar von anderen Federungssystemen (z.B. Blatt- und Spiralfedern) abzugrenzen ist.
12. Aus Sicht der befragten Marktteilnehmer unterscheiden sich Luftfedern hinsichtlich Technik und Anwendung so beträchtlich von Blatt- und Spiralfedern, dass Luftfedern vom Fahrzeughersteller schon wegen ihrer unterschiedlichen Konstruktionsform und ihrer geringeren Baugröße nicht ohne wesentliche Modifikationen am Fahrzeug gegen Spiral- oder Blattfedern ausgetauscht werden können<sup>10</sup>. Der Einsatz von Spiral- und Blattfedern führt zudem zu deutlichen Verlusten beim Federungskomfort und zu erhöhtem Kraftstoffverbrauch und Straßenabrieb. In Europa<sup>11</sup> werden daher heute für die meisten Anwendungen Luftfedern nicht mehr als mit Stahlfedern austauschbar angesehen<sup>12</sup>.

---

Produktion für Pkw-Luftfedern, nicht jedoch für LKW- oder Schienenfedern, die aus dem ungarischen Werk von Phoenix geliefert werden.

<sup>8</sup> Angesichts der erheblichen Unterschiede zwischen Federsystemen für LKW, Pkw und Schienenfahrzeuge sind diese Bereiche in jedem Fall getrennt zu würdigen. Ein gemeinsamer Markt für diese verschiedenen Fahrzeugarten (Pkw, Schienenfahrzeuge, Nutzfahrzeuge) wurde auch von Continental nicht vorgeschlagen.

<sup>9</sup> Hersteller liefern nicht nur vollständige Luftfedern (Balg, Abdichtplatte, Abrollkoben, sog. „full assembly“) aus, sondern verkaufen auch einzelne Gummibälge oder Gummibälge nur mit Abrollkolben („service assembly“). Eine gesonderte Betrachtung verschiedener Märkte für die verschiedenen Bauarten erscheint allerdings nicht geboten, da zumeist mit Metallteilen verbundene Gummibälge verkauft werden und zudem alle führenden Hersteller in der Lage sind, alle Varianten zu liefern und sich auch die jeweiligen Kundengruppen nicht wesentlich unterscheiden.

Continental verwendet in seiner Anmeldung den Begriff „Luftfedersystem“ zur Kennzeichnung der Einheit aus allen drei Elementen. Da das Gummibalgsegment hier nicht näher diskutiert wird, wird hier auf eine entsprechende Differenzierung verzichtet und der Begriff „Luftfeder“ zur Kennzeichnung aller Varianten verwendet.

<sup>10</sup> Siehe etwa Antworten 3 und 5 von Goodyear zum 1. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>11</sup> In Europa stellen die Fahrer heute besonders hohe Anforderungen an den Fahrkomfort, weshalb Luftfedern weitaus verbreiteter sind (71% zu 51% in den NAFTA-Staaten, vgl. Anmeldeunterlagen von Continental, S. 61). Vgl. dazu Rn 18 bis 42.

<sup>12</sup> Siehe etwa Antworten 3 bis 5 zum 1. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

Stahlfedern kommen nach Ansicht der befragten Hersteller heute nur dort in Betracht, wo eine besonders robuste Feder benötigt wird<sup>13</sup>, so etwa für Baustellenfahrzeuge oder in Gegenden mit sehr schlechten Straßen. Selbst wenn vereinzelt Modelle wahlweise mit Stahl- oder mit Luftfedern geliefert werden können, so handelt es sich beim Stahl- und beim Luftfedermodell aber um deutlich unterschiedliche Produkte, die jeweils für unterschiedliche Anforderungen ausgelegt sind (z.B. für verschiedene Regionen). Alle im Rahmen der Marktuntersuchung befragten Hersteller<sup>14</sup> haben dementsprechend angegeben, dass Luftfedern nicht gegen Stahlfedern austauschbar sind. Auch die große Mehrheit der Kunden hat angegeben, dass sie nicht von einer Luftfeder auf eine Stahlfeder wechseln würde<sup>15</sup>.

13. Die bei der *Produktion* von Luftfedern eingesetzte Technik unterscheidet sich ebenfalls grundsätzlich von der für die Produktion von Stahlfedersystemen notwendigen Technik, da es bei der Produktion von Luftfedern ganz wesentlich auf das Know-how zur Herstellung des verwendeten Gummielementes ankommt. Folgerichtig handelt es sich bei den wesentlichen Wettbewerbern auf dem Luftfedermarkt um Unternehmen, die auf die Herstellung von Gummiprodukten spezialisiert sind. Die meisten Stahlfederhersteller sind ihrerseits nicht in der Luftfeder- oder Gummiproduktion aktiv, weshalb mit Wettbewerbsdruck durch eine Produktionsumstellung von Seiten der Stahlfederhersteller nicht zu rechnen ist. Insgesamt ist die Kommission daher der Auffassung, dass Stahlfedern bei der wettbewerblichen Würdigung des Luftfedermarktes für Nutzfahrzeuge nicht zu berücksichtigen und einem anderen Markt zuzurechnen sind.

*Unterscheidung zwischen Erstausrüster-/Originalersatzteil- und unabhängigem Ersatzteilmarkt*

14. Continental schlägt in der Anmeldung weiterhin vor, hinsichtlich des relevanten Produktmarktes zwischen dem Erstausrüstungs- („OEM“<sup>16</sup>) und Originalersatzteilemarkt („OES“<sup>17</sup>) einerseits und dem unabhängigem Ersatzteilmarkt andererseits („IAM“<sup>18</sup>) zu unterscheiden. Die Marktuntersuchung hat bestätigt, dass sich die Marktbedingungen in den Bereichen „OEM/OES“ und „IAM“ so wesentlich unterscheiden, dass beide Märkte getrennt zu beurteilen sind.
15. Während der OEM/OES-Markt durch eine enge Kooperation zwischen Federherstellern und Kunden bei der Produktentwicklung gekennzeichnet ist, kommt es bei den unabhängigen Ersatzteillieferanten mehr auf die Fähigkeit an, ein breites Spektrum unterschiedlicher Federn vorrätig zu haben und innerhalb kürzester Zeit liefern zu können. Für den Einbau bzw. den Verkauf einer Ersatzfeder ist keine enge Zusammenarbeit mit dem Federhersteller erforderlich, da die entsprechenden Federn für

---

<sup>13</sup> Interview mit Firestone vom 19.8.2004.

<sup>14</sup> Vgl. Fragen 3 bis 5 im 1. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>15</sup> Vgl. Fragen 3 bis 5 im 2. Fragebogen an Kunden im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder. Die wenigen abweichenden Antworten stammen zumeist von US-Firmen (z.B. Hendrickson) oder Firmen, die eng mit US Firmen kooperieren. In den USA werden, wie erwähnt, auch heute noch häufiger Stahlfedern verwendet.

<sup>16</sup> OEM = Original equipment manufacturer.

<sup>17</sup> OES = Original equipment supplier.

<sup>18</sup> IAM = Independent aftermarket.

das jeweilige Modell beim Hersteller bezogen werden können. Da die für den Einbau notwendigen Angaben (Maße, Geometrie etc.) oftmals bekannt sind, können auch dritte Firmen die benötigten Federn nachbauen. Nicht die Ingenieurleistung des Lieferanten, sondern dessen Preis steht hier im Vordergrund. Im übrigen unterscheiden sich auch die Kundengruppen auf beiden Märkten grundlegend voneinander. Die unabhängigen Ersatzteilhändler haben die Aufgabe, ein möglichst großes Spektrum an Ersatzteilen vorrätig zu haben. Sie halten daher zumeist kleinere Mengen mehrerer Hersteller vorrätig. OEM/OES-Kunden beziehen dagegen regelmäßig nur Produkte für ihre eigene Marke, dafür aber in größerer Menge. Die unterschiedlichen Wettbewerbsverhältnisse spiegeln sich nicht nur in einem unterschiedlichen Preisniveau auf beiden Märkten wieder<sup>19</sup>. Die verschiedenen Marktbedingungen werden auch durch einen Blick auf die jeweiligen Kräfteverhältnisse der Marktteilnehmer in den beiden Märkten deutlich. So haben Continental und Phoenix/Vibracoustic im IAM-Markt eine deutlich schwächere Marktposition als im OEM/OES-Geschäft<sup>20</sup>.

*Keine Unterscheidung zwischen Teilmärkten für Federn für Zugmaschinen- und Busse und Federn für Achsen- und Trailer*

16. Einige befragte Marktteilnehmer haben angeregt, weitere separate Produktmärkte abzugrenzen und etwa zwischen Luftfedern für *Zugmaschinen- und Busse* und für *Achsen- und Trailer* zu unterscheiden. In der Tat scheinen zwischen beiden Segmenten zumindest insofern Unterschiede zu bestehen, als bei der Entwicklung von Fahrzeugfedern Hersteller und Kunde regelmäßig intensiver zusammenarbeiten (Entwicklungspartnerschaften) als bei der Entwicklung von Anhängerfedern.
17. Andererseits sind die technischen Unterschiede zwischen beiden Produktsegmenten so gering, dass alle Hersteller von Produkten für das eine Segment auch Federn für das andere Segment produzieren können oder zumindest könnten, ohne wesentliche Änderungen an den Produktionslinien vorzunehmen. Alle großen Luftfederhersteller sind in beiden Segmenten aktiv, und viele größere Kunden beziehen beide Federarten<sup>21</sup>. Daher ist die Kommission der Auffassung, dass eine Unterscheidung zwischen gesonderten Produktmärkten für Luftfedern für Zugmaschinen- und Bushersteller einerseits und Achs- und Trailerhersteller andererseits nicht geboten ist<sup>22</sup>.

#### **bb) Räumlicher Markt für Nutzfahrzeug-Luftfedern (OEM/OES): Europa<sup>23</sup>**

18. Nach Ansicht von Continental handelt es sich sowohl beim OEM/OES-Markt als auch beim unabhängigen Ersatzteilmarkt um *Weltmärkte*. Dafür spreche zumindest im OEM/OES-Markt, dass die Luftfederkunden weltweit tätige Fahrzeug-, Achs- und

---

<sup>19</sup> Vgl. Antwort 22 im 1. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>20</sup> Vgl. unten, Rn. 154 ff.

<sup>21</sup> Vgl. 1. Fragebogen für Hersteller von NfZ-Luftfedern, Frage 7 sowie 1. Fragebogen für Kunden von NfZ-Luftfedern, Frage 2.

<sup>22</sup> Möglich scheint allenfalls die Abgrenzung eines Marktes für *Sitz- und Kabinenfedern*. Da deren Produktion aber kein Produktions-Know-how involviert, das nicht auch den anderen Konkurrenten offen steht, verzichtet die Kommission hier auf eine entsprechende Unterteilung, zumal sich keine spürbaren Unterschiede für die wettbewerbliche Würdigung ergeben würden.

<sup>23</sup> Hier wird der Begriff „Europa“ zur Kennzeichnung der EWR-Staaten einschließlich der Schweiz, der Beitrittskandidaten Bulgarien, Rumänien und Türkei sowie der Staaten Ex-Jugoslawiens verwendet.

Trailer-Hersteller seien, die ihre Produkte weltweit nachfragten. Die Kommission ist dagegen durch die Ergebnisse der Marktuntersuchung in ihrer schon in der Entscheidung über die Verfahrenseröffnung vertretenen Auffassung bestärkt worden, dass der Markt für Luftfedern für Nutzfahrzeuge (OEM/OES) europaweit abzugrenzen ist.

**(1) Erhebliche Marktzutrittsbarrieren erschweren den Zugang von Anbietern ohne europäische Produktionsstätte in Europa**

19. In ihrer vertieften Marktuntersuchung hat die Kommission festgestellt, dass es eine ganze Reihe von Marktzutrittsbarrieren gibt, die die Aktivität von Herstellern ohne Produktionsstätte in Europa wesentlich erschweren bzw. langfristig unmöglich machen.

*Die Produkteigenschaften von Luftfedern, die außerhalb Europas verwendet werden, unterscheiden sich spürbar von denen europäischer Luftfedern, so dass eine speziell auf den europäischen Markt ausgerichtete Produktion erforderlich ist*

20. Die Marktuntersuchung der Kommission hat gezeigt, dass sich die Eigenschaften von Luftfedern für Nutzfahrzeuge außerhalb Europas nicht unerheblich von den Eigenschaften von Luftfedern für den europäischen Markt unterscheiden. Ursächlich dafür ist eine Vielzahl von Faktoren:
21. So unterscheidet sich etwa die *Straßenbeschaffenheit* in Europa deutlich von der im Regelfall viel schlechteren Straßenbeschaffenheit etwa in Asien. Auch im NAFTA-Raum, wo die Fahrbahnqualität zumindest außerhalb von Ortschaften im Durchschnitt der europäischen Straßen entspricht, unterscheiden sich die Straßenverhältnisse u.a. dadurch, dass es viel längere Straßen mit viel weniger Kurven als in Europa gibt. Generell fahren Nutzfahrzeuge auch viel längere Touren mit gleichmäßigerer Geschwindigkeit als in Europa<sup>24</sup> und sind mehr auf Autobahnen und weniger im Stadtverkehr unterwegs als europäische Fahrzeuge<sup>25</sup>. Die Federung für europäische Kunden ist daher für wendigere Fahrzeuge mit besserem Handling ausgelegt als die für US-Fahrzeuge<sup>26</sup>.
22. Unterschiede bestehen auch hinsichtlich der *gesetzlichen Rahmenbedingungen* für den Einsatz von Luftfedern. Während es in den USA nach Angaben der dortigen Produzenten keine entsprechenden Regeln gibt, lässt in Europa der Gesetzgeber in einigen Ländern den Einsatz bestimmter LKW nur auf seinen Straßen zu, wenn Luftfedern eingebaut sind<sup>27</sup>.
23. Weiterhin ist auch die *Bauweise von Lastkraftwagen* in den USA verschieden von der Bauart europäischer LKW: So wirkt sich die Tatsache, dass LKW etwa in den USA deutlich länger und breiter sein dürfen, ebenso auf die Federgeometrie aus wie das deutlich höhere zulässige Gesamtgewicht. Nach Angaben von Wettbewerbern haben US-

---

<sup>24</sup> Dafür sorgen nach Angaben der befragten Marktteilnehmer nicht nur die langen, geraden Straßen, sondern auch der häufigere Gebrauch eines Tempomats.

<sup>25</sup> Vgl. etwa Antwort zu Frage 6 von Goodyear im 2. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>26</sup> Vgl. Antwort zu Frage 6 von Firestone im 2. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>27</sup> Vgl. etwa § 34 Abs. 4 Nr. 2 Buchstabe d StVZO: Danach darf die zulässige Doppelachslast nur dann bis zu 19t betragen, wenn (u.a.) eine Luftfeder eingebaut ist.

LKW durchschnittlich längere Bälge und kürzere Abrollkolben als die europäischen Modelle<sup>28</sup>. Auch das unterschiedliche Kabinenkonzept<sup>29</sup> in europäischen LKW bleibt nicht ohne Auswirkungen auf die eingesetzte Feder. Während in den USA weitgehend standardisierte Anhänger mit standardisierten Andockmaßen zum Einsatz kommen, fordern europäische Kunden regelmäßig den Einbau sog. Liftachsen, die eine Ladehöhenverstellung auch des Anhängers erlaubt, da entsprechend standardisierte Anhänger und Andockstationen fehlen<sup>30</sup>. Anders als in Europa darf in den USA die Druckluftversorgung auch im Leerlauf weiterlaufen, was ebenfalls beim Luftfederkonzept zu berücksichtigen ist. Insgesamt setzen europäische Kunden wegen der geringeren Achsenzahl weniger, dafür aber technisch anspruchsvollere Luftfedern ein<sup>31</sup>.

24. Weitere Unterschiede für die Luftfeder ergeben sich aus den anderen Fahrgewohnheiten von europäischen und nichteuropäischen Fahrern. Nach den Erkenntnissen der Kommission bevorzugen europäische LKW-Fahrer mehr *Komfort* als etwa Fahrer in den USA. Überhaupt bevorzugen und fordern europäische Kunden technisch viel anspruchsvollere Lösungen als Fahrer auf anderen Kontinenten<sup>32</sup>. Den geringeren Stellenwert des Komforts in den USA bestätigt auch ein Blick auf die von Continental vorgelegte Statistik über die Ausstattungsquote von LKW mit Luftfedern in Europa und den NAFTA-Staaten<sup>33</sup>. Darüber hinaus fordern Europäische Kunden bei den Luftfedern vorrangig Federn mit einer „natürlichen“ Frequenz von 1 Hz oder weniger, die hohle Zylinder erfordern, die typischerweise aus Stahl hergestellt werden. In den USA ist bei Luftfedern eine Federfrequenz von 1,2 Hz üblich, die auch ohne den zusätzlichen Füllraum des hohlen Stahlzylinders erreicht werden kann. Deshalb werden in den NAFTA-Staaten weit häufiger Kunststoffzylinder verwendet<sup>34</sup>.
25. Ein weiterer wichtiger Unterschied zwischen den in Europa und in den USA gebräuchlichen Federn betrifft das für den Gummibalg verwendete Material: Während in den NAFTA-Staaten Federn aus Naturkautschuk gebräuchlich sind, fordern die meisten

---

<sup>28</sup> Vgl. etwa Antworten zu Frage 7 von Phoenix im 2. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>29</sup> Die zulässige Gesamtlänge amerikanischer Lastwagen ist länger als in Europa, weshalb sich die Bauweise (und damit auch die Federung) der Zugfahrzeuge von europäischen Modellen unterscheidet; so befindet sich bei europäischen Fahrzeugen etwa – anders als in den USA – der Motor zumeist *über* der Vorderachse und nicht davor.

<sup>30</sup> Vgl. etwa Antwort zu Frage 7 von Goodyear im 2. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>31</sup> Vgl. etwa Antworten zu Frage 7 von Vibracoustic im 2. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>32</sup> Dies führen Marktteilnehmer u.a. darauf zurück, dass US-Fahrer meistens Eigentümer Ihrer Fahrzeuge seien, die mehr auf den Preis achteten als europäische Spediteure, die angestellte Fahrer beschäftigten die offenbar mehr Komfort fordern, vgl. zum höheren Komfortbedürfnis etwa die Antworten zu Frage 5/6 von Firestone oder CF Gomma im 2. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>33</sup> Während in den USA 2003 nur 51% der LKW mit Luftfedern ausgerüstet waren, betrug die entsprechende Quote in Europa bereits 71%, vgl. Anmeldeunterlagen von Continental, S. 61.

<sup>34</sup> Vgl. Antwort zu Frage 6 von Firestone im 2. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder. Weitere Produktunterschiede liegen etwa in der Forderung europäischer Buskunden begründet, die Luftfeder selbst wechseln zu können, s. Antwort zu Frage 7 von Goodyear im 2. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

europäischen Kunden von ihren Herstellern, dass sie in der Lage sind, Gummibälge aus Kunstkautschuk/Neopren anzubieten. US-Fabriken sind aber nach Erkenntnissen der Kommission regelmäßig nicht darauf ausgelegt, Neoprenbälge zu produzieren, sondern produzieren Naturkautschukgummibälge.

26. Dass die hier genannten Unterschiede eine nicht unerhebliche Marktzutrittsbarriere für außereuropäische Anbieter ohne eigene europäische Produktion sind, zeigt sich - entgegen der von Continental geäußerten Auffassung - auch an den scheinbar kleinen Unterschieden, die die Gewindemaße der Befestigungsschrauben und -gewinde an Deckplatte und Abrollkolben betreffen. Da die meisten Kunden in Europa metrische Gewinde bevorzugen, die in den USA nicht üblich sind, sind die Federhersteller entweder gezwungen, Teile mit entsprechenden Gewinden in den USA - regelmäßig zu höheren Preisen - zu kaufen oder sie in Europa einzukaufen, sie in die USA zu transportieren, sie dort zusammenzubauen und die ganze Feder dann wieder nach Europa zu transportieren<sup>35</sup>.
27. Continental hat in ihrer Erwiderung auf die Beschwerdepunkte vorgetragen, dass die Kunden der Luftfedern weltweit agierende Hersteller seien, die am Weltmarkt nach den besten Konditionen für ihre weltweit vertriebenen Produkte suchten<sup>36</sup>. Die Marktuntersuchung hat aber gezeigt, dass diese Kunden für unterschiedliche Regionen unterschiedliche Lieferanten haben. Dies erscheint wenig überraschend, unterscheiden sich doch - wie gezeigt werden konnte - die Produkte, die weltweit agierende Firmen wie DaimlerChrysler oder Volvo/Renault beispielsweise in den USA vertreiben, deutlich von den in Europa angebotenen.
28. Die von der Kommission vertretene Auffassung, dass sich die Marktbedingungen für den Verkauf von Luftfedern in den USA von denen in Europa<sup>37</sup> unterscheiden, wird von allen befragten Luftfederherstellern geteilt<sup>38</sup>.

*Da der Erfolg im Luftfedergeschäft wesentlich von der Ingenieurleistung bei der Produktentwicklung abhängt, ist eine enge Kooperation zwischen Hersteller und Kunde erforderlich, die nur schwer von außerhalb Europas gewährleistet werden kann*

29. Soweit die Parteien vortragen, dass das Know-how bei der Entwicklung einer Luftfeder für Nutzfahrzeuge eine untergeordnete Rolle spiele, da es „allgemein verfügbar“ sei<sup>39</sup>, haben die Ergebnisse der Marktuntersuchung diese Ansicht nicht bestätigt. Eine Nutzfahrzeugluftfeder wird heute für jeden neuen Fahrzeug-, Achs- oder Trailertyp individuell angefertigt. Dabei wird sie, in enger Abstimmung mit den beteiligten Entwicklungsingenieuren auf beiden Seiten, dem jeweiligen Bauraum, den Federungswinkeln, dem Gewicht und einer Vielzahl anderer Parameter angepasst. Oft geht dem eigentlichen Auftrag für ein bestimmtes Federmodell ein Auftrag über eine

---

<sup>35</sup> Vgl. Interview mit Firestone vom 19.08.2004.

<sup>36</sup> Antwort auf die Beschwerdepunkte, S. 9.

<sup>37</sup> Das die Marktbedingungen auch innerhalb Europas nicht vollständig homogen sind, stellt das hier gefundene Ergebnis - entgegen dem Vorbringen der Parteien in Ihrer Erwiderung auf die Beschwerdepunkte - nicht in Frage, da die Marktbedingungen jedenfalls in den für das Luftfedergeschäft bedeutendsten Ländern des EWR im Wesentlichen homogen sind.

<sup>38</sup> Vgl. die Antworten zu Frage 4 im 2. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>39</sup> Vgl. Antwort auf die Beschwerdepunkte, S. 11.

sog. *Entwicklungspartnerschaft* voraus, bei der ein Federhersteller sich zur serienreifen Entwicklung eines neuen Luftfedertyps verpflichtet. Diese Entwicklungspartnerschaften, die sich regelmäßig über einen Zeitraum von sechs bis 24 Monaten erstrecken, sind durch eine sehr enge Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber in allen Stadien vom Produktdesign, über die Fertigung und den Test von Prototypen bis zur Fertigung und dem Test von Serienmodellen gekennzeichnet.

30. Bei einer Entwicklungspartnerschaft stehen klar die Ingenieurleistung des Entwicklungspartners und seine Fähigkeit, auf die Wünsche und individuellen Anforderungen des Auftraggebers einzugehen, im Vordergrund. Vom Luftfederhersteller erwarten die Kunden eine genaue Kenntnis ihrer jeweiligen individuellen Bedürfnisse. Um erfolgreich für eine Entwicklungspartnerschaft ausgewählt zu werden, ist spezifisches Kunden- und Produkt-Know-how erforderlich, das regelmäßig erst durch eine langjährige Erfahrung im Geschäft mit den Nutzfahrzeugkunden einer bestimmten Region erworben wird. Aber auch dort, wo einem Auftrag für eine Luftfeder keine gesondert vertraglich vereinbarte Entwicklungspartnerschaft vorausgeht, geht dem eigentlichen Verkauf immer eine Planungs- und Beratungsleistung voraus, die eine - räumliche und geistige - Nähe des Verkäufers zu seinem Kunden erfordert.
31. Der Verkauf einer Luftfeder besteht also nicht in erster Linie aus dem Verkauf eines bereits vorhandenen Produkts, sondern letztlich vor allem auch aus einer Beratungsleistung, die darin besteht, gemeinsam mit dem Auftraggeber die ideale Federlösung für die jeweiligen Gegebenheiten des Fahrzeugs zu entwickeln.
32. Für die Kunden ist das Vermeiden jeglicher Fehler bei der Luftfederentwicklung von höchster Priorität, ist doch die Luftfeder ein äußerst sensibles Bauteil in einem LKW, dessen Versagen schnell zu einer Gefahr für Mensch und Maschine werden kann. Um die absolute Zuverlässigkeit der Feder zu gewährleisten, muss die Kommunikation zwischen Entwickler und Kunde reibungslos funktionieren. Deswegen ist bereits das einwandfreie Beherrschen der Landessprache eine wichtige Voraussetzung für den Zugang zum Kunden. Ausländische Wettbewerber haben hier von Vorbehalten insbesondere deutscher Kunden gegenüber ausländischen Ingenieuren berichtet, die es ihnen deutlich erschwert hätten, das so wichtige Vertrauen der Kunden zu gewinnen<sup>40</sup>.
33. Wenngleich einige Kunden – zumindest aus der Gruppe der Nutzfahrzeughersteller - weltweit tätige Unternehmen sind, so werden doch auch heute noch für jeden Markt (z.B. NAFTA, Gemeinschaft) eigene Fahrzeugmodelle angeboten, die sich (aufgrund der zahlreichen genannten Unterschiede) technisch erheblich voneinander unterscheiden.
34. Dementsprechend haben die meisten befragten Kunden angegeben, dass nur europäische Hersteller die individuellen Bedürfnisse der europäischen Kunden hinreichend genau kennen und deren technische und qualitative Anforderungen erfüllen können. Die enge Kooperation mit dem Federhersteller erfordert ihrer Ansicht nach zudem eine schnelle und jederzeitige Erreichbarkeit<sup>41</sup>. Umgekehrt bezeichnen in- und ausländische Hersteller das Erfordernis von Entwicklungspartnerschaften als klare Importbarriere für neue Hersteller<sup>42</sup>. Sie wiegt umso schwerer, als der Entwicklungspartner im Regelfall für die

---

<sup>40</sup> Vgl. zur Relevanz der Sprache etwa Interview mit Firestone vom 19.8.2004.

<sup>41</sup> Vgl. etwa die Antworten zu Frage 25 im 1. Fragebogen an Kunden im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>42</sup> Vgl. etwa die Antworten von Phoenix und Firestone zu Frage 34 im 1. Fragebogen an Wettbewerber im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

gesamte Lebensdauer des jeweiligen Modells der einzige oder zumindest der Hauptlieferant ist<sup>43</sup>.

*Der Trend zur Just-in-Time-Fertigung verstärkt die Nachteile außereuropäischer Produzenten gravierend*

35. Da die Fertigungstiefe auch im LKW-Bereich mittlerweile stetig zurückgeht und Kunden die eigene Lagerhaltung aus Kostengründen gern so weit wie möglich verringern wollen, ist für die Kunden auch die Fähigkeit, die jeweils benötigten Federn in kurzer Zeit zu liefern, von großer Bedeutung. Kunden fürchten daher, dass es bei außereuropäischen Herstellern zu Lieferengpässen kommen könnte<sup>44</sup>.

*Der Import von Luftfedern wird zusätzlich durch Zölle und Transportkosten erschwert*

36. Die Ansicht von Continental, dass die längeren Transportwege mit keinerlei spürbaren Kostennachteilen für ausländische Hersteller verbunden seien, ist von diesen Herstellern nicht bestätigt worden. Tatsächlich erhebt die Gemeinschaft auf Luftfedern einen Einfuhrzoll in Höhe von 2,5%<sup>45</sup>. Zu diesem Einfuhrzoll addieren sich sodann die Transportkosten, so dass der Kostennachteil nach Schätzungen von Firestone, dem einzigen Importeur von Nutzfahrzeug-Luftfedern nach Europa, etwa [5-10%]\*<sup>46</sup> beträgt. Ein Hersteller, der Federn von außerhalb Europas einführen will, hat aber nicht nur die Zoll- und Transportkosten, sondern auch die Kosten für die notwendige zentrale Lagerhaltung zu tragen. So muss Firestone in den Niederlanden ein großes, kostenintensives Zentrallager unterhalten, um überhaupt in Europa aktiv zu werden. Ohne ein entsprechendes Zentrallager wäre Firestone nicht in der Lage, kurzfristig genug an seine Kunden auszuliefern. Die langen Auslieferungszeiten und die Lagerung von Federn verursachen aber wiederum Finanzierungs- bzw. Zinskosten, die bei den europäischen Wettbewerbern nicht anfallen<sup>47</sup>.
37. Alles in allem stellen die zusätzlichen Kosten also eine durchaus erhebliche Importbarriere für Wettbewerber dar. So haben die beiden einzigen außereuropäischen Wettbewerber, Firestone und Goodyear angegeben, dass die mit dem Import verbundenen Kostennachteile maßgeblich für die Entscheidung des Erwerbs bzw. der Errichtung einer Produktionsstätte in Europa waren<sup>48</sup>.

---

<sup>43</sup> Vgl. unten, Rn. 130 ff.

<sup>44</sup> Vgl. etwa die Antworten zu Frage 25 im 1. Fragebogen an Kunden im Bereich Nutzfahrzeugluftfeder.

<sup>45</sup> Verordnung über (EWG) Nr. 2658/87 des Rates vom 23. Juli 1987 über die zolltarifliche und statistische Nomenklatur sowie den Gemeinsamen Zolltarif (ABl. L 256 vom 7.8.1987) in der Fassung der Verordnung (EG) Nr. 1789/2003 der Kommission (ABl. L 281 vom 30.10.2003, S. 1).

<sup>46</sup> Interview mit Firestone vom 19.8.2004.

<sup>47</sup> Dies schließt nicht aus, dass auch europäische Hersteller kleinere Lager in der Nähe des Lieferortes unterhalten (vgl. Antwort auf die Beschwerdepunkte, S. 17). Diese müssen aber, anders als Firestone, kein großes Umschlagzentrum/Zentrallager für Europa unterhalten.

<sup>48</sup> Interview mit Firestone vom 19.08.2004; Interview mit Goodyear vom 23.08.2004.

**(2) Die Existenz signifikanter Marktzugangsbarrieren wird durch einen Blick auf die insgesamt geringe Bedeutung importierter Luftfedern bestätigt – zudem dürften diese Importe größtenteils vorübergehender Natur sein**

38. Continental vertritt in der Antwort zur Entscheidung über die Eröffnung des Verfahrens die Ansicht, dass die Quote der nach Europa importierten Luftfedern (OEM/OES) bis zu [...] %\* betrage. Die vertiefte Marktuntersuchung der Kommission hat indes ein anderes Bild von der Bedeutung der Importe nach Europa ergeben.
39. So produzieren heute alle wesentlichen Hersteller bis auf einen ihre Luftfedern für den europäischen Markt in einer europäischen Produktionsstätte. Die einzige Ausnahme bildet derzeit noch der amerikanische Hersteller Firestone. Die Entscheidung von Firestone, sich verstärkt im europäischen Markt zu engagieren, war wiederum Folge der Entscheidung eines seiner Hauptkunden, des US-Lastwagenherstellers Paccar, zur Verwirklichung einer globalen Einkaufsstrategie auf den US-Hersteller Firestone zu wechseln. Schon kurz nach Erhalt des Auftrags zur Ausstattung von DAF-LKW entschied sich Firestone allerdings dafür, eine eigene Produktionsanlage in Europa zu errichten, da die mit der entfernten Produktion verbundenen Probleme als Wettbewerbsnachteil empfunden wurden. Firestone folgt hier dem Beispiel des einzigen anderen in Europa aktiven US-Unternehmens, Goodyear, das sich von Beginn an für den Erwerb europäischer Produktionsstätten entschied.
40. Damit gibt es gegenwärtig zwar noch Importe in den europäischen Markt in einer Höhe von [10-20]\* Mio. EUR, was einem Marktanteil von [5-15%]\* entspricht. Selbst wenn man aber annimmt, dass die Importe mit der Produktionsaufnahme im neuen Werk in Polen im Jahr 2005 in Polen nicht vollständig entfallen werden, steht doch zu erwarten, dass sich die Importe erheblich verringern. Insgesamt sind daher die gegenwärtig noch vorhandenen Importe von Luftfedern durch Firestone von außerhalb Europas nicht geeignet, die Kommission von der Existenz eines Weltmarktes zu überzeugen. Im Gegenteil – die Tatsache, dass alle ausländischen Hersteller inzwischen eigene Werke in Europa errichten, spricht – in Verbindung mit den anderen genannten Importbarrieren – klar für einen europaweiten Markt.

**(3) Die unterschiedlichen Wettbewerbsbedingungen zwischen Europa und anderen Regionen spiegeln sich auch in den unterschiedlichen Marktanteilsverhältnissen in den verschiedenen Regionen wider**

41. Die Einschätzung der Kommission von einem europaweiten Markt wird schließlich auch durch einen Blick auf die Marktstellung der einzelnen Wettbewerber in den verschiedenen Regionen erhärtet. Während nach Angaben von Continental in den USA Firestone (72%) und Goodyear (24%) klar den Markt dominieren, sind europäische Hersteller in den USA fast gar nicht präsent (Continental selbst, der europäische Marktführer, gibt seine Umsätze im NAFTA Raum mit [<5%]\* an). In Europa dagegen kommen die beiden US-Firmen jeweils nur auf Marktanteile von [5-15%]\*.
42. Die Kommission geht daher von einem europaweiten Markt für Luftfedern für Nutzfahrzeuge (OEM/OES) aus.

## **b) LUFTFEDERN FÜR NUTZFAHRZEUGE (IAM)**

### **aa) Relevanter Produktmarkt**

43. Continental schlägt vor, einen gesonderten Markt für Luftfedern abzugrenzen, die im freien Ersatzteilmarkt an Ersatzteihändler oder Endkunden verkauft werden (IAM-Markt). Tatsächlich unterscheiden sich, wie bereits dargestellt, die Marktverhältnisse im IAM-Markt im Hinblick auf die jeweiligen Nachfrager, das Ausmaß der erforderlichen Zusammenarbeit und das Preisniveau so wesentlich von denen im OEM/OES-Markt, dass der Produktmarkt für Luftfedern für Nutzfahrzeuge, die im freien Ersatzteilmarkt vertrieben werden, wettbewerblich gesondert zu würdigen ist<sup>49</sup>.

### **bb) Geografischer Markt**

44. Continental schlägt vor, den Markt für IAM-Ersatzteile weltweit abzugrenzen. Dafür spreche, dass es keinerlei Bindungen zwischen Herstellern und Zulieferern gebe. Die von der Kommission durchgeführte Marktuntersuchung hat diese Ansicht allerdings nicht gestützt. Wegen der großen Unterschiede bei den in den verschiedenen Regionen (z.B. Nordamerika, Europa) verwendeten Luftfedern spielen auch im IAM-Bereich Importe keine nennenswerte Rolle. Viele Marktteilnehmer haben demgemäß angegeben, dass die Kenntnis der lokalen Gegebenheiten und Bedürfnisse gerade für unabhängige Händler von großer Bedeutung sei und dass das Ersatzteilgeschäft stark von gewachsenen Beziehungen geprägt werde. Die lokale Nähe des Federlieferanten ist im IAM-Markt auch deswegen von großer Bedeutung, weil der Händler in der Lage sein muss, Ersatzteile innerhalb kürzester Zeit zu beschaffen und zu liefern.
45. Die Kommission geht daher davon aus, dass es sich beim Markt für IAM-Luftfedern wie beim OEM/OES-Markt um einen europaweiten Markt handelt<sup>50</sup>.

## **c) LUFTFEDERN FÜR PKW**

### **aa) Relevanter Produktmarkt: Luftfedern für PKW**

46. Die Marktuntersuchung hat die von Continental vertretene Auffassung nicht bestätigt, dass alle PKW-Federsysteme (z.B. Spiralfedern, hydro-pneumatische Federn und Luftfedern) einem einheitlichen Produktmarkt zuzuordnen sind. Vielmehr ist davon auszugehen, dass sich Luftfedersysteme sowohl aus Nachfrager- als auch aus Anbietersicht wesentlich von anderen Federungsarten unterscheiden. Obwohl die Unterschiede hinsichtlich des erzielten Federungskomforts weniger deutlich spürbar sein mögen als etwa bei Nutzfahrzeugen, haben beide Systeme doch deutlich unterschiedliche Federungseigenschaften; die Luftfeder erlaubt zudem eine Niveauregulierung, die bei einem Stahlfedersystem nur im Zusammenspiel mit einer hydraulischen oder hydropneumatischen Dämpfung erreicht werden kann. Die technischen Eigenschaften von Stahlfedern unterscheiden sich dabei nicht nur bei „Standard-“ Federsystemen, sondern auch bei Komfortfederungssystemen (z.B. der von DaimlerChrysler angebotenen sog. Active Body Control).

---

<sup>49</sup> Vgl. oben, Rn. 14 f.

<sup>50</sup> Auf die Frage der geografischen Marktabgrenzung kommt es im vorliegenden Fall allerdings letztlich nicht entscheidend an, da es selbst bei einer europaweiten Marktabgrenzung nicht zum Entstehen einer marktbeherrschenden Stellung käme, vgl. Rn. 154 ff.

47. An der gesonderten wettbewerblichen Würdigung des Luftfedermarktes vermag auch der Umstand nichts zu ändern, dass einige Automodelle wahlweise in Luft- oder in Hydraulikfederausstattung geliefert werden. Auch wenn solche unterschiedlichen Ausstattungsvarianten möglich sein mögen, ändert dies doch nichts daran, dass beide Federarten unterschiedliche Federcharakteristika aufweisen. Für Autohersteller sind Luftfederungssysteme zudem nicht nur wegen der unterschiedlichen Federungseigenschaften, sondern auch aus Imagegründen nicht einfach durch Stahlfedersysteme ersetzbar. Für die meisten Hersteller, die Luftfedern verwenden, sind diese Federn ein wichtiges „Prestige“-Produkt, das vor allem in Fahrzeuge des Luxussegments angeboten wird, um sich von einem herkömmlichen Stahlfedersystem zu unterscheiden und eine zusätzliche Möglichkeit der Preisdifferenzierung zu schaffen.
48. Schon deshalb ist nicht zu erwarten, dass Luftfederkunden im Falle von Preiserhöhungen ohne weiteres auf Stahlfedern ausweichen würden. Luftfedersystem- und Autohersteller haben der Kommission zudem bestätigt, dass ein Wechsel von einem auf Luftfederung ausgelegten PKW auf Stahlfedern nicht nur wegen der unterschiedlichen Produkteigenschaften kaum in Betracht komme, sondern auch aufgrund unterschiedlicher Einbaumaße und einer unterschiedlichen Federgeometrie nicht ohne größere technische Modifizierungen möglich wäre, was wiederum mit entsprechenden Kosten verbunden sei<sup>51</sup>.
49. Unbestritten unterscheidet sich auch der *Herstellungsprozess* von Luft- und Stahlfedern deutlich und erfordert ein völlig unterschiedliches Know-how. Dies zeigt sich schon daran, dass kein in Europa aktiver Produzent von Stahlfedern auch Luftfedern produziert oder produzieren könnte. Insbesondere die Produktion des Luftfedergummibalges erfordert hier ein spezifisches Know-how, über das die großen Komponenten- oder Automobilhersteller nicht verfügen. Auch aufgrund der fehlenden Produktionsumstellungsflexibilität auf Seiten der Stahlfederhersteller ist es also nicht geboten, den Stahlfedermarkt als möglicherweise wettbewerbsrelevanten Markt in die Untersuchung einzubeziehen. Daher geht die Kommission davon aus, dass Luft- und Stahlfedern getrennt zu würdigen sind.
50. Hier führt der Zusammenschluss zu Überschneidungen im Teilmarkt für *PKW-Luftfedern*. Bei PKW-Luftfedern handelt es sich um einen Gummibalg, der im sog. „Schlauchverfahren“ durch Aufspritzen auf einen Metaldorn hergestellt wird<sup>52</sup>. Der Gummibalg wird regelmäßig an der Unterseite mit einem Abrollkolben und an der Oberseite mit einer Dichtungsplatte aus Metall oder Kunststoff verbunden (i.d.R. durch Klemmringe<sup>53</sup>).
51. PKW-Luftfedern sind Teil eines komplexen *Luftfedersystems*. Luftfedersysteme bestehen regelmäßig aus zwei bis vier Luftfedern, einem oder mehreren Druckluftkompressoren, Druckluftspeichern, Dämpfungselementen, Sensoren, Steuereinheiten und anderer für den Betrieb notwendiger Teile. Von den Zusammenschlussparteien verkauft aber nur Continental, nicht aber Phoenix/Vibracoustic bisher ganze Luftfedersysteme, so dass es im

---

<sup>51</sup> Vgl. etwa Antworten von BMW, Audi oder DaimlerChrysler zu Frage 4 des Fragebogens für Kunden für PKW-Luftfedern.

<sup>52</sup> Darin unterscheidet sich das übliche Herstellungsverfahren für PKW-Luftfedern von dem Herstellungsverfahren für Nutzfahrzeug und Schienenluftfedern, die einzeln gepresst und gewickelt werden.

<sup>53</sup> Wie bei den LKW-Luftfedern verkaufen die Hersteller z.T. Luftfedern mit Abdeckung/Klemmring, z.T. aber auch nur einzelne Gummibälge. Eine gesonderte Betrachtung verschiedener Märkte für die verschiedenen Bauarten ist hier allerdings ebenfalls nicht geboten (sie würde im übrigen an der wettbewerblichen Analyse nichts ändern).

Bereich der Luftfedersysteme zu keinerlei Marktanteilsadditionen kommt. Der hier näher zu untersuchende Markt für die in Luftfedersystemen verwendeten Luftfedern ist dem Markt für Luftfedersysteme vorgelagert. Luftfedern werden von Systemanbietern oder Autoproduzenten, die mit den Luftfedern eigene Luftfedersysteme herstellen, zugekauft.

52. Die Abgrenzung zwischen einem Markt für Luftfedern für den OEM- und OES- Markt einerseits und den IAM-Markt andererseits ist hier nicht geboten, da sich ein unabhängiger Ersatzteilmarkt - vor allem wegen der langen Lebensdauer der Luftfedern, die die Lebensdauer eines PKW regelmäßig überschreitet - bisher nicht entwickelt hat.
53. Eine weitere Unterscheidung verschiedener Produktmärkte für Luftfedern für "klassische" PKW, Luftfedern für sog. Sport Utility Vehicles (SUVs) und Luftfedern für Kleintransporter ist ebenfalls nicht notwendig. Gegen eine solche Unterscheidung spricht nicht nur die Tatsache, dass die Fahrzeugtypen technisch z.T. recht ähnlich sind, so dass eine Abgrenzung schwierig ist (so ist etwa die Grenze zwischen SUV und Kombi/Geländekombi oft fließend). Vor allem aber ist das Produktionsverfahren für alle drei Federarten im Wesentlichen gleich (sog. „Schlauchverfahren“). Alle Anbieter können daher Luftfedern für alle Fahrzeugtypen herstellen. Auch auf der Kundenseite unterscheiden sich die Marktbedingungen für alle drei Fahrzeuge nicht so wesentlich, dass dies eine getrennte wettbewerbliche Würdigung nahe legen würde, denn fast alle Kunden bieten Systeme für alle drei Fahrzeugarten an.

#### **bb) Relevanter geografischer Markt: Europa**

54. Continental vertritt die Auffassung, dass der Markt für PKW-Luftfedern weltweit sei. Dabei weist Continental insbesondere darauf hin, dass es bereits heute weltweite Lieferbeziehungen gebe. Die Marktuntersuchung der Kommission hat allerdings ergeben, dass in europäischen Fahrzeugen heute noch fast ausschließlich europäische Luftfedern eingesetzt werden. Von den 15 im Jahr 2003 in Europa hergestellten Fahrzeugmodellen mit Luftfedern waren nach Erkenntnissen der Kommission [...] mit Luftfedern von Phoenix/Vibracoustic oder Continental ausgestattet<sup>54</sup>. Der einzige Konkurrent, der in geringem Umfang in Europa aktiv ist, ist der US-Hersteller Gates. Wenngleich im Jahr 2003 noch [5-15%]\* importiert wurden, hat die Firma Gates mittlerweile ein eigenes Werk für die Luftfederproduktion in Aachen errichtet, von dem aus sie den europäischen Markt bedient. Die Luftfedern, die Gates für den BMW „X5“ liefert, werden zwar in den USA hergestellt, jedoch befindet sich auch die Produktion des X5 in den USA und nicht in Europa. In Europa arbeitet selbst der zum amerikanischen Ford-Konzern gehörende Hersteller Jaguar mit dem deutschen Luftfederhersteller Vibracoustic und nicht mit einem amerikanischen Luftfederhersteller zusammen.
55. Ursächlich für die klare Bevorzugung europäischer Hersteller dürfte die komplexe Technologie von Luftfedersystemen sein, deren Konstruktion eine enge Zusammenarbeit von Federhersteller, Autobauer und Lieferanten anderer Systemkomponenten erfordert. Da im Regelfall auch die übrigen Komponentenanbieter in Europa beheimatet sind, mit denen die Luftfederkunden meist über einen längeren Zeitraum intensiv zusammenarbeiten, bevorzugen es die meisten Kunden, mit europäischen Luftfederherstellern zu kooperieren<sup>55</sup>. Die Präferenz für europäische Hersteller dürfte

---

<sup>54</sup> Die von Continental in der Anmeldung als Luftfederhersteller genannte Firma ZF Sachs ist nach eigenen Angaben nicht in der Produktion von Luftfedern tätig.

<sup>55</sup> Vgl. etwa die Antworten von Thyssen/Krupp, ZF Sachs, DaimlerChrysler und Vibracoustic zu Frage 12 des Fragebogens für PKW-Luftfederkunden.

auch in der heute in der Automobilproduktion vorherrschenden „Just-in-Time“-Fertigung begründet sein. Aufgrund der geringeren Fertigungstiefe sind die Unternehmen bestrebt, die Gefahr von Produktionsausfällen durch Schwierigkeiten bei der Lieferung einzelner Komponenten möglichst gering zu halten. Auch aus Sicht des Herstellers bringt der Import von Luftfedern nach Europa nicht nur durch die Transportkosten, sondern auch durch die von der Gemeinschaft erhobenen Einfuhrzölle Nachteile mit sich<sup>56</sup>.

56. Schließlich zeigt auch ein Blick auf die Marktanteile der wesentlichen Wettbewerber in Europa und den USA, dass sich die Marktbedingungen zwischen beiden Regionen erheblich unterscheiden: So entfallen nach den Daten der anmeldenden Partei in den NAFTA-Staaten über 50% des Marktes auf zwei Hersteller (Delphi 36%, Firestone 18%), die 2003 überhaupt nicht in Europa aktiv waren, während Continental und Phoenix/Vibracoustic dort zu den kleineren Anbietern gehören.
57. Aus diesen Gründen ist der Markt für PKW-Luftfedern europaweit und nicht weltweit abzugrenzen.

#### **d) LUFTFEDERN FÜR SCHIENENFAHRZEUGE**

##### **aa) Relevanter Produktmarkt: Luftfedern für Schienenfahrzeuge**

58. Continental vertritt die Auffassung, dass alle in Schienenfahrzeugen eingesetzten Federsysteme einem einheitlichen Produktmarkt zuzurechnen sind, gleichgültig, ob es sich um Stahlfedern, Luftfedern, Hydrofedern, Gummi-Metall-Teile, Gummiteile, Buchsen, Lager, Puffer oder sonstige in Schienenfahrzeugen verwendete Federelemente handelt. Die Ergebnisse der Marktuntersuchung der Kommission sprechen dagegen dafür, einen eigenen Markt für (sekundäre) Luftfedern<sup>57</sup> für Schienenfahrzeuge abzugrenzen.
59. Als sog. „sekundäres“ Federelement<sup>58</sup> soll die Luftfeder Schwingungsübertragungen zwischen Drehgestell und Aufbau dämpfen. Eine Luftfeder für Schienenfahrzeuge besteht regelmäßig nicht nur aus der Einheit Gummibalg/Dichtungsplatte/ Abrollkolben, sondern aus weiteren damit fest verbundenen Metall- und Gummi-Metall-Teilen („Zusatzfeder“). Die Luftfeder dient der Vibrations- und Schalldämpfung sowie der Niveauregulierung an der Schnittstelle zwischen Drehgestell und Aufbau.

---

<sup>56</sup> Derzeit wird ein Einfuhrzoll von 2,5 % erhoben, vgl. Fn. 45.

<sup>57</sup> Continental verwendet zur Beschreibung der sekundären Luftfeder den ebenfalls in der Industrie gebräuchlichen Begriff des „Luftfedersystems“. Hier wird jedoch aus Gründen der Kohärenz der ebenfalls gebräuchliche Begriff der „Luftfeder“ zur Kennzeichnung der Gesamteinheit aus Gummibalg/Dichtungsplatte/Abrollkolben und den weiteren, damit verbundenen Metall- und Gummi-Metall-Teilen verwendet.

<sup>58</sup> Im Schienenfahrzeugbereich wird zwischen Primär- und Sekundärfedern unterschieden. *Primärfedern* sind elastische Federelemente zwischen Radsatz und Drehgestellrahmen, die als Achsfedern drei Funktionen gleichzeitig ausführen können: Sie reagieren auf vertikale Einfederungen, auf Belastungen, die durch den Einfluss des Schienenstranges auf das Fahrwerk in Längs- und Querrichtung entstehen und tragen gleichzeitig zur Abkopplung des Körperschalls bei. Des Weiteren wird der Radverschleiß vermindert, was die Wirtschaftlichkeit moderner Schienenfahrzeuge erheblich verbessert. Luftfedern kommen als Primärfedern nicht zum Einsatz. *Sekundärfederungen* dagegen sind pneumatische Lagerungen des Wagenkastens, die nicht nur die Eigenschwingungen des Drehgestelles, des Wagenkastens und Fahrgeräusche dämpfen, sondern auch eine automatische Niveauregulierung und einen vom Beladungszustand des Fahrzeuges unabhängigen Fahrkomfort ermöglichen. Vgl. etwa die Nachweise unter: <http://www.trainweb.org/railwaytechnical/suspen.html>.

*Primäre Federsysteme und andere schwingungsdämpfende Teile sind nicht in den Produktmarkt für sekundäre Luftfedern einzubeziehen*

60. Continental begründet seine Auffassung, dass alle Arten schwingungsdämpfender Teile in Schienenfahrzeugen einem Markt zuzurechnen seien, im Wesentlichen damit, dass alle drei Arten von Bauteilen zumindest in allen Personenzügen vorhanden seien<sup>59</sup>. Diese Feststellung vermag als solche nicht zu überzeugen, denn entscheidend kann nur sein, ob die Produkte von den jeweiligen Nachfragern als austauschbar angesehen werden und ob ggf. die Anbieter anderer schwingungsdämpfender Produkte in der Lage wären, auf die Produktion von Luftfedern zu wechseln. Beides ist hier nicht der Fall.
61. Unbestritten ist, dass die Luftfeder in einem Schienenfahrzeug nicht gegen andere schwingungsdämpfende Elemente ausgetauscht werden kann. Dies gilt nicht nur für die zahlreichen in Fahrzeugen eingesetzten Gummi- und Gummi-Metallteile, sondern auch für primäre oder sekundäre Stahlfedern. Keines dieser Elemente kann im Drehgestell auch nur annähernd die Funktionen einer Luftfeder übernehmen. Dies liegt nicht nur an den völlig anderen Einbaumaßen, Geometrien und Produktcharakteristika anderer Federsysteme (z.B. Stahlfedern oder Gummi-Metall-Teile). Ein Wechsel ist auch aufgrund der hohen Relevanz der Luftfeder für die Sicherheit des gesamten Zuges ausgeschlossen. Die Luftfeder sitzt in Schienenfahrzeugen an einer Schlüsselstelle, nämlich der Verbindung zwischen Drehgestell und Wagenkasten. Jede einzelne Luftfeder ist genau auf die individuellen Anforderungen dieses einen Schienenfahrzeugtyps abgestimmt. Ein Wechsel etwa auf eine Stahlfeder, die völlig andere Federungseigenschaften aufweist und heute zumeist nur noch als Primärfeder zum Einsatz kommt, wäre schon aus Sicherheits- und Komfortgründen ausgeschlossen.
62. Diese Einschätzung wird auch von allen befragten Wettbewerbsteilnehmern geteilt, die angegeben haben, eine Luftfeder nicht durch eine Stahlfeder ersetzen zu können<sup>60</sup>. Dies deckt sich auch mit der Verteilung der Federarten in europäischen Zügen, die eine Sekundärfeder haben: Unter 10% verfügen über eine Stahlfeder, über 90% über eine Luftfeder<sup>61</sup>, wobei die Stahlfeder weiter auf dem Rückzug ist und bei Hochgeschwindigkeitszügen ganz ausläuft.
63. Unzutreffend ist auch, dass Kunden sämtliche schwingungsdämpfende Teile für ihre Schienenfahrzeuge gleichsam nur „im Set“ kauften. Zwar mag es ökonomisch vorteilhaft sein, gleich mehrere schwingungsdämpfende Elemente bei ein und demselben Hersteller zu kaufen. Entscheidend ist aber, dass die Luftfeder von den meisten Kunden keineswegs als Teil eines Komplettsystems zusammen mit anderen primären und sonstigen Federelementen gekauft wird<sup>62</sup>. Fast alle Kunden haben angegeben, primäre Federelemente separat von der Luftfeder einzukaufen. Dies dürfte auch schon dadurch zu erklären sein, dass einige Hersteller mehr auf den Bereich Gummi-Metall-Teile spezialisiert sind (z.B. Trelleborg), während Continental und Phoenix gerade bei den

---

<sup>59</sup> Vgl. Stellungnahme von Continental vom 12.08.2004 zur Entscheidung über die Verfahrenseröffnung der Kommission, S. 11.

<sup>60</sup> Vgl. Antwort 7 der Fragebögen an Kunden/Wettbewerber im Schienen-Luftfederbereich.

<sup>61</sup> Antwort von Continental auf die Beschwerdepunkte, S.53.

<sup>62</sup> Die Luftfeder allerdings, die aus mehreren schwingungsdämpfenden Teilen besteht (Federbalg, Gummi-Metall-Teile etc.), wird nach Angaben der Kunden regelmäßig als Einheit bzw. Komplettsystem gekauft, weshalb hier der Markt für Luftfedern und nicht für einzelne Komponenten (z.B. Gummibalg) untersucht wird.

Luftfedern als führend gelten. Im Übrigen wäre von den zwei Marktführern bei den Luftfedern, Continental und Phoenix, allenfalls Phoenix in der Lage, fast das komplette Spektrum an Federelementen abzudecken. Das Produktspektrum von Continental im Gummi-Metall-Teile-Bereich ist nach Angaben von Wettbewerbern recht eingeschränkt<sup>63</sup>.

64. Auch produktionsseitig sind Luftfedern nicht mit den anderen Stahl-, Gummi-Metall- oder Gummiteilen austauschbar, die in Schienenfahrzeugen zur Schwingungsdämpfung eingesetzt werden. Mag produktionsseitig auch eine gewisse Produktionsumstellungsflexibilität zwischen verschiedenen Arten von Gummi-Metall-Teilen bestehen, gilt dies jedenfalls nicht für die Produktion der Luftfeder selbst, die ein ganz spezifisches Know-how erfordert. Dies gilt insbesondere für den eigentlichen Federbalg, der in Europa überhaupt nur von vier Firmen (Continental, Phoenix, CF Gomma und Paulstra/Hutchinson) produziert wird. Seine Herstellung erfordert schon aufgrund der hohen Sicherheitsrelevanz ein spezifisches Know-how hinsichtlich der Gummibalg-Produktion, das andere Wettbewerber erst mühsam aufbauen müssten<sup>64</sup>.

*Eine getrennte wettbewerbliche Würdigung eines Marktes für Gummibälge für Schienenluftfedern ist nicht geboten*

65. Einige Faktoren scheinen sogar für die Abgrenzung eines noch engeren Marktes für die in Schienenluftfedern eingesetzten Gummibälge zu sprechen. So gibt es in Europa nur vier Hersteller dieser Gummibälge. Unbestritten ist auch, dass die Herstellung der Gummibälge ein besonders großes Maß an Know-how verlangt, das sich Hersteller, die ansonsten nicht in der Produktion von Gummibälgen tätig sind, erst erarbeiten müssen. Der Einstieg in die Federbalgproduktion ist zudem mit hohen Investitionskosten verbunden<sup>65</sup>. Andererseits repräsentiert der Gummibalg in der gesamten Luftfeder nur einen Wertschöpfungsanteil von ca. 30%. Alle Luftfederhersteller kaufen einen z.T. erheblichen Teil der für die Luftfeder benötigten Teile bei anderen Herstellern zu (entweder Metall-, Gummi-Metall-Teile oder Gummibälge, je nach eigenem Produktionsschwerpunkt). Daher erscheint es unter wettbewerbsrechtlichen Aspekten angemessen, auf die weitere Abgrenzung eines Marktes für Gummibälge zu verzichten.

*Eine Trennung zwischen OEM/OES-Markt und unabhängigem Ersatzteilmarkt ist ebenfalls nicht geboten*

66. Anders als im Bereich Nutzfahrzeug-Luftfedern besteht bei den Luftfedern für Schienenfahrzeuge kein Anlass, zwischen zwei getrennten Märkten für Verkäufe an OEM/OES-Kunden und IAM-Kunden zu unterscheiden. Gegen eine solche Unterscheidung sprechen sowohl die lange Lebensdauer von Schienen-Luftfedern (10 bis 20 Jahre) als auch deren individueller Zuschnitt. Schon aufgrund der kleinen Stückzahlen von Schienenluftfedern und der hohen Investitionskosten für Werkzeug<sup>66</sup> und Qualifizierung ist der Erstausrüster bis auf wenige Großaufträge der einzige

---

<sup>63</sup> Vgl. Frage 32 des Fragebogens für Wettbewerber im Schienen-Luftfederbereich.

<sup>64</sup> Vgl. Interview mit Hutchinson/Paulstra vom 26.8.2004.

<sup>65</sup> Vgl. z.B. die Ausführungen zu den Zutrittsbarrieren im Interview mit Herrn Goettmann (Freudenberg/Schwab) vom 26.08.2004, der die entsprechenden Investitionskosten auf ca. 25-30 Mio. EUR schätzt, was allerdings ein Maximalwert sein dürfte.

<sup>66</sup> Allein die Kosten für das Werkzeug können bis zu 50.000 EUR betragen, vgl. Interview mit Alstom vom 23.7.2004.

Federlieferant für ein bestimmtes Modell und liefert auch die Ersatzfedern. Einige Kunden kaufen die Ersatzteile für die gesamte Lebensdauer des Fahrzeuges schon mit dem ersten Modell<sup>67</sup>. Ein unabhängiger Ersatzteilmarkt hat sich daher im Markt für Schienenfahrzeuge nicht etablieren können.

67. Die Kommission geht daher von einem gesonderten Markt für *Luftfedern für Schienenfahrzeuge* aus.

#### **bb) Relevanter räumlicher Markt**

68. Continental vertritt die Auffassung, dass der Markt für Schienen-Luftfedern weltweit und nicht europaweit zu definieren sei. Einige Erkenntnisse der Marktuntersuchung der Kommission sprechen dagegen eher für einen europäischen Markt.
69. So trifft es zwar einerseits zu, dass zumindest die Kundengruppe der Schienenfahrzeughersteller<sup>68</sup> weltweit aktiv ist. Jedoch sind, andererseits, viele Kunden (so etwa die für die Beschaffungsentscheidung der Teile mit ausschlaggebenden nationalen Bahngesellschaften) nur national tätig. Für die Abgrenzung des geografischen Marktes kann jedoch nicht die Tatsache maßgeblich sein, ob ein Kunde weltweit aktiv ist oder nicht. Vielmehr ist zu untersuchen, ob sich die Marktbedingungen in den verschiedenen Regionen deutlich voneinander unterscheiden und - vor allem - ob ausländische (aktuelle oder potenzielle) Wettbewerber in der Lage sind, signifikanten wettbewerblichen Druck auf die europäischen Luftfederhersteller auszuüben.
70. Ein Blick auf die gegenwärtigen Lieferbeziehungen in Europa zeigt, dass ausländische Wettbewerber gegenwärtig noch in geringem Umfang in Europa aktiv sind. So spiegelt sich selbst bei den international tätigen Luftfederkunden in Europa deren weltweite Präsenz nicht in deren Einkaufsverhalten wieder. Führende Hersteller von Schienenfahrzeugen wie Siemens und Alstom kaufen ihre Luftfedern heute noch ausschließlich in Europa. Die beiden größten Bahngesellschaften in Europa, die SNCF und die Deutsche Bahn, arbeiten traditionell vor allem mit ihren jeweiligen nationalen Luftfederlieferanten zusammen. Diese nationale oder zumindest europäische Präferenz der Bahngesellschaften ist insoweit bedeutsam, als die Bahngesellschaften als Endkunden der mit den Luftfedern ausgestatteten Züge einen wesentlichen Einfluss auf die Auswahl des Luftfederherstellers haben - nicht zuletzt wegen der hohen Sicherheitsrelevanz der Luftfeder<sup>69</sup>. So muss sich ein Anbieter von Luftfedern nicht nur beim Fahrzeughersteller selbst als zuverlässiger Lieferant qualifizieren, bevor er einen Auftrag bekommt. Um bei den großen nationalen Bahngesellschaften (z.B. Deutsche Bahn, SNCF) mit dem jeweiligen Federmodell überhaupt zum Betrieb zugelassen zu werden, muss ein zusätzliches Homologationsverfahren durchlaufen werden. Die Luftfedern eines bestimmten Fahrzeuges werden also letztlich im Einverständnis mit der Bahngesellschaft ausgewählt, wodurch sich die Wahlmöglichkeiten der Fahrzeughersteller deutlich einschränken<sup>70</sup>.

---

<sup>67</sup> Vgl. Interview mit Siemens vom 23.7.2004.

<sup>68</sup> Luftfedern werden auch an nationale Bahngesellschaften (z.B. SNCF, Die Bahn) verkauft.

<sup>69</sup> Vgl etwa Interview mit Alstom vom 23.7.2004.

<sup>70</sup> Vgl Interview mit Alstom vom 23.7.2004.

71. Allerdings haben auch außereuropäische Anbieter (z.B. Sumitomo und Toyo aus Japan) in Europa bereits Kontrakte über die Lieferung für Schienenluftfedern gewonnen. Toyo und Sumitomo beliefern zudem den „Shinkansen“-Hochgeschwindigkeitszug und sind damit grundsätzlich in der Lage, auch anspruchsvollere Lösungen anzubieten. Dazu kommt, dass insbesondere Toyo durch die enge Kooperation mit Gadelius Europe AB inzwischen über einen kompetenten Vertriebspartner in Europa verfügt, der eine langjährige Erfahrung im europäischen Geschäft besitzt. Daher ist zu erwarten, dass die Importquote sich in den nächsten Jahren deutlich erhöhen wird.
72. Insgesamt kann die genaue räumliche Marktabgrenzung hier letztlich offen bleiben, da es auch bei der engsten möglichen Marktabgrenzung nicht zum Entstehen einer marktbeherrschenden Stellung der Zusammenschlussparteien käme, durch die der Wettbewerb im Gemeinsamen Markt erheblich behindert würde.

## e) ANTI-VIBRATIONSSYSTEME FÜR KRAFTFAHRZEUGE

### aa) Relevanter Produktmarkt

73. Die Tätigkeit der Parteien überschneidet sich auch im Bereich so genannter Anti-Vibrationssysteme. Dabei handelt es sich um Gummi-Metall-Teile<sup>71</sup>, die nicht - wie die Federung - zur Dämpfung der horizontalen Schwingungen zwischen Rad und Achse, sondern zur Dämpfung von höherfrequenten Vibrationen an den verschiedensten Stellen im Fahrzeug eingesetzt werden. Anti-Vibrationssysteme werden etwa zur Motorlagerung, aber auch zur Lagerung der Fahrwerksaufhängung (z.B. an den Verbindungen zwischen Querlenkern und Karosserie) verwendet. Sie sollen die im Fahrzeug auftretenden Schwingungen und Vibrationen auffangen und ihre Übertragung auf den Fahrzeugaufbau bzw. die Karosserie verhindern.
74. Wie in ihren früheren Entscheidungen<sup>72</sup> kann die Kommission auch in diesem Fall offen lassen, ob der Markt für Anti-Vibrationssysteme in weitere Teilmärkte (etwa für Fahrwerkslager, Motorlager und Torsionsschwingungsdämpfer oder für Verkäufe im OEM/OES und im IAM-Segment) zu unterteilen ist. Die Marktuntersuchung hat nämlich ergeben, dass auch im Falle einer weiteren Unterteilung der Märkte keine marktbeherrschende Stellung auf einem dieser Märkte entstehen würde, durch die der Wettbewerb im Gemeinsamen Markt erheblich behindert würde<sup>73</sup>.

### bb) Räumlicher Markt

75. Continental vertritt die Auffassung, dass der Markt für Anti-Vibrationssysteme weltweit abzugrenzen sei. In ihren früheren Entscheidungen hat die Kommission den räumlichen

---

<sup>71</sup> Die Terminologie im Bereich Anti-Vibrationssysteme ist uneinheitlich. Zum Teil wird von *Schwingungssystemen* oder *Schwingungsdämpfungssystemen* gesprochen (vgl. etwa die Entscheidung der Kommission COMP/M.1778 – Freudenberg/Phoenix), z.T. wird auch der Begriff „*Gummi-Metall-Teile*“ verwendet (vgl. etwa die Kommissionsentscheidung IV/M.2603 – ZF/Mannesmann). Verschiedene Firmen verwenden auch eigene Markennamen wie z.B. Metallgummi (Phoenix) oder Schwingmetall (Continental). Da im internationalen Sprachgebrauch nach den Erkenntnissen der Kommission regelmäßig von „Anti-Vibration-Systems“ gesprochen wird (vgl. etwa die Kommissionsentscheidung IV/M.253 – BTR – Pirelli), soll hier der Begriff „Anti-Vibrationssysteme“ verwendet werden.

<sup>72</sup> Vgl. etwa die Entscheidungen der Kommission COMP/M.2603 – ZF/Mannesmann; COMP/M. 1778 – Freudenberg/Phoenix; IV/M.253 – BTR/Pirelli.

<sup>73</sup> Vgl. unten, Rn. 185.

Markt für KfZ-Anti-Vibrationsteile als „zumindest EWR-weit“ definiert. Die Marktuntersuchung hat allerdings klare Hinweise für eine europaweite Marktabgrenzung gegeben. So arbeiten die meisten europäischen Fahrzeughersteller mit europäischen Lieferanten zusammen, und das Volumen der Im- bzw. Exporte ist gering.

76. Letztlich kann aber auch hier offen bleiben, ob der Markt europaweit oder weltweit abzugrenzen ist, da der Zusammenschluss in beiden Fällen nicht zum Entstehen einer marktbeherrschenden Stellung führen würde, durch die der Wettbewerb im Gemeinsamen Markt erheblich behindert würde<sup>74</sup>.

## **f) KOMPENSATOREN / ROHRVERBINDER**

### **aa) Relevanter Produktmarkt**

77. Kompensatoren sind zumeist aus Gummi hergestellte Verbindungen zwischen zwei Rohren (sog. Rohrverbinder), die dazu dienen, Spannungen und Schwingungen zu reduzieren, die bei rotierenden Maschinen, bei Wärmedifferenzen, Druckschwankungen oder aufgrund anderer Einflüsse in Rohrleitungssystemen auftreten. Als flexible Rohrverbinder tragen sie dazu bei, Verschleiß, Undichtigkeiten oder sogar Ermüdungsbrüche bei der Verbindung zweier Rohre zu verhindern. Continental und Phoenix sind fast ausschließlich in der Produktion *unveredelter* Kompensatoren, d.h. von Kompensatoren ohne die notwendigen Anflanschteile aus Metall tätig („veredelte Kompensatoren“).
78. Ob zwei gesonderte Märkte für unveredelte und veredelte Kompensatoren zu unterscheiden sind, wie Continental vorschlägt, kann hier indes dahingestellt bleiben, da der Zusammenschluss auch bei Annahme eines Teilmarktes für unveredelte Kompensatoren (in dem der Schwerpunkt der Tätigkeit der Parteien liegt) nicht zu wettbewerblich bedenklichen Marktanteilsadditionen führen würde.

### **bb) Räumlicher Markt**

79. Ob der Markt für Kompensatoren weltweit – wie Continental vorschlägt – oder europaweit abzugrenzen ist, kann hier ebenfalls offen gelassen werden, da es selbst bei einer europaweiten Abgrenzung des Marktes nicht zum Entstehen einer marktbeherrschenden Stellung kommen würde, durch die der Wettbewerb im Gemeinsamen Markt erheblich behindert würde.

## **g) KfZ-SCHLÄUCHE UND SCHLAUCHLEITUNGEN**

### **aa) Relevanter Produktmarkt**

80. Continental und Phoenix produzieren Schläuche und Schlauchleitungen für eine Vielzahl unterschiedlicher Anwendungen. Diese Schläuche werden vor allem aus Gummi bzw. Kautschuk, z.T. aber auch aus Kunststoffen hergestellt. Sie werden häufig mit Metall- oder Kunststoffteilen verbunden (z.B. mit Schrauben oder Rohren). Die mit dem Schlauch verbundenen Teile können bei komplexeren Schlauchprodukten (z.B. Kältemittel-Schlauchleitungen) den größten Teil der Wertschöpfung ausmachen. In diesem Fall wird in der Industrie der Begriff der „Schlauchleitung“ verwendet.

---

<sup>74</sup> Vgl. unten, Rn. 185.

81. Continental schlägt vor, einen eigenen Produktmarkt für *Kraftfahrzeugschläuche* und -schlauchleitungen zu definieren. Die Kommission stimmt mit Continental darin überein, dass wesentliche Unterschiede zwischen Produkten, Kunden und Anbietern es rechtfertigen, Schläuche für andere als KfZ-Anwendungen (z.B. für Industrieanwendungen) bei der wettbewerblichen Analyse außer Betracht zu lassen.
82. Continental ist allerdings nicht der Auffassung, dass der Markt für KfZ-Schläuche und -schlauchleitungen weiter zu unterteilen sei. Obwohl sich die Produkte unterscheiden, seien die Schlauchhersteller in der Lage, verschiedene Schläuche herzustellen. Auf der anderen Seite gestehen die Parteien allerdings zu, dass das Know-how zur Produktion der verschiedensten Schlaucharten nur zum Teil zwischen den verschiedenen Schlauch- und Schlauchleitungstypen übertragbar ist. In der Sache BTR/Pirelli hat die Kommission ebenfalls einen Teilmarkt innerhalb der Schläuche für Kraftfahrzeuge definiert, nämlich einen Markt für *Kühlwasser-, Heizungs- und Ladeluftschläuche*<sup>75</sup>. Weitere Segmente, in denen beide Zusammenschlussparteien aktiv sind, sind *Kraftstoffschläuche und -schlauchleitungen* sowie *Kältemittelschläuche und -schlauchleitungen*. Obwohl wesentliche Produkt- und Produktionsunterschiede zwischen diesen Produktsegmenten es nahe legen, entsprechende getrennte Märkte zu definieren, kann die Frage, ob der Markt für KfZ-Schläuche und -schlauchleitungen entsprechend unterteilt werden muss, letztlich offen bleiben, da in keinem Fall das Entstehen oder Verstärken einer marktbeherrschenden Stellung in einem der Teilmärkte droht, durch die der Wettbewerb im Gemeinsamen Markt erheblich behindert würde<sup>76</sup>.

#### **bb) Räumlicher Markt**

83. Continental vertritt die Auffassung, dass der Markt für alle Arten von KfZ-Schläuchen und Schlauchsystemen weltweit, jedenfalls aber EWR-weit abzugrenzen sei. Auch wenn – wie im übrigen Bereich der KfZ-Zulieferteile – viel dafür spricht, einen europaweiten Markt zu definieren, kann die genaue geografische Marktabgrenzung hier dahingestellt bleiben, da der Zusammenschluss auch bei einer europaweiten Marktabgrenzung nicht zu einer marktbeherrschenden Stellung auf einem der Märkte führen würde, durch die der Wettbewerb im Gemeinsamen Markt erheblich behindert würde<sup>77</sup>.

#### **h) SCHWERE STAHLSEILFÖRDERGURTE**

##### **aa) Relevanter Produktmarkt: Schwere Stahlseilfördergurte**

84. Sowohl Continental als auch Phoenix erzielen einen wesentlichen Teil ihres Umsatzes mit dem Vertrieb von Fördergurten. Fördergurte sind Bänder, die zumeist aus Gummi oder Kunststoff (ggf. mit Einlagen aus Textil oder Stahl) gefertigt werden und dem Transport von Stück- oder Schüttgut dienen. Fördergurte werden in einer Vielzahl von Industrien in unterschiedlichen Größen und Ausführungen verwendet. Die Unterschiede betreffen etwa das verwendete Material (Gummi, Kunststoff, verschiedene Verstärkungselemente), Ausmaße, Reiß- und Abriebsfestigkeit und andere spezielle Eigenschaften (Haftung, Filterung, Materialsicherung etc.).

---

<sup>75</sup> Entscheidung der Kommission IV/M.253 BTR/Pirelli, Rn. 23. Die Entscheidung der Kommission COMP/M 1869 - CVC/BTR Siebe Automotive Sealing Systems musste sich nicht weiter mit der Marktabgrenzung im Schlauchbereich auseinandersetzen, da es zu keinen horizontalen Überschneidungen kam, vgl. Rn. 5.

<sup>76</sup> Vgl. unten, Rn. 187.

<sup>77</sup> Vgl. unten, Rn. 187.

85. Continental schlägt vor, zwischen den Produktmärkten für *leichte Fördergurte* (PVC-Gurte zum Transport leichter Waren, z.B. an Kassentischen), *schwere Fördergurte* (Gurte aus Gummi zum Transport schweren Schüttguts) und *Spezialitätengurte* (Spezialanfertigungen schwerer Fördergurte) zu unterscheiden (vgl. zu letzteren sogleich i).

**(1) *Leichte und schwere Fördergurte sind nicht demselben Markt zuzurechnen***

86. Die Kommission ist mit Continental der Auffassung, dass wesentliche Unterschiede zwischen leichten und schweren Fördergurten es rechtfertigen, die leichten Fördergurte für die wettbewerbliche Betrachtung außer Acht zu lassen. So unterscheiden sich leichte Fördergurte in ihrer Funktion<sup>78</sup> und in ihren wesentlichen Eigenschaften (Material, Aufbau, Ausmaße) so deutlich von den schweren Fördergurten, dass sie aus Nachfragersicht nicht austauschbar sind. Ebenso unterscheidet sich nicht nur der Kundenkreis von schweren und leichten Fördergurten; wegen des grundlegend anderen Produktionsprozesses schwerer Fördergurte unterscheidet sich auch der Herstellerkreis beider Gurtarten deutlich voneinander. Während die Deckschicht eines leichten Fördergurtes nämlich regelmäßig aus PVC besteht, wird in schweren Fördergurten Kautschuk verwendet. Daher ist es Anbietern leichter Fördergurte nicht möglich, ohne eine Beherrschung der Kautschuktechnologie und die Sicherstellung der Versorgung mit den dafür notwendigen Vorprodukten schwere Fördergurte herzustellen. Die Unterscheidung zwischen leichten und schweren Fördergurten entspricht zudem der marktüblichen Terminologie, die von den Kunden verstanden und von allen Herstellern verwendet wird. Weder Continental noch Phoenix sind im Bereich der Produktion leichter Fördergurte aktiv.

**(2) *Schwere Textilfördergurte sind nicht demselben Produktmarkt zuzurechnen wie schwere Stahlseilfördergurte***

87. Die zwei wichtigsten Gruppen von schweren Fördergurten sind die Stahlseilfördergurte<sup>79</sup> einerseits und textile bzw. textil-/faserverstärkte Fördergurte („Textilfördergurte“) andererseits. Bei Stahlseilfördergurten wird die Gummischicht des Transportbandes durch darin eingelassene Stahlseile verstärkt. Die Stahlseile sollen in erster Linie verhindern, dass sich das im Wesentlichen aus Gummi bestehende Förderband bei Belastung durch schwere Materialien oder bei großen Förderbandlängen in Längsrichtung ausdehnt. Stahlseilverstärkte Gurte können äußerst schwere Lasten über Strecken von mehreren Kilometern hinweg transportieren. Bei textilen Fördergurten dienen als Zugträger dagegen nicht Stahlseile, sondern Kunststofffasern (Nylon, Polyester), die sich - z.T. in mehreren Lagen – zwischen den Deckgummischichten befinden.

88. Continental hält auch in seiner Stellungnahme zur Entscheidung über die Verfahrenseröffnung der Kommission an der Auffassung fest, dass keine Notwendigkeit bestehe, zwischen einem gesonderten Markt für Textil- und Stahlseilfördergurte zu unterscheiden, sondern dass Textilgurte und Stahlseilgurte einem gemeinsamen Markt für „schwere Fördergurte“ angehören. Zur Begründung dieser Ansicht heißt es in den Anmeldeunterlagen (S. 111): „*Unabhängig von ihrer Beschaffenheit (Gewebe/Stahlseil)*

---

<sup>78</sup> Regelmäßig dienen leichte Fördergurte dem Stückguttransport, während schwere Fördergurte zumeist dem Schüttguttransport dienen.

<sup>79</sup> Der Begriff „Stahlseilfördergurt“ wird hier synonym mit dem in der Industrie ebenfalls gebräuchlichen Terminus „Stahlcordfördergurt“ verwendet.

*sind (beide Gurtarten) für sämtliche Anwendungsbereiche verwendbar und austauschbar.*“ Diese Auffassung ist durch die Marktuntersuchung indes widerlegt worden.

89. Tatsächlich stützen die Ergebnisse der Marktuntersuchung die Auffassung der Kommission, dass Textilfördergurte nicht in die wettbewerbliche Würdigung des Marktes für *Stahlseilfördergurte* einzubeziehen sind.
90. Zunächst räumt selbst Continental ein, dass sich für den Kunden die Frage der Austauschbarkeit von Stahlseil- und Textilgurten regelmäßig nur bei Neuanlagen stellt<sup>80</sup>, weil auf bestehenden Stahlseilförderanlagen Textilgurte nicht ohne größere technische Modifikationen eingesetzt werden können. Im Regelfall werden bestehende Stahlseilgurtanlagen mit Stahlseilgurten, bestehende Textilgurtanlagen mit Textilgurten nachgerüstet<sup>81</sup>. Nur ein geringer Teil<sup>82</sup> des Geschäfts mit schweren Fördergurten entfällt aber auf das Geschäft mit der Ausrüstung neuer Anlagen.

*Stahl- und Textilgurte haben aufgrund ihrer unterschiedlichen Produkteigenschaften jeweils eigenständige Anwendungsbereiche*

91. Selbst beim verbleibenden Geschäft der Ausrüstung von neuen Anlagen mit Fördergurten ist die jeweilige Fördergurtart im Regelfall durch die jeweilige Fördergurtanwendung vorgegeben, da sich Textilgurte in ihren wesentlichen Eigenschaften grundsätzlich von Stahlseilfördergurten unterscheiden:
92. Wenn Continental auf S. 112 der Anmeldeunterlagen etwa die Auffassung vertritt, beide Gurtarten besäßen die „gleiche Reißfestigkeit“, so hat die Marktuntersuchung gezeigt, dass Textilgurte in den letzten Jahren zwar belastbarer geworden sein mögen, jedoch selbst die stärksten Textilgurte noch nicht einmal die Hälfte der Zugkräfte aushalten, die Stahlseilgurte aufzunehmen in der Lage sind<sup>83</sup>. Nach den Ergebnissen der Marktuntersuchung der Kommission entfällt nahezu die Hälfte der von den großen europäischen Braunkohlekunden verwendeten Gurte auf Belastungsklassen oberhalb der durch Textilgurte darstellbaren Reißfestigkeit<sup>84</sup>.

---

<sup>80</sup> Vgl. S. 111 der Anmeldeunterlagen; vgl. auch die Interviews mit Vattenfall und mit Semperit vom 31.8.2004.

<sup>81</sup> Zwar sind der Kommission auch einige Einzelfälle bekannt, in denen Textilgurte auf einer vorher auf Stahlseilgurte ausgelegten Anlage eingesetzt wurden (vgl. das von Continental in der Erwiderung auf die Beschwerdepunkte angeführte Beispiel eines 1250 N/mm-Gurtes bei [...]\*). Die Kommission ist in ihrer Untersuchung allerdings zu der Auffassung gelangt, dass es sich hier um Ausnahmefälle handelt, die nicht auf einen relevanten Wettbewerbsdruck von Seiten der Textilgurthersteller schließen lassen. Dies bestätigt auch das Beispiel des Textilgurtherstellers FennerDunlop, dem es nicht gelungen ist, mit seinen Textilgurten wesentliche Marktanteile im Stahlseilgurtbereich zu erringen. Zudem lag die Reißfestigkeit des Gurtes (1250N/mm) bei dem von Continental angeführten Beispiel für einen Wechsel unterhalb der Reißfestigkeit von „typischen“ Stahlseilfördergurten.

<sup>82</sup> Nach Schätzungen von Kunden und Wettbewerbern weniger als 10%, vgl. Interviews mit Vattenfall und mit Semperit vom 31.8.2004.

<sup>83</sup> Zwar gibt es nach Angaben von Continental heute vereinzelt Textilgurte mit einer Belastungsresistenz von bis zu 3150 N/mm. Die Belastbarkeit der stärksten Stahlseilfördergurte liegt dagegen bei bis zu 7800 N/mm.

<sup>84</sup> Die von Continental vorgetragene Schätzung, auf den Bereich der oberen Belastungsklassen (> 2500 N/mm) entfielen nur 5-10% des weltweiten (!) Nachfragevolumens für Stahlseilgurte hat sich jedenfalls für den europäischen Markt so nicht bestätigt. So entfallen bei den größten zwei Kunden über 60% der Nachfrage auf breite Gurte über 4500 N/mm (vgl. etwa Interview mit RWE vom 26.7.2004).

93. Die höhere Reißfestigkeit von Stahlseilgurten ist aber nicht das einzig ausschlaggebende Merkmal für die Wahl eines Stahlgurtes für bestimmte Anwendungen. Mindest ebenso wichtig ist nämlich die geringere *Elastizität* von Stahlseilgurten. Nach Angaben von Wettbewerbern<sup>85</sup> dehnen sich Textilgurte unter Belastung um bis zu 2% ihrer Länge, während Stahlseilgurte sich nur um 0,1% ausdehnen. Bei Förderanlagen, die sich mitunter über viele Kilometer erstrecken, ist dieser Unterschied von großer Bedeutung für die Wahl des Fördergurtes. Für alle längeren Anlagen ist damit ein Stahlseilfördergurt und nicht ein Textilfördergurt die erste Wahl.
94. Zwar mag es technisch theoretisch möglich sein, dieselbe Strecke durch den Einsatz vieler Ausgleichrollen und „Verkettung“ einer Vielzahl aneinander gereihter kürzerer Förderanlagen mit Textilgurten zu überbrücken. Eine solche Lösung ist allerdings ökonomisch nicht sinnvoll, denn sie erfordert nicht nur einen weitaus größeren technischen Aufwand (durch die notwendigen zusätzlichen Ausgleichs- und Umlenkrollen, zusätzlich benötigte Motoren und Stromversorgung<sup>86</sup>). Sie würde auch durch die Schaffung zusätzlicher Übergangs- und Auftreffstellen für das beförderte Material zwischen den einzelnen Förderanlagen die Abnutzung der Gurte wesentlich erhöhen. Je mehr Achsen, Motoren und Spannvorrichtungen eine Anlage aber benötigt, desto wartungsintensiver wird sie. Eine derart kostenintensive und technisch anfällige Lösung ist damit keine realistische Alternative für den Einsatz eines langen Stahlseilförderbandes<sup>87</sup>.
95. Nicht zu überzeugen vermag auch das von Continental vorgetragene Argument, dass Kunden bei langen Transportstrecken auf den Transport per LKW oder Schiene ausweichen könnten. Europäische Kunden haben sich nämlich – in Kenntnis dieser Abbaumöglichkeit – nahezu ausnahmslos für den Transport per Förderband entschieden. Im Übrigen würde eine solche Transportmöglichkeit (die im außereuropäischen Raum – z.B. in Südamerika – durchaus üblich ist) zwar den Einsatz von Stahlseilfördergurten verzichtbar machen, nicht aber begründen, warum Textilgurte in diesem Bereich ein Substitut für Stahlseilgurte sein können.
96. Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal zwischen Stahlseil- und Textilfördergurten besteht schließlich darin, dass Stahlseilgurte in der Lage sind, höheren Materialtemperaturen zu widerstehen als Textilgurte<sup>88</sup>.
97. Fördergurtkunden haben wegen der dargestellten Unterschiede eine klare Präferenz für die eine oder andere Gurtart, die vom jeweiligen Einsatzbereich abhängt<sup>89</sup>. Während textile Gurte eher für leichtere Güter und zum Transport über kürzere Strecken eingesetzt werden, werden Stahlseilgurte immer dann eingesetzt, wenn schweres Material über besonders lange Strecken transportiert werden muss. Das deutlichste Beispiel für eine „klassische“ Stahlseilanwendung ist der Braunkohletagebau. Hier werden zu 95% Stahlseilfördergurte eingesetzt. Ein Wechsel auf Textilfördergurte

---

<sup>85</sup> Vgl. z.B. Interview mit Herrn Hanson (*Bridgestone*) vom 26.7.2004.

<sup>86</sup> Auf diesen Punkt weist das Unternehmen *PPC* in seiner Antwort zu Frage 5 des 2. Fragebogens für Stahlseilgurtkunden hin.

<sup>87</sup> Vgl. z.B. Interview mit Herrn Hanson (*Bridgestone*) vom 26.7.2004; Antwort *PPC* zu Frage 5 des 2. Fragebogens für Stahlseilgurtkunden.

<sup>88</sup> Siehe Antwort *Beumer Maschinenfabrik* zu Frage 6 des 2. Fragebogens an Stahlseilgurtkunden.

<sup>89</sup> Siehe etwa Antwort Nr. 6 von *Kali & Salz* zum zweiten Fragebogen an Stahlseilgurtkunden.

kommt für diese Förderanlagen nicht in Betracht<sup>90</sup>. Auf diesen Einsatzbereich entfällt aber bereits über die Hälfte des gesamten europäischen Marktes für Stahlseilfördergurte. Auch für das Gros des übrigen Geschäfts ist die jeweils einzusetzende Gurtart entweder durch eine bestehende Förderanlage (für Stahl oder Textilgurte) oder aber die jeweilige Förderanwendung vorgegeben. Dem steht nicht entgegen, dass bei einigen Anwendungen (leichte Güter, kurze Strecken) tatsächlich die Errichtung einer neuen Stahl- oder Textilfördergurtanlage in Betracht kommt. Dieser Überlappungsbereich spielt jedoch im gesamten Stahlseilfördergurtmarkt, der im Wesentlichen durch das Geschäft mit der Ausrüstung bestehender Anlagen bestimmt wird, keine wettbewerblich signifikante Rolle.

98. Dementsprechend haben die Marktteilnehmer auch bestätigt, dass sich die Anwendungsbereiche von textil- und stahlverstärkten Gurten grundsätzlich unterscheiden. Nahezu einmütig haben Hersteller<sup>91</sup> und Kunden<sup>92</sup> die Frage, ob sie einen Stahlseilfördergurt durch einen Textilfördergurt für dieselbe Anwendung einsetzen könnten, verneint<sup>93</sup>.

*Aufgrund einer geringen Produktumstellungsflexibilität üben Textilgurtproduzenten keinen wesentlichen Wettbewerbsdruck aus*

99. Auch aus Anbietersicht besteht ein klarer Unterschied zwischen Stahlseil- und Textilfördergurten. Soweit Continental anführt, sämtliche schweren Fördergurte seien aus Anbietersicht austauschbar, weil sie auf den gleichen Maschinen hergestellt würden<sup>94</sup>, haben Wettbewerber dem klar widersprochen. Zwar trifft es zu, dass viele Abschnitte des Produktionsprozesses von Textil- und Stahlseilgurten sich gleichen. Entscheidend ist aber, ob Hersteller von Textilgurten kurzfristig und ohne größere Investitionen auf die Herstellung von Stahlseilgurten wechseln und so Wettbewerbsdruck auf die Hersteller von Stahlseilgurten ausüben könnten. Dies ist hier nicht der Fall.
100. Wenn Continental anführt, dass es für einen Wechsel der Produktion „nur“ des Austausches des jeweiligen Festigkeitsträgers bedürfe, so ist darauf hinzuweisen, dass der Wechsel auf Stahlseile in einer Textilgurtproduktionsstraße aufwendige und kostspielige Modifikationen erfordert. So müssen nicht nur Ständer für die Spulen der

---

<sup>90</sup> Antwort von RWE auf Frage 4 des Fragebogens für Stahlseilfördergurtkunden. Die Tatsache, dass es Einzelfälle geben mag, in denen kleinere Kunden auch Textil- oder „Fleximat“ Stahlgewebegurte einsetzen (vgl. Antwort auf die Beschwerdepunkte, Fn. 186), steht dem nicht entgegen.

<sup>91</sup> Vgl. die Antworten zu Frage 5 im ersten und zu Frage 7 im zweiten Fragebogen für Stahlseilfördergurthersteller.

<sup>92</sup> Vgl. die Antwort zu den Fragen 4 und 6 im 2. Fragebogen für Stahlseilgurtkunden, in dem explizit danach gefragt wurde, ob der jeweilige Kunde statt eines Stahlseilgurtes einen Textilgurt einsetzen könnte. Nur ein Kunde hat geantwortet, dass er „möglicherweise“ auch Textilgurte einsetzen könnte. Dieser Kunde verwendete allerdings nur Stahlseilgurte einer Festigkeitsklasse von 1100 N/mm.

<sup>93</sup> Das von Continental auf S. 112 der Anmeldung genannte Beispiel des Einsatzes von Textilgurten durch die Deutsche Steinkohle AG eignet sich nach Ansicht der Kommission nicht als Beispiel für die Austauschbarkeit beider Gurtarten. Die Textilgurte wurden nach Auskunft der Verwender ausschließlich aus Brandschutzgründen eingesetzt. Die lange Zeit bestehenden Unterschiede zwischen Stahlseil- und Textilfördergurten bei der Brennbarkeit und Rechtsvorschriften, die lange Zeit den Einsatz von Stahlseilgurten unter Tage verboten, sprechen eher gegen einen gemeinsamen Produktmarkt.

<sup>94</sup> Anmeldeunterlagen, S. 111.

bis zu hundert oder mehr in den Fördergurt vulkanisierten Stahlseile gekauft und eingebaut werden. Die Stahlseile müssen zudem unter Spannung zwischen die Gummideckplatten gefügt und einvulkanisiert werden, was den Erwerb und Einbau einer zusätzlichen Spannvorrichtung erfordert. Der Aufbau einer neuen Produktionslinie für Stahlseilfördergurte unter Verwendung einer bestehenden Textilgurtanlage erfordert also erhebliche finanzielle Investitionen, die Continental selbst mit mindestens 2 Mio. EUR angibt. Die Herstellung von Stahlseilfördergurten ist also nicht nur technologisch aufwendiger und erfordert aufgrund der notwendigen Produktion in einer fortlaufenden Anlage mehr Platz als die Produktion von Textilgurten. Sie erfordert auch ein spezifisches Produktions-Know-how<sup>95</sup> – etwa in Bezug auf die Herstellung einer Gummi-Mischung, die sich dauerhaft mit den Stahlseilen verbindet. Nach Auskunft von Wettbewerbern ist daher allenfalls ein Wechsel von der Produktion eines Stahlseilgurtes auf einen Textilgurt innerhalb derselben Produktionslinie sinnvoll. Es habe dagegen ökonomisch wenig Sinn, auf bisher auf Textilgurte ausgelegten Produktionslinie auf die Stahlseilgurtproduktion zu wechseln<sup>96</sup>.

101. Schließlich unterscheidet sich auch der Kundenkreis im Textil- und im Stahlseilfördergurtbereich erheblich: So betrifft der Stahlseilbereich zumeist mehr Anwendungen, deren Kunden höhere Anforderungen an die Qualifikation des Gurtes stellen als im Textilgurtbereich. Damit unterscheidet sich auch das für den Vertrieb beider Gurtarten notwendige Know-how<sup>97</sup>.
102. Da die Marktstellung von Continental und Phoenix bei Textilgurten auch nach einem Zusammenschluss wettbewerbsrechtlich unbedenklich wäre, beschränken sich die weiteren Ausführungen zu den schweren Fördergurten auf den Bereich der Stahlseilfördergurte<sup>98</sup>.

#### **bb) Der räumliche Markt für schwere Stahlseilfördergurte ist allenfalls europaweit**

103. Noch in der Fusionsanmeldung vertrat Continental die Ansicht, der Markt für alle Arten schwerer Fördergurte sei „weltweit, zumindest aber europaweit abzugrenzen“. Von der Möglichkeit einer europaweiten Marktdefinition ist die anmeldende Partei aber inzwischen abgerückt; sie vertritt nunmehr die Auffassung, der Markt für schwere Fördergurte sei in jedem Fall weltweit abzugrenzen.
104. Die Ergebnisse der vertieften Marktuntersuchung sprechen indes gegen klar gegen einen weltweiten Markt. Obwohl bestimmte Faktoren sogar für das Vorliegen nationaler Märkte sprechen, hält die Kommission den Stahlseilgurtmarkt im Ergebnis für europaweit.

---

<sup>95</sup> Vgl. Interview mit Fenner Dunlop am 28.7.2004.

<sup>96</sup> Vgl. die Antwort von *Metso* zu Frage 4 des 1. Fragebogens für Stahlseilgurthersteller: “*The production cannot be switched from textile belts to classical steel cord belts without major investments and upgrading of existing production facilities.*” Vgl. zur Frage der Produktionsumstellung auch Frage 21 des 2. Fragebogens für Stahlseilfördergurthersteller.

<sup>97</sup> Siehe Antwort von *Metso* zu Frage 5 des 1. Fragebogens für Stahlseilgurthersteller.

<sup>98</sup> Auf eine weitere Differenzierung innerhalb der Stahlseilfördergurte (z.B. Gurte für den Braunkohletagebau) wird hier verzichtet, da die Marktstellung der Zusammenschlussparteien schon im Gesamtmarkt der Stahlseilfördergurte dominant wäre. Im Markt der Spezialitätengurte ergeben sich nach den Erkenntnissen der Kommission dagegen keine Wettbewerbsprobleme.

**(1) Importe von außerhalb Europas spielen im Markt für schwere Stahlseilfördergurte keine Rolle**

105. Europäische Kunden haben eine klare Präferenz für europäische, oft sogar für nationale Hersteller von Stahlseilfördergurten<sup>99</sup>. Mögen Fördergurte aufgrund der führenden Rolle der beiden großen deutschen Stahlseilgurthersteller bei der Gurttechnik auch durchaus in andere Regionen der Welt exportiert werden (möglicherweise sogar aufgrund von Ausschreibungen<sup>100</sup>), so ändert dies nichts an der Tatsache, dass ein spürbarer Wettbewerbsdruck von außerhalb Europas auf europäische Fördergurthersteller nicht ausgeht.

106. So haben alle führenden Hersteller von Fördergurten eine Produktionsstätte in Europa, von der aus sie die europäischen Kunden beliefern. Die Importquote von [0-10%]\* setzt sich vor allem aus Kleinstmengen zahlreicher Einzellieferanten zusammen, die als Wettbewerber für Continental oder Phoenix erkennbar keine Rolle spielen.

**(2) Es gibt hohe und offensichtlich effektive Barrieren für den Zugang zum europäischen Markt von außerhalb Europas**

107. Nicht zuletzt wegen ihres hohen Gewichts bereitet der Transport von Stahlseilgurten über längere Strecken hinweg zunehmend Schwierigkeiten. Da Rollen mit Stahlseilfördergurten mittlerweile bis zu 50 t wiegen, ist ein Transport auf der Straße nicht mit einem normalen LKW durchzuführen. Umso größer sind die Probleme, wenn es darum geht, einen Gurt - etwa aus Asien - buchstäblich um die halbe Welt zu transportieren. Dabei kommen zu den reinen Transportkosten, die von Wettbewerbern etwa beim Export aus Asien auf [5-20%]\* geschätzt werden<sup>101</sup>, noch die Zölle, die bei der Einfuhr nach Europa zu entrichten sind. Derzeit beträgt der Einfuhrzoll für Stahlseilfördergurte immerhin 6,5 % des Warenwertes<sup>102</sup>. Dazu zu addieren sind noch die Zinskosten während des mehrwöchigen Transportes und etwaige Lagerkosten die entstehen, um Mindestmengen bestimmter Gurtarten in Europa vorrätig zu halten<sup>103</sup>. Insgesamt zeigt sich, dass importierte Gurte einen Kostennachteil gegenüber einheimischen Gurten haben.

108. Kunden geben weiterhin an, dass sie außereuropäische Gurte auch wegen deren schlechterer Qualität meiden<sup>104</sup>, die z.T. auf eine unterschiedliche

---

<sup>99</sup> Vgl. etwa die Beispiele von PPC (IMAS/Conti, Griechenland) oder RWE und Vattenfall (Phoenix/Conti, Deutschland).

<sup>100</sup> Entscheidend ist für die Marktabgrenzung könnte die Frage sein, ob außereuropäische Kunden bei weltweiten Ausschreibungen erfolgreich sind. Große Anbieter wie etwa RWE führen aber schon keine solchen weltweiten Ausschreibungen durch, vgl. Interview mit RWE 26.07.2004; vgl auch *Goodyear*, Antwort zu Frage 10 im 1. Fragebogen für Wettbewerber im Stahlseilfördergurtmarkt: „...nicht sehr verbreitet“.

<sup>101</sup> Siehe Antwort *Bridgestone* zu Frage 30 des 2. Fragebogens für Stahlseilgurthersteller; Interview mit Cobra vom 22.07.2004.

<sup>102</sup> Vgl Fn. 45.

<sup>103</sup> Entgegen der Ansicht von Continental ist die Lagerung bestimmter Gurtmengen in der Nähe der Kunden schon deshalb notwendig, um im Schadensfall rasch für Ersatz sorgen zu können.

<sup>104</sup> Siehe Antwort *Beumer Maschinenfabrik* zu Frage 22 des 2. Fragebogens für Stahlseilgurtkunden.

Materialzusammensetzung zurückzuführen sei<sup>105</sup>. Ausländische Gurte besäßen teilweise nicht das notwendige ISO-Zertifikat<sup>106</sup>. Auch die langen Lieferfristen außereuropäischer Wettbewerber und die Gefahr möglicher Lieferengpässe schrecken Kunden vom Kauf außerhalb Europas ab<sup>107</sup>.

109. Als besonders abschottend gegenüber Exporten erweist sich das im Stahlseilfördergurtbereich einer etwaigen Gurtanschaffung vorgeschaltete Qualifikationsverfahren. Gerade Stahlseilfördergurte sind jeweils auf die individuellen Anforderungen des jeweiligen Förderbandes zugeschnitten. Da die Kunden auf einen absolut reibungslosen Betrieb angewiesen sind, schaffen alle großen Kunden einen Gurt (etwa im Braunkohlebereich) nur dann an, wenn er zuvor ausgiebig in Labor und Praxis getestet wurde. Während dieser Testphase, aber auch während des eigentlichen Betriebes arbeiten Kunde und Hersteller eng zusammen. Sprachliche Barrieren können dabei, neben der bloßen Entfernung und schwereren Erreichbarkeit der Ansprechpartner, ein entscheidendes Manko für den Zutritt auf den europäischen Markt sein<sup>108</sup>.

**(3) Die Marktanteile der Hauptwettbewerber in den verschiedenen Regionen unterscheiden sich stark, was darauf schließen lässt, dass ein gegenseitiger Wettbewerbsdruck nicht ausgeübt wird**

110. Dass sich die Wettbewerbsverhältnisse in Europa stark von denen in anderen Regionen (etwa Nord- und Südamerika oder Asien) unterscheiden, wird auch an der unterschiedlichen Stellung der Wettbewerber in den verschiedenen Regionen deutlich. So ist es etwa Goodyear oder Bridgestone nicht gelungen, ihre starke Marktstellung in den Vereinigten Staaten auf Europa zu übertragen (Marktanteil in Europa: [ $<5\%$ ]\* %). Umgekehrt erzielt Continental im nordamerikanischen Markt nur geringe Umsätze ([5-15]\* Mio. EUR mit Stahlseil- und Textilgurten im Jahr 2003<sup>109</sup>).

111. Dass es faktisch keinen Wettbewerbsdruck von außerhalb Europas für europäische Hersteller gibt, lässt sich schon daraus ableiten, dass in Europa trotz laut Anmeldung bestehender riesiger Überkapazitäten im chinesischen Markt (genannt werden Überkapazitäten von 250.000t/a, etwa die Größe des europäischen Marktes) Importe aus China erkennbar keine Rolle spielen. Kein von der Kommission befragter Kunde hat angegeben, Gurte bei chinesischen Herstellern zu beziehen.

112. Daher geht die Kommission von einem allenfalls europaweiten Markt für Stahlseilfördergurte aus.

---

<sup>105</sup> Interview mit Bridgestone vom 26.7.2004.

<sup>106</sup> Siehe Antwort *Koch Transporttechnik* zu Frage 22 des 2. Fragebogens für Stahlseilgurtkunden.

<sup>107</sup> Siehe Antwort PPC zu Frage 20 des 2. Fragebogens an Stahlseilgurtkunden und Antwort *Koch Transporttechnik* zu Frage 22 des 2. Fragebogens für Stahlseilgurtkunden.

<sup>108</sup> Siehe Antwort *Koch Transporttechnik* zu Frage 22 des 2. Fragebogens für Stahlseilgurtkunden.

<sup>109</sup> Der Marktanteil von Continental am Gesamtmarkt für schwere Fördergurte in den NAFTA-Ländern wird mit [ $<5\%$ ]\* angegeben.

## **i) SCHWERE FILTERGURTE**

### **aa) Relevanter Produktmarkt**

113. Continental schlägt vor, einen eigenen Produktmarkt für *Spezialitätengurte* zu definieren. Spezialitätengurte sind danach für spezifische Anwendungsbereiche weiterentwickelte schwere Fördergurte, die durch einen erhöhten Produktionsaufwand sowie spezielles, anwendungsspezifisches Know-how gekennzeichnet sind. Die einzigen Spezialitätengurte, die Continental und Phoenix produzieren, sind Filtergurte und Rohr- oder Rollgurte. Dabei kommt es nur bei Filtergurten zu erheblichen Marktanteilsadditionen.
114. Schwere Filtergurte sind perforierte Gurte, die vor allem dazu dienen, feuchten Stoffen die während des Transports die Flüssigkeit zu entziehen. Dazu wird z.T. (in sog. Vakuumfilteranlagen) Unterdruck eingesetzt, mit dessen Hilfe die Flüssigkeit abgesaugt wird. Es gibt einige Anzeichen dafür, dass Filtergurte einen gesonderten Markt innerhalb der schweren Fördergurte bilden und keinem umfassenden Gesamtmarkt der Spezialitätengurte zuzurechnen sind. Dafür spricht nicht nur der völlig andere Anwendungsbereich gegenüber Rohrgurten und anderen schweren Fördergurten. Auch erfordert die Herstellung von Filtergurten ein unterschiedliches Know-how und zudem Werkzeug, das sich von dem zur Herstellung anderer Spezialitätengurte notwendigen unterscheidet. Letztlich kann die Frage, ob es sich bei den Filtergurten um einen eigenständigen Markt handelt, aber offen bleiben, da auch bei der Abgrenzung eines eigenständigen Filtergurtmarktes ein Entstehen einer marktbeherrschenden Stellung, durch die der Wettbewerb im Gemeinsamen Markt erheblich behindert würde, nicht zu befürchten ist.

### **bb) Räumlicher Markt**

115. Der individuelle Zuschnitt von Filtergurten auf den jeweiligen Anwender scheint, wie im Markt für Stahlseilfördergurte, eher für einen europaweiten Markt zu sprechen. Auf der anderen Seite handelt es sich bei den Filtergurten allerdings um ein Nischenprodukt, für das es weltweit überhaupt nur wenige Nachfrager und Hersteller gibt.
116. Da die wettbewerbliche Analyse auch bei Annahme eines europaweiten<sup>110</sup> Marktes nicht zum Entstehen einer marktbeherrschenden Stellung führt, durch die der Wettbewerb im Gemeinsamen Markt erheblich behindert würde, kann die Frage der geographischen Marktabgrenzung hier offen gelassen werden.

## **2. AUSWIRKUNGEN DES ZUSAMMENSCHLUSSES**

### **a) LUFTFEDERN FÜR NUTZFAHRZEUGE (OEM/OES)**

#### **aa) Nach der Fusion wären Continental/Phoenix die mit Abstand stärksten Anbieter mit sehr hohen Marktanteilen**

117. Nach den von Continental vorgelegten Marktanteilen entfielen auf Continental und Phoenix [60-70%]\* des im EWR-Raum mit Verkäufen von Luftfedern (OEM/OES) im Jahr 2003 erzielten Umsatzvolumens (Continental: [40-50%]\*; Phoenix: [10-15%]\*). Die vertiefte Untersuchung bestätigte die von Continental vorgelegte Schätzung im Wesentlichen<sup>111</sup>.

---

<sup>110</sup> Die Marktanteile in einem weltweit definierten Markt sind geringer als in einem europäischen Markt.

<sup>111</sup> Die Umsatzzahlen enthalten auch die Umsätze von Continental und Phoenix für Kabinen- und Sitzfedern. Selbst wenn man von einem gesonderten Markt für Kabinen- und Sitzfedern ausginge, würden sich die

Phoenix ist nach den Erkenntnissen der Kommission mit einem Marktanteil von [15-20%]\* der zweitgrößte Wettbewerber nach Continental. Hauptwettbewerber sind CF Gomma und Firestone (jeweils [10-15%]\*) sowie Goodyear [5-10%]\*.

#### Umsätze und Marktanteile für Nfz-Luftfedern (OEM/OES, Europa 2003)

	Umsatz Nfz-Luftfedern in Mio. EUR	Marktanteil
Continental	[60-70]*	[40-50%]*
Phoenix	[20-25]*	[15-20%]*
<b>Continental/ Phoenix</b>	<b>[80-90]*</b>	<b>[60-70%]*</b>
CF Gomma	[15-20]*	[10-15%]*
Firestone	[15-20]*	[10-15%]*
Goodyear	[10-15]*	[5-10%]*
Sonstige	[0-5]*	[0-5%]*
Summe	[130-140]*	100%

118. Die Zahlen für die Jahre 2001 und 2002 weisen für alle Wettbewerber keine wesentlichen Veränderungen auf. Continental/Phoenix hatte in beiden Jahren einen Marktanteil von [60-65%]\*. Sie zeigen jedoch einen positiven Trend für Phoenix, die ihren Marktanteil um 3 Prozentpunkte steigern konnte, während derjenige von Continental [...]\*

119. Der Abstand zu den drei größten Wettbewerbern, CF Gomma aus Italien sowie Firestone und Goodyear aus den USA<sup>112</sup>, würde sich durch die Transaktion wesentlich vergrößern. Das fusionierte Unternehmen Continental/Phoenix wäre viermal so groß wie der nächste Wettbewerber und hätte die mit Abstand größte Kundenbasis aller Wettbewerber.

120. Ein Marktanteil von über 60% legt bereits die Vermutung nahe, dass die geplante Übernahme zu einer marktbeherrschenden Stellung von Continental führen würde. Der Wert des Herfindahl-Hirschman-Indexes (HHI) betrüge [3500-4000]\*, die Veränderung [1250-1750]\*. Auch aus diesen Zahlen lässt sich bereits die Vermutung ableiten, dass die Fusion den Unternehmen einen wettbewerblichen Verhaltensspielraum eröffnet, den die verbleibenden Wettbewerber nicht wirksam begrenzen können.

---

Marktanteile der Zusammenschlussparteien und der übrigen Wettbewerber im Markt für Luftfedern für Nutzfahrzeuge (ohne Sitz- und Kabinenfedern) nicht signifikant verändern (+/- 1-2%).

<sup>112</sup> Firestone ist ein amerikanisches Unternehmen, das zur japanischen Bridgestone-Gruppe gehört.

**bb) Die Fusion würde die beiden führenden Wettbewerber im europäischen Markt zusammenbringen**

121. Continental und Phoenix sind nicht nur nach Marktanteilen der führende und der zweitgrößte Hersteller von Luftfedern in Europa, sondern liegen auch in wesentlichen Wettbewerbsparametern eng beieinander. Dies hat auch eine Befragung der – für den Erfolg der Hersteller insoweit maßgeblichen<sup>113</sup> – Kunden bestätigt. So hat die Kommission Kunden und Wettbewerber gebeten, die im europäischen Markt vertretenen Hersteller in sechs Kategorien in eine Reihenfolge zu bringen („technische Kompetenz/Innovation“, „Qualität/Zuverlässigkeit“, „Kundendienst/Support“, „bisherige Erfahrungen“, „Preis“ und „freie Kapazität“).
122. Die von Continental vertretene Ansicht, Phoenix sei im Nutzfahrzeug-Luftfedermarkt nur ein relativ unbedeutender Wettbewerber wird durch die von der Kommission durchgeführte Marktbefragung nicht gestützt. Aus Sicht der Kunden liegen entweder Continental oder Phoenix in den meisten dieser Eigenschaften auf Platz eins oder zwei<sup>114</sup>. Durch den Zusammenschluss würde daher ein Unternehmen aus dem Markt ausscheiden, das von den Kunden als stärkster Wettbewerber von Continental angesehen wird.
123. Ein ähnliches Bild ergibt sich aus den Antworten der Wettbewerber zur selben Frage. Hier ist Continental in den vier Kategorien Innovation, Qualität, Kundendienst und gemachte Erfahrungen das beste Unternehmen. Phoenix gehört zu den günstigsten Unternehmen. Lediglich die Kategorie freie Kapazitäten geht an Goodyear, gefolgt von Continental.

**cc) Bei den betrachteten Märkten handelt es sich nicht um klassische Ausschreibungsmärkte**

124. Continental hat vorgetragen, dass es sich beim Markt für Nutzfahrzeugluftfedern um einen Ausschreibungsmarkt handele und daher auch Marktanteile wie im vorliegenden Fall keine Marktbeherrschung bedeuteten, da es auch nach einer Übernahme noch mindestens drei glaubwürdige, marktstarke Mitbieter gebe. Zur Untermauerung dieser These hat Continental ein Gutachten vorgelegt, das sich mit den Wettbewerbsverhältnissen auf Ausschreibungsmärkten beschäftigt.
125. Continental bzw. die beauftragte Firma Lexecon beschreibt in dem Gutachten den Einkaufsprozess der Kunden als einen mehrstufigen Prozess, an deren Beginn stets eine Ausschreibung stehe. Auf den Wettbewerb um die Entwicklung eines Modells folgten der Wettbewerb um den Erstauftrag und im Anschluss daran noch verschiedene Wettbewerbe um die Anschlusskontrakte. Nach Ansicht der Kommission treffen die von Continental in seiner Stellungnahme und dem vorgelegten Gutachten getroffenen Modellannahmen möglicherweise auf andere Ausschreibungsmärkte – etwa im

---

<sup>113</sup> Soweit Continental in seiner Antwort auf die Beschwerdepunkte zu bedenken gibt, dass die Eingruppierung von Wettbewerbern durch Kunden nach vorgegebenen Kategorien nur eine geringe Aussagekraft habe, zumal die Antwort auch stark davon abhängt, wer Lieferant des jeweiligen Kunden sei, ist darauf hinzuweisen, dass auch Kunden, die keine aktuelle Lieferbeziehung zu einem bestimmten Lieferanten unterhalten, eine fundierte Aussage machen können, da sie sich über dessen Leistungsfähigkeit insbesondere durch Angebotseinholungen informieren können. In jedem Fall spielt die Sicht der Kunden für den Erfolg im Wettbewerb eine maßgebliche Rolle.

<sup>114</sup> In den Kategorien „Innovation“, „Qualität“ und „freie Kapazität“ führt Continental vor Phoenix, während Phoenix aus Kundensicht im Bereich „Kundendienst“ führend ist und Continental den zweiten Platz belegt.

Automobilsektor - zu. Die Marktuntersuchung der Kommission hat jedoch ergeben, dass die tatsächlichen Marktverhältnisse jedenfalls im Bereich Nutzfahrzeug-Luftfedern nicht den von Continental geschilderten entsprechen.

126. Insbesondere hat die Befragung der Marktteilnehmer im Hinblick auf ihren Einkaufsprozess<sup>115</sup> ergeben, dass Continental die Bedeutung von Ausschreibungen für den gesamten Luftfedermarkt deutlich überschätzt. Die Marktuntersuchung der Kommission hat gezeigt, dass der Markt für Nutzfahrzeug-Luftfedern allenfalls in Teilen als Ausschreibungsmarkt beschrieben werden kann. Unstreitig liegt jedenfalls kein „offener“ Ausschreibungsmarkt vor, bei dem ein transparentes Verfahren dadurch gewährleistet wird, dass alle Angebote veröffentlicht bzw. allen Wettbewerbern zugänglich gemacht werden und bei dem zumindest jeder Anbieter die gleiche Chance hätte, teilzunehmen<sup>116</sup>.

127. Tatsächlich haben von den 18 Kunden, deren Antworten die Kommission auswerten konnte, 9 angegeben, *gar keine* Ausschreibungen durchzuführen. Dies gilt nicht nur für kleinere Nachfrager, bei denen sich schon aufgrund der Stückzahl keine Ausschreibung rechnet, sondern auch für größere Kunden. Auch unter den Großkunden, die gelegentlich Ausschreibungen durchführen, gibt es Fälle, bei denen Aufträge ohne Ausschreibung vergeben werden. Auch die verbleibenden „Ausschreibungen“ sind aber vielfach von vorneherein auf wenige, ausgewählte Marktteilnehmer beschränkt. Diesen Umstand beschreibt das Unternehmen Phoenix wie folgt:

*„Larger contracts from OEM/OES usually start with a „request for quotation“, however, only known partners receive such RFQ. Without close contact to the OEM/OES it does not come to attention to suppliers that a new demand is negotiated. Additionally, OEM/OES do not reveal all their decision parameters and necessary information in RFQs. (...) the whole process does not represent the typical characteristics of tenders (open communication of requirements, availability of full documentation, transparent process steps and a minimum equality of chances for all applicant, final decisions). It is hard for a new supplier to find out even basic project facts and whereabouts<sup>117</sup>.“*

128. Einer der Gründe für das Fehlen offener Ausschreibungen auch bei großen Herstellern<sup>118</sup> ist offenbar auch die große Sensibilität der Daten, die für eine Ausschreibung nötig wären. Hersteller scheuen sich nach Angaben von Wettbewerbern davor, Daten über die

---

<sup>115</sup> Vgl. Frage 14 im 2. Fragebogen an Nutzfahrzeug-Luftfederkunden.

<sup>116</sup> Vgl. etwa zu einem „klassische“ Ausschreibungsfall, der das Ausschreibungsverfahren bei der Vergabe von Aufträgen für Busse betraf, den Fall MAN/Auwärter (Entscheidung vom 20.6.2001, COMP M.2201).

<sup>117</sup> Deutsche Übersetzung: *Größere Auftragsvergaben beginnen gewöhnlich mit einer sog. „request for quotation“ (RFQ), die jedoch nur an bekannte Partner gerichtet wird. Ohne engen Kontakt zu den OEM/OES erfahren die Hersteller gar nicht dass ein neuer Auftrag vergeben wird. Zudem decken die OEM/OES nicht alle Entscheidungsparameter und notwendigen Informationen in ihren RFQs auf. (...) der ganze Prozess zeigt nicht die typischen Charakteristika eines Ausschreibungsverfahrens (offene Übermittlung der Anforderungen, Verfügbarkeit der vollen Dokumentation, transparente Ausschreibungsschritte, eine minimale Chancengleichheit aller Bieter, endgültige Vergabeentscheidungen). Es ist schwer für einen neuen Hersteller, auch nur die grundlegenden Fakten und Umstände eines Projekts in Erfahrung zu bringen.* (Siehe Antwort zu Frage 3 von Phoenix im 2. Fragebogen an Hersteller von Nutzfahrzeugluftfedern).

<sup>118</sup> Siehe z.B. Antworten von CF Gomma zum Verkaufsprozess im 1. Fragebogen an Hersteller von Nutzfahrzeugluftfedern.

technischen Einzelheiten des geplanten Fahrzeuges offen zugänglich zu machen<sup>119</sup>. Das Marktvolumen, das überhaupt in einer zumindest ausschreibungsähnlichen Form vergeben wird, schätzt die Kommission auf unter 50%. Im Rest der Fälle nehmen die Kunden einfach mit einzelnen Anbietern Kontakt auf, woran sich längere Verhandlungen anschließen, die dann zu einem Vertragsabschluss führen.

129. In einem solchen Verfahren hat aber der bisherige Lieferant immer Vorteile, da ein Wechsel des Herstellers oder auch nur die Hereinnahme eines weiteren Lieferanten für den Käufer stets mit Kosten verbunden ist<sup>120</sup>. Es ist daher nicht erstaunlich, dass es in diesem Markt selten ist, dass Hersteller den Hauptlieferanten wechseln.
130. Dementsprechend trifft es nach den Erkenntnissen der Kommission gerade nicht zu, dass die Mehrzahl der Hersteller in einer Art „regelmäßigem Bieterwettbewerb“ ihr Auftragsvolumen für ein Modell ca. alle drei Jahre neu ausschreibt bzw. durch „Benchmarking“ neu vergibt. Insofern geht auch die Grundannahme der von Continental vorgetragenen Argumente zur Charakterisierung des Marktes als Bietermarkt fehl. Vielmehr determiniert der Erfolg beim Erstauftrag in der Regel das Lieferantenverhältnis für die gesamte Produktionsdauer des Modells. Auf die Frage, ob sie regelmäßig mit ein- und demselben Hauptlieferanten zusammenarbeiteten oder diesen in den letzten 3 Jahren gewechselt hätten, gaben 72% der Befragten an, mit ein- und demselben Hauptlieferanten zusammenzuarbeiten<sup>121</sup>. Unter diesen 13 Unternehmen befinden sich alle großen LKW-Hersteller.
131. Dieses Ergebnis erscheint auch deshalb nicht verwunderlich, als die Produkte überwiegend in Zusammenarbeit mit dem Kunden maßgeschneidert entwickelt werden. Gerade bei den großen LKW-Herstellern sind, wie geschildert, zudem so genannte Entwicklungspartnerschaften üblich, bei denen es auch auf das persönliche Miteinanderauskommen der Ingenieurteams ankommt.
132. Continental ist der Auffassung, dass ein Auftrag im Wesentlichen in verschiedenen Schritten abläuft: Die Entwicklungsphase, oft als Entwicklungspartnerschaft gestaltet, der Erstauftrag zur Produktion und die Vergabe eines oder mehrerer weiterer Produktionsaufträge während der Produktionszeit des Fahrzeugmodells. Auch Continental zufolge besteht aber eine 90%-ige Chance für den Anbieter, der den Entwicklungsauftrag erhalten hat, auch den anschließenden Erstauftrag zur Herstellung zu erhalten.
133. Tatsächlich ist nach den Erkenntnissen der Kommission die Vergabe auch nur eines Teils der Produktion an einen weiteren Anbieter von Luftfedern äußerst selten. Eine Mehrheit von 70 % der befragten Kunden hat angegeben, dass der Erstlieferant für die

---

<sup>119</sup> Siehe Antwort zu Frage 16 von Phoenix im 2. Fragebogen an Hersteller von Nutzfahrzeufluftfedern. Aus diesem Grund verwenden die Hersteller auch strenge Vertraulichkeitserklärungen, falls sie überhaupt Ausschreibungen durchführen.

<sup>120</sup> Bis auf wenige Ausnahmen geben die befragten Kunden an, dass die Hereinnahme eines Zweitlieferanten in der Praxis Schwierigkeiten bereitet. Als Ursache werden vor allem die mit einem Lieferantenwechsel verbundenen Kosten (etwa für Tests und Qualifikationen) genannt. Die meisten antwortenden Kunden gaben daher an, dass sich angesichts der geringen Liefervolumina ein Wechsel oder die Qualifikation eines neuen Herstellers nicht rechne, vgl. Antworten zu Frage 27 des zweiten Fragebogens für Kunden im Nutzfahrzeug-Luftfederbereich.

<sup>121</sup> Antworten zu Frage 34 des zweiten Fragebogens für Kunden im Nutzfahrzeug-Luftfederbereich.

gesamte Produktionslaufzeit liefert und kein weiterer Lieferant zum Zuge kommt<sup>122</sup>. Lediglich ein Drittel berücksichtigt in der Regel nach Ablauf der ersten 3 Jahre nach Einführung der Feder einen weiteren Lieferanten, jedoch meist nur mit einem geringeren Prozentsatz. Daher ist es für den Erfolg eines Anbieters im Markt entscheidend, bereits bei der Vergabe des Entwicklungsauftrags zu reüssieren, bedeutet doch, im Gegensatz zur Auffassung von Continental, die Festlegung auf einen Entwicklungspartner sehr wohl auch eine Vorentscheidung für die späteren Lieferkontrakte.

**dd) Mit dem Wegfall von Phoenix reduziert sich der Wettbewerbsdruck für Continental erheblich**

134. Die Übernahme von Phoenix durch Continental würde nicht nur zu einer Addition von Marktanteilen und Produktions-Know-how führen, sondern auch den Wettbewerbsdruck, dem Continental bisher ausgesetzt war, erheblich mindern. Phoenix wurde von Kunden in der Beurteilung seiner Stärken und Schwächen für den Bereich technische Kompetenz/Innovation als der nächste Wettbewerber von Continental eingestuft und ist preislich günstiger als Continental. Diese Konstellation spiegelt sich auch im Verhalten der Kunden bei der Auftragsvergabe wieder, bei der Phoenix der häufigste direkte Konkurrent von Continental ist.

*Phoenix galt als besonders innovativer Wettbewerber*

135. Die Kommission hat die Kunden gefragt, welche der sechs Eigenschaften der Hersteller ihnen am wichtigsten seien. Als Reihenfolge ergab sich Qualität und Zuverlässigkeit, technische Kompetenz/Innovation und Preis. Aus Kundensicht wird Phoenix im zweiten dieser drei Bereiche als der engste Wettbewerber von Continental eingeschätzt. Im Bereich technische Kompetenz wird Continental als Nummer 1 gesehen, Phoenix als Nummer 2<sup>123</sup>. Continental und Phoenix werden von den meisten befragten Marktteilnehmern als die technologisch führenden, innovativsten Hersteller von Luftfedern im OEM/OES-Bereich angesehen. Es gebe nach einem Zusammenschluss keinen weiteren Wettbewerber, der über eine ähnlich breite Produktpalette verfüge wie die Zusammenschlussparteien. Viele Kunden haben aus diesem Grund Bedenken geäußert, dass es angesichts der beträchtlichen Marktmacht einer fusionierten Continental/Phoenix zu Preiserhöhungen kommen könnte.

*Phoenix ist der engste Wettbewerber, wenn mehrere Wettbewerber um ein Angebot konkurrieren*

136. Diese wettbewerbliche Nähe der beiden Fusionsparteien spiegelt sich auch in den Ergebnissen der Anfragen der Kunden bei den Herstellern von Luftfedern und deren Rangliste der abgegebenen Angebote wieder. Die Kommission hat die Lieferbeziehungen von 18 Kunden analysiert<sup>124</sup>. Neun Kunden vergaben ihre Aufträge direkt ohne Ausschreibung bzw. an mehrere Hersteller gerichtete

---

<sup>122</sup> Antworten zu Frage 26 des zweiten Fragebogens für Kunden im Nutzfahrzeug-Luftfederbereich.

<sup>123</sup> Antworten zu Frage 41 des zweiten Fragebogens für Kunden im Nutzfahrzeug-Luftfederbereich. Von 13 Kunden, die geantwortet haben, darunter alle großen LKW- und Achsen/Anhänghersteller mit Ausnahme von ZF Sachs, haben neun Continental als innovativsten Wettbewerber genannt. Phoenix/Vibracoustic wurde einmal als innovativstes Unternehmen und sechsmal als zweiter in diesem Bereich genannt, davon fünfmal hinter Continental als Nummer 1, und ist damit sowohl in der absoluten Nennung Nummer 2 als auch relativ zu Continental Nummer 2.

<sup>124</sup> Antworten zu Frage 18 des zweiten Fragebogens für Kunden im Nutzfahrzeug-Luftfederbereich.

Angebotsaufforderungen. In diesen Fällen ging der Vertrag in [...] Fällen an eine der beiden Fusionsparteien (in [...] Fällen an Continental und [...] an Phoenix). In drei Fällen wurde mehr als ein Lieferant berücksichtigt. Bei den verbleibenden neun Kunden, die mehrere Wettbewerber zur Angebotsaufgabe aufforderten bzw. Ausschreibungen veranstalteten, waren 15 Aufträge zu vergeben. Insgesamt gab es somit 18 Angebotsanfragen, bei denen mehr als ein Anbieter im Spiel war. Bei 9 dieser 18 Angebotsanfragen nahmen sowohl Continental als auch Phoenix teil bzw. wurden angefragt. In [...] Fällen gewann entweder Phoenix oder Continental, und der jeweils andere kam auf Platz 2. In einem Fall wurde Continental Zweiter und Phoenix Dritter. Somit wurden in [70-80%] aller Aufträge, für die sich beide Fusionsparteien bewarben, bzw. in [30-40%] aller offenen Auftragsvergaben diese als nächste Wettbewerber eingestuft. Firestone wurde nur fünfmal zusammen mit Continental angefragt und hingegen war nur in zwei dieser Fälle bzw. 11% aller Angebotsanfragen der nächste Wettbewerber von Continental.

*Keine wesentliche Änderung der wettbewerblichen Würdigung bei gesonderter Betrachtung der zwei Segmente LKW-/Bus- und Achs-/Trailergeschäft*

137. Continental schlägt in seiner Erwiderung auf die Beschwerdepunkten der Kommission vor, den Markt für Nfz-Luftfedern in zwei Segmente zu unterteilen: LKW- und Bushersteller einerseits und Achsen- und Anhängerhersteller andererseits. Zwar ist die Kommission wie oben dargelegt der Auffassung, dass eine solche Unterteilung des relevanten Produktmarktes für nicht geboten hält. Unterstellt man jedoch die Richtigkeit dieser Annahme, so zeigt sich, dass ein kombiniertes Unternehmen Continental/Phoenix im Segment Achsen und Anhänger mit [50-60%] immer noch der mit Abstand führende Anbieter wäre. An der grundsätzlichen wettbewerblichen Bewertung der geplanten Übernahme änderte sich damit nichts.
138. Auch im Segment LKW und Busse fielen die Wettbewerbsprobleme kaum geringer aus. Anders als von Continental in der Antwort zu den Beschwerdepunkten dargestellt, ist Phoenix auch im entwicklungsintensiveren Geschäft mit LKW- und Busherstellern kein „unbeschriebenes Blatt“. Bei der technischen Kompetenz zählen die Kunden Phoenix zu den führenden Herstellern. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Phoenix seit dem Beginn der Zusammenarbeit mit Freudenberg im Rahmen der Vibracoustic vertraglich daran gehindert war, in diesem Markt aktiv zu werden. Phoenix hat nämlich sein OEM/OES-Geschäft mit Luftfedern für Nutzfahrzeuge an das mit Freudenberg betriebene Gemeinschaftsunternehmen Vibracoustic abgegeben und behielt nur das OEM/OES-Geschäft mit Achsen- und Anhängerherstellern. Vibracoustic hat sich jedoch strategisch mehr auf das Geschäft mit Luftfedern für PKW konzentriert und ist auf dem Nutzfahrzeugmarkt wenig aktiv geworden. Allerdings genießt Phoenix aus der Zeit vor dem Joint Venture einen sehr guten Ruf in Sachen Entwicklungskompetenz, wenn sich auch die Marktposition von Phoenix seither verschlechtert hat<sup>125</sup>. So besteht Grund zur Annahme, dass die Marktanteile, nach denen Phoenix hier eine schwächere Position hat als bei den Anhängern/Achsen hat, nicht das wahre Potential von Phoenix wiedergeben. Da Phoenix mehr und mehr Anfragen größerer Hersteller erhielt, wurde in jüngerer Zeit mit Vibracoustic zweimal vereinbart, dass Phoenix diese Aufträge annehmen durfte<sup>126</sup>. Phoenix wurde bei der ersten dieser beiden Anfragen hinter Continental auf Platz zwei

---

<sup>125</sup> Vgl. Interview mit Phoenix vom 20.8.2004. Phoenix bedient auch noch Altaufträge, die aus Entwicklungspartnerschaften vor der Zeit des Joint Ventures mit Freudenberg stammen.

<sup>126</sup> Gespräch mit Phoenix am 20.8.2004.

gesetzt, das zweite Verfahren läuft noch. Es ist daher zu erwarten, dass sich die Marktposition von Phoenix in den kommenden Jahren ohne den Zusammenschluss noch verbessern würde.

139. Diese positive Tendenz von Phoenix' Marktposition spiegelt sich auch in den Marktanteilen wider. Phoenix/Vibracoustic konnten ihre Verkäufe von [10-20]\* Mio. EUR im Jahre 2001 auf [15-25]\* Mio. EUR, also um [5-10%]\* im Jahre 2003 erhöhen und den Marktanteil um 3 Prozentpunkte steigern. Continental hingegen [...]\*.

*Phoenix besitzt aufgrund seiner Produktion in Ungarn eine günstige Kostenstruktur*

140. Phoenix ist auch aufgrund seiner Kostenstruktur in der Lage, Continental wirksamen Wettbewerb zu machen. Continental verfügt über zwei Werke zur Produktion von Luftfedern in Europa: Ein Werk in Hannover und eines im Niedriglohnland Türkei. Phoenix hat 1996 ein Werk im ungarischen Nyiregyhaza in Betrieb genommen, das die gesamte Fertigung für Phoenix erbringt und Phoenix eine kostengünstige Produktion erlaubt. Die Marktuntersuchung hat gezeigt, dass die Produktionskosten von Phoenix geringer waren als die von Continental. Phoenix hat dadurch die Möglichkeit, den Kunden niedrige Preise anzubieten. Dabei ist die Kostenstruktur von Phoenix sogar noch leicht günstiger als die von Continental, denn die Kapazität des türkischen Werks beträgt nur etwa [...%]\* des Werkes in Hannover, d.h., über [...%]\* der Gesamtkapazität befindet sich im Hochlohnland Deutschland. Die aus Kundensicht technologisch als zweitbeste Anbieterin nach Continental eingestufte Phoenix hatte somit bislang die besten Voraussetzungen, Wettbewerbsdruck auf Continental auszuüben, denn Phoenix wurde, bei ähnlicher Innovationskraft und Qualität, als eine preisgünstige Alternative zu Continental wahrgenommen<sup>127</sup>. Durch die Übernahme von Phoenix würde diese Alternative nicht mehr bestehen.

**ee) Den Kunden stehen keine hinreichenden Ausweichmöglichkeiten zur Verfügung, um die gewachsene Marktmacht zu konterkarieren**

141. Im Falle einer Preiserhöhung durch die fusionierte Continental/Phoenix wäre es den Kunden praktisch unmöglich, eine größere Menge in kurzer Zeit an Wettbewerber zu vergeben. Zum einen braucht die Qualifizierung eines neuen Lieferanten Zeit, zum anderen sind die vorhandenen freien Kapazitäten bei den Wettbewerbern zu klein. Darüber hinaus spielen auch Patente als Eintrittsbarrieren eine Rolle.

*Einschränkung der Wahlmöglichkeiten durch die Notwendigkeit eines Qualifikationsprozesses:*

142. Bei allen großen Neuentwicklungen werden so genannte Entwicklungspartnerschaften vereinbart, bei denen Ingenieurteams des Herstellers der Luftfeder und des Kunden die Luftfeder gemeinsam entwickeln und erproben. Kunden schätzen den Zeitaufwand für die Entwicklung und Erprobung einer neuen Luftfeder auf bis zu 24 Monate<sup>128</sup>. Ein Lieferant, der bisher nicht an diesen Kunden geliefert hat und so diesen Qualifizierungsprozess abkürzen kann, müsste zunächst diesen Prozess durchlaufen.

---

<sup>127</sup> Auch nach den Erkenntnissen der Kommission lag der Durchschnittspreis bei Phoenix unter dem von Continental.

<sup>128</sup> Antwort DaimlerChrysler und MAN zu Frage 21 des zweiten Fragebogens für Kunden im Nutzfahrzeug-Luftfederbereich.

Hier hätte Continental/Phoenix als Marktführer mit der größten Kundenbasis einen enormen Vorteil.

143. Auch die Hereinnahme eines Zweitlieferanten in schon bestehende Lieferverträge wäre für viele Hersteller nicht ohne weiteres möglich. In vielen Fällen sind die Losgrößen zu klein, um es für einen Wettbewerber wirtschaftlich attraktiv zu machen, in die Werkzeuge und Formen zu investieren, die sich über die Restlaufzeit nicht mehr amortisieren ließen. Darüber hinaus besitzt der Erstlieferant in der Regel Patente und/oder Schutzrechte, die er an den Zweitlieferanten übertragen müsste. Zwar hat Continental vorgetragen, dass die Technik der Luftfedern ausgereift sei und Patente daher keine große Rolle bei der Vergabe von Aufträgen spielten. Der einzige Vorteil, dem ein Hersteller aus Patenten erwüchse, sei der sich daraus ergebende Ruf eines innovativen Herstellers. Die Marktuntersuchung der Kommission hat jedoch ergeben, dass Patente durchaus eine marktabschottende Rolle bei der Auftragsvergabe spielen können. So werden sie von Kunden bei der Vergabe eines Produktionsauftrages an einen Zweitlieferanten in einem fortlaufenden Projekt als Hindernis wahrgenommen<sup>129</sup>. Ein Wettbewerber hat der Kommission ein konkretes Beispiel genannt, bei dem Continental versucht hat, diesen Wettbewerber von der Mitbewerbung um den Auftrag eines schwedischen LKW-Herstellers (Scania-LKW der Serie 5) unter Hinweis auf ein bestehendes Schutzrecht auszuschließen<sup>130</sup>.

*Fehlen hinreichend technisch gleichwertiger und lieferfähiger Wettbewerber*

144. Selbst wenn wirtschaftliche oder rechtliche Gründe einer Vergabe eines Auftrages an einen Konkurrenten nicht entgegenstünden, wären die Wettbewerber aus Kapazitätsgründen nicht in der Lage, einen größeren Auftrag zu übernehmen.
145. Firestone ist eine amerikanische Firma, die eine besonders starke Stellung auf ihrem amerikanischen Heimatmarkt innehat. Firestone ist dort Marktführer mit 70% Marktanteil<sup>131</sup>. Seit 1998 ist Firestone auf dem europäischen Markt. Die Luftfedern werden dabei aus den USA importiert und in einem großen Warenlager in Holland zwischengelagert, um die von Kunden geforderte Liefertreue einhalten zu können. Firestone ist dabei, eine neue Fabrik in Wollstein/Polen zu errichten, die im Laufe des Jahres 2005 den Betrieb aufnehmen wird. Die Kapazität dieser Fabrik dürfte jedoch in beträchtlichem Ausmaß von bestehenden Verträgen gefüllt werden. Darüber hinaus hat Firestone angegeben, dass ihre vier amerikanischen Werke alle voll ausgelastet seien.
146. Goodyear hat den kleinsten Marktanteil der drei Hauptwettbewerber. Goodyear als amerikanisches Unternehmen verfügt über zwei Werke für Nfz-Luftfedern in Europa: Eines in Kranj, Slowenien, das andere in Montluçon/Frankreich. Goodyears Werk in Frankreich ist jedoch in erster Linie auf die Produktion von Luftfedern für industrielle Anwendungen ausgelegt. Goodyear hatte in den letzten Jahren hohe Verluste zu verkraften und kämpft mit einer hohen Verschuldung. Dabei könnte auch ein Verkauf

---

<sup>129</sup> Vgl. etwa die Antwort von MAN zu Frage 27 c) im zweiten Fragebogen an Nutzfahrzeug-Luftfederkunden: „...der Erstlieferant ist im Besitz von Patenten/gewerblichen Schutzrechten, die er auf den Zweitlieferanten übertragen müsste“.

<sup>130</sup> Interview mit Firestone vom 19.8.2004.

<sup>131</sup> Vgl. die von Continental zugesandte Veröffentlichung in den „Rubber & Plastics News“ vom 9.8.2004.

von Nischengeschäften, darunter auch Teile der Sparte Engineering, zu der das Luftfedergeschäft gehört, helfen, wie der Vorstandsvorsitzende von Goodyear äußerte<sup>132</sup>.

147. Die italienische CF Gomma produziert in Mailand und ist auch nur auf dem italienischen Markt als traditioneller Hauptlieferant der Iveco-Gruppe stark. Von den Kunden wird CF Gomma als Billiganbieter mit nur geringem technischen Know-how wahrgenommen<sup>133</sup>. CF Gomma gibt an, dass seine Jahreskapazität von 600.000 Stück zu 90% ausgelastet sei. Im Gegensatz zu Continental, Firestone und Goodyear steht hinter CF Gomma kein großer Konzern. CF Gomma setzte im Jahr 2003 431 Mio. EUR um. Damit wäre die neue Einheit Continental/Phoenix mehr als zwanzigmal größer als CF Gomma.

*Es sind keine neuen Markteintritte zu erwarten*

148. In den letzten 5 Jahren hat es keinen Neueintritt in den Markt für Luftfedern gegeben. Continental hat vorgetragen, dass der nächste Markteintritt am wahrscheinlichsten durch einen Hersteller erfolgen wird, der bereits heute im Markt für Luftfedern tätig ist, aber ausschließlich oder vorwiegend im IAM-Geschäft tätig ist wie die türkische Aktas. Aktas hat aber bis heute auf dem westeuropäischen Markt keinen Entwicklungsauftrag und keinen Erstauftrag gewonnen. Kunden haben mehrheitlich geantwortet<sup>134</sup>, dass Aktas kein oder jedenfalls ein zu geringes Entwicklungs-Know-how habe und daher auf absehbare Zeit nicht als OEM/OES-Lieferant in Frage komme.

149. Es ist daher anzunehmen, dass Wettbewerber einzeln oder zusammen nicht in der Lage sein werden, den Verhaltensspielraum des fusionierten Unternehmens in einem Maße zu begrenzen, dass keine marktbeherrschende Stellung des fusionierenden Unternehmens entsteht.

*Auch die Marktgegenseite verfügt nicht über ausreichend Gegenmacht*

150. Mögliche Wettbewerbsprobleme werden schließlich auch nicht dadurch ausgeschlossen, dass es sich unter den Kunden der fusionierenden Parteien etliche große Automobilhersteller befinden. Der Kundenkreis der Luftfederhersteller im Nutzfahrzeugbereich besteht nämlich keineswegs ausschließlich aus großen, international Tätigen Konzernen. Gerade im Bereich Achsen und Anhänger sind eine ganze Reihe kleinerer bzw. mittelständischer Hersteller aktiv, deren Nachfragemacht nicht mit der großer Automobilkonzerne vergleichbar ist.

151. Auch wenn die offen geäußerten Bedenken der großen, multinationalen Lastwagen- und Bushersteller also geringer ausfallen als die kleinerer Wettbewerber, so gibt es neben großen Nutzfahrzeugherstellern<sup>135</sup> doch insbesondere eine Reihe kleinerer Achsen- und Anhängerhersteller in Europa, die negative Auswirkungen der geplanten Übernahme befürchten.

---

<sup>132</sup> „Goodyear wird in drei Jahren ein anderes Unternehmen sein. Vorstandschef Bob Keegan will durch Verkäufe Schulden abbauen.“ FAZ vom 25.8.2004, Seite 15.

<sup>133</sup> CF Gomma belegt bei der Kundenbefragung im Rahmen der Marktuntersuchung der Kommission in den Disziplinen Technische Kompetenz/Innovation und Qualität/Zuverlässigkeit nur hintere Ränge. Dafür ist CF Gomma – anders als von Continental auf S. 16 der Entgegnung zu den Beschwerdepunkten dargestellt – im Schnitt als günstigster Anbieter bezeichnet worden.

<sup>134</sup> 73% der Antworten zu Frage 29 des zweiten Fragebogens an Kunden.

<sup>135</sup> Vgl. etwa Antwort MAN zum 1. Fragebogen für Nutzfahrzeughersteller.

152. Erschwerend kommt hinzu, dass sich das Verhältnis zwischen Fahrzeug- und Trailerherstellern und Zulieferern in den letzten Jahren deutlich verändert hat. Ursache dafür ist nicht nur die gestiegene Abhängigkeit der Hersteller von ihren Zulieferern durch die heute vielfach gebräuchliche Just-in-Time-Produktion. Vor allem sorgt die immer geringere Fertigungstiefe bei der Fahrzeugherstellung dafür, dass Fahrzeughersteller abhängiger von ihren Zulieferern werden, auf die immer größere Teile der Produktion entfallen und von deren Verhalten die Produktionssicherheit in wesentlichem Maß abhängt. Damit einhergehend aber hat sich auch die Nachfragemacht der Hersteller verringert.
153. Die Kommission ist daher der Auffassung, dass die Übernahme von Phoenix durch Continental im OEM/OES-Markt für Luftfedern für Nutzfahrzeuge eine marktbeherrschende Stellung begründet oder verstärkt, durch die wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben erheblich behindert würde.

**b) LUFTFEDERN FÜR NUTZFAHRZEUGE (IAM)**

*Die Marktanteile im IAM-Bereich fallen deutlich geringer aus als im OEM/OES-Bereich*

154. Im unabhängigen Ersatzteilmarkt für Luftfedern für Nutzfahrzeuge ist die Marktposition sowohl von Continental als auch von Phoenix/Vibracoustic wesentlich schwächer als im OEM/OES-Markt. Nach Angaben von Continental betrug der gemeinsame Marktanteil bei den Verkäufen von Luftfedern für Nutzfahrzeuge im IAM-Bereich im EWR-Raum [30-40%]\* (Continental: [15-20%]\*; Phoenix: [20-25%]\* vom Umsatzvolumen im Jahr 2003). Nach den Erkenntnissen der Kommission ist der Marktanteil der Parteien in Europa<sup>136</sup> sogar noch geringer. Danach beläuft sich der gemeinsame Marktanteil auf nur [25-30%]\* (Continental: [15-20%]\*; Phoenix: [5-10%]\*). Damit liegt Continental zur Zeit in etwa gleichauf mit den Herstellern Firestone [15-20%]\*, Goodyear [15-20%]\*, und Aktas [15-20%]\*.

---

<sup>136</sup> Hier wird der Begriff „Europa“ zur Kennzeichnung der EWR-Staaten einschließlich der Schweiz und der osteuropäischen Beitrittsstaaten (Bulgarien, Rumänien, Türkei) sowie der Staaten Ex-Jugoslawiens verwendet.

### Umsätze und Marktanteile für Nfz-Luftfedern (IAM, Europa 2003)

	Umsatz Nfz-Luftfedern in Mio. EUR	Marktanteil
Continental	[10-15]*	[15-20%]*
Phoenix	[5-10]*	[5-10%]*
<b>Continental/ Phoenix</b>	<b>[20-25]*</b>	<b>[25-30%]*</b>
Firestone	[10-15]*	[15-20%]*
Goodyear	[10-15]*	[15-20%]*
Aktas	[10-15]*	[15-20%]*
Sonstige	[15-20]*	[20-25%]*
Summe	[65-75]*	100%

155. Nach der Fusion würden Continental und Phoenix damit zwar der größte Anbieter auf dem Markt werden. Schon angesichts der moderaten Marktanteile erscheint das Entstehen einer marktbeherrschenden Stellung aber wenig wahrscheinlich.

*Es steht eine hinreichende Zahl starker Wettbewerber bereit, die das Entstehen einer marktbeherrschenden Stellung verhindern können*

156. Der Abstand einer fusionierten Einheit von Continental und Phoenix zu den drei nächstgrößten Wettbewerbern betrage nur [5-10%]\*. Dieser (geringe) Abstand ist aus wettbewerbsrechtlicher Sicht gerade deshalb unbedenklich, weil sich die maßgeblichen Faktoren für den Erfolg im IAM-Luftfedergeschäft grundlegend von denen im OEM/OES-Bereich unterscheiden. Anders als dort kommt es im IAM-Geschäft weniger auf die technische Kompetenz bei der Entwicklung einer Feder für ein neues Modell als vielmehr darauf an, ein Produkt möglichst preisgünstig bauen zu können. So erklärt sich auch, warum außereuropäische Hersteller, die über geringe Erfahrungen im europäischen Markt verfügen, im IAM-Geschäft weitaus erfolgreicher sein können als im OEM/OES-Geschäft.

157. Der Nachbau einer Ersatzfeder für einen bestimmten LKW-Typ ist technologisch weniger aufwendig als die gemeinsame Entwicklung einer komplett neuen Feder für einen neuen Fahrzeugtyp. Damit aber ist aber auch der Wettbewerb im IAM-Markt deutlich größer als im OEM/OES-Bereich, zumal Continental und Phoenix im IAM-Bereich – anders als im OEM/OES-Bereich - gegenüber ihren Hauptwettbewerbern nicht über einen wesentlichen Vorsprung bei der Entwicklung oder Herstellung von IAM-Federn verfügen.

158. Auch aus Kundensicht fällt schließlich ein Wechsel des Anbieters leichter als im OEM/OES-Markt. Die Kunden sind zumeist große Ersatzteihändler, die ohnehin Kontakte mit einer Vielzahl von Federherstellern unterhalten, von denen sie Luftfedern beziehen. Da Entwicklungspartnerschaften im IAM-Geschäft keine Rolle spielen, sind die Kunden im IAM-Geschäft eher bereit, während der Lebensdauer eines Modells den Lieferanten zu wechseln als im OEM/OES-Geschäft.

159. Insgesamt ist damit kein Entstehen einer marktbeherrschenden Stellung im IAM-Markt für Nutzfahrzeugluftfedern zu befürchten.

**c) PKW-LUFTFEDERN**

**aa) Nach der Fusion besäße das neue Unternehmen in Europa ein starke Marktstellung bei der Produktion von PKW-Luftfedern**

160. Continental und Phoenix sind gegenwärtig mit weitem Abstand die größten Anbieter von PKW-Luftfedern auf dem europäischen Markt. Nur ein weiterer Anbieter verkauft überhaupt Luftfedern auf dem europäischen Markt bzw. in Europa gebauten Fahrzeugen. Continental selbst schätzt den gemeinsam Marktanteil der Zusammenschlussparteien bei Luftfedern für PKW im EWR im Jahr 2003 auf [ $>90\%$ ]\* (Continental: [ $15-20\%$ ]\*; Phoenix: [ $70-80\%$ ]\*). Die Ergebnisse der Untersuchung der Kommission zu den Marktanteilen, die in der folgenden Tabelle dargestellt sind, bestätigen die Schätzung von Continental und Phoenix im Wesentlichen.

**Marktanteile PKW-Luftfedern, Europa 2003**

	<b>Produktion in 1.000 Stück</b>	<b>Marktanteil</b>
Phoenix/Vibracoustic	[650 - 750]*	[70-80%]*
Continental	[100-150]*	[5-15%]*
Combined	[800-900]*	[85-95%]*
Gates	[90-110]*	[5-15%%]*
Summe	[900 - 1000]*	100 %

**bb) Der Zusammenschluss beseitigt den einzigen gegenwärtigen Wettbewerber von Continental und Phoenix/Vibracoustic**

161. Für die Luftfederkunden verschlechtern sich die Wahlmöglichkeiten nach einer Fusion deutlich: Während sie bislang noch die Wahl zwischen zwei großen und technologisch in etwa gleich starken Anbietern von Luftfedern hatten<sup>137</sup>, wäre nach der Fusion nur noch ein Anbieter auf dem europäischen Markt aktiv, der zudem vergleichsweise klein wäre.

162. Für die aktuellen und potenziellen Wettbewerber würde sich der ohnehin schon große Abstand zu Continental/Phoenix/Vibracoustic in Sachen Produktportfolio, Kundenbasis und technologisches Know-how dramatisch vergrößern. Das fusionierte Unternehmen würde nicht nur über die mit Abstand größte Kundenbasis in Europa verfügen; die Kombination der Kompetenzen von Continental in der Systemintegration (die Continental aufgrund seiner Tätigkeit in den Bereichen Luftfeder- und Bremssysteme erworben hat) und der Kompetenzen von Phoenix/Vibracoustic in der Produktionstechnik und beim Produktdesign würden einen äußerst marktstarken Hersteller entstehen lassen, der keinen gleichwertigen Wettbewerber in Europa -

---

<sup>137</sup> Hier ist insbesondere zu berücksichtigen, dass Continental den größten Teil seiner Luftfederproduktion in eigene Luftfedersysteme einbaut und erst dann an Hersteller verkauft, weshalb die Marktanteile von Continental die relative Stärke von Continental im PKW-Luftfederbereich eher untertreiben dürften.

vielleicht sogar weltweit - hätte. Mit dem Erwerb der Phoenix/Vibracoustic Luftfederproduktion würde es Continental zudem gelingen, den stärksten Wettbewerber in Europa zu eliminieren.

163. Es ist nicht zu erwarten, dass der einzige 2003 im europäischen Markt präsente Wettbewerber, der US-Hersteller Gates, dessen Marktanteil nur [5-15%]\* beträgt, in der Lage sein wird, den durch den Fortfall von Phoenix/Vibracoustic verringerten Wettbewerbsdruck für Continental auszugleichen. Um eine vergleichbare Marktposition wie Phoenix/Vibracoustic aufzubauen, dürfte nicht nur die ganz neue Produktionsstätte in Aachen noch zu klein sein. Auch die Kundenbasis von Gates, die sich bislang auf zwei Kunden in Europa beschränkt<sup>138</sup>, dürfte kaum ausreichen, um in Europa auf Augenhöhe mit der nach der Fusion überragend starken Einheit Continental/Phoenix zu konkurrieren. Selbst wenn Gates wegen des Wegfalls von Phoenix/Vibracoustic in Zukunft verstärkt als Lieferant in Betracht gezogen würde, würde es aufgrund der langwierigen Test- und Qualifikationsverfahren Jahre dauern, bis Gates eine vergleichbare Marktstellung aufbauen könnte.

**cc) Es ist zweifelhaft, ob mögliche neue Markteintritte von außereuropäischen Wettbewerbern die gewachsene Marktmacht der Zusammenschlussparteien hinreichend begrenzen könnten**

164. Ein Einstieg von *europäischen* Herstellern, die bisher nicht in der Produktion von PKW-Luftfedern aktiv waren, in den PKW-Luftfedermarkt ist nach Auffassung der Kommission nicht wahrscheinlich. LKW-Luftfederherstellern - wie etwa CF Gomma - fehlt es schon am für den Erfolg im PKW-Luftfedermarkt notwendigen Produktions-Know-how, um in naher Zukunft ein ernstzunehmender Wettbewerber für die neue Einheit zu werden. Das Produktions-Know-how für Nutzfahrzeug-Luftfedern unterscheidet sich nämlich nicht unerheblich von dem Know-how, das für die erfolgreiche Produktion und den erfolgreichen Vertrieb von PKW-Luftfedern nötig ist (z.B. Produktion im sog. „Schlauchverfahren“, Qualifikation bei den PKW-Schlüsselkunden, Systemintegrationskompetenz etc.).

165. Allerdings kann nicht ausgeschlossen werden, dass das Verschwinden der Vibracoustic die Automobilhersteller verstärkt dazu bewegen würde, ausländische Hersteller als Lieferanten in Betracht zu ziehen. Tatsächlich gibt es Anzeichen dafür, dass etwa der US-Hersteller Firestone zukünftig verstärkt auf dem europäischen Markt aktiv werden könnte<sup>139</sup>. Allerdings wird die Wahrscheinlichkeit neuer Markteintritte durch das auch von den Parteien als gering bezeichneten Marktwachstums bei einem relativ geringen Marktvolumen (ca. 30 Mio. EUR im Jahr 2003<sup>140</sup>) eher gesenkt.

**dd) Es ist nicht sicher, dass die Marktgegenseite über ausreichend Gegenmacht verfügt, um die entstehenden Verhaltensspielräume von Continental wirksam einzudämmen**

166. Continental führt zurecht an, dass es sich bei den Nachfragern von Luftfedern z.T. um große Automobilunternehmen handelt, die in vielen Bereichen gegenüber Ihren

---

<sup>138</sup> Wobei Land Rover zum US-Unternehmen Ford gehört.

<sup>139</sup> So ist Firestone nach Erkenntnissen der Kommission als Lieferant für ein demnächst anlaufendes europäisches Modell eines US-amerikanischen Herstellers vorgesehen.

<sup>140</sup> Bei Zugrundelegung eines - von Marktteilnehmern als realistisch angegebenen - durchschnittlichen Luftfederpreises von ca. 30 EUR.

Zulieferern über eine hinreichende Nachfragemacht verfügen. Allerdings trifft dieser Umstand nur auf den Teil der Produktion zu, der direkt an Automobilhersteller und nicht an z.T. kleinere Systemhersteller verkauft wird. Zudem ist keineswegs sicher, dass die Automobilhersteller den durch die Quasi-Monopolstellung auf dem europäischen Markt entstandenen Verhaltensspielraum der Zusammenschlussparteien tatsächlich wirksam eindämmen können. Dagegen spricht etwa die Tatsache, dass die Produktion eines Gummibalges ein ganz spezifisches Know-how erfordert, das den Automobilherstellern nicht selbst zur Verfügung steht. Damit scheidet die bei vielen anderen Produkten bestehende Möglichkeit, auf eine Produktion im eigenen Hause umzuschwenken, aus. Insofern unterscheidet sich der vorliegende Fall von anderen Fällen in der Automobilzulieferindustrie. Auch größere Automobilhersteller haben dementsprechend deutlich ihre Besorgnis über den Zusammenschluss zum Ausdruck gebracht<sup>141</sup>.

**ee) Keine Notwendigkeit der Entscheidung wegen der von Continental angebotenen Zusage der Veräußerung der Beteiligung an der Vibracoustic**

167. Letztlich kann die Frage, ob der Zusammenschluss auch im PKW-Luftfederbereich eine marktbeherrschende Stellung begründet, aufgrund der von Continental abgegebenen Zusage zur Veräußerung des Anteils an der Vibracoustic an Freudenberg allerdings offen gelassen werden. Zwar entfallen die Wettbewerbsbedenken der Kommission im PKW-Luftfederbereich – entgegen der von Continental vertretenen Auffassung - nicht schon deshalb, weil Freudenberg auch ohne eine solche Zusage seine „Call-option“ voraussichtlich ausüben und im Fall eines Erwerbs von Phoenix durch Continental deren Anteil an der Vibracoustic kaufen wird. Selbst wenn eine solche Entwicklung wahrscheinlich sein mag, ist darauf hinzuweisen, dass die Ausübung der Call-option durch Freudenberg nach dem Zusammenschluss keineswegs sicher ist. Da es durchaus möglich ist, dass Freudenberg seine Call-option nicht ausübt und das PKW-Geschäft in der gemeinsamen Kontrolle von Phoenix/Continental verbleibt, kann die wettbewerbliche Analyse einen Fortfall des PKW-Luftfedergeschäfts nicht einfach unterstellen. Die Kommission muss vielmehr im Interesse des Schutzes des Wettbewerbs untersuchen, ob der Zusammenschluss auch dann keine Wettbewerbsprobleme aufwirft, wenn Freudenberg seine Call-option nicht ausübt.
168. Die von Continental abgegebene Zusage, den von Phoenix an der Vibracoustic gehaltenen Anteil an Freudenberg zu verkaufen, mit der auch die Trennung von den Aktivitäten von Phoenix im PKW-Bereich verbunden ist, lässt allerdings alle etwaigen Wettbewerbsprobleme im PKW-Luftfederbereich vollständig entfallen, so dass es einer Prüfung der Frage, ob der Zusammenschluss auch hier zu einer marktbeherrschenden Stellung geführt hätte, nicht mehr bedarf. Der Verkauf der Vibracoustic-Anteile an Freudenberg ist nämlich eine Bedingung für die Freigabeentscheidung der Kommission im Bereich Nutzfahrzeug-Luftfedern (OEM/OES)<sup>142</sup>.
169. Mit der Übertragung des von Phoenix gehaltenen 50%-igen Anteils an der Vibracoustic auf Freudenberg werden alle möglichen Wettbewerbsprobleme im Bereich PKW-Luftfedern beseitigt. Phoenix verfügt über keine eigene PKW-Luftfederproduktion, für die vor der Gründung der Vibracoustic Freudenberg, danach ausschließlich die Vibracoustic zuständig war. Mit der Übertragung der Anteile am

---

<sup>141</sup> Vgl. etwa die offenen Antworten von ThyssenKrupp, BMW oder Audi zu den Fragen 21 und 22 des Fragebogens für PKW-Luftfederkunden.

<sup>142</sup> Siehe Rn. 221 ff.

Gemeinschaftsunternehmen verliert Phoenix alle Aktivitäten im PKW-Luftfederbereich, da nicht nur die Produktion, sondern auch Forschung und Entwicklung sowie die Vertriebsaktivitäten bei der Vibracoustic angesiedelt waren. Damit kommt es zu keinerlei wettbewerblich erheblichen Marktanteilsadditionen im PKW-Luftfederbereich.

**d) LUFTFEDERN FÜR SCHIENENFAHRZEUGE**

**aa) Der Zusammenschluss von Continental und Phoenix würde zu relativ hohen Marktanteilen im Bereich Schienen-Luftfedern führen**

170. Continental schätzt den gemeinsamen Marktanteil von Continental und Phoenix im Bereich Luftfedern für Schienenfahrzeuge unter Zugrundelegung eines weltweiten Marktes auf [20-25%]\*, unter Zugrundelegung eines europaweiten Marktes auf [35-45%]\* ein (Phoenix: [20-25%]\* Continental [15-20%]\*). Die Kommission ist im Rahmen Ihrer Marktuntersuchung für die europaweiten Marktanteile allerdings zu höheren Marktanteilen von etwa [55-65%]\* kommen. Die Ergebnisse der Marktuntersuchung sind in der folgenden Tabelle abzulesen, die auf den (vertraulichen) Angaben der wesentlichen Wettbewerber beruht.

**Umsätze und Marktanteile Luftfedern für Schienenfahrzeuge (Europa 2003)**

<b>Firma</b>	<b>Umsatz in Mio. EUR</b>	<b>Marktanteil</b>
Continental	[15-20]*	[35-45%]*
Phoenix	[5-10]*	[10-20%]*
Continental/Phoenix	[20-25]*	[55-65%]*
Paulstra/Hutchinson	[0-5]*	[0-5%]*
Trelleborg	[0-5]*	[0-5%]*
Schwab/Freudenberg	[0-5]*	[0-5%]*
CF Gomma	[0-5]*	[0-5%]*
Toyo	[0-5]*	[0-5%]*
Sumitomo	[0-5]*	[0-5%]*
Bridgestone	[0-5]*	[0-5%]*
Sonstige Hersteller	[<10]*	[<20%]*

**bb) Trotz gegenwärtig hoher Marktanteile ist nicht damit zu rechnen, dass es zu einer marktbeherrschenden Stellung bei den Schienenkunden kommt**

171. Die aus der Tabelle ablesbaren hohen Marktanteile reichen nach Auffassung der Kommission allerdings nicht aus, um auf dem Markt für Luftfedern für Schienenfahrzeuge eine marktbeherrschende Stellung zu begründen. Zum einen sind die Hersteller von sekundären Schienenluftfedern in weitaus stärkerem Maße von gegenseitigen Zulieferungen abhängig als bei anderen Produkten; zum anderen bestehen für die Schienenkunden, nicht zuletzt wegen der langen Produktzyklen, hinreichende Möglichkeiten, andere Lieferanten für Schienen-Luftfedern aufzubauen.

## *Große Bedeutung von Querlieferungen bei der Schienen-Luftfeder*

172. Der Markt für Luftfedern ist durch den besonderen Umstand gekennzeichnet, dass keiner der an dem Luftfedergeschäft beteiligten Luftfederhersteller in der Lage ist, alle für die außerordentlich komplexe Luftfeder benötigten Metall-, Gummi-Metall- und Gummiteile selbst herzustellen und insofern „autark“ agieren könnte. Die Kommission kann insoweit dem von Continental vorgetragenen Argument folgen, dass gerade der Schienen-Luftfederbereich von einer gegenseitigen Abhängigkeit der Hersteller von Lieferungen einzelner Komponenten durch andere Hersteller geprägt ist und dass sich die Hersteller in ihrem Produktportfolio gegenseitig ergänzen. Ursächlich für diesen Umstand dürfte die Tatsache gewesen sein, dass sich die Luftfederhersteller aus unterschiedlichen Komponentenbereichen hin zum Luftfederbereich entwickelt haben, einerseits aus dem Gummi-Metall-Bereich und andererseits aus dem Gummibalgbereich.
173. Die heute in der Produktion von Gummibälgen aktiven Unternehmen (Continental, Phoenix, CF Gomma und Paulstra/Hutchinson) müssen große Teile insbesondere der für die Luftfeder verwendeten Gummi-Metall-Teile bei anderen Herstellern - zumeist anderen Wettbewerbern im Luftfederbereich wie Trelleborg - zukaufen. Andere Wettbewerber, wie Freudenberg/Schwab oder Trelleborg, sind traditionell eher im Gummi-Metall-Bereich stark und kaufen den Gummibalg von anderen Wettbewerbern zu. Das Prinzip der Querlieferungen ist daher Grundbedingung für das Funktionieren dieser Industrie.
174. Trotz der vergleichsweise starken Marktstellung von Continental bei den Gummibälgen besteht nach den Erkenntnissen der Kommission keine Gefahr, dass starke Hersteller einer Teilkomponente ihre Stellung ausnutzen könnten, um etwa Wettbewerber von der Lieferung auszuschließen. So weist Continental darauf hin, erst kürzlich einen Vertrag über die Lieferung von Gummibälgen an die englische Firma Ferrabyrne abgeschlossen zu haben, die damit die Möglichkeit erhält, im Schienen-Luftfedermarkt tätig zu werden und in Konkurrenz zu Continental zu treten. Ähnliche Beispiele lassen sich auch für Phoenix ausmachen.
175. Die geringe Gefahr, dass Continental und Phoenix ihre vergleichsweise starke Stellung im Gummibalgbereich ausnutzen könnten, wird insbesondere auch durch einen Blick auf den relativen Wert des Gummibalges innerhalb einer Schienen-Luftfeder deutlich: So entfallen zwischen 50 und 70% der Bestandteile einer Luftfeder auf Metall- und Gummi-Metall-Teile, während der eigentliche Gummibalg nur ca. ein Drittel des Wertes ausmacht. Eine Luftfeder kostet durchschnittlich etwa 1.200 EUR. Davon entfallen ca. 400 EUR auf den Gummibalg. Firmen wie Continental müssen also in beträchtlichem Umfang Gummi-Metall-Teile zukaufen, um überhaupt eine Luftfeder anbieten zu können. Damit verringert sich auch das Risiko eines gegenüber Kunden und Wettbewerbern unabhängigen Verhaltens.

*Den Kunden bleibt auch nach der Fusion die Möglichkeit erhalten, auf andere Anbieter zu wechseln*

176. Nach den Erkenntnissen der Kommission stehen den Schienenkunden auch nach der Fusion hinreichend erfahrene Wettbewerber zur Verfügung, auf die sie im Falle von Preiserhöhungen ausweichen könnten.
177. Dabei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass Schienenfahrzeuge eine sehr lange Lebensdauer haben. Insbesondere Waggons sind ohne weiteres bis zu 30 Jahre im Einsatz. Da die Bahngesellschaften Wartung und Reparatur ihrer Fahrzeuge in der Regel selber durchführen, kaufen diese auch gleich die benötigten Ersatzfedern bei der Vergabe des Erstausrüstungsauftrages mit. Einen unabhängigen IAM-Markt gibt es

daher nicht. Die langen Produktzyklen haben zur Folge, dass die Bahngesellschaften in wesentlich größeren Abständen neue Aufträge vergeben als beispielsweise die Kunden von Nutzfahrzeug-Luftfedern. Dementsprechend sind auch die Vorlaufzeiten für die Entwicklung einer neuen Luftfeder für ein neues Schienenfahrzeug erheblich länger.

178. Angesichts dieser langen Vorlaufzeiten ist es – wie die Vergangenheit gezeigt hat – sogar möglich, für ein geplantes Modell einen neuen Lieferanten zu beauftragen, der bisher noch nicht in diesem Markt aktiv war. So wurde der Wettbewerber Paulstra/Hutchinson beispielsweise von der französischen Eisenbahngesellschaft SNCF ausdrücklich animiert, in den Markt für Luftfederbälge einzutreten. Obwohl Paulstra/Hutchinson vorher nicht in der Gummibalgproduktion aktiv war, hat die lange Entwicklungszeit gereicht, um das entsprechende Produktions-Know-how zu erwerben und eine entsprechende Fertigung zu errichten. Inzwischen liefert Paulstra/Hutchinson die Luftfeder für den Hochgeschwindigkeitszug TGV (inklusive des entsprechenden Gummibalgs). Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Produktion von Luftfedern für Hochgeschwindigkeitszüge weitaus anspruchsvoller ist als die Herstellung einfacherer Federn für Metros oder Straßenbahnen. Die mehrere Jahre dauernde Vorlaufzeit bis zur Qualifikation bei der SNCF als Lieferant für den Hochgeschwindigkeitszug kann daher eher als Extrembeispiel gelten.
179. Paulstra/Hutchinson ist erst vergleichsweise kurze Zeit im Markt für Schienenluftfedern tätig und bisher überwiegend im französischen Raum aktiv, hat jedoch bereits einige Aufträge von Kunden außerhalb Frankreichs und kann mit der Referenz des TGV im Rücken mit weiteren Aufträgen auch außerhalb Frankreichs rechnen.
180. Eine andere Alternative für die Kunden von Continental und Phoenix sind die bereits seit langem in diesem Produktmarkt tätigen Anbieter Toyo und Sumitomo. Beide Hersteller sind Lieferanten für den japanischen Hochgeschwindigkeitszug „Shinkansen“. Toyo ist der japanische Marktführer für Luftfedern und in der Lage, die gesamte Luftfeder einschließlich des Gummibalgs zu liefern. Toyo kooperiert mit einer Gesellschaft namens Gadelius, die die Luftfedern von Toyo in Europa vertreibt. Hauptkunde ist Bombardier, an die Gadelius unter anderem die Luftfedern für den X2000 Neigezug liefert. Toyo ist in Europa also nicht nur Lieferant für technisch weniger anspruchsvolle Lösungen (wie etwa im Bereich U-Bahn), sondern auch für technisch aufwendigere Projekte etabliert. Darüber hinaus liefert Toyo auch bereits an mindestens einen Wettbewerber Gummibälge im Rahmen der oben beschriebenen Querlieferungen.
181. Auch der japanische Hersteller Sumitomo hat bereits mehrere Aufträge im Bereich Metro gewonnen, so in Spanien und England. Sumitomo ist aber auch Lieferant der Luftfeder eines Reisezuges in Irland. Darüber hinaus sind nach den Erkenntnissen auch weitere Hersteller in der Lage, ohne größere zeitliche Verzögerung in Europa aktiv zu werden.
182. Einen Beitrag für die weitere Öffnung des europäischen Marktes leistet auch die in den letzten Jahren zunehmende Festlegung von einheitlichen europaweiten Normen im Schienen-Luftfederbereich. Durch die Vereinheitlichung der Anforderungen an Schienenluftfedern innerhalb Europas werden die zuvor weniger transparenten regionalen Unterschiede der einzelnen nationalen Regime beseitigt, wodurch sich auch die Transparenz und damit auch die Attraktivität des europäischen Marktes erhöhen. Es ist daher sehr wahrscheinlich, dass insbesondere die japanischen Hersteller von Luftfedern ihre Marktposition in Europa in naher Zukunft ausbauen können.

## *Schlussfolgerung*

183. Aus den dargelegten Gründen ist es unwahrscheinlich, dass durch die Fusion eine marktbeherrschende Stellung der Parteien im Markt für Luftfedern für Schienenfahrzeuge entsteht oder verstärkt wird, durch die wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben erheblich behindert wird.

### **e) ANTI-VIBRATIONSSYSTEME FÜR KRAFTFAHRZEUGE**

184. In einem europaweit definierten Gesamtmarkt<sup>143</sup> für Anti-Vibrationssysteme für Kraftfahrzeuge kämen Continental und Phoenix nach Angaben der anmeldenden Partei auf einen gemeinsamen Marktanteil von nicht mehr als [15-20%]\* (Continental: [10-15%]\*; Phoenix/Vibracoustic: [0-5%]\*) am Umsatzvolumen 2003. Damit lagen die beiden Zusammenschlussparteien noch hinter den Wettbewerbern ZF Boge (19,6%) und Trelleborg (16,5%).

185. Selbst wenn man weitere Teilmärkte innerhalb des europaweiten Marktes für KfZ-Anti-Vibrationssysteme abgrenzte, kämen die Parteien einzig im Bereich „Motorlagerung“ auf höhere Marktanteile (gemeinsamer Anteil am Umsatzvolumen 2003: [15-20%]\*; Continental: [10-15%]\*; Phoenix/Vibracoustic: [5-10%]\*; der größte Hersteller, Trelleborg, kam hier auf 22,1%). Auch diese Marktanteile sind nicht geeignet, eine marktbeherrschende Stellung der Zusammenschlussparteien zu begründen.

### **f) KOMPENSATOREN**

186. Selbst wenn man den Markt für Kompensatoren europaweit definierte<sup>144</sup>, beliefe sich der Marktanteil von Continental und Phoenix nach Angaben der Parteien auf [25-30%]\* (Umsatzvolumen 2003; Continental: [15-20%]\*; Phoenix: [10-15%]\*; weitere Konkurrenten: Woco: 13%; Trelleborg: 11%; CF Gomma: 9%). Trotz des Abstandes zu den Wettbewerbern ist diese Marktposition nach Ansicht der Kommission schon aufgrund der Existenz einer hinreichenden Zahl ebenbürtiger Wettbewerber nicht geeignet, eine marktbeherrschende Stellung auf dem Kompensatorenmarkt zu begründen.

### **g) KfZ-SCHLÄUCHE UND SCHLAUCHLEITUNGEN**

187. Im europäischen<sup>145</sup> Gesamtmarkt für KfZ-Schläuche und -schlauchleitungen belief sich der gemeinsame Marktanteil von Continental und Phoenix im Jahr 2003 auf [15-20%]\* (Continental: [10-15%]\*; Phoenix von [<5%]\*; Umsatzanteile für 2003). Auch bei der Abgrenzung einzelner Teilmärkte würde der Zusammenschluss zu keiner wettbewerblich bedenklichen Marktposition der Zusammenschlussparteien auf einem der Teilmärkte führen. Selbst wenn man einen gesonderten Markt Heizungs-, Kühlwasser- und Ladeluftschläuche abgrenzte, kämen Continental und Phoenix auf einen Marktanteil von unter 20% (Continental: [5-10%]\*; Phoenix: [10-15%]\*). Damit führt der

---

<sup>143</sup> Die Marktanteile in einem weltweit definierten Markt würden deutlich geringer ausfallen als in einem europäischen Markt.

<sup>144</sup> Die Marktanteile in einem weltweit definierten Markt würden deutlich geringer ausfallen als in einem europäischen Markt.

<sup>145</sup> Die Marktanteile in einem weltweit definierten Markt würden deutlich geringer ausfallen als in einem europäischen Markt.

Zusammenschluss im Markt für KfZ-Schläuche und –schlauchleitungen bzw. möglichen Teilmärkten nicht zum Entstehen einer Marktbeherrschenden Stellung.

## **h) SCHWERE STAHLSEILFÖRDERGURTE**

### **aa) Der Zusammenschluss von Continental und Phoenix würde zu außerordentlich hohen Marktanteilen führen**

188. Die Nachforschungen der Kommission bei Wettbewerbern und Kunden zum tatsächlichen Volumen der Stahlseilproduktion in Europa haben ergeben, dass das Gesamtvolumen des Marktes wesentlich geringer ist als von Continental angenommen. Insbesondere scheint Continental auch die Verkaufszahlen wesentlicher Wettbewerber sowie Importe aus Fernost nach Europa deutlich zu überschätzen. Die von der Kommission ermittelten Marktanteile können der folgenden Tabelle entnommen werden:

**Marktanteile schwere Stahlseilfördergurte, Europa 2003**

	<b>Umsatz (Mio. EUR)</b>	<b>Marktanteil</b>
Continental	[45-55]*	[45-55%]*
Phoenix	[20-30]*	[20-30%]*
<b>Continental/Phoenix</b>	<b>[ &gt;70 ]*</b>	<b>[ &gt;70% ]*</b>
Sempertrans	[5-15]*	[5-15%]*
Bridgestone	[ <5 ]*	[0-5%]*
Fenner	[ <5 ]*	[0-5%]*
Goodyear	[ <5 ]*	[0-5%]*
Cobra	[ <5 ]*	[0-5%]*
Matador	[ <5 ]*	[0-5%]*
Rolast	[ <5 ]*	[0-5%]*
FBB Ballenstedt	[ <5 ]*	[0-5%]*
NOR Rubber	[ <5 ]*	[0-5%]*
FTT Wolbrom	[ <5 ]*	[0-5%]*
Depreux	[ <5 ]*	[0-5%]*
Bando	[ <5 ]*	[0-5%]*
Andere	[ <10 ]*	[ <10% ]*

189. Aus der Tabelle wird deutlich, dass der Zusammenschluss von Continental und Phoenix die mit Abstand größten Wettbewerber in Europa zusammenbringen würde. Der Zusammenschluss würde zu einem gemeinsamen Marktanteil von über 70% führen. Selbst wenn man die von Sempertrans produzierten Gurtarten „Metalcord/Metaltrans“ zu den Stahlseilgurten zählte (was angesichts der deutlich unterschiedlichen Produkteigenschaften allerdings vom Hersteller selbst abgelehnt wird<sup>146</sup>), beliefe sich der gemeinsame Marktanteil der Parteien immer noch auf [60-70%]\* des Marktes; Sempertrans käme in diesem Fall noch immer auf nur [20-30%]\* Marktanteil. In jedem Fall würde also im europäischen Markt ein überragend starker Anbieter entstehen.

<sup>146</sup> Sempertrans sieht die Gurtart „Metalcord“ eher im Wettbewerb mit den Textilfördergurten, vgl. e-Mail vom 27.7.2004.

**bb) Die Marktstruktur würde sich deutlich verschlechtern, da sich der Abstand zu den nächsten Wettbewerbern drastisch erhöhen würde.**

190. Die Marktanteilsübersicht macht auch deutlich, dass der ohnehin schon beträchtliche Abstand zwischen Continental und Phoenix zu seinen nächsten Wettbewerbern (z.B. Sempertrans oder Bridgestone) noch deutlich anwachsen würde. Durch den Wegfall des stärksten Wettbewerbers würde sich Konzentrationsgrad (HHI) im Stahlseilfördergurtmarkt um mehr als [2000-3000]\*Punkte erhöhen. Viele der verbleibenden Wettbewerber sind zudem kleinere Hersteller, die nur regional aktiv sind und nur kleinere Mengen zu liefern in der Lage sind.

191. Der Abstand zu den nächsten Wettbewerbern ist damit so beträchtlich, dass schon der bloße Blick auf die stark ungleichgewichtige Marktstruktur das Entstehen eines unabhängigen Verhaltensspielraumes für die Fusionsparteien vermuten lässt. Diese Vermutung wird durch eine genauere Betrachtung der Marktstruktur erhärtet.

**cc) Den Kunden verbleiben nach der Fusion keine oder nur wenige Ausweichmöglichkeiten**

192. Die Wahlmöglichkeiten der Fördergurtkunden werden durch die Fusion erheblich eingeschränkt. Wie bei anderen technischen Gummiprodukten handelt es sich nämlich bei Stahlseilfördergurten nicht um Waren, die man gleichsam „aus dem Katalog“ bestellt, sondern um Produkte, deren Produktion und Verkauf ein erhebliches Maß an Know-how und eine enge Zusammenarbeit mit dem Kunden erfordern. Aus verschiedenen Gründen können Kunden nicht einfach auf andere Anbieter wechseln.

*Qualifikationsverfahren als Eintrittshürde für neue Anbieter*

193. Fördergurte werden regelmäßig erst dann bei einem Hersteller bestellt, wenn sich das Produkt als qualitativ hochwertig und technisch zuverlässig erwiesen hat. Ein neuer Anbieter kann also erst dann zum Zuge kommen, wenn er das entsprechende Qualifikationsverfahren des jeweiligen Herstellers erfolgreich durchlaufen hat. Das Erfordernis eines solchen Qualifikationsverfahrens erklärt sich daraus, dass die Zuverlässigkeit eines Fördergurtes gerade im Stahlseilbereich von äußerst wichtiger Bedeutung ist. Obwohl hier schwere und mitunter spitze Güter z.T. über mehrere Kilometer hinweg transportiert werden, darf es während der langen Betriebsdauer von Stahlseilfördergurten von bis zu 25 Jahren zu möglichst wenigen Schäden kommen. Schon kleinere Risse machen einen Stillstand der gesamten Produktionsanlage notwendig, was etwa im Braunkohletagebau zu erheblichen Kosten führt. Insbesondere wollen Kunden auch vermeiden, dass es zu einem größeren Längsriss kommt, der einen kompletten Ersatz des Gurtes notwendig machen würde.

194. Die Anforderungen an den verlangten Gurt sind dabei, je nach der individuellen Anwendungsart und dem Einsatzbereich, unterschiedlich. Wettbewerber bezeichnen das Qualifikationsverfahren im Bereich des Braunkohletagebaus als „sehr kompliziert“<sup>147</sup>. Daher muss ein Hersteller beim jeweiligen Kunden erst beweisen, dass sein Gurt den spezifischen Anforderungen für die Anwendung des Kunden gewachsen ist. Im Braunkohlebereich, auf den mehr als die Hälfte des Umsatzes entfällt, umfasst das Qualifikationsverfahren der großen Hersteller mehrere Stufen: Zunächst muss ein Hersteller erreichen, dass der Kunde überhaupt Testgurte auf seinen Anlagen laufen

---

<sup>147</sup> Interview mit Cobra vom 22.7.2004.

lässt. Schon dieser Schritt stellt sich als erhebliche Hürde für viele Hersteller dar, denn einige große Braunkohlekunden lassen überhaupt nur solche Hersteller als Testgurtlieferant zu, die eine vorherige *Laborprüfung* erfolgreich bestanden haben<sup>148</sup>. Dabei werden die Eigenschaften (z.B. Resistenz gegen auftreffende Materialien, Umwelteinflüsse, und Korrosion) des Gurtes zunächst im Labor geprüft. Erst nach Bestehen dieser Laborprüfung, die mehr als ein Jahr dauern kann, ordern die Hersteller dann ggf. Testgurte für die anschließende zweite Stufe des Qualifizierungsverfahrens, die sog. Testphase.

195. Allerdings sind die Kunden nicht frei, beliebige Mengen an Testgurten von unterschiedlichen Herstellern zu bestellen [...] \*<sup>149</sup>. Daher ist zu befürchten, dass die Parteien ihre spätere marktbeherrschende Stellung weiter zum Abschluss derartiger Exklusivverträge ausnutzen würden<sup>150</sup>.

196. In jedem Fall sind die Exklusivverträge Hindernisse für andere Wettbewerber, mit Testgurten bei den Kunden zugelassen zu werden. Schaffen es die Hersteller dennoch, in eine Versuchsanlage des Kunden aufgenommen zu werden, werden ein oder mehrere Versuchsgurte zunächst unter Praxisbedingungen getestet. Diese Versuchsphase kann mehrere Jahre in Anspruch nehmen<sup>151</sup>. Erst dann kommt ein Lieferant überhaupt als Lieferant für größere Mengen von Stahlseilfördergurten in Betracht.

197. Wie schwierig es für neue Wettbewerber ist, das geschilderte Qualifikationsverfahren erfolgreich zu bestehen, zeigt die Tatsache, dass auch heute noch nicht alle großen Wettbewerber von Continental und Phoenix bei den wichtigsten Kunden qualifiziert und ohne Ausnahme nur mit Testgurten vertreten sind. RWE führt dazu aus:

*„Auch größere Anbieter von Stahlseilgurten sind z.T. nicht in der Lage, die notwendigen Anforderungen hinsichtlich Qualität und Zuverlässigkeit im ersten Anlauf zu erfüllen. So ist z.B. [ein Hersteller]\* mit der Qualifikation bei RWE bisher gescheitert, da sie eingebetteten Stahlseile den Korrosionstest im ersten Anlauf nicht bestanden haben<sup>152</sup>.“*

*Viele Wettbewerber genügen den Qualitätsanforderungen der Stahlseilfördergurtkunden nicht*

198. Gerade die zuletzt zitierte Aussage zeigt, dass die in Europa nur mit geringen Marktanteilen vertretenen Wettbewerber von Continental und Phoenix zumindest im Kundensegment der Braunkohletagebaukunden nicht auf gleicher Augenhöhe mit den Parteien kämpfen. Kunden geben als Ursache für die besonders starke Stellung der zwei verbliebenen deutschen Fördergurtunternehmen an, dass es sich bei der

---

<sup>148</sup> Vgl. Interview mit Vattenfall vom 27.7.2004; Interview mit RWE vom 26.7.2004.

<sup>149</sup> Vgl. Interview mit RWE vom 26.7.2004 sowie die von Continental zur Verfügung gestellten Vertragsentwürfe für die Lieferverträge mit Vattenfall und RWE (Anlage 51.1 und 51.2 zur Antwort auf die Fragen der Kommission vom 13.7.2003).

<sup>150</sup> Nicht weiter vertieft werden soll hier die Frage der Vereinbarkeit derartiger Verträge mit den Artikeln 81 und 82 EG-Vertrag.

<sup>151</sup> Interview mit RWE vom 26.7.2004.

<sup>152</sup> Interview mit RWE vom 26.7.2004.

Stahlseilfördergurttechnik um eine in Deutschland entwickelte Technik handele. Der technologische Vorsprung deutscher Hersteller dürfte auch darauf zurückzuführen sein, dass außerhalb Europas im Tagebau zumeist andere Fördertechniken eingesetzt werden (z.B. insbesondere Fördergurttransport per LKW). Tatsächlich arbeiten Continental und Phoenix z.B. mit der Universität Hannover zusammen, die auf diesem Gebiet eine besondere Expertise entwickelt hat<sup>153</sup>. Das Wissen um die richtige Materialzusammensetzung und andere Parameter der Produkt- und Produktionstechnologie sind aber entscheidend, um dem Kunden ein qualitativ hochwertiges Produkt liefern zu können. Selbst Wettbewerber bestätigen, dass Continental und Phoenix auf dem Gebiet der Stahlseilfördergurttechnologie ein überragendes Produkt- und Produktions-Know-how besäßen<sup>154</sup>.

199. Dementsprechend hat die Kommission im Rahmen ihrer Marktuntersuchung festgestellt, dass viele der kleinen und selbst große Wettbewerber die Qualitätsanforderungen (etwa in Bezug auf Toleranzen, Belastbarkeit, Korrosionsfestigkeit etc.) nicht ohne weiteres erfüllen können. Kunden<sup>155</sup> und Wettbewerber<sup>156</sup> haben gleichermaßen von Problemen bei der Qualifikation von Gurten berichtet, die nicht von Continental oder Phoenix stammen.

200. Da es sich zumindest bei den Stahlseilfördergurten für Braunkohlekunden also nicht um „commodity“-Produkte handelt, sondern das Produkt überhaupt erst nach bestandener Qualifikation verkauft werden kann, spielt die Frage, dass alle Hersteller freie Produktionskapazitäten besitzen, für die wettbewerbliche Würdigung nur eine untergeordnete Rolle. Nicht die freien Kapazitäten, sondern die Fähigkeit, die hohen technischen Anforderungen der Braunkohlekunden zu befriedigen, ist hier das maßgebliche Kriterium für den Erfolg im Wettbewerb. Hier besitzen Continental und Phoenix, wie dargestellt, aber einen deutlichen Vorsprung vor den Wettbewerbern.

201. Alle wesentlichen Wettbewerber sind zudem - wenn überhaupt - nur mit einzelnen, bestimmten Testgurten bei den maßgeblichen großen Kunden qualifiziert. Nur Continental und Phoenix haben aber das Qualifikationsverfahren für alle wichtigen Gurtarten durchlaufen. Insbesondere bei den breiten Gurten besitzen beide Unternehmen in Europa eine faktische Alleinstellung.

*Faktische Alleinstellung in Europa bei Gurtbreiten über 2,40 m*

202. Der Wechsel auf andere Anbieter wird insbesondere dadurch erschwert, dass Continental und Phoenix die einzigen Hersteller sind, die in der Lage sind, das gesamte Spektrum der geforderten Gurtbreiten in Europa herzustellen. [...]\*. Die übrigen Wettbewerber besitzen in Europa nur Pressen für Gurtbreiten von bis zu 2,40 m. Gerade für den Erfolg bei Fördergurtkunden im Braunkohlebereich ist es jedoch wichtig, in der Lage zu sein, auch Fördergurte über 2,40 m herzustellen<sup>157</sup>. So entfallen etwa nach Auskunft des größten Stahlseilfördergurtkunden, RWE, bei diesem 2/3 aller eingesetzten Gurte auf die

---

<sup>153</sup> Interview mit RWE vom 26.7.2004.

<sup>154</sup> Interview mit Fenner Dunlop vom 28.7.2004.

<sup>155</sup> Interview mit RWE vom 26.7.2004.

<sup>156</sup> Vgl. etwa Interview mit Bridgestone vom 20.7.2004. Interview mit RWE vom 26.7.2004.

<sup>157</sup> Interview mit Fenner Dunlop vom 28.7.2004; Interview mit Bridgestone vom 20.07.2004.

Gurtklasse ST 4500 /2,80 m<sup>158</sup>. Beim zweiten Großkunden, Vattenfall Europe, sind dies immerhin noch 60%<sup>159</sup>.

203. Auch der nächste Wettbewerber, Sempertrans, ist durch den fehlenden Zugang zu den Großkunden aufgrund fehlender Gurtqualifikationen und fehlende Kapazitäten im Bereich breiter Gurte entscheidend im Wettbewerb gegen die Zusammenschlussparteien benachteiligt. Der Aufbau einer eigenen Produktionslinie<sup>160</sup> für breite Fördergurte von 2,40 m bis 3,20 m erfordert nach Erkenntnissen der Kommission aber hohe Investitionen von bis zu 18 Mio. EUR für eine komplett neue Produktionslinie<sup>161</sup>. Diese Investitionskosten wirken umso mehr prohibitiv für Wettbewerber, als der europäische Markt (anders als die Märkte in anderen Regionen) nicht mehr wächst sondern eher stagniert oder schrumpft<sup>162</sup>.
204. Durch den Vorsprung in Sachen Produktqualität und Produktpalette dünnt sich die Zahl derjenigen Wettbewerber, die in Sachen Wettbewerbsfähigkeit in derselben Liga wie Continental/Phoenix spielen, damit deutlich aus, was den Verhaltensspielraum von Continental und Phoenix nach einer Fusion zusätzlich erhöhen wird.

*Neue Markteintritte im Bereich der breiten Fördergurte, die den Verhaltensspielraum der Parteien beschränken könnten, sind nicht zu erwarten*

205. Aufgrund der geschilderten Zutrittsbarrieren ist auch nicht mit neuen Markteintritten zu rechnen, die den Verhaltensspielraum von Continental und Phoenix spürbar einengen könnten. Dabei wirken die erheblichen Kosten und logistischen Probleme<sup>163</sup> bei der Errichtung einer Fördergurtproduktion in Europa umso mehr prohibitiv, als auch nach den Angaben von Continental in den kommenden Jahren in Europa kein Marktwachstum zu erwarten ist. Nach Angaben von Wettbewerbern ist angesichts der erheblichen Investitionskosten zum Aufbau einer eigenen Produktion in Europa „nicht damit zu rechnen, dass Wettbewerber sich nach dem Zusammenschluss verstärkt in Europa engagieren“<sup>164</sup>.

---

<sup>158</sup> Interview mit RWE vom 26.7.2004.

<sup>159</sup> Interview mit Vattenfall vom 27.7.2004. [...]\*. Jedoch decken sich auch diese Angaben nicht mit den Aussagen von Vattenfall. Im übrigen scheint die These von RWE als dem weltweit einzigen Kunden schon im Hinblick auf die zahlreichen Produktionsstätten für Stahlseilgurte über 2,30 m (z.B. in Japan oder Kasachstan) nicht recht plausibel.

<sup>160</sup> Die von Continental angeführte theoretische Möglichkeit, zur Herstellung größerer Gurtbreiten zwei schmalere Gurte an der Längsnaht zusammenschweißen, könnte die Wettbewerbsschwäche von Herstellern ohne breite Presse nicht ausgleichen. Ein solches Verfahren ist nach Erkenntnissen der Kommission zwar technisch möglich, jedoch kostspieliger und komplizierter als die Produktion auf einer entsprechenden breiten Presse; auch der Kunde zieht in einem Stück vulkanisierte Gurte nach Angaben der Wettbewerber vor.

<sup>161</sup> Vgl. im einzelnen die e-Mail von Fenner Dunlop vom 23.8.2004.

<sup>162</sup> Vgl. etwa Interview mit Cobra vom 22.4.2004.

<sup>163</sup> So muss etwa die Beschaffung der notwendigen Ausgangsmaterialien (z.B. Kautschukvormischung) durch einen Lieferanten oder eigene Produktion sichergestellt werden, da mehr als 50% des Wertes eines Fördergurtes nach Schätzungen von Continental auf den Kautschukanteil entfallen.

<sup>164</sup> Vgl. Interview mit Bridgestone vom 26.07.2004.

206. Auch nach Auffassung von RWE Power, dem größten Kunden im Bereich Stahlseilfördergurte, ist es „nahezu ausgeschlossen, dass ein neuer Anbieter ohne langjährige Erfahrung im Stahlseil-/Tagebaugeschäft sich bei RWE aus dem Stand heraus qualifiziere, wenn er bisher nicht mit RWE zusammengearbeitet (hat)<sup>165</sup>.“
207. Bei den von Continental in den Anmeldeunterlagen angeführten neuen Marktteilnehmern handelt es sich dementsprechend um regionale oder auf außereuropäische Regionen spezialisierte Anbieter von Gurten einfacher Qualität, die in Europa nur Verkäufe im *de minimis*-Bereich erzielen<sup>166</sup>.
208. Selbst wenn man berücksichtigt, dass ein großer Teil der Liefermengen im Braunkohlebereich ohnehin durch längerfristige Verträge festgelegt sind, erscheint es angesichts der überragenden Marktstellung der Zusammenschlussparteien insbesondere im Braunkohlesegment unwahrscheinlich, dass sich auch bis zur Vergabe neuer Aufträge hinreichend marktstarke Wettbewerber etablieren.
209. Dabei ist zu beachten, dass die dominante Stellung der Zusammenschlussparteien im Braunkohlesegment ihnen auch im Segment des Geschäfts mit so genannten Projektkunden deutliche Vorteile verschafft. [...]\*
- Angesichts der überragenden Marktstellung der Zusammenschlussparteien reicht die Nachfragemacht der Kunden nicht aus, um die durch die Fusion gewonnenen Verhaltensspielräume hinreichend einzuengen*
210. Continental macht zu Recht geltend, dass viele der großen Stahlseilgurtkunden große Tagebau- bzw. Energieunternehmen seien, auf die große Einkaufsvolumina entfallen. Tatsächlich trifft es zu, dass allein auf die drei Kunden im Braunkohlebereich [70-80%]\*des Umsatzes von Continental entfallen. Auch Phoenix macht [60-70%]\* seines Umsatzes mit nur fünf großen Kunden.
211. [...]\*. Allerdings sind gerade diese Verträge nach Ansicht der Kommission kein Zeichen eines lebhaften Wettbewerbs im Fördergurtmarkt. [...]\*. Die so erzielte Produktionssicherheit für die Gurtwerke und der Wegfall des Preiswettbewerbs durch Wettbewerber für diesen Zeitraum der Zusammenschlussparteien rechtfertigen aus betriebswirtschaftlicher Sicht diese Preisabschläge. Damit sind die degressiven Preise aus betriebswirtschaftlicher Sicht der Preis dafür, für mehrere Jahre Produktionssicherheit zu erhalten und für diesen Zeitraum keinem Preisdruck durch Wettbewerber ausgesetzt zu sein.
212. Zudem ist keineswegs klar, ob die in der gegenwärtigen Wettbewerbssituation zwischen Continental und Phoenix erzielten Preissenkungen auch bei den nächsten Vertragsverhandlungen für die Kunden erreichbar sein werden. Immerhin würde nach einer Fusion der einzige wesentliche Wettbewerber, der auf den jeweils anderen Preisdruck ausüben konnte, weggefallen sein.

---

<sup>165</sup> Interview mit RWE vom 26.7.2004.

<sup>166</sup> Insbesondere besitzt der von Continental angeführte Hersteller Cobra (von Continental geschätzter Marktanteil: 4%) keine Fertigungsstätte in Europa, sondern nur eine in China, die den fast ausschließlich den chinesischen Markt bedient. In Europa werden nur minimale Mengen verkauft [<5] Mio. EUR. Auch die Verkäufe des Herstellers Matador wurden stark überschätzt (ebenfalls [<5] Mio. EUR).

213. Schließlich ist zu beachten, dass auch die scheinbare Nachfragemacht der Großabnehmer durch die Tatsache erheblich beschränkt wird, dass ihnen derzeit nicht hinreichend qualitativ gleichwertige Anbieter des jeweils benötigten Produktes zur Verfügung stehen, was ihren Verhandlungsspielraum einschränkt. Zudem liefern sowohl Continental als auch Phoenix einen nicht unerheblichen Teil ihrer Produktion auch an weniger große Kunden, die nur kleinere Mengen abnehmen. Da diesen oft ebenfalls keine hinreichende Zahl qualitativ gleichwertiger Wettbewerber für ihr Produkt zur Verfügung steht, ist auch ihre Nachfragemacht nicht in der Lage, die durch die Fusion gewonnenen Verhandlungsspielräume von Continental einzuengen.

**dd) Der Zusammenschluss begründet oder verstärkt eine marktbeherrschende Stellung von Continental und Phoenix im Markt für Stahlseilfördergurte**

214. Angesichts der dargestellten negativen Veränderung der für die Wettbewerbsstruktur maßgeblichen Parameter ist davon auszugehen, dass Continental und Phoenix durch die Fusion Verhaltensspielräume gewinnen, die sie Ihnen bei Aufrechterhaltung des gegenseitigen Wettbewerbs nicht besäßen. Auch zahlreiche Marktteilnehmer haben die Kommission darauf hingewiesen, dass der Zusammenschluss zu einer faktischen Alleinanbieterstellung von Continental und Phoenix bei vielen Kunden – insbesondere im Braunkohlebereich - führt, da der Wegfall des Hauptwettbewerbers die Wettbewerbsposition des neuen Unternehmens insbesondere bei Verhandlungen über Preise deutlich stärken würde<sup>167</sup>. Daher geht die Kommission davon aus, dass der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung der Zusammenschlussparteien auf dem Markt für schwere Stahlseilgurte verstärkt oder begründet, durch die ein wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben erheblich behindert wird.

**i) SCHWERE FILTERGURTE**

*Der Zusammenschluss führt zu nominell hohen Marktanteilen auf dem „Nischenmarkt“ für Filtergurte*

215. Im Markt für Filtergurte würde der Zusammenschluss nach Angaben von Continental zu nominell sehr hohen Marktanteilen der Parteien führen ([80-90%]\*im EWR, wobei [60-70%]\* auf Continental und [20-25%]\* auf Phoenix entfielen; Umsatzvolumenanteile für 2003, bei einem Gesamtumsatzvolumen für Europa von [...] \* EUR). Weltweit kämen die Parteien immer noch auf einen Anteil von [40-50%]\* am Umsatzvolumen im Jahr 2003. Allerdings ist die Kommission der Ansicht, dass die gegenwärtig stake Position im Filtergurtmarkt nicht zu einer marktbeherrschenden Stellung der Zusammenschlussparteien führen wird.

*Eine marktbeherrschende Stellung ist nach den Erkenntnissen der Kommission aufgrund der besonderen Marktsituation im Filtergurtmarkt dennoch nicht zu befürchten*

216. So ist zunächst zu beachten, dass es sich beim Filtergurtmarkt um einen außerordentlich kleinen Markt handelt, in dem derzeit – nicht zuletzt aufgrund des geringen

---

<sup>167</sup> Viele Kunden und Wettbewerber haben die entsprechenden Angaben allerdings als vertraulich gekennzeichnet. Für offen geäußerte Bedenken vgl. etwa Antwort 34 im 1. Fragebogen für Fördergurtkunden des Kunden *Koch Fördergurttechnik* sowie Interview mit dem Wettbewerber *Goodyear* vom 20.7.2004, vgl auch die Antworten der Wettbewerber *Fenner* oder *Semperit* auf Frage 23 des 1. Fragebogens für Fördergurthersteller.

Marktvolumens – nur eine geringe Zahl von Anbietern tätig ist. So war nach etwa im Jahr 2003 in Europa nur noch ein weiterer Anbieter im Filtergurtmarkt aktiv. Entscheidende Bedeutung für die wettbewerbliche Beurteilung der Kommission kommt in einem solchen Fall damit der Frage zu, ob es anderen Herstellern schwerer Stahlseilgurte möglich ist, ohne erhebliche Investitionskosten und zeitliche Verzögerung in den Filtergurtmarkt einzutreten. Dies ist hier nach der Überzeugung der Kommission der Fall.

217. Tatsächlich bedarf es zur Herstellung eines Filtergurtes regelmäßig nur eines oder mehrerer Formteile, die in die Vulkanisationspresse gelegt werden und mit deren Hilfe Löcher in den - ansonsten herkömmlichen – schweren Stahlseilgurt „einvulkanisiert“ werden. Continental weist darauf hin, dass das dabei erforderliche Know-how keine entscheidende Hürde für neue Marktzutritte darstellt, da es generell allen Herstellern zur Verfügung stehe, die Erfahrungen im Bereich der Herstellung schwerer Stahlseilfördergurte besitzen. Tatsächlich haben Wettbewerber bestätigt, dass sie grundsätzlich in der Lage seien, Spezialitätengurte wie Filtergurte ohne größere Schwierigkeiten und Investitionskosten herzustellen<sup>168</sup>.
218. Damit bestünde nach Auffassung der Kommission selbst bei der Annahme eines europaweiten Marktes zumindest ein hinreichender potenzieller Wettbewerb, der das Entstehen einer marktbeherrschenden Stellung im Filtergurtbereich verhindern kann.

## VII. ZUSAGEN DER ANMELDENDEN PARTEIEN

219. Um die Wettbewerbsbedenken der Kommission auszuräumen, hat Continental die nachstehend beschriebenen Zusagen abgegeben, deren vollständiger Wortlaut im Anhang enthalten ist.
220. Danach verpflichtet sich Continental im Wesentlichen,
- a) auf der Basis eines Vorvertrages, der am 1. Oktober 2004 geschlossen wurde, den 50%- Anteil am Gemeinschaftsunternehmen Vibracoustic, der derzeit von Phoenix gehalten wird, an Freudenberg zu verkaufen;
  - b) die gesamte OEM/OES-Luftfederproduktion (sowohl von Luftfedern für LKW- und Bushersteller als auch für Achsen- und Anhängerproduzenten) im ungarischen Werk in Nyiregyháza an Freudenberg/Vibracoustic zu verkaufen. Dieses Geschäft umfasst wesentliche Teile der Fabrik von Phoenix in Ungarn (z.B. Personal und Maschinen) sowie der Eintritt in bestehende Verträge mit Kunden und eine Liefervereinbarung, durch die sichergestellt wird, dass Freudenberg weiterhin mit den für die Produktion notwendigen Vorprodukten beliefert wird.
  - c) auf der Basis eines Vorvertrages, der am 8. Oktober 2004 geschlossen wurde, eine im gemeinsamen Eigentum von Continental und Phoenix befindliche Produktionslinie für Stahlseilgurte einer Breite von bis zu 3,20 m einschließlich

---

<sup>168</sup> Vgl. Antwort von Fenner Dunlop auf den 1. Fragebogen zum Bereich Stahlseilfördergurte zu Frage 4: „*Know-how is similar, switching to special applications could be done easily with no major investment involved*“.

einer Vulkanisierungspressen für bis zu 3,20 m breite Stahlseilfördergurte an den Wettbewerber Semperit/Sempertrans zu verkaufen.

## **VIII. BEURTEILUNG DES ANGEMELDETEN VORHABENS NACH ARTIKEL 2 DER FUSIONSKONTROLLVERORDNUNG UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER ZUSAGEN**

### *1. Luftfedern für Nutzfahrzeuge (OEM/OES)*

221. Die Zusage, mit der die Wettbewerbsbedenken im Bereich Luftfedern für Nutzfahrzeuge ausgeräumt werden sollen, besteht aus zwei Teilen: Einerseits verpflichtet sich Continental, den von Phoenix gehaltenen 50%-igen Anteil an der Vibracoustic auf den anderen Gesellschafter, Freudenberg, zu übertragen. Andererseits verpflichtet sich Continental, die gesamte OEM/OES-Luftfederproduktion für Nutzfahrzeuge von Phoenix in Ungarn auf Freudenberg zu übertragen. Nach Ansicht der Kommission sind diese Zusagen geeignet, sämtliche Bedenken im Bereich Nutzfahrzeugluftfedern zu zerstreuen.
222. Mit der Übernahme des 50%-igen Anteils der Vibracoustic fallen Freudenberg nicht nur die entsprechenden Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten der Vibracoustic im Bereich Luftfedern für Nutzfahrzeuge OEM/OES zu. Auch die bislang durch den Joint-Venture-Vertrag bewirkte Beschränkung der Vibracoustic auf das OEM/OES-Geschäft mit LKW- und Buskunden wird damit beseitigt. Der nunmehr allein von Freudenberg kontrollierten Vibracoustic steht es offen, auch in den Bereichen Achs- und Trailer sowie IAM aktiv zu werden. Da die Vibracoustic bereits über langjährige Vertriebserfahrung im OEM/OES-Bereich verfügt, ist zu erwarten, dass die Fähigkeit, das ganze Luftfederspektrum anzubieten, Vibracoustic in die Lage versetzen wird, als langfristig lebensfähiger Wettbewerber am Markt zu bestehen.
223. Der zweite Teil der Zusage, die Übertragung der Nutzfahrzeug-Luftfederproduktion (OEM/OES) von Phoenix in Ungarn auf Freudenberg/Vibracoustic, beseitigt gleichzeitig die bisherige Schwäche der Vibracoustic, die bislang über keine eigene Luftfederproduktion verfügte. Durch die Zusage, den Teil des ungarischen Werkes auf Freudenberg/Vibracoustic zu übertragen, in dem die Nutzfahrzeug-Luftfederproduktion angesiedelt ist, erhält Freudenberg/Vibracoustic nicht nur eine moderne eigene Luftfederproduktion. Der Produktionsstandort liegt auch an einem kostengünstigen Standort, was für den zukünftigen Erfolg des Inhabers im Luftfedermarkt von großer Bedeutung sein dürfte.
224. Continental hat bereits einen notariell beurkundeten Vorvertrag mit Freudenberg/Vibracoustic abgeschlossen, in dem sich Continental zur Übereignung aller für die Produktion notwendigen Produktionsmittel (Maschinen, einschließlich eines Kalenders) verpflichtet. Zusätzlich ist vereinbart worden, sämtliche bestehenden Lieferverträge mit Kunden auf Freudenberg/Vibracoustic zu übertragen, das für die Produktion und Entwicklung notwendige Personal zu überlassen, sämtliches für den Betrieb notwendige Know-how zur Verfügung zu stellen und alle Lieferverträge über notwendige Vorprodukte auf Freudenberg/Vibracoustic zu übertragen. Die beschriebenen vertraglichen Verpflichtungen reichen nach Auffassung der Kommission aus, um ein langfristiges Bestehen von Freudenberg/Vibracoustic am Markt zu sichern.
225. Maßgeblich für diese Beurteilung ist insbesondere der Umstand, dass die Zusage den durch den Zusammenschluss entstehenden Marktanteilszuwachs im Markt für Nutzfahrzeugluftfedern (OEM/OES) vollständig beseitigen dürfte. Die gesamte Produktion von Phoenix, einschließlich bestehender Lieferverträge in diesem Bereich

wird auf die Vibracoustic übertragen. Dabei wird Freudenberg/Vibracoustic sogar das bisherige Betätigungsfeld über den bisherigen Bereich auf das Achs- und Trailer-Segment sowie auf den IAM-Markt ausdehnen können. Die Zusage ist daher geeignet, die von der Kommission geäußerten Bedenken hinsichtlich der Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung auf dem Markt für Nfz-Luftfedern auszuräumen.

## 2. *Stahlseilfördergurte*

226. Mit der Zusage schließlich, einem Wettbewerber eine Produktionslinie für Stahlseilfördergurte mit einer Breite von bis zu 3,20 m einschließlich einer entsprechenden Vulkanisationspresse zu verkaufen, erleichtert Continental dem Käufer, der Firma Semperit/Sempertrans, ganz wesentlich den Markteintritt in diesem für den Erfolg im Stahlseilgurtmarkt so entscheidenden Segment. Wie in der wettbewerblichen Analyse bereits dargestellt, beziehen sich die Bedenken der Kommission im Stahlseilgurtmarkt besonders auf das Segment der Braunkohlefördergurte. Hier haben Kunden übereinstimmend angegeben, dass die Fähigkeit, auch breite Gurte herstellen zu können, von großer Bedeutung für ihre Entscheidung für einen bestimmten Gurtlieferanten ist. Nach der Übernahme von Phoenix durch Continental hätte das zusammengeschlossene Unternehmen, wie gezeigt werden konnte, eine Monopolstellung für diese Gurtart in Europa. Aufgrund der hohen Investitionskosten für eine neue Produktionslinie für Gurte von bis zu 3,20 m Breite bei gleichzeitig stagnierendem Marktvolumen wäre ein Neueintritt in diesen Markt aller Voraussicht nach nicht zu erwarten. Als besonderen Engpass haben Wettbewerber hier insbesondere die Notwendigkeit der Anschaffung einer Spezial-Vulkanisationspresse bezeichnet.
227. Der Käufer der Anlage, der Hauptwettbewerber im Stahlseilgurtbereich Semperit/Sempertrans, hat sich zuversichtlich geäußert, dass es ihm gelingen könne, durch den Kauf einer solchen Produktionslinie den technologischen Rückstand gegenüber den Fusionsparteien wettzumachen und erfolgreich breite Stahlseilfördergurte an Kunden aus dem Braunkohletagebau liefern zu können. Die Fähigkeit, auch breite Gurte anbieten zu können, könne dabei zugleich als „Hebel“ dienen, um auch bei anderen Gurtbreiten verstärkt als Lieferant in Betracht gezogen zu werden. Die Kommission ist der Überzeugung, dass der Wettbewerber Sempertrans/Semperit, der im Qualifikationsprozess bei den meisten Kunden bereits weit fortgeschritten ist, durch die Zusage in die Lage versetzt würde, Continental/Phoenix dauerhaft Wettbewerb zu machen. Die von der Kommission im Hinblick auf die angebotene Zusage durchgeführte Marktbefragung hat diese Auffassung bestätigt. Alle antwortenden Kunden sind der Ansicht, dass die von Continental angebotene Zusage, eine Produktionslinie für weite Gurte zu veräußern, geeignet sei, die Wettbewerbsprobleme im Bereich Stahlseilfördergurte zu eliminieren.
228. Indem die Zusage für eine Marktöffnung im Bereich des wichtigsten Segmentes innerhalb des Stahlseilfördergurtmarktes – der Braunkohlegurte – sorgt, ist sie geeignet, die Bedenken der Kommission dass der Zusammenschluss zu einer marktbeherrschenden Stellung im Markt für schwere Stahlseilfördergurte führen könnte, insgesamt zu zerstreuen.
229. Die von der anmeldenden Partei unterbreiteten Zusagen bewirken somit, dass der angemeldete Zusammenschluss nicht zur Entstehung einer beherrschenden Stellung in den Märkten für Luftfedern für PKW und für Nutzfahrzeuge (OEM/OES) sowie im Markt für schwere Stahlseilfördergurte führt, durch die der Wettbewerb im Gemeinsamen Markt erheblich behindert würde.

## IX. BEDINGUNGEN UND AUFLAGEN

230. Gemäß Artikel 8 Absatz 2 Unterabsatz 2, Satz 1, der Fusionskontrollverordnung kann die Kommission ihre Entscheidung mit Bedingungen und Auflagen verbinden, um sicherzustellen, dass die beteiligten Unternehmen den Verpflichtungen nachkommen, die sie gegenüber der Kommission hinsichtlich einer mit dem Gemeinsamen Markt zu vereinbarenden Gestaltung des Zusammenschlusses eingegangen sind.
231. Maßnahmen, durch die sich der Markt strukturell verändert, sind zum Gegenstand von Bedingungen zu machen, die hierzu erforderlichen Durchführungsmaßnahmen hingegen zum Gegenstand von Auflagen für die Parteien. Wird eine Bedingung nicht erfüllt, so ist die Entscheidung hinfällig, mit der die Kommission den Zusammenschluss für mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar erklärt hat. Verstößen die Parteien gegen eine Auflage, so kann die Kommission auf der Grundlage von Artikel 8 Absatz 5 Buchstabe b der Fusionskontrollverordnung die Freigabeentscheidung widerrufen; außerdem können gegen die Parteien Geldbußen und Zwangsgelder gemäß Artikel 14 Absatz 2 Buchstabe a und Artikel 15 Absatz 2 Buchstabe a der Fusionskontrollverordnung festgesetzt werden<sup>169</sup>.
232. Entsprechend dieser grundlegenden Unterscheidung stellt die Kommission ihre Entscheidung unter die Bedingung der vollständigen Erfüllung derjenigen Zusagen von den Parteien, nach denen sie sich verpflichten,
- a) die von Phoenix gehaltenen Anteile der an der Vibracoustic an den Gesellschafter Freudenberg zu veräußern (Anhang Abschnitt B 1);
  - b) das Luftfedergeschäft im Werk Ungarn (Nutzfahrzeuge OEM/OES) an Freudenberg/Vibracoustic zu veräußern (Anhang Abschnitt B 2);
  - c) der Firma Semperit eine Stahlseilfördergurtproduktionslinie mit einer Vulkanisierungspresse für die Produktion von 3,20 m breiten Gurten der Firma Simpelkamp zu verkaufen (Anhang Abschnitt B 3).
233. Diese Zusagen dienen dazu, den Markt strukturell zu verändern. Die verbleibenden Teile der Zusagen sind zum Gegenstand von Auflagen zu machen. Sie dienen im Wesentlichen zur Absicherung der wettbewerblichen Wirkungen der zuvor erwähnten Bedingungen bzw. sollen die Umsetzung dieser Bedingungen sicherstellen.

## X. SCHLUSSFOLGERUNG

234. Aus diesen Gründen kann vorbehaltlich der vollständigen Einhaltung der von den anmeldenden Parteien eingegangenen Verpflichtungen davon ausgegangen werden, dass der geplante Zusammenschluss keine beherrschende Stellung begründet oder verstärkt, durch die wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben erheblich behindert würde. Der Zusammenschluss ist daher vorbehaltlich der vollständigen Einhaltung der im Anhang enthaltenen Verpflichtungen gemäß Artikel 2 Absatz 2 und Artikel 8 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung sowie

---

<sup>169</sup> Vgl. die Mitteilung der Kommission über im Rahmen der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates und der Verordnung (EG) Nr. 447/98 der Kommission zulässige Abhilfemaßnahmen, Rn. 12 (ABl. C 268 vom 2.3.2001, S. 3).

Artikel 57 des EWR-Abkommens für mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen vereinbar zu erklären.

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Der angemeldete Zusammenschluss, durch welchen Continental die alleinige Kontrolle über Phoenix erwirbt, wird für mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen vereinbar erklärt.

Artikel 2

Artikel 1 gilt unter der Bedingung der vollständigen Erfüllung der von Continental in den Abschnitten B1, B2 und B3 der Anlage A abgegebenen Zusagen.

Artikel 3

Diese Entscheidung ergeht unter der Auflage vollständiger Erfüllung der übrigen von Continental abgegebenen Zusagen gemäß den Anlagen A und B sowie den Schedules B.1 und B.3.

Artikel 4

Diese **Entscheidung** ist gerichtet an:

**Continental AG**  
Vahrenwalder Straße 9  
D-30165 Hannover  
Deutschland

Brüssel, den 26. Oktober 2004

Für die Kommission  
Mario MONTI  
Mitglied der Kommission

**Fall M. 3436 – Continental / Phoenix**

**ZUSAGEN AN DIE EUROPÄISCHE KOMMISSION**

Continental Aktiengesellschaft, Vahrenwalder Str. 9, D-30165 Hannover, Deutschland (“*Continental*”) bietet hiermit gemäß Artikel 8(2) der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates und Ergänzungen (die “*FKVO*”), die folgenden Zusagen (die “*Zusagen*”) an, um die Europäische Kommission (die “*Kommission*”) in die Lage zu versetzen, den Erwerb der alleinigen Kontrolle über Phoenix Aktiengesellschaft, Hannoversche Straße 88, D-21079 Hamburg, Deutschland (“*Phoenix*”) für mit dem Gemeinsamen Markt und dem Vertrag über den Europäischen Wirtschaftsraum durch ihre Entscheidung gemäß Artikel 8(2) der FKVO vereinbar zu erklären (die “*Entscheidung*”).

Die folgenden Zusagen werden mit dem Erlass der Entscheidung wirksam.

Dieser Text ist im Lichte der Mitteilung der Kommission über im Rahmen des Europarechts und insbesondere im Rahmen der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates und der Verordnung (EG) Nr. 447/98 der Kommission betreffend zulässige Abhilfemaßnahmen auszulegen, sowie der Kommissionsmitteilung über zulässige Abhilfemaßnahmen im Anwendungsbereich der FKVO.

**Abschnitt A. Definitionen**

Für die Zwecke der Zusagen haben die folgenden Begriffe die folgende Bedeutung:

**Belegschaft:** alle Mitarbeiter von Vibracoustic oder Phoenix (und bei dem zu Veräußernden Geschäft 2 beschäftigte Mitarbeiter gemäß Anhang B), inklusive Stammbesellschaft, Mitarbeiter, die für Vibracoustic oder das zu Veräußernde Geschäft 2 abgestellt sind, und gemeinsame Mitarbeiter, soweit vorhanden.

**Erste Veräußerungsfrist:** der Zeitraum von [...] \* Monaten nach dem Stichtag.

**Freudenberg:** Freudenberg AG & Co., Höhnerweg 2-4, D-69469 Weinheim, Deutschland, und, wo zutreffend, ihre Verbundenen Unternehmen mit Ausnahme von Vibracoustic.

**Hold Separate Manager:** die in Randziffer 15 für das zu Veräußernde Geschäft ernannte Person, die damit befasst ist, die laufenden Geschäfte unter Aufsicht des Überwachungstreuhänders zu führen.

**Käufer 1:** Freudenberg als die juristische Person, die von der Kommission im Voraus als Erwerberin des zu Veräußernden Geschäfts 1 gebilligt wurde.

**Käufer 2:** Freudenberg/Vibracoustic als die juristische Person, die von der Kommission im Voraus als Erwerberin des zu Veräußernden Geschäfts 2 gebilligt wurde.

**Käufer 3:** Semperit oder jede andere juristische Person, die von der Kommission gemäß den im Abschnitt D festgelegten Kriterien als Erwerberin des zu Veräußernden Geschäfts 3 gebilligt wird.

**Käufer:** die Käufer 1, 2 und 3 zusammengenommen.

**Kompetenzträger:** diejenigen Mitglieder der Belegschaft von Vibracoustic oder Phoenix (und bei dem zu Veräußernden Geschäft 2 beschäftigte Mitarbeiter gemäß Anhang B), die zum Erhalt der Lebens- und Wettbewerbsfähigkeit der zu Veräußernden Geschäfte 1 und 2 erforderlich sind.

**Phoenix:** Phoenix AG, Hannoversche Str. 88, D-21079 Hamburg, Deutschland, und, wo zutreffend, ihre Verbundenen Unternehmen.

**Semperit:** Semperit AG, Modecenterstraße 22, A-1030 Wien, Österreich, und, wo zutreffend, ihre Verbundenen Unternehmen.

**Stichtag:** der Tag, an dem die Entscheidung von der Kommission wirksam wird.

**Treuhänder:** der Überwachungstreuhänder und der Veräußerungstreuhänder.

**Übertragungsstichtag:** der Tag, an dem die Rechtsposition bezüglich des zu Veräußernden Geschäfts mit dinglicher Wirkung auf die Käufer übergehen.

**Überwachungstreuhänder:** eine oder mehrere, von Continental unabhängige natürliche oder juristische Person(en) die mit Billigung der Kommission von Continental oder, auf Vorschlag von Continental, von Phoenix benannt wird (werden) und die Verpflichtung hat (haben), die Erfüllung der Zusagen durch Continental gemäß den in der Entscheidung definierten Bedingungen und Pflichten zu überwachen.

**Veräußerungstreuhänder:** eine oder mehrere, von Continental und Phoenix unabhängige natürliche oder juristische Person(en), die mit Billigung der Kommission von Continental ernannt wird (werden) und die auf ausschließlicher Basis damit betraut wird (werden), das zu Veräußernde Geschäft ohne Bindung an einen Mindestpreis an einen Käufer zu übertragen.

**Verbundene Unternehmen:** je nachdem von Continental, oder Phoenix, oder Freudenberg, oder Vibracoustic, oder Semperit kontrollierte Unternehmen, wobei der Begriff der Kontrolle nach Art. 3 FKVO und im Lichte der Mitteilung der Kommission über den Begriff des Zusammenschlusses der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 zu verstehen ist.

**Verlängerte Veräußerungsfrist:** der Zeitraum von [...] \* Monaten nach Ablauf der Ersten Veräußerungsfrist.

**Vibracoustic:** die unter Abschnitt B. 1 Absatz 4 näher definierten Unternehmen und, wo zutreffend, ihre Verbundenen Unternehmen.

**Vollzugsdatum:** das Datum, an dem Continental auf der Grundlage des am 26. April 2004 publizierten Übernahmeangebotes das Eigentum an den Aktien der Phoenix erwirbt.

**Zu Veräußerndes Geschäft 1:** das im Abschnitt B. 1 Absatz 4, Schedule B. 1 und Anhang B definierte Geschäft, zu dessen Veräußerung Continental sich verpflichtet.

**Zu Veräußerndes Geschäft 2:** die im Abschnitt B. 2 Absatz 8 und Anhang B definierten Vermögenswerte, zu dessen Veräußerung Continental sich verpflichtet.

**Zu Veräußerndes Geschäft 3:** die im Abschnitt B. 3 Absatz 12 und Schedule B. 3 definierten Vermögenswerte, zu deren Veräußerung Continental sich verpflichtet.

**Zu Veräußerndes Geschäft:** die Zu Veräußernden Geschäfte 1, 2 und 3 zusammengenommen.

## **Abschnitt B. Das zu Veräußernde Geschäft**

### **Abschnitt B. 1 – Das zu Veräußernde Geschäft 1**

## Veräußerungszusage

1. Zum Erhalt effektiven Wettbewerbs verpflichtet sich Continental, das zu Veräußernde Geschäft 1 als laufenden Betrieb zu Veräußerungsbedingungen, denen die Kommission gemäß dem in Ziffer 24 beschriebenen Verfahren zugestimmt hat, an Käufer 1 zu veräußern oder für eine Veräußerung zu sorgen. Continental verpflichtet sich, Phoenix möglichst umgehend nach Vollzugsdatum dazu zu veranlassen, einen bindenden Kaufvertrag über den Verkauf des zu Veräußernden Geschäftes 1 auf der Grundlage des Vorvertrages, den Continental und Freudenberg am 1. Oktober 2004 abgeschlossen haben und der diesem Dokument als Anlage B beigefügt ist abzuschließen. Sollte Phoenix bis zum Ende der Ersten Veräußerungsfrist keinen solchen Vertrag abgeschlossen haben, wird Continental Phoenix dazu auffordern, dem Veräußerungstreuhandler ein ausschließliches Mandat zum Verkauf des zu Veräußernden Geschäftes 1 in der Verlängerten Veräußerungsfrist gemäß dem in Ziffer 33 beschriebenen Verfahren zu erteilen.
2. Die Zusage wird als erfüllt angesehen, wenn Phoenix bis zum Ende der Ersten Veräußerungsfrist einen Vertrag zu Bedingungen, denen die Kommission gemäß dem in Ziffer 24 beschriebenen Verfahren zugestimmt hat, mit Käufer 1 abschließt, sofern gewährleistet ist, dass der Vollzug des Verkaufs des zu Veräußernden Geschäftes 1 nicht später als [...] Monate nach Zustimmung der Kommission zu den Veräußerungsbedingungen erfolgt. Die Zusage wird ebenso als erfüllt angesehen, wenn (i) Freudenberg innerhalb der Ersten Veräußerungsfrist eine Kaufoption ausübt und Phoenix einen bindenden Kaufvertrag abgeschlossen hat, und wenn der Vollzug des Verkaufs des zu Veräußernden Geschäftes 1 an Freudenberg nicht später als [...] Monate nach Zustimmung der Kommission zu den Veräußerungsbedingungen erfolgt, oder (ii) Phoenix, aufgrund des Wirksamwerdens der Kündigung der Beteiligung an den Vibracoustic-Unternehmen, keine Anteile mehr an dem zu Veräußernden Geschäft 1 hält.
3. Um die strukturelle Wirkung der Zusage zu erhalten, verpflichten sich Continental und Phoenix, für einen Zeitraum von [...] Jahren nach dem Stichtag keinen direkten oder indirekten Einfluss auf das gesamte oder einen Teil des zu Veräußernden Geschäftes 1 zu erwerben. Das gilt nicht, wenn die Kommission festgestellt hat, dass sich die Marktstruktur derart verändert hat, dass das Fehlen von Einfluss über das zu Veräußernde Geschäft 1 für eine Vereinbarkeit des angemeldeten Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt nicht mehr erforderlich ist.

## Struktur und Umschreibung des zu Veräußernden Geschäftes 1

4. Das zu Veräußernde Geschäft 1 besteht aus Beteiligungen an der Vibracoustic Holding GmbH und der Vibracoustic GmbH & Co KG (zusammen "*Vibracoustic*") in Höhe von 50 % des Kapitals und der Stimmrechte, die zurzeit von Phoenix gehalten werden, und den Beteiligungen an Vibracoustic UK LP und Vibracoustic UK Ltd.

Vibracoustic ist in Schedule B. 1 und Anlage B näher beschrieben.

Nach Vollzug der Veräußerung des zu Veräußernden Geschäftes 1 wird Freudenberg 100 % der Anteile an den Vibracoustic-Unternehmen halten.

## **Abschnitt B. 2 – Das zu Veräußernde Geschäft 2**

### Veräußerungszusage

5. Zum Erhalt effektiven Wettbewerbs verpflichtet sich Continental, das zu Veräußernde Geschäft 2 als laufenden Betrieb zu Veräußerungsbedingungen, denen die Kommission gemäß dem in Ziffer 24 beschriebenen Verfahren zugestimmt hat, an Käufer 2 zu veräußern oder für eine Veräußerung zu sorgen. Zum Vollzug der Veräußerung verpflichtet sich Continental, Phoenix möglichst umgehend nach Vollzugsdatum dazu zu veranlassen, einen bindenden

Kaufvertrag über den Verkauf des zu Veräußernden Geschäfts 2 auf der Grundlage des Vorvertrages, den Continental und Freudenberg/Vibracoustic am 1. Oktober 2004 abgeschlossen haben und der diesem Dokument als Anlage B beigelegt ist, abzuschließen. Sollte Phoenix bis zum Ende der Ersten Veräußerungsfrist keinen solchen Vertrag abgeschlossen haben, so wird Continental Phoenix dazu auffordern, dem Veräußerungstreuhandler ein ausschließliches Mandat zum Verkauf des zu Veräußernden Geschäfts 2 in der Verlängerten Veräußerungsfrist gemäß dem in Ziffer 33 beschriebenen Verfahren zu erteilen.

6. Die Zusage wird als erfüllt angesehen, wenn Phoenix bis zum Ende der Ersten Veräußerungsfrist einen Vertrag zu Bedingungen, denen die Kommission gemäß dem in Ziffer 24 beschriebenen Verfahren zugestimmt hat, mit Käufer 2 abschließt, sofern gewährleistet ist, dass der Vollzug des Verkaufs des zu Veräußernden Geschäfts 2 nicht später als [...] Monate nach Zustimmung der Kommission zu den Veräußerungsbedingungen erfolgt.
7. Um die strukturelle Wirkung der Zusage zu erhalten, verpflichten sich Continental und Phoenix, für einen Zeitraum von [...] Jahren nach dem Stichtag keinen direkten oder indirekten Einfluss auf die gesamten oder einen Teil der materiellen Vermögenswerte des zu Veräußernden Geschäfts 2 zu erwerben. Das gilt nicht, wenn die Kommission festgestellt hat, dass sich die Marktstruktur derart verändert hat, dass das Fehlen von Einfluss über die materiellen Vermögenswerte des zu Veräußernden Geschäfts 2 für eine Vereinbarkeit des angemeldeten Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt nicht mehr erforderlich ist.

#### Struktur und Umschreibung des zu Veräußernden Geschäfts 2

8. Das zu Veräußernde Geschäft 2 besteht aus dem Geschäftszweig der Phoenix für Luftfedern für Nutzfahrzeuge, mit denen Hersteller von LKWs und Bussen sowie Achsen und Anhängern auf dem OEM/OES-Markt, wie in Absätzen 8-16 der Beschwerdepunkte der Kommission vom 3. September 2004 im Fall *Continental/Phoenix* definiert, beliefert werden. Das zu Veräußernde Geschäft 2 umfasst [...]\*, die sich weitestgehend in Nyiregyháza, Ungarn, befinden und sich zurzeit im Eigentum von Phoenix befinden. Die gegenwärtige rechtliche und funktionale Struktur des zu Veräußernden Geschäfts 2 ist in Anhang B beschrieben. Das zu Veräußernde Geschäft 2, das in Anhang B näher beschrieben ist, umfasst
  - (a) alle materiellen und immateriellen Vermögensgegenstände (wie in Anhang B näher beschrieben), die zum laufenden Geschäft beitragen oder die erforderlich sind, um die Lebens- und Wettbewerbsfähigkeit des zu Veräußernden Geschäfts 2 sicherzustellen;
  - (b) alle von Behörden zugunsten des zu Veräußernden Geschäfts 2 erteilten Lizenzen, Erlaubnisse und Genehmigungen (wie in Anhang B näher beschrieben);
  - (c) alle Vereinbarungen, Mietverträge, Verpflichtungen und Kundenaufträge des zu Veräußernden Geschäfts 2; alle Kunden-, Debitoren- und sonstigen Aufzeichnungen des zu Veräußernden Geschäfts 2, wie in Anhang B näher beschrieben (die unter (a) bis (c) beschriebenen Gegenstände werden im Folgenden zusammenfassend als "**Vermögensgegenstände**" bezeichnet);
  - (d) die Belegschaft (wie in Anhang B näher beschrieben); und
  - (e) das Recht des Käufers, sofern dieser es wünscht, für einen Übergangszeitraum von bis zu maximal [...] nach dem Übertragungsstichtag die Erfüllung der sich aus sämtlichen bestehenden Vereinbarungen ergebenden Lieferansprüche, aufgrund derer Phoenix oder Verbundene Unternehmen das zu Veräußernde Geschäft 2 beliefern oder für diese Dienstleistungen erbringen (wie in Anhang B näher beschrieben), zu Preisen und Konditionen zu fordern, die denjenigen entsprechen, die dem zu Veräußernden Geschäft 2 gegenwärtig gewährt werden.

## Abschnitt B. 3 – Das zu Veräußernde Geschäft 3

### Veräußerungszusage

9. Zum Erhalt effektiven Wettbewerbs verpflichtet sich Continental ebenfalls das zu Veräußernde Geschäft 3 zu Veräußerungsbedingungen, denen die Kommission gemäß dem in Ziffer 24 beschriebenen Verfahren zugestimmt hat, an Käufer 3 zu veräußern oder für eine Veräußerung zu sorgen. Zum Vollzug der Veräußerung verpflichtet sich Continental selbst einen bindenden Kaufvertrag über den Verkauf des zu Veräußernden Geschäfts 3 innerhalb der Ersten Veräußerungsfrist abzuschließen, beziehungsweise Phoenix möglichst umgehend nach Vollzugsdatum zu einem entsprechenden Verhalten zu veranlassen. Sollten Continental und Phoenix bis zum Ende der Ersten Veräußerungsfrist keinen solchen Vertrag abgeschlossen haben, wird Continental dem Veräußerungstreuhänder ein ausschließliches Mandat zum Verkauf des zu Veräußernden Geschäfts 3 in der Verlängerten Veräußerungsfrist gemäß dem in Ziffer 33 beschriebenen Verfahren erteilen.
10. Die Zusage wird als erfüllt angesehen, wenn Continental und Phoenix bis zum Ende der Verlängerten Veräußerungsfrist einen bindenden Kaufvertrag abgeschlossen haben, die Kommission dem Käufer 3 sowie den Bedingungen gemäß dem in Ziffer 24 beschriebenen Verfahren zugestimmt hat und der Vollzug des Verkaufs des zu Veräußernden Geschäfts 3 nicht später als [...] Monate nach Zustimmung der Kommission zu den Veräußerungsbedingungen erfolgt.
11. Um die strukturellen Wirkungen der Zusagen zu erhalten, verpflichten sich Continental und Phoenix, für einen Zeitraum von [...] Jahren nach dem Stichtag keinen direkten oder indirekten Einfluss auf das gesamte oder einen Teil des zu Veräußernden Geschäfts 3 zu erwerben. Das gilt nicht, wenn die Kommission festgestellt hat, dass sich die Marktstruktur derart verändert hat, dass das Fehlen von Einfluss über das zu Veräußernde Geschäft 3 für eine Vereinbarkeit des angemeldeten Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt nicht mehr erforderlich ist.

### Struktur und Umschreibung des zu Veräußernden Geschäfts 3

12. Das zu Veräußernde Geschäft 3 umfasst eine Siempelkamp-Stahlseil-Baureihe [...]\*, die der Produktion von Stahlseilfördergurten dient. Die gegenwärtige rechtliche und funktionale Struktur des zu Veräußernden Geschäfts 3 ist in Schedule B.3. beschrieben.

## Abschnitt C. Weitere Zusagen im Zusammenhang mit der Veräußerung

### Erhalt der Lebensfähigkeit, Verkäuflichkeit und Wettbewerbsfähigkeit

13. Continental verpflichtet sich, nichts zu unternehmen, was sich negativ auf die Transaktion auswirken könnte, und Phoenix zu veranlassen, zwischen dem Stichtag und dem Übertragungstichtag nach den Grundsätzen eines ordentlichen Kaufmanns und – in Bezug auf das zu Veräußernde Geschäft 1 – in Übereinstimmung mit den Rechten und Pflichten aus dem Rahmenvertrag zwischen Freudenberg und Phoenix über das Vibracoustic-Gemeinschaftsunternehmen von Dezember 1999 (der **Rahmenvertrag**), die Lebensfähigkeit, Verkäuflichkeit und Wettbewerbsfähigkeit der zu Veräußernden Geschäfte<sup>170</sup> zu erhalten und das Risiko eines Verlustes wettbewerblichen Potenzials der zu Veräußernden Geschäfte so weit wie möglich zu minimieren. Insbesondere verpflichtet sich Continental (unter der Bedingung, dass dies Continental und ihre Verbundenen Unternehmen nicht an einer von

---

<sup>170</sup> Es sei kurz darauf hingewiesen, dass die Vermögenswerte des zu veräußernden Geschäfts 3 derzeit nicht eingesetzt werden, sondern zu Instandhaltungs- und Renovierungszwecken ausgegliedert wurden.

Vibracoustic und den zu Veräußernden Geschäften 2 und 3 unabhängigen Weiterführung ihrer wettbewerblicher Aktivitäten hindert):

- (a) von sich aus nichts zu unternehmen, was sich in erheblicher Weise negativ auf den Wert, die Geschäftsführung oder die Wettbewerbsfähigkeit der zu Veräußernden Geschäfte auswirken könnte oder die Art und den Umfang der Geschäftstätigkeit, die technische oder kaufmännische Strategie oder die Investitionspolitik des zu Veräußernden Geschäfts 2 verändern könnte;
- (b) Phoenix zu veranlassen, ausreichende Mittel für die Entwicklung der zu Veräußernden Geschäfte 1 und 2 auf der Basis des gegenwärtigen Geschäftsplanes – in Bezug auf das zu Veräußernde Geschäft 1 im Rahmen der sich aus dem Rahmenvertrag ergebenden Rechte und Pflichten – bereit zu stellen;
- (c) Phoenix zu veranlassen – in Bezug auf das zu Veräußernde Geschäft 1 entsprechend den Rechten und Pflichten des Rahmenvertrages – alle vernünftigerweise zu erwartenden Maßnahmen (einschließlich branchenüblicher Anreizprogramme) zu treffen, um sämtliche gegenwärtig vom zu Veräußernden Geschäft 2 beschäftigten Kompetenzträger zum Verbleib in diesem Geschäft zu ermuntern.

#### Pflicht der Parteien zur getrennten Führung der Geschäfte

14. Continental verpflichtet sich, die zu Veräußernden Geschäfte 1 und 2<sup>171</sup> in dem Zeitraum zwischen dem Stichtag und dem Übertragungstichtag von dem bei Phoenix und Continental verbleibendem Geschäft wirtschaftlich und rechtlich getrennt zu halten. Dies umfasst auch die Verpflichtung, die Kompetenzträger von Vibracoustic und des zu Veräußernden Geschäfts 2 in keiner Weise in das verbleibende Geschäft einzubeziehen, und umgekehrt Kompetenzträger aus dem bei Conti und Phoenix verbleibende Geschäft nicht in die Geschäftsführung des zu veräußernden Geschäfts 2 einzubeziehen. Continental wird ferner Phoenix dazu veranlassen, sicherzustellen, dass die Belegschaft der zu Veräußernden Geschäfte an niemanden innerhalb Phoenix oder Continental berichten wird.
15. Bis zum Übertragungstichtag wird Continental selbst sowie Phoenix, auf Veranlassung von Continental, den Überwachungstreuhänder dabei unterstützen sicherzustellen, dass die zu Veräußernden Geschäfte als eine eigenständige und verkaufsfähige, von dem bei Continental und Phoenix verbleibenden Geschäft getrennte Einheit geführt werden. Continental wird Phoenix dazu veranlassen, sicherzustellen, dass die zu Veräußernden Geschäfte weiterhin unabhängig voneinander und im besten Geschäftsinteresse im Hinblick auf die Sicherung dauerhafter wirtschaftlicher Lebensfähigkeit, Verkäuflichkeit und Wettbewerbsfähigkeit sowie der Unabhängigkeit der von den bei Continental und Phoenix verbleibenden Geschäftsbereichen geführt werden. Dies sollte in Bezug auf das zu Veräußernde Geschäft 1 durch den gegenwärtigen Geschäftsführer von Vibracoustic, Herrn Schütz, der von Freudenberg ernannt wurde, erfolgen; bezüglich der zu Veräußernden Geschäfte 2 und 3 durch eine Person, die bis spätestens zum Stichtag ernannt und von der Kommission gebilligt wurde, und in der Folge als Hold Separate Manager für die jeweiligen zu Veräußernden Geschäfte fungieren soll.
16. Um sicherzustellen, dass das zu Veräußernde Geschäft 1 bis zum Übertragungstichtag als getrennte Einheit gehalten und geführt wird, wird Phoenix auf Veranlassung von Continental hin den Überwachungstreuhänder ermächtigen, die Rechte von Phoenix als Gesellschafter der Vibracoustic auszuüben (eine Ausnahme gilt insoweit in Bezug auf Dividendenrechte, die vor dem Übertragungstichtag bestehen). Die Ausübung dieser Rechte orientiert sich an den Prinzipien des besten Geschäftsinteresses als eigenständiger Betrieb, als unabhängiger Finanzinvestor, und im Hinblick auf die Erfüllung der Continental obliegenden Auflagen gemäß den Zusagen. Darüber hinaus wird Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin dem Überwachungstreuhänder die Befugnis übertragen, Mitglieder des Aufsichtsrats oder nicht-geschäftsführende Direktoren des Beirats von Vibracoustic zu ersetzen, die für Phoenix ernannt wurden. Auf Antrag des Überwachungstreuhänders wird Phoenix, auf Veranlassung

---

<sup>171</sup> Siehe vorherige Fußnote.

von Continental hin, diese Mitglieder dazu veranlassen, aus den genannten Gremien auszuscheiden.

17. Um sicherzustellen, dass die zu Veräußernden Geschäfte 2 und 3 bis zum Übertragungstichtag als getrennte Einheit gehalten und geführt werden, wird Continental Phoenix dazu veranlassen, den Überwachungstreuhänder ermächtigen, die Rechte von Phoenix als Eigentümer der zu Veräußernden Geschäfte 2 und 3 auszuüben (eine Ausnahme gilt insoweit in Bezug auf Dividendenrechte, die vor dem Übertragungstichtag bestehen). Die Ausübung geschieht nach den Prinzipien des besten Geschäftsinteresses als eigenständiger Betrieb, als unabhängiger Finanzinvestor, und im Hinblick auf die Erfüllung der Continental obliegenden Auflagen gemäß den Zusagen.

#### Unterbindung des Informationsflusses

18. Continental verpflichtet sich, selbst alle erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen sowie Phoenix dazu zu veranlassen, um sicherzustellen, dass sie nach dem Stichtag keinerlei Geschäftsgeheimnisse, Know-how, kaufmännische Informationen oder irgendwelche anderen vertraulichen oder geschützten Informationen in Bezug auf die zu Veräußernden Geschäfte erhält. Insbesondere wird die Einbindung des zu Veräußernden Geschäfts 2 in die zentrale IT-Netzwerkstruktur aufgelöst werden, soweit dies ohne Schaden für die selbstständige Lebensfähigkeit des zu Veräußernden Geschäfts 2 möglich ist. Continental und Phoenix werden von den zu Veräußernden Geschäften weiterhin solche Informationen erhalten, die für den Verkauf der zu Veräußernden Geschäfte erforderlich sind, oder deren Offenlegung gegenüber Continental gesetzlich vorgeschrieben ist.

#### Keine Abwerbung von Kompetenzträgern

19. Continental verpflichtet sich, mit den üblichen Einschränkungen, die mit dem zu Veräußernden Geschäft 2 übergehenden Kompetenzträger für einen Zeitraum von 1 Jahr nach dem Übertragungstichtag nicht aktiv abzuwerben und dafür Sorge zu tragen, dass auch ihre Verbundenen Unternehmen (einschließlich ohne Einschränkung Phoenix) diese nicht aktiv abwerben.

#### „Due Diligence“

20. Um einen potenziellen Käufer 3 in die Lage zu versetzen, eine ausreichende „Due Diligence“ bezüglich des zu Veräußernden Geschäfts 3 durchzuführen, wird Continental, die üblichen Vertraulichkeitsverpflichtungen vorausgesetzt und abhängig vom jeweiligen Stadium des Veräußerungsprozesses,
  - (a) einem potenziellen Käufer 3 ausreichende Informationen bezüglich der jeweiligen zu Veräußernden Geschäfte zur Verfügung stellen;
  - (b) [nicht anwendbar]

Sollte der Verkauf eines der zu Veräußernden Geschäfte in die Verlängerte Veräußerungsfrist fallen, verpflichtet sich Continental selbst, sowie durch entsprechende Einwirkung auf Phoenix, dafür zu sorgen, dass potenzielle Käufer in die Lage versetzt werden eine „Due Diligence“ im oben skizzierten Sinne durchzuführen. Dies umfasst die Weitergabe ausreichender Informationen an die jeweilige Belegschaft und, in vernünftigem Umfang, Zugang zu diesen Informationen.

#### Berichtswesen

21. Continental wird der Kommission und dem Überwachungstreuhänder spätestens 10 (zehn) Tage nach Ablauf eines jeden Monats nach dem Stichtag einen in Deutsch abgefassten schriftlichen Bericht über den Gang der Verhandlungen mit den Käufern vorlegen (sowie auch auf Anfrage der Kommission).
22. Continental oder Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, werden die Kommission und den Überwachungstreuhänder insbesondere über die Vorbereitung der Datenraum-Dokumentation und das „Due Diligence“-Verfahren informieren.

## **Abschnitt D. Die Käufer**

23. Damit effektiver Wettbewerb gewährleistet wird und die Kommission einem Käufer 3 zustimmt, muss dieser:
- (a) unabhängig und nicht mit Continental verbunden sein;
  - (b) die Finanzkraft, ausgewiesene Kompetenz und den Anreiz haben, das zu Veräußernde Geschäft 3 als lebensfähige und aktive wettbewerbliche Kraft im europäischen Wettbewerb mit Continental und weiteren Wettbewerbern zu erhalten und zu entwickeln und;
  - (c) bei einer prima facie Betrachtung der der Kommission zur Verfügung stehenden Information keine Wettbewerbsprobleme hervorrufen, noch zu einem Risiko beitragen, das die Umsetzung der Zusagen verzögert wird. Auch muss er nach vernünftiger Betrachtung in der Lage sein, alle erforderlichen Freigaben der einschlägigen Wettbewerbsbehörden für den Erwerb des zu Veräußernden Geschäfts 3 zu erhalten (die im Vorhergehenden genannten Kriterien werden im Folgenden **“Käuferanforderungen”** genannt).
24. Der bindende Kaufvertrag ist unter der aufschiebenden Bedingung der Zustimmung der Kommission abzuschließen. Wenn Continental oder Phoenix, auf Initiative von Continental hin, mit einem Käufer einig sind, haben Continental oder Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, der Kommission und dem Überwachungstreuhänder einen vollständig dokumentierten und begründeten Vorschlag zu unterbreiten, dem eine Kopie des endgültigen Vertrages beiliegt. Bezüglich des zu Veräußernden Geschäfts 3 müssen Continental oder Phoenix gegenüber der Kommission darlegen, dass der Käufer 3 den Käuferanforderungen genügt und dass die zu Veräußernden Geschäfte in einer Art und Weise veräußert werden, die zur Erfüllung der Zusagen geeignet ist. Zur Erteilung der Zustimmung wird die Kommission sich davon überzeugen, dass der Käufer 3 den Käuferanforderungen genügt und dass die zu Veräußernden Geschäfte in einer Art und Weise verkauft werden, die zur Erfüllung der Zusagen geeignet ist. Die Kommission kann dem Verkauf der zu Veräußernden Geschäfte auch unter Ausschluss eines oder mehrerer Vermögensgegenstände oder Teilen der Belegschaft zustimmen, wenn dies in Anbetracht des vorgeschlagenen Käufers die Lebens- und Wettbewerbsfähigkeit der zu Veräußernden Geschäfte nach dem Verkauf nicht beeinträchtigt.

## **Abschnitt E. Treuhänder**

### **I. Ernennungsverfahren**

25. Continental oder Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, werden einen oder mehrere Überwachungstreuhänder ernennen, der die in diesen Zusagen dem Überwachungstreuhänder zugewiesenen Aufgaben erfüllen wird. Wenn Continental/Phoenix einen Monat vor Ablauf der Ersten Veräußerungsfrist keinen bindenden Veräußerungsvertrag abgeschlossen haben oder wenn die Kommission einen von Continental oder, mit Zustimmung von Continental, von Phoenix vorgeschlagenen Käufer 3 abgelehnt hat, werden Continental oder Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, einen Veräußerungstreuhänder ernennen, der dann die in diesen Zusagen näher definierten Funktionen wahrnehmen wird. Die Ernennung des Veräußerungstreuhänders wird mit Eintritt in die Verlängerte Veräußerungsfrist wirksam.
26. Der/die Treuhänder muss/müssen von Continental und Phoenix unabhängig sein, die notwendige Qualifikation für seine/ihre Aufgaben besitzen (wie z. B. eine Investmentbank, eine Beratungsgesellschaft oder eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft), und er darf nicht in einen Interessenkonflikt geraten. Der/die Treuhänder wird/werden von Continental oder Phoenix in einer Art und Weise entlohnt, die eine unabhängige und effektive Erfüllung seines Mandates nicht beeinträchtigt. Insbesondere in Fällen, in denen das Vergütungspaket des

Veräußerungstrustees eine Erfolgsprämie beinhaltet, die mit dem Verkaufspreis des jeweiligen zu Veräußernden Geschäfts gekoppelt ist, soll die Vergütung auch an die fristgerechte Veräußerung innerhalb der Verlängerten Veräußerungsfrist gekoppelt sein.

#### *Vorschlag von Continental und Phoenix*

27. Continental oder Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, legen der Kommission eine Liste mit Vorschlägen von Continental oder Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, für eine oder mehrere Personen für die Position des/der Überwachungstreuhänder(s) zur Zustimmung vor, und zwar nicht später als eine Woche nach dem Stichtag. Continental oder Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, legen der Kommission eine Liste mit Vorschlägen von Continental oder Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, für eine oder mehrere Personen für die Position des/der Veräußerungstreuhänder(s) zur Zustimmung vor, und zwar nicht später als einen Monat vor Ende der Ersten Veräußerungsfrist. Jeder Vorschlag muss ausreichende Informationen enthalten, sodass die Kommission überprüfen kann, ob der/die vorgeschlagene(n) Treuhänder die in Ziffer 26 genannten Anforderungen erfüllt. Jedem Vorschlag werden beigelegt sein:
- (a) die vollständige Mandatsvereinbarung, die alle für den/die Treuhänder zur Erfüllung der ihm zugewiesenen Aufgaben/Pflichten nach den Zusagen erforderlichen Vorschriften enthält;
  - (b) der Entwurf eines Arbeitsplans, in dem der/die vorgeschlagene(n) Treuhänder beschreibt/beschreiben, wie er/sie beabsichtigt/beabsichtigen, die ihm/ihnen anvertrauten Aufgaben zu erfüllen;
  - (c) einen Hinweis, ob der/die jeweils vorgeschlagene(n) Treuhänder sowohl als Überwachungs- als auch als Veräußerungstreuhänder fungieren soll/sollen oder ob verschiedene Treuhänder für die beiden Funktionen vorgeschlagen werden.

#### *Genehmigung oder Ablehnung durch die Kommission*

28. Es liegt im pflichtgemäßen Ermessen der Kommission, den (die) vorgeschlagenen Treuhänder zu genehmigen oder abzulehnen und die vorgeschlagene Mandatsvereinbarung vorbehaltlich derjenigen Änderungen, die sie für den/die Treuhänder als zur Erfüllung seiner/ihrer Verpflichtungen erforderlich erachtet, zu genehmigen. Wenn nur ein vorgeschlagener Name genehmigt wird, ernannt Continental oder sorgt für die Ernennung der als Treuhänder in Frage kommenden Person oder Einrichtung gemäß der von der Kommission genehmigten Mandatsvereinbarung. Falls mehr als ein Vorschlag genehmigt wird, kann Continental denjenigen/diejenigen Treuhänder, der/die aus den genehmigten Vorschlägen ernannt werden soll/sollen, frei wählen. Der/die Treuhänder ist/sind innerhalb einer Woche nach der Genehmigung durch die Kommission und entsprechend der von der Kommission genehmigten Mandatsvereinbarung zu ernennen.

#### *Neuer Vorschlag von Continental und Phoenix*

29. Falls alle vorgeschlagenen Treuhänder abgelehnt werden, reichen Continental oder Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, innerhalb einer Woche nach der Mitteilung der Ablehnung, gemäß den Erfordernissen und dem Verfahren der Ziffern 25 und 28, die Namen von mindestens zwei weiteren Personen oder Einrichtungen ein.

#### *Von der Kommission ernannter Treuhänder*

30. Falls alle weiteren vorgeschlagenen Treuhänder von der Kommission abgelehnt werden, benennt die Kommission einen Treuhänder, den Continental gemäß einer von der Kommission genehmigten Mandatsvereinbarung zu bestellen oder dessen Bestellung sie zu veranlassen hat.

## **II. Funktionen des Treuhänders**

31. Der/die Treuhänder übernimmt/übernehmen seine/ihre spezifizierten Aufgaben, um die Einhaltung der Zusagen sicherzustellen. Die Kommission kann dem/den Treuhänder(n), aufgrund eigener Initiative oder auf Anfrage des/der Treuhänders oder von Continental,

Anordnungen oder Anweisungen geben, um die Einhaltung der Auflagen und Bedingungen, die mit der Entscheidung einhergehen, sicher zu stellen.

### *Pflichten und Obliegenheiten des Überwachungstreuhänders*

32. Der/die Überwachungstreuhänder:

- (i) schlägt in seinem ersten Bericht an die Kommission einen detaillierten Arbeitsplan vor, in welchem er/sie beschreibt/beschreiben, wie er/sie die Einhaltung der Auflagen und Bedingungen, die mit der Entscheidung einhergehen, zu kontrollieren beabsichtigt/beabsichtigen.
- (ii) beaufsichtigt/beaufsichtigen die laufende Geschäftsführung der zu Veräußernden Geschäfte hinsichtlich der Sicherstellung dessen andauernder wirtschaftlicher Lebensfähigkeit, Verkäuflichkeit und Wettbewerbsfähigkeit und er/sie überwacht/überwachen Continentials Einhaltung der Auflagen und Bedingungen, die in der Entscheidung enthalten sind. Zu diesem Zweck wird der/die Überwachungstreuhänder:
  - (a) den Erhalt der wirtschaftlichen Lebensfähigkeit, Verkäuflichkeit und Wettbewerbsfähigkeit der zu Veräußernden Geschäfte sowie die Trennung der zu Veräußernden Geschäfte von dem bei Continental und Phoenix verbleibenden Geschäft gemäß den Ziffern 14 und 15 der Zusagen überwachen;
  - (b) die Führung der zu Veräußernden Geschäfte 1 und 2 als eigenständige und verkaufsfähige Einheiten gemäß Ziffern 16 und 17 der Zusagen überwachen;
  - (c) (i) in Absprache mit Continental und Phoenix alle notwendigen Maßnahmen festlegen, um sicherzustellen, dass Continental und Phoenix nach dem Stichtag keine Geschäftsgeheimnisse, Know-how, geschäftliche Informationen oder irgendwelche anderen Informationen vertraulicher oder geschützter Natur bezüglich der zu Veräußernden Geschäfte erhalten, insbesondere indem die Einbindung des zu Veräußernden Geschäfts 2 in die zentrale IT-Netzwerkstruktur aufgelöst wird, soweit dies ohne Schaden für die selbstständige Lebensfähigkeit der zu Veräußernden Geschäfte möglich ist, und (ii) entscheiden, ob solche Informationen gegenüber Continental und Phoenix offen gelegt werden können, sofern sie für Continental und Phoenix zur Durchführung der Veräußerung in vernünftigem Maße erforderlich oder gesetzlich verlangt sind;
  - (d) die Aufteilung der Vermögensgegenstände und der Belegschaft zwischen den zu Veräußernden Geschäften 1 und 2 und Continental, Phoenix oder Verbundenen Unternehmen überwachen;
- (iii) führt/führen alle übrigen Aufgaben durch, die ihm/ihnen gemäß der Auflagen und Bedingungen der Entscheidung auferlegt sind;
- (iv) schlägt Continental solche Maßnahmen vor, die er/sie für notwendig erachtet/erachten, um die Einhaltung der Bedingungen und Auflagen der Entscheidung durch Continental sicherzustellen, insbesondere die Aufrechterhaltung der vollständigen wirtschaftlichen Lebensfähigkeit, Verkäuflichkeit und Wettbewerbsfähigkeit der zu Veräußernden Geschäfte, die Trennung der zu Veräußernden Geschäfte und die Nicht-Offenlegung von wettbewerblich relevanten Informationen;
- (v) überprüft/überprüfen und bewertet/bewerten den Gang des Veräußerungsprozesses und kontrolliert/kontrollieren, abhängig vom jeweiligen Stadium des Veräußerungsprozesses, dass (a) Käufer ausreichende Informationen bezüglich der zu Veräußernden Geschäfte und der Belegschaft erhalten, indem er/sie insbesondere, sofern vorhanden, die Datenraumdokumentation und das Informationsmemorandum durchsieht, die Due Diligence begleitet und (b) überprüft, ob Käufern ausreichender Zugang zur Belegschaft gewährt wird, in Fällen, in denen die Belegschaft zu den zu Veräußernden Geschäften gehört;

- (vi) erstellt/erstellen für die Kommission innerhalb von 15 (fünfzehn) Kalendertagen nach Ende eines jeden Monats einen schriftlichen Bericht, wobei Continental zur gleichen Zeit eine nicht-vertrauliche Kopie hiervon erhält. Der Bericht wird den Betrieb und die Führung der zu Veräußernden Geschäfte beschreiben, sodass die Kommission die Frage, ob das Geschäft im Einklang mit den Zusagen geführt wird, den Gang des Veräußerungsprozesses und potenzielle Käufer beurteilen kann. Zusätzlich zu diesen Berichten informiert der Überwachungstreuhänder die Kommission unverzüglich und schriftlich, mit gleichzeitiger nicht-vertraulicher Kopie an Continental, falls er aus vernünftigen Gründen zu dem Schluss kommt, dass Continental die im Rahmen der Zusagen eingegangene Verpflichtungen nicht einhält;
- (vii) erstellt/erstellen für die Kommission innerhalb von einer Woche nach Eingang des schriftlichen Vorschlags, auf den in Ziffer 24 Bezug genommen wird, eine Bewertung der Eignung und Unabhängigkeit des vorgeschlagenen Käufers sowie der Lebensfähigkeit der zu Veräußernden Geschäfte nach einer Veräußerung. Er/Sie bewertet/bewerten zudem und teilt/teilen der Kommission mit, ob die zu Veräußernden Geschäfte seiner/ihrer Ansicht nach in einer mit den Zusagen im Einklang stehenden Weise verkauft wird, insbesondere, sofern relevant, ob unter Berücksichtigung des vorgeschlagenen Käufers der Verkauf der zu Veräußernden Geschäfte unter Ausschluss eines oder mehrerer Vermögensgegenstände oder von Teilen der Belegschaft die Lebensfähigkeit der zu Veräußernden Geschäfte nach dem Verkauf beeinträchtigt.

#### *Pflichten und Obliegenheiten des Veräußerungstreuhänders*

- 33. Innerhalb der Verlängerten Veräußerungsfrist verkauft der/die Veräußerungstreuhänder die zu Veräußernden Geschäfte ohne Bindung an einen Mindestpreis an einen oder mehrere Käufer, sofern die Kommission dem Käufer gemäß dem in Ziffer 23 niedergelegten Verfahren und dem bindenden Kaufvertrag gemäß dem in Ziffer 24 niedergelegten Verfahren zugestimmt hat. Der Veräußerungstreuhänder nimmt in den Veräußerungsvertrag solche Bedingungen und Auflagen auf, die für einen schnellen Verkauf innerhalb der Verlängerten Veräußerungsfrist angemessen sind. Insbesondere kann/können der/die Veräußerungstreuhänder in den/die Veräußerungsvertrag/Veräußerungsverträge diejenigen verkehrüblichen Zusicherungen, Gewährleistungen und Freistellungen einbeziehen, die bei vernünftiger Betrachtung für das Zustandekommen des Verkaufs/der Verkäufe notwendig sind. Der/die Veräußerungstreuhänder soll/sollen die berechtigten finanziellen Interessen von Continental und Phoenix so weit als möglich berücksichtigen, unter der Maßgabe, dass Continental der uneingeschränkten Auflage unterliegt, ohne Bindung an einen Mindestpreis innerhalb der verlängerten Veräußerungsfrist zu veräußern.
- 34. Während der Verlängerten Veräußerungsfrist (oder sonst auf Anfrage der Kommission) legt/legen der/die Veräußerungstreuhänder der Kommission monatlich einen umfassenden, schriftlich in deutsch abgefassten Bericht über den Gang des Veräußerungsprozesses vor. Diese Berichte sind innerhalb von 15 (fünfzehn) Kalendertagen nach Ende jeden Monats vorzulegen. Dem/den Überwachungstreuhänder(n) ist gleichzeitig eine Kopie dieser Berichte zur Verfügung zu stellen; Continental sollte gleichzeitig eine nicht-vertrauliche Kopie dieser Berichte erhalten.

### **III. Pflichten und Obliegenheiten der Parteien**

- 35. Continental verpflichtet sich und wird seine Berater sowie Phoenix veranlassen, dem/den Treuhänder(n) jegliche Zusammenarbeit, Unterstützung und Information zukommen zu lassen, die diese(r) zur Erfüllung seiner/ihrer Aufgaben vernünftigerweise benötigt/benötigen. Der/Die Treuhänder hat/haben vollen Zugang zu allen Büchern, Aufzeichnungen, Unterlagen, Geschäftsführung oder anderen Mitarbeitern, Einrichtungen, Standorten und technischen Informationen von Continental, Phoenix und, soweit verfügbar oder für Phoenix zugänglich, von Vibracoustic, die für die Erfüllung seiner/ihrer Pflichten im Rahmen der Zusagen vernünftigerweise erforderlich sind. Continental sowie Phoenix und Vibracoustic, auf Veranlassung von Continental hin, stellen dem Treuhänder ein oder mehrere Büros in ihren Geschäftsräumen zur Verfügung und stehen für Besprechungen zur Verfügung, um den/die Treuhänder mit den notwendigen Informationen für die Erfüllung seiner/ihrer Aufgaben zu versorgen.

36. Continental sowie Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, lässt dem/den Überwachungstreuhänder(n) alle Unterstützung zur Geschäftsführung und Verwaltung zukommen, um die er im Namen der Geschäftsführung der zu Veräußernden Geschäfte im Rahmen des Vernünftigen ersucht. Dies schließt alle administrativen Funktionsbereiche im Zusammenhang mit den zu Veräußernden Geschäften ein, die gegenwärtig von der Zentralstelle aus ausgeführt werden. Continental sowie, auf Veranlassung von Continental hin, ihre Berater und Phoenix, verschaffen dem/den Überwachungstreuhänder(n) auf Nachfrage Zugang zu Datenraum-Dokumentationen und allen anderen Informationen, die potenziellen Käufern im Rahmen der Due Diligence gewährt wurden. Continental sowie Phoenix, auf Veranlassung von Continental hin, setzen den/die Überwachungstreuhänder über mögliche Käufer des zu Veräußernden Geschäfts 2 in Kenntnis, übermittelt ihm/ihnen eine Liste der potenziellen Käufer und hält bzw. veranlasst Phoenix dazu, den/die Überwachungstreuhänder bezüglich der Entwicklungen im Veräußerungsprozess auf dem Laufenden zu halten.
37. Continental wird dem/den Veräußerungstreuhänder(n) eine ordnungsgemäß ausgestellte Vollmacht erteilen oder Phoenix und Verbundene Unternehmen zur Erteilung von Vollmachten veranlassen, die ihn/sie ermächtigen, alle für den Verkauf und die Übertragung des zu Veräußernden Geschäfts erforderlichen Handlungen vorzunehmen, einschließlich der Einstellung von Beratern zur Unterstützung im Veräußerungsprozess, und die entsprechenden Erklärungen abzugeben. Auf Verlangen des/der Veräußerungstreuhänder(s) sorgt Continental dafür, dass die für die Durchführung des Verkaufs und der Übertragung benötigten Unterlagen ordnungsgemäß ausgefertigt werden.
38. Continental stellt den/die Treuhänder und seine Angestellten und Beauftragten (jeweils eine **“freigestellte Partei”**) von der Haftung frei und willigt ein, dass eine freigestellte Partei gegenüber Continental nicht für Verbindlichkeiten haftet, die in Ausführung ihrer Pflichten entstehen, sofern diese Ausführung im Einklang mit den Zusagen steht. Von dieser Freistellungspflicht ausgenommen sind Verbindlichkeiten, die aufgrund von vorsätzlicher Unterlassung, Unbedachtsamkeit, grober Fahrlässigkeit oder Arglist des/der Treuhänder(s), seiner/ihrer Angestellten, Beauftragten oder Berater entstehen.
39. Vorbehaltlich der Genehmigung durch Continental (wobei Continental diese Genehmigung nicht ohne wichtige Gründe verweigern wird) kann der Treuhänder auf Kosten von Continental Berater (insbesondere für Finanz- oder Rechtsberatung) ernennen und hierfür angemessene Honorar- oder andere Verpflichtungen eingehen, wenn der Treuhänder die Berater für die Erfüllung seiner Pflichten im Rahmen des Treuhändermandates für notwendig und erforderlich hält. Sollte Continental die vom Treuhänder vorgeschlagenen Berater ablehnen, kann die Kommission die Berater nach Anhörung von Continental stattdessen genehmigen. Nur der/die Treuhänder ist/sind berechtigt, den Beratern Anweisungen zu geben. Ziffer 38 gilt für diese Berater entsprechend. Während der Verlängerten Veräußerungsfrist kann/können der/die Veräußerungstreuhänder Berater hinzuziehen, die Continental während der Ersten Veräußerungsfrist unterstützt haben, sofern der/die Veräußerungstreuhänder dies als im besten Interesse eines schnellen Verkaufs ansieht/ansehen.

#### **IV. Ersetzung, Entlassung und Wiedereinsetzung des Treuhänders**

40. Falls ein Treuhänder seine Funktionen im Rahmen der Zusagen nicht wahrnimmt, oder aus sonst einem wichtigem Grund, wobei die Tatsache, dass der Treuhänder einem Interessenkonflikt ausgesetzt ist, als wichtiger Grund gilt:
- (a) kann die Kommission nach Anhörung des Treuhänders Continental aufgeben, diesen zu ersetzen bzw. Phoenix zu veranlassen, dies zu tun; oder
  - (b) kann Continental mit vorheriger Zustimmung der Kommission den Treuhänder ersetzen bzw. Phoenix dazu veranlassen.
41. Wird ein Treuhänder gemäß Ziffer 40 seiner Aufgaben enthoben, so kann von ihm verlangt werden, dass er seine Aufgabe bis zur Übernahme seiner Funktion durch einen neuen Treuhänder weiterführt. Diesem hat der Treuhänder alle relevanten Informationen vollständig zu übergeben. Der neue Treuhänder wird entsprechend dem in den Ziffern 25 bis 30 bezeichneten Verfahren ernannt.

42. Außer im Falle der Entlassung gemäß Ziffer 40 hört der/die Treuhänder erst dann auf, als Treuhänder zu handeln, wenn die Kommission ihn/sie nach Erfüllung aller Aufgaben, mit denen er/sie als Treuhänder betraut war/waren, von seinen Pflichten entbunden hat. Jedoch kann die Kommission jederzeit verlangen, dass (ein) Überwachungstreuhänder wiedereingesetzt wird/werden, wenn sich später zeigt, dass eine Zusage nicht vollständig und ordnungsgemäß umgesetzt wurde.

#### **Abschnitt F. Bindender Effekt der Zusagen**

43. Continentals Verpflichtung, für eine Veräußerung der zu Veräußernden Geschäfte gemäß den Abschnitten B. 1 bis B. 3 und aller anderer Zusagen von Continental hierunter ungeachtet zu sorgen, alle Zusagen von Continental dafür zu sorgen, dass Phoenix in Übereinstimmung mit den Zusagen eine Veräußerung durchführt, die Verbundenen Zusagen und alle anderen Zusagen, die von Seiten Phoenix ein Eingreifen oder Unterlassen nötig machen, sollen, so lange Continental noch keine tatsächliche Kontrolle über den laufenden Geschäftsverkehr von Phoenix durch einen Beherrschungsvertrag oder eine ähnliche Reorganisation erlangt hat, einzig als eine Verpflichtung von Continental gesehen werden, den ihr als Mehrheitsgesellschafter zukommenden Einfluss auf Phoenix im Rahmen des rechtlich Möglichen auszuüben, um diese zu einem dementsprechenden Handeln aufzufordern.

#### **Abschnitt G. Überprüfungsklausel**

44. Die Kommission kann, wenn dies angezeigt ist, auf einen begründeten und sachlich gerechtfertigten (z. B. in den Fällen, dass die Verwaltung von Phoenix keinerlei Kooperation zeigt, Gesellschafterbeschlüsse von Phoenix von Minderheitsgesellschaftern angegriffen werden oder Freudenberg die Veräußerung der zu Veräußernden Geschäfte behindert) Antrag von Continental, und sofern ein Bericht des/der Überwachungstreuhänder(s) beigefügt ist:

- (i) eine Verlängerung der in den Zusagen vorgesehenen Veräußerungsfrist(en) gewähren, oder
- (ii) in Ausnahmefällen eine oder mehrere in diesen Zusagen enthaltene Konditionen und Verpflichtungen verändern oder ersetzen oder ganz auf sie verzichten.

Möchte Continental eine Verlängerung der Veräußerungsfrist(en) erreichen, so stellt Continental einen entsprechenden, hinreichend begründeten und sachlich gerechtfertigten Antrag und zwar spätestens 1 Monat vor Ablauf der einschlägigen Frist. Nur in Ausnahmefällen ist Continental berechtigt, auch innerhalb des letzten Monats vor Fristablauf um eine Verlängerung zu ersuchen.

.....  
mit hinreichender Zeichnungsberechtigung für und im Namen von  
Continental Aktiengesellschaft

## *Anlage B*

### **Vorvertrag**

betreffend den Abschluss verbindlicher Kauf- und Übertragungsverträge  
über die gegenwärtig von der Phoenix gehaltenen  
Gesellschaftsanteile an dem Vibracoustic Joint Venture  
und ungarischen Nfz-Luftfeder-Aktivitäten für den OEM/OES-Markt

zwischen

#### **Continental Aktiengesellschaft**

Vahrenwalder Straße 9, 30165 Hannover

(im folgenden: *Continental*)

#### **Freudenberg & Co Kommanditgesellschaft**

69465 Weinheim

(im folgenden: *Freudenberg*)

und

#### **Vibracoustic GmbH & Co KG**

Höhnerweg 2-4, 69465 Weinheim

(im folgenden: *Vibracoustic*)

### **I. Gegenstand dieses Vorvertrages**

[...]\*

### **5. Kauf- und Übertragungsverträge**

Die zur Umsetzung der hier vereinbarten Übertragungsakte auszuhandelnden und abzuschließenden Kauf- und Übertragungsverträge werden die für solcherlei Transaktionen zwischen Dritten üblichen Vereinbarungen enthalten. Dies gilt insbesondere für die von Phoenix bzw. PAT gegenüber Freudenberg und/oder Vibracoustic im Hinblick auf das Erwerbsobjekt zu gebenden Zusicherungen und Garantien.

### **IV. Allgemeine Regelungen**

1. Dieser Vorvertrag begründet verbindliche Verpflichtungen der Parteien, die hierin beschriebenen Kauf- und Übertragungsverträge zu verhandeln, abzuschließen und zu vollziehen bzw. - im Falle der Continental - zu bewirken, dass die hierin beschriebenen Kauf- und Übertragungsverträge von der Phoenix AG bzw. dem jeweiligen Phoenix-Tochterunternehmen verhandelt, abgeschlossen und vollzogen werden.
2. Soweit in diesem Vertrag Freudenberg und/oder Vibracoustic verpflichtet werden, ist Freudenberg verpflichtet, auf entsprechende schriftliche Aufforderung seitens Continental innerhalb eines Monats zu entscheiden, welche der beiden Gesellschaften (ggf. in welchem Umfang) verpflichtet werden sollen. Erfolgt eine solche Bestimmung

nicht oder nicht fristgemäß, gilt allein Freudenberg als verpflichtet. Freudenberg steht für die Erfüllung der Verpflichtungen von Vibracoustic sowie eines etwaigen Akquisitionsvehikels ein.

3. Die Wirksamkeit dieses Vorvertrages steht unter der aufschiebenden Bedingung (i) der Freigabe durch die Europäische Kommission und des sich anschließenden Vollzugs des Zusammenschlußvorhabens Continental/Phoenix sowie (ii) der Zustimmung des Gesellschafterausschusses von Freudenberg, wobei Freudenberg davon ausgeht, dass das vorgenannte Gremium eine endgültige Entscheidung bis spätestens zum 20. Oktober 2004 treffen wird. Freudenberg verpflichtet sich, Continental unverzüglich schriftlich und vorab per Telefax von der Entscheidung des Gesellschafterausschusses zu unterrichten. Sollte diese Unterrichtung nicht bis zum 20. Oktober 2004 bei Continental eingegangen sein, so ist Continental berechtigt, von diesem Vorvertrag durch schriftliche Erklärung gegenüber Freudenberg zurückzutreten.
4. Der Vollzug der verbindlichen Kauf- und Übertragungsverträge, die nach diesem Vorvertrag abzuschließen sind, wird unter der aufschiebenden Bedingung des Erhalts sämtlicher gegebenenfalls erforderlicher fusionskontrollrechtlicher Freigabeentscheidungen sowie sonstiger behördlicher Genehmigungen stehen.
5. Für etwaige Streitigkeiten aus diesem Vorvertrag wird die Zuständigkeit der Gerichte in Frankfurt am Main vereinbart.
6. Etwaige Änderungen oder Ergänzungen dieses Vorvertrages - einschließlich dieser Schriftformklausel - bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform, soweit nicht gesetzlich eine strengere Form vorgeschrieben ist.
7. Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam oder undurchsetzbar sein oder werden oder sollte sich in diesem Vertrag eine Lücke herausstellen, so wird hierdurch die Gültigkeit und Durchsetzbarkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen oder undurchsetzbaren Bestimmung oder zur Ausfüllung der Lücke soll eine angemessene Regelung treten, die, soweit rechtlich möglich, dem am nächsten kommt, was die Parteien gewollt haben oder nach dem Sinn und Zweck dieses Vertrages gewollt hätten, sofern ihnen die Unwirksamkeit oder Undurchsetzbarkeit bei Abschluss dieses Vertrages bekannt gewesen wäre oder sie den nicht regelten Punkt bedacht hätten.
8. Die Kosten und Gebühren für die Beurkundung dieses Vorvertrages werden von Continental und die Kosten und Gebühren für die Ausübung des Erwerbsrechts gem. Ziff. II. 1. werden von Freudenberg getragen.

Vorgelesen, genehmigt und unterschrieben

Basel., den 1. (ersten) Oktober 2004 (zweitausendvier)

*(Von der Wiedergabe der Anlagen 1 - 4 zum Vorvertrag - Anlage B - wird abgesehen)*

## SCHEDULE B. 1

Vibracoustic GmbH & Co. KG hat die Rechtsform einer Kommanditgesellschaft nach deutschem Recht, wobei Vibracoustic Holding GmbH als Komplementär fungiert. Nach Continental zugänglichen Informationen hält Vibracoustic Anteile an einer Reihe von Tochterunternehmen.

Die geschäftlichen Aktivitäten von Vibracoustic umfassen Dämpfungs- und Federungsprodukte für Züge, Antriebssysteme, Fahrgestell- und Federungsstützen und werden unter Nutzung aller materiellen und immateriellen Vermögenswerte (einschließlich geistiger Eigentumsrechte), die zum laufenden Geschäft beitragen, aller Lizenzen, Zulassungen und Genehmigungen, die von einer behördlichen Institution zugunsten Vibracoustics ausgestellt worden sind, aller Verträge, Mietverträge, Verbindlichkeiten und Kundenaufträgen des zu Veräußernden Geschäfts, aller Kunden-, Kredit- und anderer Aufzeichnungen von Vibracoustic oder der Belegschaft von Vibracoustic verfolgt.

Was die relevanten Märkte im Fall *Continental/Phoenix* betrifft, produziert und vertreibt Vibracoustic unter anderem Luftfedern für PKWs. Darüber hinaus vermarktet und vertreibt Vibracoustic bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt OEM/OES-Luftfedern für LKWs und Busse, die sie von ihrer derzeitigen Gesellschafterin Phoenix bezieht.

Für weitere Informationen bezüglich Vibracoustic verweisen wir auf deren Website (abrufbar unter [www.vibracoustic.de](http://www.vibracoustic.de)) sowie den Geschäftsbericht der Phoenix.

### SCHEDULE B. 3

Das zu Veräußernde Geschäft 3 besteht aus der Siempelkamp Stahlseil-Baureihe [...]\*, die der Produktion von Stahlseilfördergurten dient. Diese Presse wurde [...]\* durch Phoenix von [...]\* erworben und ist gemeinsamer Besitz von Continental und Phoenix. Das zu Veräußernde Geschäft 3 wird gegenwärtig nicht genutzt, sondern wurde aus Instandhaltungsgründen demontiert. Es besteht aus:

[...]\*.



EUROPÄISCHE KOMMISSION

GD Wettbewerb

Politik und strategische Unterstützung

## **STELLUNGNAHME**

### **des BERATENDEN AUSSCHUSSES FÜR DIE KONTROLLE VON UNTERNEHMENSZUSAMMENSCHLÜSSEN**

**aus der 129. Sitzung vom 19. Oktober 2004**

**zum Entscheidungsentwurf in der**

**Sache COMP/M.3436-Continental/Phoenix**

- 
1. Das angemeldete Vorhaben der Übernahme der alleinigen Kontrolle über Phoenix durch Continental stellt einen Zusammenschluss im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Fusionskontrollverordnung dar.
  2. Das angemeldete Vorhaben ist von gemeinschaftsweiter Bedeutung im Sinne von Artikel 1 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung.
  3. Der Beratende Ausschuss ist mit der Abgrenzung der sachlich relevanten Märkte, wie sie die Kommission im Entscheidungsentwurf vorgenommen hat, einverstanden.
  4. Der Beratende Ausschuss ist mit der Definition der räumlich relevanten Märkte, wie sie die Kommission im Entscheidungsentwurf verwendet hat, einverstanden.
  5. Der Beratende Ausschuss teilt die Meinung der Kommission, dass der vorgesehene Zusammenschluss in der angemeldeten Form auf folgenden Märkten zu einer beherrschenden Stellung führen oder eine beherrschende Stellung weiter stärken würde:
    - a) auf dem europäischen Markt für Original- und Anschlussausrüstungen für Nutzfahrzeug-Luftfedern und
    - b) auf dem europäischen Markt für schwere Stahlseil-Förderbänder.
  6. Der Beratende Ausschuss stimmt der Kommission zu, dass die Frage, ob der Zusammenschluss zur Schaffung oder Stärkung einer beherrschenden Stellung auf dem Markt für Pkw-Luftfedern führen würde, angesichts der Zusage von Continental, den Unternehmensteil abzutreten, offen bleiben kann.
  7. Der Beratende Ausschuss stimmt mehrheitlich der Kommission zu, dass die von den Parteien vorgelegten Verpflichtungszusagen zur Veräußerung
    - a) der Luftfederwerke in Ungarn,
    - b) von 50 % der Anteile von Phoenix an Vibracoustic und
    - c) einer Produktionslinie für breite Stahlseil-Bänderausreichen, um die erwähnten Wettbewerbsprobleme (Frage 5) auszuräumen. Eine Minderheit vertritt eine gegenteilige Meinung.

8. Der Beratende Ausschuss befürwortet somit mehrheitlich, dass das Vorhaben für mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen vereinbar zu erklären ist vorausgesetzt, dass sich alle Parteien voll und ganz an ihre Verpflichtungen halten. Eine Minderheit vertritt eine gegenteilige Meinung.
9. Der Beratende Ausschuss empfiehlt die Veröffentlichung seiner Stellungnahme im Amtsblatt der Europäischen Union.
10. Der Beratende Ausschuss fordert die Kommission auf, alle anderen in der Sitzung angesprochenen Punkte zu berücksichtigen.

<u>BELGIË/BELGIOUE</u>	<u>ČESKÁ REPUBLIKA</u>	<u>DANMARK</u>	<u>DEUTSCHLAND</u>	<u>EESTI</u>
A. GODFURNON	---	---		---
<u>ELLADA</u>	<u>ESPAÑA</u>	<u>FRANCE</u>	<u>IRELAND</u>	<u>ITALIA</u>
---	---	J. PELLET	---	P. SCETTINI
<u>KYPROS/KIBRIS</u>	<u>LATVIJA</u>	<u>LIETUVA</u>	<u>LUXEMBOURG</u>	<u>MAGYARORSZÁG</u>
---	---	---	G. BLESER	---
<u>MALTA</u>	<u>NEDERLAND</u>	<u>ÓSTERREICH</u>	<u>POLSKA</u>	<u>PORTUGAL</u>
---	K. SCHEP	R. KALTENBRUNNER	---	
<u>SLOVENIJA</u>	<u>SLOVENSKO</u>	<u>SUOMI-FINLAND</u>	<u>SVERIGE</u>	<u>UNITED KINGDOM</u>
---	---	A. IHAMÄKI	C. SZATEK	



EUROPÄISCHE KOMMISSION

Der Anhörungsbeauftragte

**ABSCHLUSSBERICHT DES ANHÖRUNGSBEAUFTRAGTEN**  
**IN DER SACHE COMP/M.3436 – Continental / Phoenix**

**(erstellt gemäß Artikel 15 der Entscheidung 2001/462/EG, EGKS der Kommission vom 23. Mai 2001 über das Mandat des Anhörungsbeauftragten in bestimmten Wettbewerbsverfahren – ABl. L 162 vom 19.6.2001)**

Am 12. Mai 2004 erhielt die Kommission die Anmeldung gemäß Artikel 3 Absatz 1 b) der Fusionskontrollverordnung eines Zusammenschlussvorhabens, mit dem die Continental AG beabsichtigt, die alleinige Kontrolle über die Phoenix AG zu erwerben. Beide Unternehmen sind Marktführer im Bereich der Kautschukerzeugnisse.

Nach Prüfung der von den Parteien unterbreiteten Informationen und Durchführung einer Marktuntersuchung war die Kommission zu der Schlussfolgerung gelangt, dass dieses Vorhaben ernsthafte Zweifel an seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen aufwarf.

Nach einer ersten Konsultierung der Marktteilnehmer hinsichtlich der Wirksamkeit der von den Parteien gemachten Zusagen zur Änderung des ursprünglichen Vorhabens stellten sich diese Zusagen als unzureichend heraus, um die bestehenden ernsthaften Zweifel auszuräumen. Die Kommission hat deshalb am 29. Juni 2004 ein Verfahren nach Artikel 6 Absatz 1 c) der Fusionskontrollverordnung eingeleitet.

Am 3. September hat die Kommission den Parteien eine Mitteilung der Beschwerdepunkte zugesandt und eine CD-Rom beigefügt, um ihnen die Akteneinsicht zu gewähren. Die Parteien haben auf die Beschwerdepunkte am 17. September 2004 geantwortet. Sie haben keine Anhörung beantragt.

Nach Eingang der Erwidierungen auf die Beschwerdepunkte hat die Kommission ihre Bedenken auf folgenden Märkten aufrechterhalten: Luftfedern für Pkw und Nutzfahrzeuge und schwere Stahlseilfördergurte. Ihre Beschwerdepunkte betreffend den Markt der Luftfedern für Eisenbahnfahrzeuge hat sie fallen gelassen.

Am 1. Oktober 2004 haben die Parteien weitere Zusagen gemacht, mit denen das ursprüngliche Zusammenschlussvorhaben geändert würde, und zu denen die Marktteilnehmer ebenfalls befragt wurden.

Angesichts dieser Zusagen und der Erwidierungen der Marktteilnehmer gelangte die Kommission zu dem Ergebnis, dass dem Vorhaben zugestimmt werden kann.

Seitens der Parteien oder Dritter wurden mir keinerlei Fragen gestellt. Zum rechtlichen Gehör ist in dieser Sache keine Bemerkung zu machen.

Brüssel, den 20. Oktober 2004.

(unterschrieben)

Serge DURANDE