

DE

Die Veröffentlichung dieses Textes dient lediglich der Information.
Eine Zusammenfassung dieser Entscheidung wird in allen Amtssprachen der Gemeinschaft im
Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht.

Sache
**COMP/M.5141 – KLM/
MARTINAIR**

Nur der englische Text ist verbindlich.

**VERORDNUNG (EG) Nr. 139/2004
FUSIONSKONTROLLVERFAHREN**

Artikel 8 Absatz 1
Datum: 17.12.2008



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, 17/12/2008

K(2008) 8458 endg.

ÖFFENTLICHE VERSION

**ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION
vom 17.12.2008**

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

(Sache COMP/M.5141 – KLM/ Martinair)

(nur der englische Text ist verbindlich)

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	5
2	DIE BETEILIGTEN UNTERNEHMEN	6
3	DER ZUSAMMENSCHLUSS	6
4	GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG	7
5	VERFAHREN	7
6	RAHMENBEDINGUNGEN DER WETTBEWERBSRECHTLICHEN WÜRDIGUNG	8
	6.1. Einleitung	8
	6.2. Kontrolle von KLM über Martinair	8
	6.3. Mitgliedschaft von Air France-KLM in der SkyTeam-Allianz	12
7	LUFTFRACHTVERKEHR	13
	7.1. Einleitung	13
	7.2. Die relevanten Produktmärkte und die räumlichen Märkte	13
	7.2.1. Substituierbarkeit durch andere Verkehrsträger	14
	7.2.2. Unterscheidung nach Kategorien oder Art der Fracht	14
	7.2.3. Interkontinentalverbindungen/Strecken zwischen Kontinenten und bestimmten Ländern	15
	7.3. Allgemeine Marktbedingungen	17
	7.4. Wettbewerbsrechtliche Würdigung	19
	7.4.1. Europa/Nordamerika	20
	7.4.2. Europa/Südamerikanische Länder	21
	7.4.3. Europa/erweiterter karibischer Raum	24
	7.4.4. Europa/afrikanische Länder	28
	7.4.5. Europa/Länder des Fernen Ostens	31
	7.4.6. Schlussfolgerung	32
8	BEFÖRDERUNG VON PERSONEN IM LUFTVERKEHR	32
	8.1. Einleitung	32
	8.2. Am Flughafen Amsterdam-Schiphol durchgeführte Untersuchung und Umfrage	33
	8.3. Relevanter Produktmarkt und entsprechender geografische Markt	34
	8.3.1. Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter im Vergleich zum Verkauf an Endkunden	37
	8.3.2. Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden	39

8.3.3.	Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten von Fluggesellschaften an Reiseveranstalter	47
8.4.	Wettbewerbsrechtliche Würdigung	50
8.4.1.	Das relevante „Counterfactual“ für die Bewertung der Auswirkungen der geplanten Transaktion in Bezug auf die Geschäftstätigkeit der beteiligten Unternehmen im Bereich Passagierluftverkehr	50
8.4.2.	Allgemeine Marktbedingungen	55
8.4.3.	Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden	62
8.4.4.	Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten von Fluggesellschaften an Reiseveranstalter	100
9	BEURTEILUNG DER NUTZEFFEKTE	113
10	SCHLUSSFOLGERUNG	115

Entscheidung der Kommission

vom 17.12.2008

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

(Sache COMP/M.5141 – KLM/ Martinair)

**(nur der englische Text ist verbindlich)
(Text von Bedeutung für den EWR)**

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN –

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

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

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates vom 20. Januar 2004 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen¹, insbesondere auf Artikel 8 Absatz 1,

gestützt auf die Entscheidung der Kommission vom 8. September 2008, in dieser Sache ein Verfahren einzuleiten,

nach Stellungnahme des Beratenden Ausschusses für die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen,

gestützt auf den Abschlussberichts des Anhörungsbeauftragten in dieser Sache,

in Erwägung nachstehender Gründe:

1 EINLEITUNG

1. Am 17. Juli 2008 ist die Anmeldung eines Zusammenschlusses gemäß Artikel 4 der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates (nachstehend „EG-Fusionskontrollverordnung“ genannt) bei der Kommission eingegangen. Danach ist Folgendes beabsichtigt: Das Unternehmen KLM Royal Dutch Airlines N.V. („KLM“, Niederlande), das letztlich von Air France-KLM Holding S.A. („Air France-KLM“, Frankreich) kontrolliert wird, erwirbt im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der EG-Fusionskontrollverordnung durch Erwerb von Anteilen die Kontrolle über die Gesamtheit des Unternehmens Martinair Holland N.V. („Martinair“, Niederlande).
2. Nach Prüfung der Anmeldung kam die Kommission zu dem Ergebnis, dass der angemeldete Zusammenschluss in den Anwendungsbereich der EG-

¹ ABl. L 24 vom 29. Januar 2004, S. 1.

Fusionskontrollverordnung fällt, den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern würde und daher gemäß Artikel 8 Absatz 1 der EG-Fusionskontrollverordnung und Artikel 57 des EWR-Abkommens für mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen vereinbar zu erklären ist.

2 DIE BETEILIGTEN UNTERNEHMEN

3. KLM ist eine Full-Service-Fluggesellschaft mit umfassendem Streckennetz, in dem der Flughafen Amsterdam-Schiphol als Drehkreuz fungiert. KLM gehört zur Gruppe Air France-KLM. Die beiden Kernbereiche der Geschäftstätigkeit von KLM und Air France sind der Passagierluftverkehr und der Luftfrachtverkehr. Außerdem bieten die beiden Gesellschaften Wartungsleistungen und sonstige technische Dienstleistungen an. Die KLM-Tochter Transavia.com konzentriert sich als Billigfluggesellschaft auf den Bereich Passagierflüge.
4. Martinair ist ein niederländischer Direktflughanbieter mit Sitz am Flughafen Amsterdam Schiphol. Das Angebot umfasst Charter- und Linienflüge im Passagier- und im Frachtverkehr. Die Gesellschaft beschränkt sich auf Interkontinentalflüge. Sie bietet Langstrecken-Passagierflüge nach Vancouver, Toronto, Miami, Havanna, Varadero, San José, Punta Cana, Puerto Plata, Cancun, Curacao und Aruba an². Frachtflüge erfolgen zwischen Europa und Afrika, dem Nahen (Mittleren) Osten, dem Fernen Osten, Nordamerika und Lateinamerika.

3 DER ZUSAMMENSCHLUSS

5. KLM ist zurzeit zu 50 % an Martinair beteiligt; die anderen 50 % des Gesellschaftskapitals von Martinair besitzt die Maersk Holding B.V., eine in den Niederlanden ansässige 100 %ige Tochter der A.P. Moller-Maersk A/S („Maersk“), einer dänischen Gesellschaft, die vorwiegend im Bereich des See- und des Landverkehrs tätig ist. Nach Auskunft der beteiligten Unternehmen hat Maersk kein strategisches Interesse mehr am Luftverkehr und möchte seine Beteiligung an Martinair veräußern, um sich vollständig auf den Seeverkehr konzentrieren zu können. Gemäß einer schriftlichen Absichtserklärung vom 7. April 2008 beabsichtigt KLM daher, den verbleibenden 50 %igen Anteil von Maersk an Martinair zu übernehmen.
6. Gemäß der Satzung von Martinair verfügen KLM und Maersk bei Martinair über die gleichen Stimmrechte und sind in gleicher Weise zur Benennung von Mitgliedern für den Vorstand und den Aufsichtsrat von Martinair berechtigt. Der Vorstand ist verpflichtet, dem Aufsichtsrat jährlich einen Haushaltsentwurf zur Genehmigung

² Bis vor kurzem bot Martinair Passagierflüge von Amsterdam auch nach Paramaribo an. Martinair hat sich jedoch entschieden, diese Strecke ab dem 1. September 2008 nicht mehr zu bedienen (siehe <http://www.parool.nl/parool/nl/30/ECONOMIE/article/detail/15996/2008/06/03/Vlucht-op-Paramaribo-weer-duur.dhtml>, http://www.reisrevue.nl/managementnieuws/id/393/martinair_stopt_met_paramaribo.html und http://news.caribseek.com/curacao/article_66106.shtml).

vorzulegen. Außerdem benötigt der Vorstand bei einer Reihe wichtiger Entscheidungen (u. a. bezüglich des Erwerbs und der Veräußerung von Flugzeugen sowie bei Entscheidungen über die Aufnahme von Krediten) die Zustimmung des Aufsichtsrats. Betriebliche Entscheidungen bezüglich der von Martinair bedienten Strecken sowie hinsichtlich der Preise und der Positionierung auf den verschiedenen Märkten werden ausschließlich innerhalb von Martinair getroffen. Je nach Bedeutung dieser Entscheidungen ist unter Umständen eine Genehmigung durch den Vorstand erforderlich.

7. In Anbetracht der Unternehmensstruktur und der Art der Unternehmensführung bei Martinair ist festzustellen, dass Martinair zurzeit unter der gemeinsamen Kontrolle von KLM und Maersk steht. Daher bedeutet die Übernahme des 50 %igen Martinair-Anteils von Maersk durch KLM einen Übergang von gemeinsamer Kontrolle zu alleiniger Kontrolle. Folglich stellt das Vorhaben einen Zusammenschluss im Sinne des Artikels 3 Absatz 1 Buchstabe b der EG-Fusionskontrollverordnung dar.

4 GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

8. Der weltweite Gesamtumsatz der beteiligten Unternehmen beträgt mehr als 5 Mrd. EUR³, und bei beiden Gesellschaften beläuft sich der gemeinschaftsweite Umsatz jeweils auf über 250 Mio. EUR⁴. Keine der Gesellschaften erzielt zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Gesamtumsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat. Daher hat der angemeldete Zusammenschluss gemäß Artikel 1 Absatz 2 der EG-Fusionskontrollverordnung gemeinschaftsweite Bedeutung.

5 VERFAHREN

9. Nach den Ergebnissen der Marktuntersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens kam die Kommission zu dem Ergebnis, dass der angemeldete Zusammenschluss angesichts wettbewerbsrechtlicher Vorbehalte in Bezug auf den Passagierluftverkehr zwischen Amsterdam und Aruba/Curacao Anlass zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt und mit dem EWR-Abkommen gibt. Am 18. August 2008 übermittelten die beteiligten Unternehmen ein

³ Air France-KLM: 24 110 Mio. EUR im Finanzjahr 2007/2008 (Das Finanzjahr dauert bei KLM vom 1. April bis zum 31. März); Martinair: 951 Mio. EUR 2007 (Bei Martinair deckt sich das Finanzjahr mit dem Kalenderjahr.) Air France-KLM und Martinair erzielen gemeinschaftsweit einen Umsatz von über 250 Mio. EUR; diese Umsatzgrenze wird unabhängig davon überschritten, ob der Umsatz ausgehend vom „Startflughafen“ oder von der „50:50“-Methode ermittelt wird. Martinair hat den Umsatz der eigenen Gesellschaft nach der „50:50“-Methode räumlich zugeordnet. Die Kunden von Martinair (sowohl im Bereich des Frachtverkehrs als auch des Passagierverkehrs) sind in erster Linie in den Niederlanden ansässig. Daher ergibt sich für Martinair auch bei Zugrundelegung des Startflughafens gemeinschaftsweit ein Umsatz von über 250 Mio. EUR. Air France-KLM hat den erzielten Umsatz ausgehend vom Startflughafen räumlich zugeordnet. Bei einem weltweiten Umsatz von mehr als [...] Mrd. EUR sowie angesichts der Tatsache, dass sich die Start- und Zielflughäfen der meisten von Air France/KLM angebotenen Flüge in den Niederlanden oder in Frankreich befinden, ergibt sich natürlich auch nach der 50:50-Methode für Air France-KLM ein Umsatz von über 250 Mio. EUR innerhalb der Gemeinschaft.

⁴ KLM 12 918 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2007/08 und Martinair 467 Mio. EUR im Jahre 2007.

Verpflichtungsangebot. Darin schlugen sie vor, die Entwicklung der Preise von Flügen in der Economy Class nach dem Zusammenschluss auf Strecken, bezüglich deren Wettbewerbsbedenken geäußert wurden (d. h. Amsterdam-Aruba/Curacao), mit der Entwicklung der Preise von Economy-Class-Flügen eines Korbs ähnlicher Strecken zu vergleichen. Jedoch kamen aufgrund der Ergebnisse der Befragung anderer Marktteilnehmer zu den Verpflichtungsangeboten Zweifel an der Praktikabilität und Wirksamkeit des vorgeschlagenen Mechanismus zur Preiskontrolle auf, und das Verpflichtungsangebot stellte sich als zu komplex für eine wirksame Umsetzung und Kontrolle heraus. Daher waren die Verpflichtungsangebote nicht hinreichend klar, um die im Anschluss an die Marktuntersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens geäußerten ernsthaften Bedenken der Kommission auszuräumen.

10. Daher kam die Kommission am 8. September 2008 zu dem Ergebnis, dass der Zusammenschluss Anlass zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt und mit dem EWR-Abkommen gibt, und entschied auf der Grundlage von Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c der EG-Fusionskontrollverordnung, in dieser Sache das Verfahren einzuleiten.
11. Am 15. September 2008 übermittelten die beteiligten Unternehmen Stellungnahmen zur Entscheidung nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c.

6 RAHMENBEDINGUNGEN DER WETTBEWERBSRECHTLICHEN WÜRDIGUNG

6.1. Einleitung

12. KLM und Martinair sind beide im Bereich des Luftfrachtverkehrs und des Langstrecken-Passagierluftverkehrs ab dem Startflughafen Amsterdam zu verschiedenen Zielflughäfen auf der ganzen Welt tätig. Der angemeldete Zusammenschluss hat horizontale Auswirkungen auf die Märkte im Bereich des Luftfrachtverkehrs und bestimmter Langstrecken-Passagierflüge im Linienflugverkehr.
13. In Anbetracht der Tatsache, dass KLM bereits gemeinsam mit einem anderen Unternehmen die Kontrolle über Martinair innehat, ist im Hinblick auf die Bewertung der Auswirkungen des angemeldeten Zusammenschlusses auf die Wettbewerbssituation sowohl im Luftfrachtverkehr als auch im Passagierluftverkehr eine allgemeine Frage bezüglich des relevanten „Counterfactuals“ zu klären, nämlich inwieweit der angemeldete Zusammenschluss die Wettbewerbsbeziehungen zwischen KLM und Martinair tatsächlich verändern wird. Außerdem ist bei der Würdigung der Auswirkungen des angemeldeten Vorhabens die Zugehörigkeit von Air France-KLM zur SkyTeam-Allianz zu berücksichtigen.

6.2. Kontrolle von KLM über Martinair

14. Die beteiligten Unternehmen bringen vor, der Wechsel von einer gemeinsamen Kontrolle zu einer alleinigen Kontrolle habe in der Regel nur geringe Auswirkungen auf

die Wettbewerbsstruktur auf den relevanten Märkten, da das die alleinige Kontrolle übernehmende Unternehmen bereits ein gewisses Maß an Kontrolle ausübe⁵.

15. In einigen ihrer bisherigen Fusionskontrollentscheidungen hat die Kommission tatsächlich den Umstand, dass das erwerbende Unternehmen bereits vor dem betreffenden Zusammenschluss einen Teil der Kontrolle innehatte, als einen zusätzlichen Beleg dafür angesehen, dass der Zusammenschluss den Wettbewerb nicht beeinträchtigen würde⁶. In anderen, komplexeren Fällen untersuchte die Kommission hingegen ungeachtet des Umstands, dass das erwerbende Unternehmen bereits einen Teil der Kontrolle innehatte, eingehend die Auswirkungen des betreffenden Zusammenschlusses auf den Wettbewerb. In diesen Fällen war für die Prüfung der Auswirkungen der Zusammenschlüsse, bei denen gemeinsame Kontrolle zu alleiniger Kontrolle wurde, der Grad des Wettbewerbs zwischen den beteiligten Unternehmen vor dem Zusammenschluss von großer Bedeutung⁷. Zudem stellte die Kommission zuvor, als KLM bereits im Dezember 1998 einmal die Übernahme des verbleibenden Anteils von 50 % an Martinair anmeldete, ungeachtet des Umstands, dass KLM bereits einen Teil der Kontrolle an Martinair innehatte, fest, dass das Vorhaben Anlass zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt gab, und entschied auf der Grundlage von Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c der EG-Fusionskontrollverordnung, das Verfahren einzuleiten⁸.
16. In der vorliegenden Sache muss im Hinblick auf die Bewertung der Auswirkungen des Vorhabens von KLM, den 50 %igen Anteil an Martinair von Maersk zu übernehmen, sowie der Folgen des Übergangs von gemeinsamer zu alleiniger Kontrolle durch KLM zunächst analysiert werden, inwiefern KLM und Martinair vor dem Zusammenschluss Wettbewerbsdruck aufeinander ausüben. Zu diesem Zweck muss die Kommission die Unternehmensstruktur und die Unternehmensführung von Martinair sowie den Umfang und die Art der Wettbewerbsbeziehungen zwischen den beteiligten Unternehmen auf den Märkten untersuchen, auf denen sich deren Tätigkeiten überschneiden.
17. In diesem Zusammenhang ist festzustellen, dass Martinair und KLM nach eigenen Angaben – entgegen den Aussagen, die einige Wettbewerber im Rahmen der Untersuchung der Kommission zum Zusammenschluss zwischen Air France und KLM getroffen hatten –, derzeit weder Budgets, Marketingpläne oder andere sensible

5 In diesem Zusammenhang verweisen die beteiligten Unternehmen auf die Sachen COMP/M.3733 – Dow/DDE, COMP/M.3385 – Cargill/BCA und COMP/M.2908 – Deutsche Post/DHL II.

6 Dies sind neben den von den beteiligten Unternehmen genannten Sachen (siehe Fußnote 5) die Sachen COMP/M.3155 – Deutsche Post/Securior, COMP/M.3448 – Electricidade de Portugal/Hidroelectrica del Cantabrico, COMP/M.3379 – P&O/Royal Nedlloyd/P&O Nedlloyd und COMP/M.2679 – EDF/TXU Europe/24 Seven.

7 Beispielsweise bestand einer der Gründe, aus denen die Kommission die eingehende Untersuchung in der Sache COMP/M.794 – Coca-Cola/Amalgamated Beverages GB einleitete, darin, dass das erwerbende Unternehmen und das Zielunternehmen in zunehmendem Maße in direktem Wettbewerb zueinander standen. Siehe dazu Erwägungsgrund 203 der betreffenden Entscheidung.

8 Sache IV/M.1328 – KLM/Martinair. In dieser Sache wurde keine Entscheidung veröffentlicht, da das Vorhaben schließlich aufgegeben und die Anmeldung am 25. Mai 1999 zurückgezogen wurde.

Informationen austauschen noch ihre Netzwerke aufeinander abstimmen, um Leistungsüberschneidungen zu vermeiden⁹.

18. Zudem haben die beteiligten Unternehmen bestätigt, dass KLM keinen Einfluss auf die Entscheidungen von Martinair zur Eröffnung einer bestimmten neuen Strecke, Geschäftsentscheidungen bezüglich einzelner Strecken, die Erhöhung oder Senkungen der Kapazitäten oder Flugfrequenz einzelner Strecken oder die Zuweisung von Flugzeugen zu einzelnen Strecken hat. Derartige Entscheidungen werden von den internen Entscheidungsgremien von Martinair in vollkommener Unabhängigkeit getroffen. Gemäß der Satzung von Martinair sind die Rechte, mit denen KLM Einfluss auf das Marktverhalten von Martinair nehmen könnte, darauf beschränkt, gemeinsam mit Maersk Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats von Martinair zu ernennen¹⁰ und über den Aufsichtsrat ein Veto-Recht in Bezug auf weiter reichende, strategische und betriebliche Entscheidungen auszuüben, darunter insbesondere strategische Entscheidungen über die Tätigkeit in bestimmten Geschäftsbereichen wie dem Kurz- oder Langstrecken-Passagierverkehr oder dem Luftfrachtverkehr und Entscheidungen zur Vergrößerung bzw. Verkleinerung der Flugzeugflotte des Unternehmens¹¹.

⁹ Formblatt CO, S. 14; Entscheidung der Kommission vom Februar 2004 in der Sache COMP/M.3280 – Air France/KLM, Randnr. 137.

¹⁰ Sowohl die Mitglieder des Vorstands als auch die Mitglieder des Aufsichtsrats werden von den Gesellschaftern ernannt. KLM und Maersk dürfen jeweils zwei Mitglieder des Aufsichtsrats ernennen. Das fünfte Mitglied des Aufsichtsrats wird von den übrigen Aufsichtsratsmitgliedern ernannt (Formblatt CO, Randnr. 26; und Artikel 24 der Satzung von Martinair, dem Formblatt CO als Anhang 4 beigelegt).

¹¹ Dies wurde von den Rechtsbeiständen der beteiligten Unternehmen am 13. August 2008 per E-Mail bestätigt.

19. Auch die internen Unterlagen von Martinair lassen darauf schließen, dass das Unternehmen weitgehend unabhängig von KLM agiert und dass insbesondere dessen Entscheidungen, die einen Einfluss auf das Marktverhalten haben, etwa über Preisstrategien oder den Eintritt in neue Strecken, unabhängig von und in Konkurrenz zu KLM getroffen werden¹². Die operative Unabhängigkeit von Martinair ist jedoch begrenzt. Wenn sich KLM mit Maersk einig ist, kann KLM das operative und strategische Marktverhalten von Martinair in jeder Hinsicht bestimmen.
20. Und schließlich wurde durch die Marktuntersuchung der Kommission weitgehend bestätigt, dass KLM und Martinair trotz des Umstands, dass KLM bereits einen Teil der Kontrolle an Martinair innehat, derzeit auf den relevanten Märkten miteinander konkurrieren und dass der angemeldete Zusammenschluss zum Wegfall des vorherigen Wettbewerbs führen dürfte. Auch die Wettbewerber und Kunden der beteiligten Unternehmen sehen KLM und Martinair im Allgemeinen als Konkurrenzunternehmen im Passagier- und Frachtverkehr an. Wie in Abschnitt 8.4.1 näher ausgeführt, haben einige Reiseveranstalter vorgebracht, dass die Wettbewerbsmacht von Martinair im Bereich des Passagierluftverkehrs in letzter Zeit zurückgegangen ist. Zudem hängt die Fähigkeit von Martinair, sein Passagierfluggeschäft über die nächsten ein bis zwei Jahre hinaus fortzusetzen, davon ab, ob KLM der Erneuerung der Flotte zustimmt, da KLM in diesem Bereich ein Veto-Recht innehat. Daher dürfte der Wettbewerbsdruck, den Martinair derzeit auf KLM ausübt, im Bereich des Passagierluftverkehrs erheblich geringer sein als im Frachtverkehr.
21. Ferner dürfte KLM angesichts seiner teilweisen Kontrolle über Martinair einen zumindest in gewissem Maße geringeren Anreiz haben, mit Martinair zu konkurrieren. Denn vermutlich wird KLM trotz des Anreizes, möglichst große Gewinne aus seinem

12 Martinair legte Kopien der Sitzungsprotokolle aller wichtigen Entscheidungsgremien (Gesellschafterversammlung, Aufsichtsrat, Executive Committee, Management-Team und Top-Team) aus dem Zeitraum Januar 2004 bis Mai 2008 vor. KLM ist nur bei den Gesellschafterversammlungen und den Sitzungen des Aufsichtsrats vertreten. Aus den Protokollen dieser Gremien geht nicht hervor, dass KLM aktiv erheblichen Einfluss auf das Marktverhalten von Martinair ausübt. Die für das Marktverhalten von Martinair relevanten Entscheidungen werden vielmehr von internen Entscheidungsgremien wie dem Management-Team und dem Top-Team oder aber von internen Arbeitsgruppen getroffen, in denen KLM nicht vertreten ist. Unter anderem geht aus den Sitzungsprotokollen des Management-Teams und der Arbeitsgruppe von Martinair für Paramaribo und Curacao hervor, dass Martinair die Preise von KLM genau verfolgt und die Reaktionen von KLM auf die eigene Preispolitik abzuschätzen versucht. In dem Protokoll der Sitzung des Management-Teams von Martinair vom 23. Mai 2006, in der der wirtschaftliche Nutzen eines Eintritts in die Strecke Amsterdam-Curacao erörtert wurde, heißt es etwa: „Wir müssen auf eine Reaktion von KLM vorbereitet sein – werden sie gleichziehen, werden sie ihren Preis erheblich senken?“ (Übersetzung des niederländischen Originals mit folgendem Wortlaut: „Wij moeten rekening houden met een reactie van de KLM – gaan zij matchen, gaan zij fors met de prijs naar beneden?“). Analog dazu heißt es in dem Protokoll der Sitzung der Arbeitsgruppe von Martinair für Paramaribo (PBM) / Curacao (CUR) vom 25. August 2006, in der über Passagierflugrabatte auf der Strecke Amsterdam-Curacao beraten wurde: „Es wird eine weitere Preissenkung mit dem Ziel der Erhöhung des Passagieraufkommens in Betracht gezogen, doch wir sind der Ansicht, dass wir das Passagieraufkommen so nicht steigern können und dass dadurch die Gefahr, dass KL gleichzieht, zu groß wird...“ (Übersetzung des niederländischen Originals mit folgendem Wortlaut: „Er wordt gesproken over het verder verlagen van de prijs om meer volume te pakken maar we zijn van mening dat we daarmee niet een groter volume zullen pakken en dat daarmee de match-kans door KL te groot word...“).

eigenen Geschäft zu erzielen (die ihm zu 100 % gehören), bei der Festlegung seiner Preisstrategie die Auswirkungen dieser Strategie auf die Gewinne von Martinair berücksichtigen, weil ihm die Hälfte dieser Gewinne zusteht. Was jedoch das Marktverhalten von Martinair angeht, so werden die Auswirkungen der 50 %igen Beteiligung von KLM dadurch gemindert, dass Maersk der andere kontrollierende Gesellschafter ist. Maersk hat ein Interesse daran, dass Martinair uneingeschränkt mit KLM konkurriert, um möglichst große Einnahmen zu erzielen.

22. Im Hinblick auf die Bewertung des vorliegenden Falls kommt die Kommission daher zu dem Ergebnis, dass die beiden Fluggesellschaften grundsätzlich als Wettbewerber angesehen werden können. Durch den geplanten Übergang von gemeinsamer zu alleiniger Kontrolle würden die derzeitige operative Unabhängigkeit von Martinair gegenüber KLM und der bestehende Wettbewerbsdruck zwischen den beiden Fluggesellschaften insbesondere auf Strecken, auf denen sie gegenwärtig konkurrieren (siehe Ausführungen oben), wegfallen. Aufgrund des Umstands, dass KLM bereits vor dem Zusammenschluss eine Kontrolle über Martinair ausübt, dürften die Auswirkungen des Zusammenschlusses auf den Wettbewerb jedoch eindeutig geringer ausfallen. Die obigen Erwägungen sowie die näheren Ausführungen zum Passagierluftverkehrsgeschäft der beteiligten Unternehmen (siehe Abschnitt 8.4.1) fließen folglich in die wettbewerbsrechtliche Würdigung der relevanten Märkte ein.

6.3. Mitgliedschaft von Air France-KLM in der SkyTeam-Allianz

23. Sowohl Air France als auch KLM gehören der SkyTeam-Allianz an und haben enge Kooperationsvereinbarungen in Bezug auf den Passagierluftverkehr (SkyTeam-Allianz¹³) und den Luftfrachtverkehr (SkyTeam Cargo-Allianz¹⁴) geschlossen. Martinair gehört der SkyTeam-Allianz derzeit nicht an, und nach Angaben der beteiligten Unternehmen ist auch nicht vorgesehen, dass Martinair der SkyTeam-Allianz nach dem Zusammenschluss beitrifft.
24. Im Frachtgeschäft ist KLM zu 26 % am Gesellschaftskapital von Kenya Airways sowie an einem Gemeinschaftsunternehmen mit Kenya Airways betreffend die Strecke Amsterdam-Nairobi beteiligt; im Rahmen dieses Gemeinschaftsunternehmens erfolgt eine ausgedehnte Zusammenarbeit beider Gesellschaften¹⁵. Auf den übrigen Strecken zwischen Europa und Kenia besteht eine beschränktere Zusammenarbeit.
25. Ferner hat die Kommission vor dem Hintergrund des Zusammenschlusses von Air France und KLM von 2004 und des Zusammenschlusses zwischen Delta und Northwest

¹³ Der SkyTeam-Allianz gehören elf Vollmitglieder an: Aeroflot, Aeromexico, Air France, Alitalia, China Southern, Continental Airlines, CSA Czech Airlines, Delta Airlines, KLM, Korean Airlines und Northwest Airlines. AirEuropa, Copa Airlines und Kenya Airways haben sich als „Associate Airlines“ der SkyTeam-Allianz angeschlossen. Die SkyTeam-Allianz bietet einen Rahmen, innerhalb dessen verschiedene Mitglieder zwei- und mehrseitige Kooperationsvereinbarungen über eine mehr oder weniger umfangreiche Zusammenarbeit geschlossen haben. Am 19. Juni 2008 hat Continental Airlines Planungen bezüglich eines Austritts aus der SkyTeam-Allianz und des Beitritts zur Star-Allianz mit dem Ziel der Begründung einer eng koordinierten Vermarktungs- und Allianzbeziehung mit United Airlines und Lufthansa bekannt gegeben.

¹⁴ Die SkyTeam Cargo-Allianz besteht aus Aeromexico, AirFrance, Alitalia, China Southern, Delta Airlines, KLM, Korean Airlines und Northwest Airlines.

¹⁵ KLM ist für den Vertrieb sämtlicher Frachtflüge von Kenya Airways ab Amsterdam zuständig. Der entsprechende Umsatz wird als Umsatz von KLM verbucht.

von 2008 sowie des geplanten Gemeinschaftsunternehmens zwischen diesen vier Anbietern von Transatlantikflügen für die Zwecke dieser Entscheidung deren Marktanteile im Passagier- und im Frachtgeschäft sicherheitshalber addiert. Eine etwaige künftige Bewertung des vierseitigen Gemeinschaftsunternehmens auf der Grundlage von Artikel 81 EG-Vertrag bleibt davon unberührt. Angesichts der engen Zusammenarbeit zwischen Kenya Airways und Air France auf der Strecke Amsterdam-Nairobi hat die Kommission auch die Marktanteile dieser beiden Unternehmen im Luftfrachtverkehr zwischen Kenia und Europa sicherheitshalber addiert¹⁶. Ob die Marktanteile der verschiedenen Beteiligten addiert werden oder nicht, ändert jedoch letztlich nichts an der Bewertung des angemeldeten Zusammenschlusses.

7 LUFTFRACHTVERKEHR

7.1. Einleitung

26. Bei Anbietern von Luftfrachtdiensten sind drei Typen von Fluggesellschaften zu unterscheiden: Fluggesellschaften mit kombinierten Beförderungsangeboten, reine Luftfrachtgesellschaften und integrierte Frachtdienstleister.

27. Fluggesellschaften mit kombinierten Beförderungsangeboten (z. B. Air France-KLM, Lufthansa und United Airlines) bieten in der Regel innerhalb von Streckennetzen sowohl Linienflüge im Passagierluftverkehr als auch Frachtflüge an. Gewöhnlich befördern sie Fracht im Laderaum und/oder teilweise auch im Hauptdeck (*main deck*) von Passagiermaschinen oder in speziellen Frachtflugzeugen. Reine Frachtfluggesellschaften (etwa Cargolux, Nippon Cargo Airlines, Air Bridge Cargo oder Atlas/Polar Air Cargo) setzen sowohl im Linienverkehr als auch für Sonderflüge ausschließlich Frachtflugzeuge ein. Integrierte Frachtdienstleister (wie z. B. DHL, UPS, FedEx oder TNT) nutzen abhängig von der Nachfrage auf einer bestimmten Strecke beide Flugzeugtypen. Die Gesellschaften setzen eigene Maschinen auf Strecken mit hohem Flugaufkommen ein (vorwiegend innerhalb von Europa sowie zwischen Europa und Nordamerika oder Asien) und bedienen andere Zielflughäfen über die umfassenderen Netze anderer Fluggesellschaften. Diese letztgenannten Fluggesellschaften werden als integrierte Frachtdienstleister bezeichnet, weil sie ergänzend zu den Verbindungen zwischen Flughäfen auch Abhol- und Zustelldienste anbieten; diese Gesellschaften übernehmen also auch die Beförderung vom Ursprungsort bis zum Flughafen und die Zustellung vom Flughafen bis zum eigentlichen Empfänger sowie die Erledigung der rechtlichen Formalitäten (z. B. die Zollabfertigung).

7.2. Die relevanten Produktmärkte und die räumlichen Märkte

28. Bezüglich des relevanten Frachtmarkts hat die Kommission untersucht, ob in Anbetracht der jüngsten Marktentwicklungen und insbesondere des Anstiegs der Treibstoffpreise neben dem Luftfrachtverkehr nicht auch der Seefrachtverkehr zum interkontinentalen Frachtverkehr hinzugerechnet werden muss und ob der Luftfrachtmarkt auch nach der Art der beförderten Waren zu unterscheiden ist.

16 Gemäß der Marktdefinition im Bereich des Frachtluftverkehrs.

Außerdem hat die Kommission untersucht, in welchem Umfang der Luftfrachtmarkt nach Kontinenten oder Ländern sowie nach Start- und Zielflughäfen aufzuteilen ist.

7.2.1. Substituierbarkeit durch andere Verkehrsträger

29. Bislang hat die Kommission die Ansicht vertreten, dass im Hinblick auf den innereuropäischen Luftfrachtmarkt auch der straßengebundene Frachtverkehr und/oder der Frachtverkehr mit weiteren Verkehrsträgern zum relevanten Produktmarkt zu zählen sind¹⁷. Hinsichtlich des intermodalen Wettbewerbs im Bereich des internationalen und besonders des interkontinentalen Frachtverkehrs erklären die beteiligten Unternehmen, dass wegen der ständig steigenden Treibstoffkosten und der verhältnismäßig großen zeitlichen Flexibilität bei den meisten Gütern durch den Seeverkehr erheblicher Wettbewerbsdruck auf den Luftfrachtverkehr ausgeübt werde; daher sei eine zunehmende Verlagerung vom Luft- auf den Seeverkehr erfolgt.
30. Die Marktuntersuchung hat umfassend bestätigt, dass in Anbetracht der hohen Treibstoffpreise, der höheren Geschwindigkeit und der größeren Zuverlässigkeit von Schiffen, der besseren Einrichtungen zur Temperaturregelung, der Techniken und Verfahren zur Abwicklung von Seefracht und der Effizienzsteigerungen im Seeverkehr im Vergleich zu Schiene und Straße der Seeverkehr wirtschaftlich zunehmend an Attraktivität für den interkontinentalen Frachtverkehr gewinnt; dies gilt insbesondere dann, wenn längere Transportzeiten in Kauf genommen werden können. Viele Frachttypen müssen aus Zeitgründen jedoch weiterhin eher auf dem Luft- denn auf dem Seeweg befördert werden.
31. Unabhängig von den genannten Entwicklungen, die dazu geführt haben, dass der Seefrachtverkehr immer größeren Wettbewerbsdruck auf den Luftfrachtverkehr ausgeübt hat, braucht für diese Entscheidung nicht geklärt zu werden, ob der interkontinentale Frachtverkehr, der Luftverkehr und der Seeverkehr demselben Produktmarkt zuzurechnen sind; Air France-KLM und Martinair sind nämlich nur im Luftfrachtverkehr tätig, und der angemeldete Zusammenschluss behindert den Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben selbst bei Zugrundelegung der am engsten gefassten Produktmarktdefinition (nämlich der Annahme eines getrennten Marktes für den interkontinentalen Luftfrachtverkehr) nicht erheblich.

7.2.2. Unterscheidung nach Kategorien oder Art der Fracht

32. In früheren Entscheidungen hat die Kommission nicht endgültig geklärt, ob der Luftverkehrsmarkt nach Kategorien oder Art der beförderten Produkte aufzuteilen ist¹⁸. Nach Ansicht der beteiligten Unternehmen darf der Luftfrachtmarkt nicht nach der Art der Fracht aufgeteilt werden, da Fracht meist mit genormten Verpackungen (Kartons, Paletten, Container usw.) befördert wird und entsprechend ein gewisser Umschlagaufwand beim Laden und Löschen der Fracht erforderlich ist. Außer bei sehr gefährlichen Gütern, die ausschließlich mit Frachtmaschinen zu befördern sind, werden

¹⁷ Siehe Sache COMP/M.3280 – Air France/KLM und Sache COMP/M.3770 – Lufthansa/Swiss.

¹⁸ Siehe Sache COMP/M.3280 – Air France/KLM und Sache COMP/M.5181 – Delta Airlines/Northwest Airlines.

Flugzeuge in der Regel sowohl zur Personenbeförderung als auch zum Transport der verschiedenen Frachttypen eingesetzt.

33. Diesbezüglich hat die Marktuntersuchung bestätigt¹⁹, dass eine Unterteilung des Luftfrachtmarkts nach Kategorien oder Art der Fracht nicht erforderlich ist, da die Kunden im Allgemeinen Laderaum buchen, den sie dann mit unterschiedlicher Fracht füllen (u. a. mit leicht verderblicher Ware). Besondere Anforderungen in Verbindung mit bestimmten Produkten sind in erster Linie in dem Luftfrachtverkehr nachgeordneten Bereichen gegeben (z. B. bei der Bodenabfertigung in Flughafentagern, in denen beispielsweise ein Raum mit geregelter Temperatur benötigt wird). Die entsprechenden Dienstleistungen werden häufig ausgelagert. Aus Gründen der Effizienzmaximierung müssen Fluggesellschaften unterschiedliche Fracht (im Hinblick auf Gewicht, Form usw.) laden, um den verfügbaren Raum in ihren Flugzeugen möglichst gut zu nutzen. Sie können ihre Dienstleistungsangebote verhältnismäßig einfach an die spezifischen Anforderungen der jeweiligen Produkte anpassen.
34. Für diese Entscheidung braucht jedoch nicht geklärt zu werden, ob eine weitere Unterteilung erforderlich ist; unabhängig von der genauen Marktdefinition behindert der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben nämlich nicht erheblich.

7.2.3. Interkontinentalverbindungen/Strecken zwischen Kontinenten und bestimmten Ländern

7.2.3.1. Alle Frachttypen

35. Die Kommission hat bislang eine strenge Unterscheidung nach Städtepaaren (Startflughafen und Zielflughafen) für eine Beschreibung des relevanten Luftfrachtmarkts als nicht angemessen betrachtet²⁰.
36. In früheren Entscheidungen hat die Kommission den innereuropäischen Luftfrachtmarkt (unter Einbeziehung weiterer Verkehrsträger wie z. B. des Straßenverkehrs)²¹ als gemeinschaftsweiten Markt betrachtet und festgestellt, dass hinsichtlich des interkontinentalen Luftfrachtmarkts die Verbindungen zwischen den jeweiligen Kontinenten zu unterscheiden sind; dies gilt zumindest für Kontinente, deren Infrastruktur hinreichend entwickelt ist, um die Abwicklung von Transitflügen zu ermöglichen²². Die Kommission hat festgestellt, dass bei Ländern ohne hinreichende Infrastruktur außerdem unter Umständen nach Ländern zu unterscheiden ist²³.
37. Die Marktuntersuchung hat für Europa und Nordamerika eine Unterscheidung nach Kontinenten als angemessen bestätigt. Im Hinblick auf Afrika, Südamerika und einen Teil Asiens besteht eine andere Situation. Nach Auskunft der Mehrheit der befragten Marktteilnehmer sind diese Kontinente in Anbetracht komplizierter Zollformalitäten,

¹⁹ Fragebogen für Frachtkunden, Frage 10; Fragebogen für Wettbewerber im Frachtgeschäft, Frage 10.

²⁰ Siehe Sachen COMP/M.3280 – Air France/KLM, COMP/M.3770 – Lufthansa/Swiss und COMP/M.5181 – Delta Airlines/Northwest Airlines.

²¹ Siehe Sache COMP/M.3770 – Lufthansa/Swiss, Erwägungsgrund 19.

²² Siehe Sachen COMP/M.3280 – Air France/KLM; COMP/M.3770 – Lufthansa/Swiss und COMP/M.5181 – Delta Airlines/Northwest Airlines.

²³ Verweise auf die einschlägigen Kommissionsentscheidungen in der vorstehenden Fußnote.

unzureichender Straßennetze und der eingeschränkten Flugkapazität von Logistikgesellschaften nach Ländern aufzuschlüsseln.

38. Zudem besteht bei Luftfrachtmärkten nach Angaben der beteiligten Unternehmen und wie in der Marktuntersuchung bestätigt eine unidirektionale Nachfragesituation. Die Nachfrage nach Luftfrachtdiensten kann an den beiden Endpunkten einer Strecke sehr unterschiedlich gelagert sein. Dadurch ergeben sich häufig strukturelle Überkapazitäten auf bestimmten Strecken.
39. Aus den genannten Gründen ist der Luftfrachtmarkt in dieser Entscheidung bei Strecken zwischen Europa und Nordamerika ausgehend von unidirektionalen Strecken zwischen Kontinenten und bei allen anderen Strecken nach den Verbindungen jeweils zwischen einem Kontinent und einem Land aufzuteilen.

7.2.3.2. Spezifische Frachttypen

40. Da dieses Vorhaben einen Zusammenschluss zwischen zwei Unternehmen mit demselben Flughafen als Frachtverkehrs-Drehkreuz (d. h. dem Flughafen Schiphol in Amsterdam) betrifft, hat die Kommission untersucht, ob dies sich auf den Wettbewerb auf Streckenverbindungen mit Europa dahingehend auswirken könnte, dass der erfolgte Zusammenschluss den beteiligten Unternehmen einen erheblichen Wettbewerbsvorteil zumindest im Hinblick auf bestimmte Frachttypen (insbesondere auf Blumen) verschaffen könnte. Nach Auskunft der beteiligten Unternehmen und gemäß ihrem Vorbringen bezüglich der Definition des räumlichen Marktes unter Einbeziehung des gesamten europäischen Kontinentes als Start- und Zielort ist keinerlei Fracht vorstellbar, für die neben Schiphol nicht auch ein alternativer Flughafen in Betracht käme.
41. Während der Marktuntersuchung haben einige befragte Parteien erklärt, der Blumenmarkt konzentriere sich wegen der Anforderungen in Bezug auf die Transportzeit sowie wegen der Blumenauktion in Aalsmeer (in der Nähe von Amsterdam) traditionell um den Flughafen Schiphol; daher sei Schiphol wegen seiner geographischen Lage die erste Wahl für Gesellschaften, welche den Transport von Blumen anbieten. Die Marktuntersuchung hat jedoch umfassend bestätigt, dass wegen der guten Autobahninfrastruktur in Europa viele Frachtflughäfen (insbesondere Brüssel, Luxemburg und Frankfurt) bei sämtlichen Frachttypen (einschließlich Blumen) als Substitut für Schiphol in Betracht kommen²⁴. Ein Befragter gab an, Flughäfen innerhalb von rund 800 km Entfernung seien für den Empfang und den Versand von Waren substituierbar, ein anderer nannte 12 Lkw-Stunden als Grenze²⁵. Einer der befragten Marktteilnehmer erklärte, er liefere Blumen von Ecuador über die Flughäfen Luxemburg, Brüssel und Madrid nach Europa.
42. Für diese Entscheidung kann daher festgestellt werden, dass kein Grund für die Annahme einer engeren Marktdefinition für den Transport leicht verderblicher Waren gegeben ist, da für leicht verderbliche Waren (wie z. B. Blumen) neben Schiphol auch zahlreiche alternative Flughäfen in Betracht kommen.

²⁴ Fragebogen für Frachtkunden, Frage 17.

²⁵ Fragebogen für Frachtkunden, Frage 17.

7.2.3.3. Direktflüge und Flüge mit Zwischenlandungen

43. In früheren Entscheidungen wurde festgestellt,²⁶ dass Frachtflüge per definitionem weniger zeitkritisch als Passagierflüge sind und dass entsprechend mehr Zwischenlandungen hingenommen werden können; daher sind auch indirekte Verbindungen als Substitut für Direktflüge zu betrachten. Die Marktuntersuchung in dieser Sache hat bestätigt, dass außer bei besonders zeitkritischen leicht verderblichen Waren sowie bei Waren, die möglichst nicht mehrfach umgeladen werden sollten und bei denen Direktflüge bevorzugt werden, da die Transportzeit insgesamt möglichst kurz sein sollte, Flüge mit Zwischenlandungen im Allgemeinen als Substitute für Direktflüge angesehen werden können.

7.2.3.4. Schlussfolgerung zum relevanten Markt

44. Aus den genannten Gründen sind in dieser Entscheidung die Märkte für den Transport allgemeiner Fracht auf dem Luftweg auf unidirektionalen Strecken zwischen (i) Kontinenten (Frachtverkehr zwischen Europa und Nordamerika) und (ii) Europa und bestimmten einzelnen Ländern (Frachtverkehr zwischen Europa und Städten in Südamerika, im erweiterten karibischen Raum, im Fernen Osten und in Afrika) als relevante Märkte zu betrachten. In diesem Zusammenhang braucht der relevante Markt nicht näher anhand des transportierten Produktes beschrieben zu werden, da der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben unabhängig von der genauen Marktdefinition nicht erheblich behindern würde.

7.3. **Allgemeine Marktbedingungen**

Viele Wettbewerber

45. Nach Auskunft der beteiligten Unternehmen konkurrieren ungeachtet der unterschiedlichen Geschäftsmodelle alle drei Typen von Anbietern von Luftfrachtdiensten (d. h. Fluggesellschaften mit kombinierten Beförderungsangeboten, reine Frachtfluggesellschaften und integrierte Frachtdienstleister) um Aufträge derselben Kunden. Die integrierten Frachtdienstleister haben sich zwar früher in der Regel auf die Über-Nacht-Lieferung von Post und Päckchen konzentriert; inzwischen sind aber auch diese Gesellschaften in der Lage, unabhängig vom Gewicht alle Frachttypen zu befördern. Reine Frachtfluggesellschaften befördern eher allgemeine Fracht, und Fluggesellschaften mit kombinierten Beförderungsangeboten bei Linienflügen befördern eher zeitkritische Fracht; im allgemeinen Luftfrachtverkehr stehen jedoch alle Typen von Fluggesellschaften miteinander im Wettbewerb.
46. Die Marktuntersuchung hat bestätigt, dass der Frachtmarkt im Allgemeinen insoweit wettbewerbsbezogen ist, als er durch eine Vielzahl an Marktteilnehmern gekennzeichnet ist, die miteinander um Aufträge konkurrieren. Außerdem hat die Marktuntersuchung umfassend die Darstellung der beteiligten Unternehmen bestätigt, dass alle drei Typen von Anbietern von Luftfrachtdiensten denselben Kunden dieselben Dienste anbieten, und viele Gesellschaften sind in unterschiedlicher Weise am

²⁶ Siehe Sachen COMP/M.3280 – Air France/KLM; COMP/M.3770 – Lufthansa/Swiss und COMP/M.5181 – Delta Airlines/Northwest Airlines.

Luftfrachtverkehr beteiligt. Zudem ist festzustellen, dass die Grenzen zwischen den verschiedenen Typen von Anbietern von Luftfrachtdiensten zunehmend verschwimmen. Einige in der Marktuntersuchung befragte Marktteilnehmer waren der Ansicht, dass sich der Wettbewerb nach dem Zusammenschluss sogar noch verschärfen würde. Sie erwarten nach Umsetzung des Vorhabens einen Rückgang der Preise.

47. Obwohl nicht geklärt wurde, ob im interkontinentalen Frachtverkehr der Luftverkehr und der Seeverkehr demselben Produktmarkt zuzurechnen sind, hat die Marktuntersuchung doch eindeutig gezeigt, dass vom Seeverkehr ein Wettbewerbsdruck auf den Luftverkehr ausgeht. Daher sehen sich die beteiligten Unternehmen einem Wettbewerb nicht nur seitens anderer Anbieter von Luftfrachtdiensten, sondern in gewissem Umfang auch durch Seefrachtgesellschaften ausgesetzt.

Markteintrittschraken- und Expansionshindernisse sind klein

48. Die Hindernisse für einen Zugang zu den relevanten Märkten sind verhältnismäßig gering. Hinsichtlich der aufsichtsrechtlichen Hindernisse betonen die beteiligten Unternehmen, dass für den Luftfrachtverkehr zwar Zeitnischen benötigt würden; anders als im Passagierluftverkehr brauchten bei diesen Zeitnischen jedoch keine genauen Zeitpläne eingehalten zu werden. Im Gegenteil: Frachtflüge könnten ohne weiteres auch in den Nachtstunden abgewickelt werden. Hinzu komme, dass der Flughafen Schiphol in den Spitzenzeiten überlastet sei; diese Überlastung sei bei den anderen von dem Vorhaben betroffenen Flughäfen nicht (oder nur in sehr begrenztem Umfang) gegeben.

49. Außerdem hat die Marktuntersuchung bestätigt, dass der Frachtverkehr weniger durch nationale Bindungen oder durch Markenbindungen geprägt ist als der Passagierluftverkehr, und dass Verträge gewöhnlich auf kurze Zeiträume (sechs Monate bis ein Jahr) befristet werden und keine Ausschließlichkeitsvereinbarung enthalten²⁷. Während der Marktuntersuchung haben Kunden erklärt, sie seien bereit, zu einem anderen Anbieter zu wechseln, wenn die beteiligten Unternehmen eine Anhebung ihrer Preise beschließen sollten.

50. Expansionshindernisse wurden im Rahmen der Marktuntersuchung nicht festgestellt. Die meisten Wettbewerber gaben an, sie könnten die Zahl der wöchentlichen Frachtflüge und ihre Frachtkapazitäten flexibel anpassen²⁸.

Nachfragemacht

51. Mit Ausnahme großer Geschäftskunden verhandeln Fluggesellschaften selten mit Endkunden (oder „Spediteuren“, d. h. mit den Kunden, welche den Transport der Fracht veranlassen). Die von Spediteuren benötigten Dienstleistungen erbringen die Gesellschaften in der Regel eher gegenüber Logistikunternehmen.

52. Die Marktuntersuchung hat die Darstellung der beteiligten Unternehmen bestätigt, dass Frachtkunden im Allgemeinen und die großen Logistikunternehmen (DHL, Panalpina, DB Schenker, Expeditors usw.) im Besonderen in Anbetracht ihrer Größe

²⁷ Fragebogen für Wettbewerber im Frachtgeschäft, Frage 42. Fragebogen für Frachtkunden, Frage 33.

²⁸ Fragebogen für Wettbewerber im Frachtgeschäft, Fragen 39 und 40.

und ihrer Bedeutung gegenüber Anbietern von Luftfrachtdiensten in gewissem Umfang eine Nachfragemacht ausüben können²⁹. In den letzten 20 Jahren haben im Luftverkehr tätige Logistikunternehmen einen Konzentrationsprozess durchlaufen, in dem sich schließlich nur noch einige wenige weltweit aktive Marktteilnehmer mit großer Verhandlungsmacht behaupten konnten. Den beteiligten Unternehmen zufolge setzen die Logistikunternehmen den Markt in zweierlei Hinsicht unter Druck:

- (i) Als Kunden haben sich die Logistikunternehmen zunehmend konsolidiert und dadurch eine Nachfragemacht auf diesen Märkten erlangt, während von Spediteuren zunehmend Komplettlösungen verlangt werden.
 - (ii) Im Rahmen gezielter Strategien haben Logistikunternehmen den vorgelagerten Bereich erschlossen und sind so zu Wettbewerbern geworden. Logistikunternehmen wie z. B. DHL oder TNT haben eigene Luftfrachtflotten aufgebaut und setzen dadurch „reine“ Luftfrachtanbieter wie z. B. die beteiligten Unternehmen unter Druck.
53. Die Nachfragemacht von Luftfrachtkunden ist ein weiterer Faktor, der deutlich macht, dass das angemeldete Vorhaben den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben in Bezug auf den Luftfrachtmarkt nicht erheblich behindert.

7.4. Wettbewerbsrechtliche Würdigung

54. Sowohl die Vorbringen der beteiligten Unternehmen als auch interne Unterlagen bestätigen, dass die Übernahme des Frachtgeschäfts von Martinair für KLM der wesentliche strategische Anlass für das Vorhaben sei³⁰.
55. Zunächst einmal ist festzustellen, dass KLM und Martinair keine direkten Konkurrenten im Luftfrachtgeschäft sind, da sie in diesem Bereich unterschiedliche Geschäftsmodelle verfolgen. Martinair bietet vorwiegend Luftfrachtdienste mit elf Flugzeugen an, die ausschließlich als Frachtmaschinen eingesetzt werden; bei Passagierflügen beläuft sich die verfügbare Zuladekapazität auf weniger als 5 % der gesamten Frachtkapazität. KLM dagegen beschränkt sich im Wesentlichen auf die Zuladung im Laderaum von Passagierflugzeugen und setzt nur drei Frachtmaschinen ab dem Startflughafen Schiphol ein. (Air France besitzt zehn Frachtmaschinen auf dem Frachtverkehrs-Drehkreuz Roissy Charles de Gaulle.) Entsprechend hängt das Frachtgeschäft von KLM erheblich von der Auslastung im Passagierluftverkehr ab (die eben sowohl für die verfügbare Frachtkapazität als auch für die Zielflughäfen maßgeblich ist)³¹.

²⁹ Fragebogen für Frachtkunden, Frage 30.

³⁰ „Das strategische Interesse von KLM richtet sich in erster Linie auf das Frachtgeschäft von Martinair. Die Frachtsparte hat sich auf dem Markt etabliert und ist langfristig tragfähig“ (Formblatt CO, Randnr. 68: „KLM's strategic interest lies primarily with the cargo business of Martinair. The cargo business has an established position in the market and is sustainable in the long term“.).

³¹ Die Frachtmaschinen von KLM (3) und Air France (10) werden ausschließlich auf bestimmten Strecken eingesetzt (vorwiegend bei Hin- und Rückflügen zwischen Europa und Asien).

56. In Anbetracht des Marktanteils von Air France entsteht durch den Zusammenschluss die weltweit zweitgrößte Luftfrachtgesellschaft³². Das Vorhaben wirkt sich auf Strecken zwischen Europa und Nordamerika sowie zwischen Europa und mehreren Ländern in Afrika, in der Karibik und im Fernen Osten aus. In den folgenden Abschnitten werden die Auswirkungen des angemeldeten Vorhabens im Hinblick auf die betroffenen Strecken im Einzelnen behandelt.

7.4.1. Europa/Nordamerika

57. Im internationalen Luftfrachtverkehr zwischen Europa und Nordamerika wird der gemeinsame Marktanteil der beteiligten Unternehmen auch weiterhin unterhalb von 25 % liegen, und die beteiligten Unternehmen werden weiterhin einem starken Wettbewerbsdruck durch mehrere andere große Fluggesellschaften mit kombinierten Beförderungsangeboten (u. a. Lufthansa und British Airways und integrierte Frachtdienstleister wie z. B FedEx und UPS) ausgesetzt sein.

Tabelle 1: Marktanteile Europa-Nordamerika/Nordamerika-Europa 2006/2007, Marktanteilschätzungen auf Basis der transportierten Frachtmenge in Tonnen (t) (Quelle: Schätzungen der beteiligten Unternehmen aufgrund von IATA-Zahlen)³³

Wettbewerber auf Strecken von	Europa nach Nordamerika (1 457 061 t)	Nordamerika nach Europa (997 795 t)
Air France und Delta	[10-20]* ³⁴ %	[10-20]*%
KLM und Northwest	[5-10]*%	[5-10]*%
Martinair	[0-5]*%	[0-5]*%
Neues Unternehmen insgesamt	[20-30]*%	[20-30]*%
Sonstige insgesamt, davon:	[70-80]*%	[80-90]*%
Lufthansa	[10-20]*%	[10-20]*%
British Airways	[10-20]*%	[10-20]*%
American Airlines	[5-10]*%	[5-10]*%
FedEx	[10-20]*%	[10-20]*%
UPS	[5-10]*%	[10-20]*%
Sonstige	[20-30]*%	[10-20]*%

³² Die gemeinsame Transportleistung von Air France ([...]*t), KLM ([...]*t) und Martinair Cargo ([...]*t) wird bei [...]*t liegen (Rang 2 hinter FedEx ([...]*t) und vor United Airlines ([...]*t) (Quelle: IATA 2007, 2007 WATS, zitiert auf Formblatt CO in Randnr. 351).

³³ Die Tabellen mit den Marktanteilen in Abschnitt 7.4 beruhen auf Schätzungen der beteiligten Unternehmen für die Anbieter von Luftfrachtdiensten, für die der IATA Daten vorliegen. Die Marktuntersuchung der Kommission hat ergeben, dass auf vielen Strecken mehrere (weitere) Anbieter von Luftfrachtdiensten Frachtdienste anbieten, deren Marktanteile nicht erfasst wurden oder deren Marktanteile in die Tabellen der Marktanteile in Abschnitt 7.4 nicht aufgenommen wurden.

³⁴ * Teile dieses Textes wurden ausgelassen, um zu gewährleisten, daß keine vertraulichen Informationen bekanntgegeben werden; diese Teile sind durch eckige Klammern und ein Sternchen gekennzeichnet.

58. Außerdem sind die Eintrittsschranken und die Expansionshindernisse nicht groß, es gibt ein gewisses Maß an Nachfragemacht, und KLM und Martinair sind keine direkten Konkurrenten, da sie im Frachtgeschäft unterschiedliche Geschäftsmodelle verfolgen.
59. Und schließlich dürften die Auswirkungen des angemeldeten Zusammenschlusses auf den Wettbewerb, wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, angesichts des Umstands, dass KLM bereits vor dem Zusammenschluss einen Teil der Kontrolle über Martinair innehatte, geringer ausfallen.
60. Aus all diesen Umständen ist zu schließen, dass der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben im Luftfrachtverkehr von Europa nach Nordamerika und von Nordamerika nach Europa nicht erheblich behindern würde.

7.4.2. Europa/Südamerikanische Länder

61. Im Luftfrachtverkehr zwischen Europa und Südamerika wird das Vorhaben hohe Marktanteile und eine erhebliche Erhöhung der Marktanteile auf den nachstehenden Strecken zur Folge haben: Europa nach Kolumbien [50-60]*% (Air France-KLM [10-20]*% und Martinair [30-40]*%), Kolumbien nach Europa [60-70]*% (Air France-KLM [10-20]*% und Martinair [50-60]*%), Peru nach Europa [40-50]*% (KLM [20-30]*% und Martinair [10-20]*%), Europa nach Peru [40-50]*% (KLM [40-50]*% und Martinair [5-10]*%) sowie in geringerem Umfang auf den Strecken von Ecuador nach Europa [30-40]*% (KLM [5-10]*% und Martinair [20-30]*%) und von Europa nach Ecuador [30-40]*% (KLM [20-30]*% und Martinair [10-20]*%).

Tabelle 2a: Marktanteile Europa/südamerikanische Länder 2006/2007, Marktanteilsschätzungen auf Basis der transportierten Frachtmenge in Tonnen (t)
(Quelle: Schätzungen der beteiligten Unternehmen nach IATA-Zahlen)

Wettbewerber auf Strecken von Europa	nach Argentinien (34 000 t)	nach Kolumbien (20 000 t)	nach Chile (26 500 t)	nach Ecuador (10 000 t)	nach Peru (10 000 t)
Air France	[10-20]*%	[10-20]*%	[5-10]*%	[0-5]*%	[0-5]*%
KLM	[0-5]*%	[0-5]*%	[0-5]*%	[20-30]*%	[40-50]*%
Martinair	[10-20]*%	[30-40]*%	[20-30]*%	[10-20]*%	[5-10]*%
Neues Unternehmen insgesamt	[20-30]*%	[50-60]*%	[20-30]*%	[30-40]*%	[40-50]*%
Sonstige insgesamt, davon:	[70-80]*%	[40-50]*%	[70-80]*%	[60-70]*%	[50-60]*%
Cargolux		[0-5]*%	[10-20]*%	[0-5]*%	
Iberia	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[20-30]*%
Alitalia	[5-10]*%				
LAN			[30-40]*%		
Lufthansa	[5-10]*%				
Aerolineas Argentina	[10-20]*%				
Femke Fly				[0-5]*%	
Cielos Airlines					[10-20]*%
Sonstige	[30-40]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[40-50]*%	[20-30]*%

Tabelle 2b: Marktanteile südamerikanische Länder/Europa 2006/2007, Marktanteilsschätzungen auf Basis der transportierten Frachtmenge in Tonnen (t) (Quelle: Schätzungen der beteiligten Unternehmen nach IATA-Zahlen)

Wettbewerber auf Strecken nach Europa	von Argentinien (41 000 t)	von Kolumbien (44 000 t)	von Chile (21 500 t)	von Ecuador (65 500 t)	von Peru (25 000 t)
Air France	[10-20]**%	[0-5]**%	[10-20]**%	[0-5]**%	[0-5]**%
KLM	[0-5]**%	[10-20]**%	[0-5]**%	[5-10]**%	[20-30]**%
Martinair	[0-5]**%	[50-60]**%	[0-5]**%	[20-30]**%	[10-20]**%
Neues Unternehmen insgesamt	[20-30]**%	[60-70]**%	[10-20]**%	[30-40]**%	[40-50]**%
Sonstige insgesamt, davon:	[80-90]**%	[40-50]**%	[80-90]**%	[60-70]**%	[50-60]**%
Cargolux		[5-10]**%	[0-5]**%	[5-10]**%	
Iberia	[20-30]**%	[5-10]**%	[10-20]**%	[5-10]**%	[20-30]**%
Alitalia	[5-10]**%				
LAN					
Lufthansa	[10-20]**%				
Aerolineas Argentina	[10-20]**%				
Femke Fly				[20-30]**%	
Cielos Airlines					[10-20]**%
Sonstige	[20-30]**%	[30-40]**%	[60-70]**%	[20-30]**%	[10-20]**%

62. Die beteiligten Unternehmen erklären, die von der IATA für sie genannten Marktanteile seien überhöht, da von nordamerikanischen Gesellschaften über US-amerikanische Flughäfen (Miami und Houston) abgewinkelte indirekte Flüge von und nach Europa nicht berücksichtigt würden. Den beteiligten Unternehmen zufolge sind die IATA-Daten auch insoweit irreführend, als Gelegenheitsflüge nicht erfasst werden.
63. Die Marktuntersuchung³⁵ hat bestätigt, dass die IATA-Daten für südamerikanische Länder angepasst werden müssen, weil die IATA in Südamerika nur einen verhältnismäßig geringen Marktanteil erfasst, da nur wenige Fluggesellschaften und/oder Logistikunternehmen an dem Abrechnungssystem für Luftfrachtflüge (Cargo Account Settlement System – CASS) der IATA teilnehmen, auf dem die detaillierten Statistiken beruhen. Die Marktuntersuchung hat auch bestätigt, dass in den IATA-Daten Charterflüge nicht berücksichtigt werden. Den Schätzungen eines befragten Marktteilnehmers zufolge wird ca. 20 % der Fracht aus Ecuador nach Europa über Flughäfen in den USA befördert und daher von der IATA als Fracht von Nordamerika nach Europa erfasst, obwohl sie eigentlich aus Ecuador stammt. Laut den Schätzungen anderer Befragter beträgt der Anteil der Fracht von Lateinamerika nach Europa, der in den IATA-Zahlen nicht erfasst ist, bis zu 40 %. Die Marktuntersuchung hat ferner bestätigt, dass die IATA-Daten die einzige verfügbare Informationsquelle sind. Daher

³⁵ Insbesondere der Fragebogen für Wettbewerber im Frachtgeschäft, Frage 22. Dieser Verweis gilt für den gesamten Erwägungsgrund.

ist es unmöglich, die in Abschnitt 7.4.2 angegebenen Marktanteile auf fundierter Grundlage anzupassen. In Anbetracht der Tatsache, dass die beteiligten Unternehmen zu den Fluggesellschaften gehören, die der IATA detaillierte Daten übermitteln, kann aus den obigen Erwägungen geschlossen werden, dass die in Abschnitt 7.4.2 angegebenen Marktanteile die Stellung der beteiligten Unternehmen auf den relevanten Märkten sogar eher stärker erscheinen lassen als sie tatsächlich ist.

64. Auf den Strecken, auf denen sich nach dem Zusammenschluss große Marktanteile für die beteiligten Unternehmen ergeben, werden die beteiligten Unternehmen weiterhin mit mehreren Wettbewerbern konfrontiert sein. Auf der Strecke von Peru nach Europa und von Europa nach Peru ist Iberia mit einem Marktanteil von [20-30]*% bzw. [20-30]*% der wichtigste Wettbewerber der beteiligten Unternehmen. Auf der Strecke von Ecuador nach Europa war mit einem Marktanteil von [20-30]*% Femke Fly der größte Wettbewerber der beteiligten Unternehmen³⁶. Auf der Strecke von Europa nach Ecuador hat Iberia einen Marktanteil von [10-20]*%. Auf der Strecke von Europa nach Kolumbien sind die beteiligten Unternehmen mit den Wettbewerbern Cargolux ([0-5]*%) und Iberia ([10-20]*%) konfrontiert. Auf der Strecke von Kolumbien nach Europa liegt der Marktanteil von Iberia bei [5-10]*% und von Cargolux bei [5-10]*%.
65. Die Marktuntersuchung hat bestätigt, dass die Markteintrittsschranken bei den Strecken von Europa in südamerikanische Länder und aus südamerikanischen Ländern nach Europa verhältnismäßig gering sind³⁷. Bei Flügen nach Kolumbien, Peru und Ecuador sind verkehrsrechtliche Einschränkungen gegeben; die beteiligten Unternehmen erklären jedoch, diese stellten kein ernsthaftes Hindernis dar, da die betreffenden Regierungen (neue) Charterangebote großzügig behandelten. Ein in der Marktuntersuchung befragter Marktteilnehmer hat darauf hingewiesen, dass verkehrsrechtliche Einschränkungen für Gesellschaften, die ihren Stammsitz in diesen Ländern hätten, nicht maßgeblich seien.
66. Bei verschiedenen Strecken zwischen Europa und Südamerika seien in letzter Zeit mehrere neue Marktteilnehmer hinzugekommen; dies gelte insbesondere für die in Brüssel ansässige Gesellschaft Cargo B, die u. a. nach Ecuador und nach Kolumbien fliege. LAN Chile biete neuerdings Frachtflüge von Amsterdam nach Ecuador an. Femke Fly, eine Fluggesellschaft mit Sitz in Panama, biete ebenfalls Verbindungen zwischen Ecuador und Europa an³⁸.
67. Einige Wettbewerber der beteiligten Unternehmen haben in der Marktuntersuchung betont, dass sie Kapazitäten zur Deckung zusätzlicher Nachfrage frei hätten, wenn die beteiligten Unternehmen beschließen würden, ihre Preise anzuheben. Die meisten Märkte sind zudem durch Überkapazitäten gekennzeichnet. Nach Auskunft der beteiligten Unternehmen wird erwartet, dass der Markt in den nächsten 20 Jahren um 4-6 % wachsen wird. Aus diesen Gründen würde eine Preiserhöhung seitens des durch den Zusammenschluss gebildeten Unternehmens nicht zwangsläufig einen Verlust an Marktanteilen zur Folge haben.

³⁶ Den beteiligten Unternehmen zufolge hat Femke Fly, eine Fluggesellschaft mit Sitz in Panama, wegen der hohen Treibstoffkosten allerdings kürzlich den Betrieb eingestellt (Formblatt CO, S. 146, Randnr. 480).

³⁷ Siehe insbesondere Fragebogen für Wettbewerber im Frachtgeschäft, Frage 38.

³⁸ Siehe jedoch den Hinweis in obiger Fußnote, dass Femke Fly kürzlich den Betrieb eingestellt hat, Formblatt CO, Randnr. 480.

68. Außerdem gibt es ein gewisses Maß an Nachfragemacht, und KLM und Martinair sind keine direkten Konkurrenten, da sie im Frachtgeschäft unterschiedliche Geschäftsmodelle verfolgen.
69. Und schließlich dürften die Auswirkungen des angemeldeten Zusammenschlusses auf den Wettbewerb, wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, angesichts des Umstands, dass KLM bereits vor dem Zusammenschluss einen Teil der Kontrolle über Martinair innehatte, geringer ausfallen.
70. Aus all diesen Umständen ist zu schließen, dass der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben auf Luftfrachtverkehrsstrecken zwischen Europa und südamerikanischen Ländern nicht erheblich behindern würde.

Auch bei Zugrundelegung eines getrennten Marktes für leicht verderbliche Waren keine wettbewerbsrechtlichen Bedenken

71. Obwohl zwischen Europa und den südamerikanischen Ländern Kolumbien, Peru und Ecuador vorwiegend leicht verderbliche Waren befördert werden, würde sich die wettbewerbsrechtliche Beurteilung auch dann nicht ändern, wenn ein getrennter Markt für leicht verderbliche Waren definiert werden müsste. Wie bereits in Erwägungsgrund 40 im Zusammenhang mit der Marktdefinition erläutert, hat die Marktuntersuchung bestätigt, dass bei allen Frachttypen alle Flughäfen in Europa substituierbar sind. Selbst bei leicht verderblichen Waren bestehen viele Alternativen zum Flughafen Schiphol. Einige in der Marktuntersuchung befragten Marktteilnehmer haben erklärt, sie betrachteten Schiphol als den bevorzugten Flughafen für den Transport leicht verderblicher Waren, weil die Blumenindustrie traditionell in der Umgebung dieses Flughafens konzentriert sei; die meisten befragten Marktteilnehmer räumten aber ein, dass Schiphol nicht unverzichtbar sei³⁹. Dass bei beiden beteiligten Unternehmen der Flughafen Schiphol als Frachtverkehrs-Drehkreuz fungiert, würde selbst bei Zugrundelegung eines getrennten Markts für den Transport leicht verderblicher Waren auf den betreffenden Strecken nichts an der Schlussfolgerung ändern, dass der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb auf dem Gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich beeinträchtigt.

7.4.3. Europa/erweiterter karibischer Raum

72. Bezüglich der Strecken zwischen Europa und einigen Ländern des erweiterten karibischen Raums ist festzustellen, dass die beteiligten Unternehmen bei den folgenden Verbindungen einen hohen gemeinsamen Marktanteil haben werden: von Europa nach Mexiko [50-60]*% (Air France-KLM [30-40]*% und Martinair [10-20]*%), von Mexiko nach Europa [50-60]*% (Air France-KLM [40-50]*% und Martinair [5-10]*%) und von Europa nach Kuba [40-50]*% (Air France-KLM [40-50]*% und Martinair [5-10]*%).

³⁹ Fragebogen für Frachtkunden, Frage 17.

Tabelle 3a: Marktanteile Europa – Länder des erweiterten karibischen Raums 2006/2007, Marktanteilschätzungen auf Basis der transportierten Frachtmenge in Tonnen (t)
(Quelle: Schätzungen der beteiligten Unternehmen nach IATA-Zahlen)

Wettbewerber auf Strecken von Europa	nach Mexiko (79 000 t)	nach Kuba (5 000 t)	in die Dominikan. Rep. (5 000 t)	in die Niederländ. Antillen (5 000 t)	nach Surinam (1 100 t)
Air France	[20-30]*%	[40-50]*%	[10-20]*%	[20-30]*%	[0-5]*%
KLM	[10-20]*%	[0-5]*%	[0-5]*%	[50-60]*%	[40-50]*%
Martinair	[10-20]*%	[5-10]*%	[0-5]*%	[0-5]*%	[0-5]*%
Neues Unternehmen insgesamt	[50-60]*%	[40-50]*%	[20-30]*%	[70-80]*%	[40-50]*%
Sonstige insgesamt, davon:	[40-50]*%	[50-60]*%	[70-80]*%	[20-30]*%	[50-60]*%
Cargolux	[20-30]*%				
Iberia	[10-20]*%	[30-40]*%	[20-30]*%		
Lufthansa	[0-5]*%				
Virgin Atlantic		[10-20]*%			
Air Europa		[0-5]*%	[0-5]*%		
ArkeFly				[0-5]*%	
Cubana		[0-5]*%			
Surinam Airways					[10-20]*%
Sonstige	[10-20]*%	[5-10]*%	[50-60]*%	[20-30]*%	[30-40]*%

Tabelle 3b: Marktanteile Länder des erweiterten karibischen Raums 2006/2007, Marktanteilschätzungen auf Basis der transportierten Frachtmenge in Tonnen (t)
(Quelle: Schätzungen der beteiligten Unternehmen nach IATA-Zahlen)

Wettbewerber auf Strecken nach Europa	von Mexiko (38 000 t)	von Kuba (2 500 t)	aus der Dominikan. Rep. (10 000 t)	aus den Niederländ. Antillen (6 000 t)	aus Surinam (1 500 t)
Air France	[30-40]*%	[20-30]*%	[10-20]*%	[0-5]*%	[0-5]*%
KLM	[10-20]*%	[0-5]*%	[0-5]*%	[80-90]*%	[70-80]*%
Martinair	[5-10]*%	[0-5]*%	[5-10]*%	[0-5]*%	[5-10]*%
Neues Unternehmen insgesamt	[50-60]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[80-90]*%	[70-80]*%
Sonstige insgesamt, davon:	[40-50]*%	[70-80]*%	[70-80]*%	[10-20]*%	[20-30]*%
Cargolux	[10-20]*%				
Iberia	[5-10]*%	[40-50]*%	[20-30]*%		
Lufthansa	[5-10]*%				
Virgin Atlantic		[0-5]*%			
Air Europa		[0-5]*%	[0-5]*%		
ArkeFly				[0-5]*%	
Cubana		[10-20]*%			
Surinam Airways					[20-30]*%
Sonstige	[10-20]*%	[5-10]*%	[50-60]*%	[10-20]*%	

73. Aus den im Zusammenhang mit Südamerika in Erwägungsgrund 62 genannten Gründen dürfte die Stellung der beteiligten Unternehmen auf den Märkten des erweiterten karibischen Raums aufgrund der IATA-Daten sogar eher stärker erscheinen als sie tatsächlich ist. Die Marktuntersuchung hat bestätigt, dass die Flüge in den Ländern des erweiterten karibischen Raums durch die IATA nur in geringem Umfang erfasst werden und dass in den IATA-Daten Flüge mit Zwischenlandung und Gelegenheitsflüge nicht berücksichtigt werden⁴⁰.

74. Auf den genannten Strecken sind Wettbewerber in der Lage, die Wettbewerbsposition der beteiligten Unternehmen erheblich zu beschränken. Bei Verbindungen von Europa nach Kuba und von Kuba nach Europa konkurrieren die beteiligten Unternehmen mit Iberia ([30-40]*%) und Virgin Atlantic ([10-20]*%). Bei Flügen von Europa nach Mexiko hat Cargolux einen Marktanteil von [20-30]*% und Iberia von [10-20]*%. Und bei Flügen von Mexiko nach Europa konkurrieren Cargolux ([10-20]*%), Lufthansa ([5-10]*%) und Iberia ([5-10]*%) mit den beteiligten Unternehmen.

⁴⁰ Fragebogen für Wettbewerber im Frachtgeschäft, Frage 22.

75. Die gemeinsamen Marktanteile der beteiligten Unternehmen werden auf den Strecken zwischen Europa und den Niederländischen Antillen zwar hoch sein; die Erhöhung infolge des angemeldeten Vorhabens wird jedoch eher gering ausfallen ([0-5]*%). Von der Karibik gehen keine wesentlichen Frachtströme nach Europa aus, da auf den Inseln kaum Industriebetriebe angesiedelt sind, die als Kunden in Betracht kämen. Die Karibik ist ein wichtiges Fremdenverkehrsziel, das vorwiegend von Passagiermaschinen mit begrenzter Zuladekapazität angeflogen wird, da der größte Teil der Kapazität für das Gepäck der Fluggäste benötigt wird. Der Frachtverkehr bei KLM geht nach Auskunft der Gesellschaft im Wesentlichen von Ländern außerhalb der Karibik aus. (Blumen beispielsweise werden von KLM aus Kolumbien und Ecuador über Curacao und Aruba nach Amsterdam befördert.)⁴¹
76. Gemäß der Tabelle scheint sich zwar ein erheblicher Marktanteil der beteiligten Unternehmen bei Flügen von Europa nach Surinam zu ergeben; dabei ist jedoch nicht berücksichtigt, dass Martinair kürzlich die Frachtflüge auf dieser Strecke eingestellt hat.
77. Aus den in den Erwägungsgründen 48 bis 49 genannten Gründen ist festzustellen, dass die Hindernisse für den Marktzugang bei Verbindungen zwischen Europa und den Ländern des erweiterten karibischen Raums verhältnismäßig gering sind. In den vergangenen fünf Jahren sind neue Unternehmen auf den Markt gekommen (z. B. Lufthansa bei Flügen aus und nach Mexiko).
78. Einige Wettbewerber der beteiligten Unternehmen haben betont, dass sie Kapazitäten zur Deckung zusätzlichen Bedarfs frei hätten.
79. Wie oben dargelegt, gibt es außerdem ein gewisses Maß an Nachfragemacht, und KLM und Martinair sind keine direkten Konkurrenten, da sie im Frachtgeschäft unterschiedliche Geschäftsmodelle verfolgen.
80. Und schließlich dürften die Auswirkungen des angemeldeten Zusammenschlusses auf den Wettbewerb, wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, angesichts des Umstands, dass KLM bereits vor dem Zusammenschluss einen Teil der Kontrolle über Martinair innehatte, geringer ausfallen.
81. Aus all diesen Umständen ist zu schließen, dass der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben auf Luftfrachtverkehrsstrecken zwischen Europa und den Ländern des erweiterten karibischen Raums nicht erheblich behindern würde.

Auch bei Zugrundelegung eines getrennten Marktes für leicht verderbliche Waren keine wettbewerbsrechtlichen Bedenken

82. Auf leicht verderbliche Waren entfällt nur ein sehr geringer Prozentanteil des gesamten Verkehrs von Europa in die Länder des erweiterten karibischen Raums (unter 5 %). Im Frachtverkehr aus Ländern des erweiterten karibischen Raums nach Europa hingegen werden größtenteils leicht verderbliche Waren befördert. Nur Mexiko und Kuba sind auf den Märkten für leicht verderbliche Waren kaum vertreten. Wie bereits erläutert, kommen für den Transport leicht verderblicher Waren aus Ländern des

41 Siehe Formblatt CO, Randnrn. 428 und 429.

erweiterten karibischen Raums nach Europa viele Alternativen zum Flughafen Schiphol in Betracht. Dass bei beiden beteiligten Unternehmen der Flughafen Schiphol als Frachtverkehrs-Drehkreuz fungiert, ändert nichts an der Schlussfolgerung, dass der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben im Luftfrachtverkehr auf den Strecken zwischen Europa und Ländern des erweiterten karibischen Raums unabhängig von der genauen Marktdefinition nicht erheblich behindert.

7.4.4. Europa/afrikanische Länder

83. Im Hinblick auf Strecken zwischen Europa und afrikanischen Ländern werden sich für die beteiligten Unternehmen hohe gemeinsame Marktanteile ergeben: bei Flügen von Europa nach Kenia [50-60]*% (Air France-KLM/Kenia Airways [30-40]*% und Martinair [10-20]*%), von Kenia nach Europa [30-40]*% (Air France-KLM/Kenia Airways [20-30]*% und Martinair [10-20]*%) und von Europa in den Sudan [60-70]*% (KLM [10-20]*% und Martinair [40-50]*%).

Tabelle 4a: Marktanteile Europa/afrikanische Länder 2006/2007, Marktanteilschätzungen auf Basis der transportierten Frachtmenge in Tonnen (t)
(Quelle: Schätzungen der beteiligten Unternehmen nach IATA-Zahlen)

Wettbewerber auf Strecken von Europa	nach Südafrika (126 000 t)	nach Kenia (28 000 t)	nach Uganda (7 000 t)	in den Sudan (5 000 t)
Air France	[0-5]*%	[0-5]*%	[0-5]*%	[0-5]*%
KLM	[5-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
Martinair	[5-10]*%	[10-20]*%	[20-30]*%	[40-50]*%
Kenya Airways		[20-30]*%		
Neues Unternehmen insgesamt	[20-30]*%	[50-60]*%	[30-40]*%	[60-70]*%
Sonstige insgesamt, davon:	[70-80]*%	[40-50]*%	[60-70]*%	
Cargolux	[10-20]*%	[0-5]*%		
Iberia				
LAN				
Lufthansa	[20-30]*%	[0-5]*%		
Aerolineas Argentinas				
South African Airways	[20-30]*%			
British Airways	[10-20]*%	[10-20]*%	[5-10]*%	
SN Brussels			[10-20]*%	
Emirates			[20-30]*%	
Sonstige	[10-20]*%	[30-40]*%	[10-20]*%	[40-50]*%

Tabelle 4b: Marktanteile afrikanische Länder/Europa 2006/2007, Marktanteilschätzungen auf Basis der transportierten Frachtmenge in Tonnen (t)
(Quelle: Schätzungen der beteiligten Unternehmen nach IATA-Zahlen)

Wettbewerber auf Strecken nach Europa	von Südafrika (158 000 t)	von Kenia (143 000 t)	von Uganda (7 000 t)	aus dem Sudan (250 t)
Air France	[0-5]*%	[5-10]*%	[0-5]*%	[0-5]*%
KLM	[5-10]*%	[0-5]*%	[20-30]*%	[5-10]*%
Martinair	[0-5]*%	[10-20]*%	[0-5]*%	[0-5]*%
Kenya Airways		[5-10]*%		
Neues Unternehmen insgesamt	[10-20]*%	[30-40]*%	[20-30]*%	[5-10]*%
Sonstige insgesamt, davon:	[80-90]*%	[60-70]*%	[70-80]*%	[90-100]*%
Cargolux	[0-5]*%	[20-30]*%		
Iberia				
LAN				
Lufthansa	[10-20]*%	[10-20]*%		
Aerolineas Argentinas				
South African Airways				
British Airways	[10-20]*%	[5-10]*%	[10-20]*%	
SN Brussels			[20-30]*%	
Emirates			[20-30]*%	
Sonstige	[10-20]*%	[20-30]*%	[10-20]*%	[90-100]*%

84. Wie bereits im Zusammenhang mit den südamerikanischen Ländern und den Ländern des erweiterten karibischen Raums erklären die beteiligten Unternehmen auch hier, dass die IATA-Daten insoweit kein realistisches Bild von der Marktsituation in afrikanischen Ländern vermitteln, als größere Fluggesellschaften wie etwa Avient und Africa ihre Daten nicht mitteilten. Außerdem weisen die beteiligten Unternehmen darauf hin, dass Emirates Airlines und Etihad Fracht über Dubai und Abu Dhabi von Afrika nach Europa beförderten; diese Fracht werde dem Mittleren Osten zugerechnet, obwohl sie eigentlich aus Afrika stamme.
85. Die Marktuntersuchung hat bestätigt, dass die IATA-Daten bei afrikanischen Ländern die Marktanteile des durch den Zusammenschluss zu bildenden Unternehmens eher zu hoch erscheinen lassen und dass eine entsprechende Anpassung erforderlich ist, da Flüge mit Zwischenlandungen ebenso wenig wie Gelegenheitsflüge berücksichtigt werden. Ein befragter Marktteilnehmer hat erklärt, bei Transporten aus Südafrika würden mit den IATA-Daten nur 50 % der tatsächlich aus diesem Land beförderten Fracht erfasst⁴².
86. Nach dem Zusammenschluss werden die beteiligten Unternehmen einem starken Wettbewerb ausgesetzt sein. Bei Flügen von Kenia nach Europa konkurrieren unter anderem Cargolux ([20-30]*%) und Lufthansa ([10-20]*%) mit den beteiligten

⁴² Insbesondere Fragebogen für Wettbewerber im Frachtgeschäft, Frage 22.

Unternehmen. Auf Strecken von Europa nach Kenia ist British Airways ([10-20]*%) der wichtigste Wettbewerber der beteiligten Unternehmen. Bei Flügen von Europa in den Sudan sind die beteiligten Unternehmen einem starken Wettbewerb durch Lufthansa ausgesetzt (bei Direktflügen in den Sudan nach Angaben der beteiligten Unternehmen [50-60]*%). Die Fluggesellschaften aus dem Persischen Golf (d. h. Emirates, Etihad und Qatar Airways) üben durch die angebotenen Frachtverbindungen von Europa über Dubai, Abu Dhabi und Doha in den Sudan ebenfalls Wettbewerbsdruck auf die beteiligten Unternehmen aus.

87. Aus den in den Erwägungsgründen 48 bis 50 genannten Gründen ist festzustellen, dass die Hindernisse für den Marktzugang bei den Strecken von Europa in afrikanische Länder und aus afrikanischen Ländern nach Europa verhältnismäßig gering sind. Ein in der Marktuntersuchung befragter Marktteilnehmer hat sogar erklärt, für Anbieter von Frachtdiensten zum Transport von Luftfracht von und nach Afrika bestünden keinerlei Hindernisse für einen Marktzugang.
88. Die Marktuntersuchung hat ergeben, dass in den letzten fünf Jahren mehrere Gesellschaften neu auf den Markt gekommen sind. Für die Bewertung in dieser Sache ist insbesondere der Markteintritt von SN Brussels Airlines und Cargolux bei Flügen von Europa nach Kenia und von Kenia nach Europa von Bedeutung.
89. Außerdem haben einige Wettbewerber der beteiligten Unternehmen betont, dass sie Kapazitäten zur Deckung zusätzlichen Bedarfs frei hätten.
90. Wie in den Erwägungsgründen 51 bis 53 dargelegt, gibt es außerdem ein gewisses Maß an Nachfragemacht, und KLM und Martinair sind keine direkten Konkurrenten, da sie im Frachtgeschäft unterschiedliche Geschäftsmodelle verfolgen.
91. Und schließlich dürften die Auswirkungen des angemeldeten Zusammenschlusses auf den Wettbewerb, wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, angesichts des Umstands, dass KLM bereits vor dem Zusammenschluss einen Teil der Kontrolle über Martinair innehatte, geringer ausfallen.
92. Aus all diesen Umständen ist zu schließen, dass der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben auf Luftfrachtverkehrsstrecken zwischen Europa und afrikanischen Ländern nicht erheblich behindern würde.

Auch bei Zugrundelegung eines getrennten Marktes für leicht verderbliche Waren keine wettbewerbsrechtlichen Bedenken

93. Die Geschäftstätigkeit der beteiligten Unternehmen überschneidet sich bei Luftfrachttransporten zwischen Europa und Südafrika, Europa und Kenia, Europa und Uganda und Europa und dem Sudan. Im Hinblick auf einen potenziellen getrennten Markt für leicht verderbliche Waren ist festzustellen, dass die Überschneidung der Geschäftstätigkeit der beteiligten Unternehmen bei Flügen zwischen Europa und Uganda und Europa und dem Sudan den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben nicht wesentlich behindert, da Uganda und der Sudan keine leicht verderblichen Waren in nennenswertem Umfang ausführen. Die wichtigsten Ausfuhrerzeugnisse des Sudan sind Öl und Baumwolle; Uganda führt im Wesentlichen Kaffee und Tee aus. Da Martinair keine leicht verderblichen Waren

aus Südafrika nach Europa befördert, wird der angemeldete Zusammenschluss selbst bei einer weiteren Aufteilung des Frachtmarktes unter Annahme eines getrennten Marktes für verderbliche Waren den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben auch bei Verbindungen von Südafrika nach Europa nicht erheblich behindern. Beim Transport verderblicher Waren von Kenia nach Europa stehen die beteiligten Unternehmen insoweit unter Wettbewerbsdruck, als viele Alternativen zum Flughafen Schiphol in Betracht kommen.

7.4.5. Europa/Länder des Fernen Ostens

94. Im internationalen Luftfrachtverkehr zwischen Europa und Ländern des Fernen Ostens beläuft sich der gemeinsame Marktanteil der beteiligten Unternehmen auf höchstens 25 %, und die beteiligten Unternehmen werden weiterhin einem hohen Wettbewerbsdruck durch mehrere andere Fluggesellschaften (Lufthansa, Cargolux, Cathay Pacific, Air China usw.) ausgesetzt sein.

Tabelle 5: Marktanteile Europa/Länder des Fernen Ostens sowie Länder des Fernen Ostens/Europa 2006/2007, Marktanteilschätzungen auf Basis der transportierten Frachtmenge in Tonnen (t)
(Quelle: Schätzungen der beteiligten Unternehmen nach IATA-Zahlen)

Wettbewerber bei Flügen aus Europa und nach Europa	nach Hongkong (300 000 t)	von Hongkong (600 000 t)	nach China (280 000 t)	von China (500 000 t)	nach Thailand (80 000 t)	von Thailand (150 000 t)
Air France	[5-10]*%	[5-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[5-10]*%	[5-10]*%
KLM	[5-10]*%	[5-10]*%	[10-20]*%	[5-10]*%	[5-10]*%	[5-10]*%
Martinair	[0-5]*%	[5-10]*%	[0-5]*%	[0-5]*%	[0-5]*%	[5-10]*%
Neues Unternehmen insgesamt	[10-20]*%	[10-20]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[10-20]*%	[20-30]*%
Sonstige insgesamt, davon:	[80-90]*%	[80-90]*%	[70-80]*%	[80-90]*%	[80-90]*%	[80-90]*%
Cargolux	[5-10]*%	[10-20]*%	[5-10]*%	[10-20]*%	[5-10]*%	[5-10]*%
Lufthansa	[5-10]*%	[5-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[5-10]*%	[10-20]*%
Austrian Airlines					[5-10]*%	[0-5]*%
British Airways	[5-10]*%	[5-10]*%	[0-5]*%	[0-5]*%		
Cathay Pacific	[20-30]*%	[20-30]*%				
Air China			[10-20]*%	[10-20]*%		
Thai					[20-30]*%	[20-30]*%
Sonstige	[30-40]*%	[30-40]*%	[40-50]*%	[50-60]*%	[40-50]*%	[30-40]*%

95. Außerdem sind bei Flügen zwischen Europa und Ländern des Fernen Ostens zahlreiche neue Anbieter auf den Markt gekommen (u. a. Jade Air, Yangtze River Express, Great Wall, Etihad und Qatar Airways). Und weitere Fluggesellschaften (z. B. Emirates) haben ihre Präsenz auf diesen Märkten in den vergangenen Jahren erheblich verstärkt.

96. Wie in den Erwägungsgründen 51 bis 53 dargelegt, gibt es außerdem ein gewisses Maß an Nachfragemacht, und KLM und Martinair sind keine direkten Konkurrenten, da sie im Frachtgeschäft unterschiedliche Geschäftsmodelle verfolgen.

97. Und schließlich dürften die Auswirkungen des angemeldeten Zusammenschlusses auf den Wettbewerb, wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, angesichts des Umstands, dass KLM bereits vor dem Zusammenschluss einen Teil der Kontrolle über Martinair innehatte, geringer ausfallen.
98. Aus all diesen Umständen ist zu schließen, dass der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben auf Luftfrachtverkehrsstrecken zwischen Europa und Ländern des Fernen Ostens nicht erheblich behindern würde.

7.4.6. Schlussfolgerung

99. Aus den genannten Gründen und insbesondere in Anbetracht des weiterhin für die beteiligten Unternehmen bestehenden erheblichen Wettbewerbsdrucks durch andere Anbieter von Luftfrachtdiensten, der geringen Markteintrittsschranken und Expansionshindernisse, der großen Nachfragemacht der Logistikunternehmen, des Umstands, dass KLM und Martinair aufgrund ihrer unterschiedlichen Geschäftsmodelle nicht als direkte Konkurrenten anzusehen sind, sowie der Tatsache, dass KLM bereits Kontrolle über Martinair ausübt, wären Preiserhöhungen durch die beteiligten Unternehmen nach dem Zusammenschluss wahrscheinlich nicht rentabel. Ferner hat auch die Marktuntersuchung keine Sachverhalte hervorgebracht, die Anlass zu ernsthaften Bedenken bezüglich der Auswirkungen des angemeldeten Vorhabens auf die betreffenden Frachtmärkte geben würden. Aus all diesen Gründen gelangt die Kommission zu dem Ergebnis, dass der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben im Luftfrachtverkehr nicht erheblich behindern würde.

8 BEFÖRDERUNG VON PERSONEN IM LUFTVERKEHR

8.1. Einleitung

100. Martinair ist im Wesentlichen ein sogenannter „Point To Point Carrier“, der im Bereich von Luftverkehrsleistungen für Urlaubsreisende tätig ist. Das Unternehmen führt sowohl Linienflüge als auch Full-Charter-Flüge durch. Ab Oktober 2008 wurden die Full-Charter-Flüge jedoch eingestellt. Nach der Umstrukturierung des Unternehmens im Jahr 2007 ist es nur noch auf einer Reihe von Langstrecken tätig, bei denen es sich im Wesentlichen um Urlaubsreiseziele handelt.
101. Entsprechend überschneiden sich die Angebote von KLM und Martinair nur im Hinblick auf einige Langstrecken ab Amsterdam. Im Winter 2008/2009 werden sowohl Air France-KLM als auch Martinair auf den folgenden acht Strecken Luftverkehrsleistungen für Reisende anbieten: Amsterdam – Curacao, Amsterdam – Aruba, Amsterdam – Vancouver, Amsterdam – Toronto, Amsterdam – Punta Cana, Amsterdam – Miami, Amsterdam – Cancun und Amsterdam – Havanna⁴³ (nachstehend zusammen „Überschneidungsstrecken“ oder „betroffene Strecken“ genannt).

43 Wie in Fußnote 2 angegeben, bot Martinair bis vor kurzem auch Passagierflüge von Amsterdam nach Paramaribo an.

102. Martinair führt Direktflüge zu all diesen Reisezielen durch. KLM führt Direktflüge nach Aruba, Curacao, Vancouver und Toronto durch und bietet über das Luftdrehkreuz Charles de Gaulle/Roissy von Air France indirekte Flüge nach Punta Cana, Miami, Cancun und Havanna an.

8.2. Am Flughafen Amsterdam-Schiphol durchgeführte Untersuchung und Umfrage

103. Um die Auswirkungen der geplanten Transaktion zu beurteilen, gab die Kommission neben dem Einsatz herkömmlicher Untersuchungswerkzeuge (Fragebögen für die Marktteilnehmer, anschließende Telefonkonferenzen u. Ä.) in ihrer Untersuchung im Rahmen des Hauptprüfverfahrens eine Kundenumfrage in Auftrag, die am Flughafen Amsterdam-Schiphol durchgeführt wurde. Das Ziel der Umfrage war es, die relevanten Produktmärkte und die entsprechenden geografischen Märkte durch Analyse des Verhaltens niederländischer Reisender (vor allem hinsichtlich ihres Preisbewusstseins und der Bedeutung ihrer Reisezielauswahl) zu ermitteln, welche zu den von der vorliegenden Transaktion betroffenen Reisezielen fliegen. Die Umfrage wurde am Flughafen Amsterdam-Schiphol von einem unabhängigen Anbieter (der durch ein Ausschreibungsverfahren ausgewählt wurde) vom 26. September bis 5. Oktober 2008 durchgeführt.

104. Die von der Kommission in Auftrag gegebene Marktuntersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens hatte schon ausreichend klare Hinweise darauf geliefert, dass durch den geplanten Zusammenschluss der wirksame Wettbewerb hinsichtlich der sich überschneidenden Reiseflugverkehrsaktivitäten der beteiligten Unternehmen auf den Strecken von Amsterdam nach Vancouver, Toronto und Miami nicht erheblich behindert werden würde. Daher wurden diese drei Reiseziele bei der Kundenumfrage nicht berücksichtigt. Bei den Strecken von Curacao und Aruba nach Amsterdam hatte die Kommission in der Untersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens jedoch ernste Zweifel. Was die Strecken zwischen Amsterdam bzw. zwischen Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel einerseits und Punta Cana, Cancun und Havanna andererseits betrifft, wurde die Notwendigkeit festgestellt, in der Marktuntersuchung im Rahmen des Hauptprüfverfahrens weitere Untersuchungen hinsichtlich der Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses durchzuführen.

105. Dementsprechend wurden Passagiere der vier Fluggesellschaften KLM, Martinair, ArkeFly und Surinam Airways befragt, deren Reiseziel einer der sechs Zielflughäfen Aruba, Curacao, Punta Cana, Cancun, Havanna und Paramaribo in der Karibik war. Dabei wurden insgesamt 1 005 Antworten erfasst. Pro Fluggesellschaft und Strecke wurden zwei Flüge untersucht. Wo dies möglich war, wurde für jede Fluggesellschaft je ein Flug am Wochenende und ein Flug an einem Werktag untersucht, um die Repräsentativität der Erhebung zu steigern. Die daraus resultierende Stichprobe ist groß genug, um statistische Schlussfolgerungen ziehen zu können. Anzumerken ist jedoch, dass bei einer bestimmten Art von Fragen, die nur an eine Untergruppe der Umfrageteilnehmer gerichtet war, die Stichprobe bei einem gewissen Grad der Disaggregation möglicherweise nicht groß genug ist, um mit Standardverfahren der Parameteranalyse statistisch signifikante Ergebnisse zu erzielen⁴⁴.

⁴⁴ Zum Beispiel wird in Frage 15 der Umfrage gefragt, welches andere Reiseziel der Befragte gewählt hätte, wenn der Reisepreis um 5-10 % erhöht worden wäre. Diese Frage wurde nur von der Untergruppe der

106. Unter Berücksichtigung des oben dargelegten Vorbehalts zu einigen Fragen erscheint die Stichprobe insgesamt dennoch repräsentativ für die Population der Reisenden, die vom Flughafen Amsterdam-Schiphol in die Karibik reisen. So sind die meisten Befragten Einwohner der Niederlande und unternehmen eine Urlaubsreise. Die Stichprobe ist außerdem sowohl für Reisende repräsentativ, die ausschließlich Sitzplätze ohne weitere Leistungen kaufen, als auch für Reisende, die Pauschalreisen kaufen, wobei die beiden Gruppen jeweils etwa die Hälfte der Stichprobe ausmachen.
107. Wie bereits dargelegt wurde, war eines der Hauptziele der Umfrage, den relevanten Produktmarkt und den entsprechenden geografischen Markt hinsichtlich der Überschneidungstrecken zu ermitteln. Die Untersuchung zielte darauf ab, das relevante Flughafeneinzugsgebiet am Ausgangsort zu ermitteln. Insbesondere sollte die Frage geklärt werden, ob die Flughäfen in Brüssel und Düsseldorf demselben Einzugsgebiet wie der Flughafen Amsterdam angehören, sowie die Frage der Substituierbarkeit der verschiedenen Fernreiseziele in den Augen der niederländischen Urlaubsreisenden⁴⁵.

8.3. Relevanter Produktmarkt und entsprechender geografische Markt

108. Die beteiligten Unternehmen bringen vor, dass zum Zwecke der Beurteilung der vorliegenden Transaktion der relevante Markt als der Markt für den Luftverkehr niederländischer Urlaubsreisender definiert werden sollte, die von Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu Fernreisezielen fliegen, wobei direkte und indirekte Flüge sowie separat verkaufte Flüge und Flüge, die als Teil von Pauschalreisen verkauft werden, zu berücksichtigen sind⁴⁶. Gemäß den beteiligten Unternehmen gibt es nur einen Markt für den Verkauf von Sitzplätzen an Endkunden und den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter (letztere im Paket mit einer Pauschalreise). Alternativ dazu schlagen die beteiligten Unternehmen vor, einen Markt für den Luftverkehr niederländischer Urlaubsreisender von den Flughäfen in Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf in den Großraum Karibik zu definieren.
109. Außerdem wurde von den beteiligten Unternehmen in der vorliegenden Sache angegeben, dass reine Sitzplätze ohne weitere Leistungen, die von Charterfluggesellschaften oder Reiseveranstaltern angeboten werden, die beteiligten Unternehmen – insbesondere Martinair – einschränken und daher beim relevanten Markt berücksichtigt werden sollten. Für die Zwecke der vorliegenden Entscheidung gelten als Charterfluggesellschaften alle Reisefluggesellschaften, die Charterflüge (ausschließlich oder nicht ausschließlich) durchführen.

Kunden beantwortet, die geantwortet hatten, dass sie nach einer Preiserhöhung (Frage 14) ein anderes Reiseziel wählen würden. Diese Untergruppe umfasst nur 137 Befragte. Es ist folglich schwierig, die Stichprobe weiter nach Strecken oder Fluggesellschaften zu disaggregieren, um statistisch signifikante Ergebnisse zu erzielen.

⁴⁵ In der gesamten vorliegenden Entscheidung wird, wenn nicht anders angegeben, beim Bericht über die Ergebnisse der Kundenumfrage auf die Substichprobe der Kunden Bezug genommen, die auf eine bestimmte Frage des Fragebogens eine eindeutige Antwort gaben. Das heißt, dass Kunden, die eine unbestimmte Antwort (wie zum Beispiel „weiß nicht“) gegeben haben oder nicht geantwortet haben, bei den Angaben zur betreffenden Frage von der Substichprobe der Befragten ausgeschlossen sind. Dieser Ansatz erleichtert die Interpretation der Ergebnisse und beeinflusst nicht die Schlussfolgerungen, die aus ihnen gezogen werden können, vorausgesetzt dass der Unterschied zwischen der zu Grunde liegenden Verteilung der Substichprobe der Befragten, die eine eindeutige Antwort gaben, und der Verteilung der Substichprobe derjenigen, die keine eindeutige Antwort gaben, nicht statistisch signifikant ist.

⁴⁶ Formblatt CO, Randnr. 52.

110. Im Folgenden werden folgende Sachverhalte analysiert: (i) die Frage, inwieweit die angebliche Einschränkung durch Charterfluggesellschaften oder Reiseveranstalter für die Beurteilung der vorliegenden Sache im Hinblick auf die Definition des relevanten Marktes und die Beurteilung der Wettbewerbssituation relevant ist (siehe Erwägungsgründe 111 bis 115); (ii) die Elemente der von der Kommission in Auftrag gegebenen Untersuchung in der vorliegenden Sache, von denen ausgehend gefolgert werden muss, dass der Verkauf von Sitzplätzen an Endkunden und der Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter separate Märkte (Abschnitt 8.3.1) darstellen. Anschließend werden im Detail die Definitionen der Märkte in Bezug auf den Verkauf der Sitzplätze an Endkunden (Abschnitt 8.3.2) und den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter (Abschnitt 8.3.3) betrachtet.

Wettbewerbsdruck durch Charterfluggesellschaften und Reiseveranstalter

111. Was den Wettbewerbsdruck hinsichtlich des Linienflugverkehrs durch Charterfluggesellschaften/Reiseveranstalter betrifft, die reine Sitzplätze ohne weitere Leistungen an Endkunden verkaufen, ließ die Kommission diese Frage bei ihrer Entscheidung in der Sache Ryanair/Aer Lingus offen⁴⁷.
112. Im Hinblick auf den Verkauf von Sitzplätzen durch Reiseveranstalter hat die Marktuntersuchung gezeigt, dass Reiseveranstalter in unterschiedlichem Maße Sitzplätze, die sie von Fluggesellschaften, hauptsächlich von KLM und Martinair, kaufen, als reine Sitzplätze ohne weitere Leistungen verkaufen. Jedoch werden diese Verkäufe von Reiseveranstaltern hauptsächlich in ihrer Funktion als Reisebüros getätigt. In diesem Fall handeln sie im Namen und Auftrag der Fluggesellschaft gegen eine Standardvermittlungsgebühr. Was diese Sitzplätze betrifft, sind die Reiseveranstalter nicht befugt, den Preis zu gestalten⁴⁸. Zudem verkaufen Reiseveranstalter in sehr begrenztem Umfang auch Sitzplätze, für die sie ihre eigene Gewinnspanne bestimmen können. Diese Umsätze betreffen jedoch ausschließlich den Wiederverkauf überzähliger garantierter Sitzplätze, die im Voraus von großen Reiseveranstaltern gekauft wurden, die sie aber nicht im Rahmen von Pauschalangeboten verkaufen konnten⁴⁹. Im Verlauf der Marktuntersuchung gaben mehrere Reiseveranstalter an, dass sie normalerweise versuchen zu vermeiden, eine große Zahl an Sitzplätzen als reine Sitzplätze ohne weitere Leistungen zu verkaufen. Stattdessen versuchen sie, wenn immer dies möglich ist, verbleibende Sitzplätze in ein Pauschalpaket zu integrieren und dieses dann zu einem reduzierten Last-Minute-Preis zu verkaufen. Aufgrund der begrenzten Anzahl der

⁴⁷ Sache COMP/M.4439 – Ryanair/Aer Lingus

⁴⁸ In keinem Fall – es sei denn, sie würden diese Sitzplätze mit Verlust verkaufen – können die Reiseveranstalter für diese Sitzplätze einen geringeren als den Preis verlangen, zu dem sie die Sitzplätze bei KLM bzw. Martinair gekauft haben. Infolgedessen ist es unwahrscheinlich, dass diese Sitzplätze einen signifikanten Wettbewerbsdruck bei Sitzplätzen ausüben, die von den beteiligten Unternehmen direkt verkauft werden.

⁴⁹ Nur eine begrenzte Anzahl von Reiseveranstaltern (derzeit nur einer) kauft garantierte Sitzplätze von Martinair. Was die garantierten Sitzplätze betrifft, wird der Preis im Voraus bezahlt, und die Reiseveranstalter tragen das Risiko, wenn sie die Sitzplätze nicht verkaufen können. Daher ist es den Reiseveranstaltern vertraglich gestattet, diese Sitzplätze ohne Hotel oder sonstige Reisebestandteile zu dem von ihnen selbst festgelegten Preis zu verkaufen. Ein Reiseveranstalter gab an, dass diese Sitzplätze oft mit Verlust verkauft werden. Für gesetzliche Einschränkungen, die für den ausschließlichen Verkauf von Sitzplätzen ohne weitere Pauschalleistungen auf Charterflügen gelten, wird auf Fußnote 48 sowie auf die Erwägungsgründe 249 und 250 verwiesen.

Sitzplätze, die von Reiseveranstaltern als reine Sitzplätze ohne weitere Leistungen verkauft werden, und aufgrund der Tatsache, dass diese solche Sitzplätze möglicherweise mit Verlust verkaufen müssen, kann durch diese Verkäufe kein starker Wettbewerbsdruck auf Direktverkäufe durch die Fluggesellschaften selbst ausgeübt werden.

113. Im Hinblick auf den Verkauf von Sitzplätzen durch Charterfluggesellschaften ist ArkeFly, eine Gesellschaft der TUI-Gruppe, die einzige Fluggesellschaft dieser Kategorie von Unternehmen, die vom Flughafen Amsterdam-Schiphol aus Langstreckenziele anfliegen. ArkeFly führt Charterflüge zu allen von ArkeFly bedienten Langstreckenzielen mit Ausnahme von Aruba und Curacao durch. Zu diesen Reisezielen bietet das Unternehmen Linienflüge an. Der größte Teil der Kapazität des Unternehmens (selbst in Bezug auf Linienflüge) ist jedoch unternehmensgebunden den nachgelagerten Aktivitäten von TUI als Reiseveranstalter zugeteilt⁵⁰.
114. Dementsprechend gilt – selbst wenn die Kommission einräumen würde, dass im Prinzip durch den Verkauf reiner Sitzplätze ohne weitere Leistungen durch Reiseveranstalter oder Charterfluggesellschaften ein Wettbewerbsdruck auf Sitzplätze ausgeübt wird, die von den Fluggesellschaften selbst verkauft werden, wie dies die beteiligten Unternehmen angeben – ⁵¹ dass dies nur geringe Relevanz für die vorliegende Sache hat, handelt es sich doch – mit Ausnahme einer begrenzten Anzahl an Sitzplätzen, die von ArkeFly (und von Reiseveranstaltern der TUI-Gruppe) für die betroffenen Strecken verkauft werden, für die ArkeFly keine Linienflüge anbietet (im Wesentlichen handelt es sich dabei nur um die Strecken Amsterdam – Punta Cana und Amsterdam – Cancun)⁵² – bei allen Sitzplätzen, die von niederländischen Reiseveranstaltern verkauft werden, um Sitzplätze, die den beteiligten Unternehmen abgekauft werden. Selbst wenn in Anbetracht der Marktdefinition in Bezug auf den Ausgangsort, von der bei der vorliegenden Entscheidung ausgegangen wird, Sitzplätze berücksichtigt werden, die von Fluggesellschaften auf Langstreckenflügen ab Brüssel und Düsseldorf verkauft werden, hat sich die Unterscheidung zwischen Linienfluggesellschaften und Charterfluggesellschaften in den vergangenen Jahren verwischt, bieten doch Fluggesellschaften wie ArkeFly, LTU und Jetairfly, die ausschließlich Urlaubsflüge anbieten, zu einigen Reisezielen heute auch Linienflüge an.
115. Angesichts der Sachverhalte in der vorliegenden Sache, insbesondere aufgrund des begrenzten Verkaufs von Sitzplätzen durch Charterfluggesellschaften, ist es nicht notwendig, diese Frage abschließend zu bewerten, würde der geplante Zusammenschluss doch auf jeden Fall den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht behindern.

⁵⁰ Im Jahr 2007 hat ArkeFly eine begrenzte Anzahl reiner Sitzplätze ohne weitere Leistungen auf seinen Charterflügen auf den Strecken Amsterdam – Punta Cana und Amsterdam – Cancun verkauft. Gemäß den niederländischen Bestimmungen, insbesondere gemäß dem so genannten „Pauschalreisenerlass“, ist es Charterfluggesellschaften nicht gestattet, reine Sitzplätze ohne weitere Leistungen zu verkaufen. In der Praxis verkaufen Fluggesellschaften solche Sitzplätze jedoch häufig mit einem Übernachtungsgutschein für eine Nacht zu einem Preis, der *de facto* dem Preis eines reinen Sitzplatzes ohne weitere Pauschalleistungen entspricht (nähere Angaben siehe Erwägungsgründe 249 und 250).

⁵¹ Antwort der beteiligten Unternehmen auf die Entscheidung nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c, Randnr. 7.

⁵² Auf den Strecken, die Amsterdam mit Curacao und Aruba verbinden, führt ArkeFly nur Linienflüge durch.

8.3.1. *Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter im Vergleich zum Verkauf an Endkunden*

116. In ihren früheren Entscheidungen hat die Kommission den Verkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter (also den „Großhandelsmarkt“) als Markt betrachtet, der gesondert vom Markt des Linienflugdiensts für Endkunden zu betrachten ist⁵³. In der Entscheidung in der Sache Ryanair/Aer Lingus kam die Kommission zu dem Schluss, dass der Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter nicht auf demselben Markt stattfindet wie der Linienflugdienst für Endkunden, da sich aus der Perspektive der Nachfrageseite die Marktbedingungen auf dem Markt für den Verkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter erheblich von denen auf dem Markt für Einzelpersonen unterscheiden. In dieser Hinsicht merkte die Kommission an, dass „der Markt für Verkäufe von Ticketpaketen an Reiseveranstalter ein Markt ist, der dem Markt für Ticketverkäufe an Einzelpersonen vorgelagert ist. Dementsprechend unterscheiden sich auch die Wettbewerbsbedingungen auf diesem Markt deutlich, da Reiseveranstalter andere Anforderungen haben als Einzelpersonen (zum Beispiel Kauf von umfangreichen Ticketpaketen, Aushandlung von Rabatten, Berücksichtigung der Anforderungen von Kunden in Bezug auf Flugzeiten usw.)“⁵⁴
117. In Bezug auf die vorliegende Sache bestätigen sowohl die Marktuntersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens als auch im Rahmen des Hauptprüfverfahrens sowie die Ergebnisse der Kundenumfrage weitgehend die Erkenntnisse der Kommission in der Entscheidung in der Sache Ryanair/Aer Lingus, in der separate Märkte für die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden und für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter (die zu einem Pauschalreisepaket gebündelt werden) festgestellt wurden. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass aus der Perspektive der Nachfrageseite gemäß den Ergebnissen der Kundenumfrage Endkunden Pauschalreisen und Individualreisen nicht als austauschbar betrachten. Dies steht im Gegensatz zu der Argumentation der beteiligten Unternehmen, nach der aus der Perspektive der Kunden reine Sitzplätze ohne weitere Leistungen und Pauschalreisen Teil desselben Markts sind, und dass es daher einen einzigen Markt gibt, der sowohl den Verkauf von Sitzplätzen an Endkunden als auch den Verkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter umfasst.
118. Gemäß der Argumentation der beteiligten Unternehmen sind die meisten Passagiere der beteiligten Unternehmen auf den betroffenen Strecken Urlaubsreisende, und deshalb ist die Buchung einer Pauschalreise bei einem Reiseveranstalter für einen erheblichen Teil der Kunden eine Substitut für die separate Buchung eines Flugs und einer Unterkunft, wenn sich herausstellt, dass das Pauschalangebot insgesamt billiger ist. Umgekehrt gäbe es einen indirekten Wettbewerbsdruck durch Endkunden, die die Komponenten ihrer Urlaubsreisen zunehmend separat kaufen, anstatt eine Pauschalreise zu buchen. Deshalb wird gemäß der Argumentation der beteiligten Unternehmen durch Pauschalreisen Wettbewerbsdruck auf den Verkauf reiner Flugtickets und umgekehrt ausgeübt.

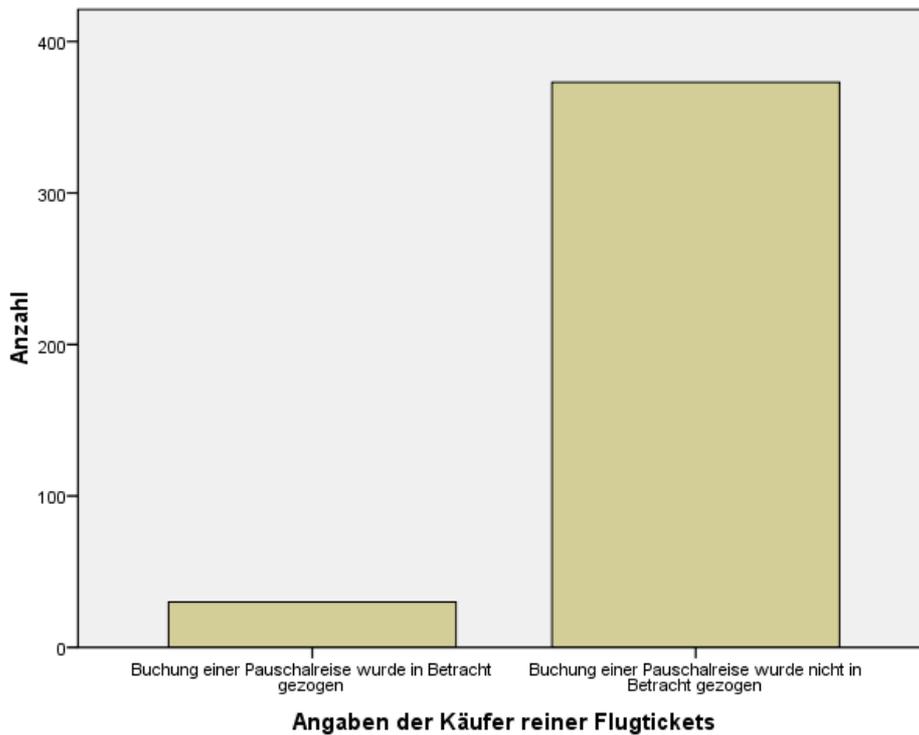
53 Siehe Sache M.1524 – Airtours/First Choice, Erwägungsgründe 34-50 (insofern nicht von der Rücknahme der Entscheidung durch das EuGEI betroffen); M.157 – Air France/Sabena, Erwägungsgrund 25; siehe auch die Sachen M.1494 – Sair-Gruppe/AOM, Erwägungsgrund 11, und M.3770 – Lufthansa/Swiss, Erwägungsgrund 20.

54 Siehe Sache M.4439 – RyanAir/Aer Lingus, Erwägungsgrund 299.

119. Die von der Kommission in Auftrag gegebene Marktuntersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens deutete darauf hin, dass laut der Angabe von Reiseveranstaltern Pauschalreisen und reine Flugtickets für typische Urlaubsreisende zumindest zu einem gewissen Grad substituierbar sein könnten, falls sich Flüge auf den Überschneidungstrecken verteuern. Einige Reiseveranstalter gaben jedoch auch an, dass Pauschalreisekunden dazu neigen, bei Pauschalreisen zu bleiben, weil sie sich bei dieser Art von Reisen im Gegensatz zu Individualreisen kaum selbst um organisatorische Fragen kümmern müssen. Die Marktuntersuchungen zeigten ferner, dass Reisende, die Freunde und Verwandte besuchen, (sogenannte „VFR-Reisende“)⁵⁵ im Allgemeinen nicht in Erwägung ziehen, von einem reinen Flugticket auf eine Pauschalreise auszuweichen.
120. Außerdem zeigte die Kundenumfrage, die in der Untersuchung im Rahmen des Hauptprüfverfahrens durchgeführt wurde, dass der Endverbraucher reine Flugtickets und Pauschalreisen nicht als substituierbar erachtet und dass reine Flugtickets und Pauschalreisen somit nicht zum selben Produktmarkt gehören. Nur 7,4 % der Kunden, die die entsprechende Frage beantwortet haben und die ein reines Flugticket gekauft hatten, gaben an, sie würden die Buchung einer Pauschalreise in Erwägung ziehen (siehe Schaubild 1). Der Grund liegt darin, dass die Mehrheit der Kunden, die reine Flugtickets kaufen, als Grund für ihre Wahl die Unabhängigkeit und die Flexibilität anführen, welche reine Flugtickets bieten. Ebenso gab ein verhältnismäßig kleiner Teil der Kunden von Pauschalreisen (17 %) an, dass sie auf reine Flugtickets ausweichen würden. Der Grund dafür scheint vor allem der Komfort und die Sicherheit zu sein, die von Reiseveranstaltern organisierte Pauschalreisen bieten. Folglich hängt für die große Mehrheit der Passagiere in beiden Kundengruppen die Entscheidung, entweder eine Pauschalreise oder ein reines Flugticket zu buchen, in erster Linie von den besonderen Kennzeichen des Produkts und weniger von reinen Preisüberlegungen ab.

55 VFR-Reisende machen einen wesentlichen Anteil der Kunden zu Reisezielen auf den Niederländischen Antillen, also auf Aruba und Curacao, aus.

Schaubild 1: Zusammensetzung der befragten Käufer reiner Flugtickets hinsichtlich der Bereitschaft, eine Pauschalreise zu buchen



121. Aus den in diesem Abschnitt genannten Gründen muss im Einklang mit den vorhandenen Präzedenzfällen daher gefolgert werden, dass es zwei getrennte Märkte (1) für die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden und (2) für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter gibt.

8.3.2. *Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden*

8.3.2.1. Herkömmlicher Ansatz „Städtepaar Ausgangsort/Zielort“ (O&D)

122. In der vorliegenden Sache führen sowohl KLM als auch Martinair Flüge ab Flughafen Amsterdam-Schiphol zu verschiedenen Langstreckenzielen durch, bei denen es sich hauptsächlich um Urlaubsreiseziele handelt.

123. In der Vergangenheit hat die Kommission den relevanten Markt für die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr anhand des Ansatzes „Städtepaar Ausgangsort/Zielort“ (O&D)⁵⁶ definiert, da vom Standpunkt der Endkunden aus (die von Punkt A nach Punkt B gelangen möchten) nur Städtepaare mit demselben Ausgangsort und demselben Zielort substituierbar sind.

124. In dieser Hinsicht macht KLM geltend, dass der Ansatz „Städtepaar Ausgangsort/Zielort“ (O&D) in der vorliegenden Sache unangemessen ist, da die

⁵⁶ Entscheidungen der Kommission in den Sachen COMP/M.3280 – Lufthansa/Swiss, COMP/M.4439 – Ryanair/Aer Lingus und COMP/M.3280 – Air France/KLM. Siehe auch EuGEI, Rechtssache T-177/04, easyjet/Kommission vom 4. Juli 2006, Slg. 2006, II-1913, Randnr. 56.

beteiligten Unternehmen in Bezug auf die betroffenen Strecken hauptsächlich Urlaubsreisende zu Urlaubsreisezielen befördern und da dieser Ansatz den Wettbewerbsdruck (i) durch Pauschalreisen, die von Reiseveranstaltern auf dem niederländischen Markt angeboten werden, (ii) durch Flüge für Urlaubsreisende, welche von angrenzenden Flughäfen (Düsseldorf und Brüssel) starten, und (iii) durch Langstreckenflüge für Urlaubsreisende ab Amsterdam zu anderen Urlaubsreisezielen als jenen, bei denen die beteiligten Unternehmen sich überschneiden, außer Acht lässt.

125. Die Frage des angeblichen Wettbewerbsdrucks durch Pauschalreisen wurde in den Erwägungsgründen 119 bis 125 behandelt. Wie in diesen Erwägungsgründen dargelegt wird, hat die Marktuntersuchung bestätigt, dass es einen separaten Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter gibt. In Bezug auf das zweite Argument, nämlich die Einbeziehung der Flughäfen Brüssel und Düsseldorf als Ausgangsort, untersuchte die Kommission das relevante Flughafeneinzugsgebiet für niederländische Urlaubsreisende, die zu Fernreisezielen reisen („Substituierbarkeit des Ausgangsorts“) (siehe Abschnitt 8.3.2.2). Die Kommission hat zudem auch das dritte von den beteiligten Unternehmen angeführte Argument untersucht, d. h. der angebliche Wettbewerbsdruck durch alternative Urlaubsreiseziele („Substituierbarkeit des Zielorts“) und deren mögliche Einbeziehung in den relevanten Markt (Abschnitt 8.3.2.3).

8.3.2.2. Substituierbarkeit des Ausgangsorts

126. Die beteiligten Unternehmen vertreten die Auffassung, dass sie hinsichtlich der sich überschneidenden Reiseziele insoweit im Wettbewerb mit Flügen ab Düsseldorf und Brüssel stehen, als es Alternativflüge gibt. Laut KLM befinden sich diese Flughäfen in der Nähe der niederländischen Grenze, und für eine große Gruppe niederländischer Passagiere nimmt es weniger Zeit in Anspruch, dorthin als nach Amsterdam zu reisen. Zudem haben die beteiligten Unternehmen interne Studien über die Auswirkungen der neu eingeführten „vliegtaks“ (einer von der niederländischen Regierung aus Umweltgründen erhobene Steuer, die sich bei Langstreckenflügen aus den Niederlanden auf 45 EUR beläuft) eingereicht. Sie vertreten die Auffassung, dass diese neue Steuer zu einer Zunahme der Buchungen von Flügen ab belgischen und deutschen Flughäfen durch niederländische Passagiere geführt hat.

127. In früheren Entscheidungen hat die Kommission anerkannt, dass Flüge ab oder zu Flughäfen mit sich überschneidenden Einzugsgebieten als Substituierungen betrachtet werden können⁵⁷. Eine derartige Flughafensubstitution wurde im Falle mehrerer Flughäfen in derselben Stadt häufig angenommen, wie zum Beispiel im Falle der Flughäfen Mailand-Linate und Mailand-Malpensa oder der Flughäfen JFK und Newark in New York⁵⁸. Ferner betrachtete die Kommission in jüngeren Fällen Entfernungen und Reisezeiten von 100 km/1 Stunde als Referenzparameter für ein Flughafeneinzugsgebiet. Die Kommission merkte in ihrer Entscheidung in der Sache Ryanair/Aer Lingus jedoch an, dass das Flughafeneinzugsgebiet bei Strecken mit einem hohen Anteil an Urlaubsreisenden möglicherweise größer ist. Dies ergibt sich aus der Tatsache, dass Urlaubsreisende normalerweise preisbewusster und weniger in Eile sind und daher bereit sind, weitere Strecken zum Flughafen zurückzulegen, wenn der

⁵⁷ Entscheidung der Kommission in der Sache COMP/M.3280 – Air France/KLM.

⁵⁸ Entscheidung der Kommission in der Sache COMP/M.3280 – Air France/KLM.

Gesamtpreis niedriger ist als für Flüge vom nächstgelegenen Flughafen. Die Kommission stellte Folgendes fest: Urlaubsreisende „sind eher gewillt, eine längere Gesamtreisezeit im Austausch für weniger Gesamtreisekosten in Kauf zu nehmen [...].Es ist vernünftig anzunehmen, dass die Substituierbarkeit von Flughäfen vom Standpunkt der Reisenden aus eher hoch als niedrig ist.“ Diese Erkenntnis (in einer Sache, die Kurzstrecken betraf) besitzt in der vorliegenden Sache, die Langstreckenflüge zu Urlaubszielen betrifft, möglicherweise noch größere Relevanz.

128. Beim Flughafen Brüssel sind die angrenzenden niederländischen Regionen die Provinzen Seeland, Nord-Brabant und Limburg. Diese Regionen haben zusammen eine Bevölkerung von ca. 3,9 Millionen; dies entspricht rund 24 % der gesamten Bevölkerung der Niederlande. Die durchschnittliche Entfernung von der Mitte dieser Regionen zum Flughafen Brüssel beträgt 102 km im Falle von Seeland (Terneuzen), 115 km im Falle von Nord-Brabant (Tilburg) und 147 km im Falle von Limburg (Roermond). Im Vergleich dazu beträgt die durchschnittliche Entfernung von diesen Regionen zum Flughafen Amsterdam-Schiphol 222 km, 127 km bzw. 189 km im Falle von Seeland, Nord-Brabant bzw. Limburg. Auch die Anfahrtszeit mit dem Auto von diesen drei Regionen ist zum Flughafen Brüssel kürzer, und die Kosten für die Autofahrt sind geringer als die zum Flughafen Amsterdam. Die Fahrzeit zum Flughafen Brüssel mit dem Zug ist von Seeland und Limburg aus kürzer oder gleich lang wie zum Flughafen Amsterdam; von Nord-Brabant aus ist die Fahrzeit mit dem Zug etwas länger (ungefähr 45 Minuten). Ferner sind die Fahrtkosten mit dem Zug von den drei Regionen zum Flughafen Brüssel geringer oder gleich hoch wie die Fahrtkosten mit dem Zug zum Flughafen Amsterdam. Dementsprechend ist ein großer Teil dieser Regionen näher am Flughafen Brüssel als am Flughafen Amsterdam gelegen. Folglich ist zu erwarten, dass niederländische Passagiere, die in diesen Regionen leben, mit mindestens ebenso hoher Wahrscheinlichkeit ab Flughafen Brüssel wie ab Amsterdam-Schiphol reisen.

129. Was den Flughafen in Düsseldorf betrifft, ist die Situation analog zum Flughafen Brüssel. Bei den an Deutschland angrenzenden niederländischen Nachbarregionen, von denen aus niederländische Passagiere potenziell den Flughafen Düsseldorf anfahren würden, handelt es sich um Limburg, Nord-Brabant und Gelderland, die zusammen über eine Bevölkerung von ca. 5,5 Millionen verfügen. Das entspricht etwa 34 % der gesamten Bevölkerung der Niederlande. Die durchschnittliche Entfernung von der Mitte dieser Regionen zum Flughafen Düsseldorf beträgt 60 km im Falle von Limburg (Roermond), 153 km im Falle von Nord-Brabant (Tilburg) und 130 km im Falle von Gelderland (Rheden). Im Vergleich dazu beträgt die durchschnittliche Entfernung von diesen Regionen zum Flughafen Amsterdam-Schiphol 189 km, 127 km bzw. 115 km im Falle von Limburg, Nord-Brabant bzw. Gelderland. Die Anfahrtszeit mit dem Auto von Nord-Brabant und Gelderland zum Flughafen Düsseldorf ist nur geringfügig länger als die Anfahrtszeit mit dem Auto von diesen beiden Regionen zum Flughafen Amsterdam, während sie von Limburg aus deutlich kürzer ist. Ebenso sind die Kosten für die Autofahrt von Nord-Brabant und Gelderland zum Flughafen Düsseldorf nur geringfügig höher als zum Flughafen Amsterdam, während sie von Limburg deutlich geringer sind. Die Fahrzeit mit dem Zug ist von Nord-Brabant und Gelderland zum Flughafen Düsseldorf länger als nach Amsterdam (rund 70 Minuten länger im Fall von Nord-Brabant und 20 Minuten länger im Fall von Gelderland), und die Fahrtkosten sind höher, wobei die Differenz der Fahrtkosten derzeit jedoch unter 15 EUR liegt. Die Fahrzeit mit dem Zug ist von Limburg zum Flughafen Düsseldorf kürzer als zum Flughafen Amsterdam, und die entsprechenden Fahrtkosten sind geringer.

Dementsprechend ist ein großer Teil dieser Regionen näher am Flughafen Düsseldorf als am Flughafen Amsterdam gelegen. Folglich ist zu erwarten, dass niederländische Passagiere, die in diesen Regionen leben, mit mindestens ebenso hoher Wahrscheinlichkeit ab Flughafen Düsseldorf wie ab Amsterdam-Schiphol reisen.

130. Die Befragten der von der Kommission in Auftrag gegebenen Marktuntersuchung gaben an, dass hauptsächlich niederländische Kunden aus den an die Flughäfen Brüssel und Düsseldorf angrenzenden Gebieten diese Flughäfen nutzen bzw. nutzen würden. Sollten die Preise für Flüge ab Amsterdam steigen, würde das Einzugsgebiet der Flughäfen Brüssel und Düsseldorf sogar noch größer werden. Reiseveranstalter und Reisebüros machten detailliertere Angaben: Sie gaben an, dass ein Anteil von 5 % bis 25 % der niederländischen Urlaubsreisenden (zusätzlich zu den niederländischen Kunden, die bereits von diesen Flughäfen aus reisen) bei ihrem Startflughafen auf Brüssel oder Düsseldorf ausweichen würden, wenn die Preise für Langstreckenflüge zu Urlaubsreisezielen von Amsterdam aus um 5-10 % steigen sollten und Alternativflüge ab Brüssel oder Düsseldorf zur Verfügung stünden.
131. Die Kundenumfrage bestätigt die Ergebnisse der Marktuntersuchung. So antwortete tatsächlich die Mehrheit der Befragten, und zwar 49 % der Gesamtstichprobe, dass sie entweder auf den Flughafen Brüssel oder Düsseldorf oder auf beide Flughäfen ausweichen würden, während nur 36 % der Befragten angaben, dass sie nicht auf den Flughafen Brüssel oder Düsseldorf ausweichen würden, wenn sich der Reisepreis um 5-10 % erhöhen würde⁵⁹. Zudem beziehen sich diese Zahlen auf niederländische Urlaubsreisende, die tatsächlich vom Flughafen Amsterdam aus fliegen. Folglich sind die Kunden nicht berücksichtigt, die potenziell ab Amsterdam hätten fliegen können, aber letztendlich einen anderen Startflughafen gewählt haben. Dementsprechend ist die Elastizität hinsichtlich des Ausgangsorts, auf die diese Zahlen hindeuten, wahrscheinlich geringer als die tatsächliche Nachfrageelastizität. Insgesamt wäre daher zu erwarten, dass von konkurrierenden Fluggesellschaften angebotene Flüge im Passagierluftverkehr ab Brüssel oder Düsseldorf einen Wettbewerbsdruck auf die beteiligten Unternehmen ausüben.
132. Daher muss gefolgert werden, dass die Flughäfen Brüssel und Düsseldorf im Sinne der vorliegenden Entscheidung für zahlreiche Urlaubsreisende, die ab Amsterdam zu den in dieser Marktuntersuchung berücksichtigten „Sonnen- und Strandurlaubszielen“ reisen, mit Amsterdam-Schiphol substituierbar sind. Wie in Abschnitt 8.4.3.3 in Bezug auf die Strecken nach Nordamerika, insbesondere nach Miami, Vancouver und Toronto, dargelegt, würde der geplante Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb nicht erheblich behindern, unabhängig davon, ob die Flughäfen Brüssel und Düsseldorf im relevanten Markt enthalten sind. In Bezug auf diese Strecken kann daher offen gelassen werden, ob der relevante Markt hinsichtlich des Ausgangsorts auf Amsterdam begrenzt ist, oder ob auch Brüssel und Düsseldorf enthalten sind.

⁵⁹ Wenn die Kunden, die angaben, dass sie nicht wissen, was sie antworten sollen, von der Stichprobe ausgeschlossen werden, und die Anteile nur ausgehend von den Kunden berechnet werden, die eine eindeutige Antwort gaben, beläuft sich der Anteil der Kunden, die nicht zu einem der Flughäfen Brüssel oder Düsseldorf wechseln würden, auf 42 %. Der Anteil derjenigen, die zu einem der Flughäfen Brüssel oder Düsseldorf wechseln würden, beläuft sich in diesem Fall auf 58 %.

8.3.2.3. Substituierbarkeit des Zielorts

133. Unter den acht von der vorliegenden Transaktion betroffenen Reisezielen können zwei Hauptgruppen ausgemacht werden. Die erste Gruppe umfasst die drei nordamerikanischen Reiseziele, nämlich Miami, Vancouver und Toronto, die von zahlreichen Netzwerkfluggesellschaften bedient werden und eine vielfältige Zusammensetzung der Nachfrage aufweisen, darunter auch ein nicht unbeträchtlicher Anteil an Geschäftsreisenden. Die zweite Gruppe umfasst fünf Reiseziele im Großraum Karibik, nämlich Cancun, Punta Cana, Havanna, Aruba und Curacao. Dabei handelt es sich vorwiegend um Urlaubsreiseziele, die eine große Mehrheit der Kunden zu Urlaubszwecken auswählt und die hauptsächlich von Fluggesellschaften bedient werden, die ausschließlich Urlaubsflüge anbieten.
134. Die beteiligten Unternehmen machen geltend, dass der Ansatz „Städtepaar Ausgangsort/Zielort“ (O&D) im Hinblick auf die von der vorliegenden Transaktion betroffenen Reiseziele unangemessen ist, da für Urlaubsreisende der Preis ein wichtigeres Entscheidungskriterium als das Reiseziel ist und diese folglich geneigt wären, auf ein anderes Urlaubsreiseziel auszuweichen, sollten die Tarife für Flüge zu anderen Urlaubsreisezielen attraktiver sein. Im Hinblick auf diese Tatsache argumentieren die beteiligten Unternehmen, dass beim relevanten Markt auch Flüge zu berücksichtigen wären, die niederländischen Urlaubsreisenden zu einer Vielzahl von Reisezielen angeboten werden, unter die im Prinzip alle Langstreckenflüge zu Urlaubsreisezielen oder alternativ alle Langstreckenflüge zu „Sonnen- und Strandurlaubszielen“ oder zumindest die Gesamtheit aller Reiseziele im Großraum Karibik fallen.
135. Die Befragten der Marktuntersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens schienen der Ansicht zu sein, dass es ein gewisses Maß an Substituierbarkeit zwischen den verschiedenen Urlaubsreisezielen gibt, dass der Grad der Substituierbarkeit der verschiedenen Reiseziele jedoch abhängig von der Zusammensetzung der Kundengruppe unterschiedlich ist. Während für einen durchschnittlichen niederländischen Urlaubsreisenden die über Langstreckenflüge zu erreichenden „Sonnen- und Strandurlaubsziele“ zu einem gewissen Grad substituierbar sind, ist die Nachfrage nach einigen der Reiseziele aufgrund der spezifischen Merkmale des jeweiligen Reiseziels und aufgrund des Kundenstamms weniger flexibel.
136. Tatsächlich deutete die Marktuntersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens darauf hin, dass die Nachfrage nach Flügen von den Niederlanden auf die Niederländischen Antillen, nämlich nach Aruba und Curacao, so spezifisch ist, dass sogar im Fall einer Preiserhöhung seitens des zusammengeschlossenen Unternehmens nach der geplanten Transaktion auf diesen Strecken nur ein sehr kleiner Teil der Kunden diese Reiseziele gegen andere (per Langstreckenflug zu erreichende) Urlaubsreiseziele substituieren würde. Dieses geringere Preisbewusstsein scheint auf historischen, kulturellen und sprachlichen Bindungen mit den Niederlanden sowie auf dem günstigen Klima (hurrikanfreie Region) und der hohen Popularität dieser beiden Reiseziele bei niederländischen Urlaubsreisenden zu beruhen. So machen sogenannte „VFR-Passagiere“, also Passagiere, die Freunde und Verwandte besuchen, einen großen Teil der Nachfrage auf diesen beiden Strecken aus (ca. 25-30 % gemäß der Schiphol-

Umfrage⁶⁰, die die beteiligten Unternehmen vorgelegt haben). Der wichtigste Reisegrund für diese Gruppe sind familiäre Bindungen. Daher ist bei diesen Reisen das Reiseziel entscheidend. Ungefähr 5 % der Nachfrage stammt von Geschäftsreisenden, bei denen das Reiseziel ein wichtigeres Entscheidungskriterium und der Preis nur ein untergeordnetes Entscheidungskriterium ist. Sie besuchen die Inseln aus bestimmten geschäftlichen Gründen⁶¹. Bei der größten Gruppe mit 65-70 % der Kunden handelt es sich um Urlaubsreisende. Innerhalb dieser letztgenannten Gruppierung gibt es eine kleine Untergruppe niederländischer Reisender, die ein Ferienhaus auf diesen Inseln besitzen und folglich nicht bereit sind, auf ein anderes Reiseziel auszuweichen. Dementsprechend scheint ein erheblicher Anteil der Nachfrage nach diesen zwei Reisezielen unflexibel zu sein.

137. Um die Ergebnisse der von der Kommission in Auftrag gegebenen Marktuntersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens anzufechten, legten die beteiligten Unternehmen Zahlen der Tourismusbehörden von Aruba und Curacao vor. Diese haben anhand der Angaben von Reisenden auf den Landungskarten Informationen gesammelt, nach denen ein erheblicher Anteil aller niederländischen Urlaubsreisenden (75 %) die Inseln Aruba und Curacao erstmalig besuchen. Aus diesen Zahlen schlossen die beteiligten Unternehmen, dass die Mehrheit der Besucher auf diesen Inseln dorthin nicht zu einem bestimmten Zweck (Besuch von Freunden und Verwandten oder Ferienhaus) reist, sondern dass es sich um typische Urlaubsreisende handelt, die sich einmalig für ihr „Sonnen- und Strandurlaubsziel“ entschieden haben. Die beteiligten Unternehmen legten jedoch keine vergleichbaren Zahlen für andere Urlaubsreiseziele in derselben geografischen Region vor, anhand derer aufgezeigt werden könnte, dass die Nachfrage von niederländischen Urlaubsreisenden, die nach Aruba und Curacao fliegen, nicht signifikant von der Nachfrage nach anderen Reisezielen abweicht⁶². Diese eingereichten Anträge waren daher für die Kommission nicht hinreichend, die Ergebnisse der Marktuntersuchung zu verwerfen, nach denen die Nachfrage nach Flügen nach Aruba und Curacao in der Tat weniger flexibel ist als die Nachfrage nach anderen Urlaubsreisezielen. Was noch wichtiger ist: Diese Zahlen stellen keinen ausreichenden Nachweis dafür dar, dass im Falle einer Preiserhöhung für Flüge nach Aruba und Curacao tatsächlich ein erheblicher Anteil niederländischer Urlaubsreisender auf ein anderes Urlaubsreiseziel ausweichen würde. Angesichts dieser Ergebnisse hatte die Kommission daher in ihrer Untersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens in Betracht gezogen, dass zumindest für Flüge nach Aruba und Curacao die geplante Transaktion anhand des herkömmlichen Ansatzes „Städtepaar Ausgangsort/Zielort“ (O&D) zu bewerten ist.

138. Die Ergebnisse der Marktuntersuchung im Rahmen des Hauptprüfverfahrens deuten in jedem Fall darauf hin, dass bei typischen „Sonnen- und Strandurlaubszielen“

60 Die Schiphol-Umfrage wird kontinuierlich von der Marktforschungsabteilung von Schiphol durchgeführt. Fluggäste, die ab Flughafen Amsterdam-Schiphol fliegen, werden dabei nach verschiedenen Aspekten ihres Flugs befragt, zum Beispiel nach dem Zweck des Flugs und nach dem Reiseziel. Die Schiphol-Umfrage umfasst ca. 100 000 Fluggäste.

61 Diese Kunden sind von der vorliegenden Transaktion jedoch nicht betroffen, da Martinair keine Business-Class anbietet. Daher kann für diesen Teil des Verkehrs angenommen werden, dass vor und nach der Transaktion mit KLM gereist wird.

62 Die beteiligten Unternehmen haben ähnliche Zahlen für Miami, Südafrika und Australien vorgelegt. Aufgrund der sehr unterschiedlichen Zusammensetzung der Kunden und der anderen geografischen Region konnte die Kommission diese Zahlen nicht als Referenzgröße für ihre Bewertung berücksichtigen.

in der Karibik wie etwa Cancun oder Punta Cana andere über Langstreckenflüge zu erreichende „Sonnen- und Strandurlaubsziele“ in derselben Region einen gewissen – wenn auch begrenzten – Wettbewerbsdruck ausüben. Dies gilt in geringerem Maß auch für Reiseziele auf den Niederländischen Antillen, nämlich für Aruba und Curacao, sowie für Havanna, drei Reiseziele, die offenbar spezifisch sind und daher nur eine begrenzte Substituierbarkeit mit anderen Reisezielen aufweisen.

139. Gemäß der Kundenumfrage würden 34 % bzw. 25 % der Kunden, die nach Punta Cana bzw. nach Cancun reisen, im Falle einer Preiserhöhung auf andere Urlaubsreiseziele ausweichen. Dieser Anteil ist bei den anderen drei Reisezielen wesentlich geringer und beläuft sich auf nur 17 %, 14 % bzw. 13 % der befragten Kunden, die nach Aruba, Curacao bzw. Havanna reisen⁶³. Die Kundenumfrage deutete daher darauf hin, dass die Preisflexibilität der Befragten, auf die diese Zahlen schließen lassen, relativ hoch ist (unter der Voraussetzung, dass die Marktbedingungen bei den anderen Reisezielen unverändert bleiben). Beispielsweise für die Strecke Amsterdam – Havanna – angeblich das Reiseziel mit der geringsten Elastizität – wurde die Nachfrageelastizität hinsichtlich des Preises mit etwa 1,7 beziffert⁶⁴. Eine Preiserhöhung würde folglich zu einem erheblichen Rückgang des Gesamtumsatzes und unter Umständen aufgrund der geringen Betriebsmehrkosten pro Passagier, durch die sich der Passagierluftverkehr auszeichnet, auch zu einem Rückgang des Gewinns führen⁶⁵.
140. Was Miami, Toronto und Vancouver betrifft, so schien die Marktuntersuchung im Rahmen des Vorprüfverfahrens darauf hinzudeuten, dass der herkömmliche Ansatz „Städtepaar Ausgangsort/Zielort“ (O&D) angemessen ist. Da ungeachtet der Marktdefinition keine Wettbewerbsprobleme entstehen, hat die Kommission den Umfang des relevanten Markts hinsichtlich dieser drei Reiseziele in der Kundenumfrage nicht näher untersucht.
141. Da die Ergebnisse der Marktuntersuchung hinsichtlich des Umfangs des Zielorts nicht eindeutig sind, werden die Auswirkungen der vorliegenden Transaktion anhand des kleinstmöglichen relevanten Markts, d. h. für jedes einzelne Reiseziel, bewertet. In jedem Fall ist es zum Zweck der vorliegenden Entscheidung nicht erforderlich, das Maß der Substituierbarkeit des Zielorts für die niederländischen Urlaubsreisenden

⁶³ Wie in Fußnote 45 erläutert, beziehen sich diese Anteile auf die befragten Kunden, die eine eindeutige Antwort gaben. Das bedeutet, dass Befragte, die angaben, dass sie nicht wissen, was sie antworten sollen, von der Stichprobe ausgeschlossen werden. Im spezifischen Fall der Frage zur Substituierbarkeit des Zielorts ist der Anteil der „Ich weiß nicht“-Antworten besonders relevant: Sie machen ungefähr 20 % der Stichprobe aus. Die Analyse der Verteilung der beiden Substichproben (Kunden, die eine eindeutige Antwort gaben, und Kunden, die keine eindeutige Antwort gaben) und die Chi-Quadrat-Tests zeigen jedoch, dass diese Verteilungen nicht signifikant voneinander abweichen. Es ist folglich möglich, sich auf die Substichprobe der Kunden zu konzentrieren, die eine eindeutige Antwort gaben. Aus Gründen der Vollständigkeit seien hier jedoch auch die Anteile der Kunden an der Gesamtstichprobe genannt, die angaben, dass sie auf ein anderes Reiseziel ausweichen würden: 13 % bei Aruba, 10 % bei Curacao, 10 % bei Havanna, 27 % bei Punta Cana, 20 % bei Cancun.

⁶⁴ Die Zahl wird einfach durch die Ermittlung des Verhältnisses zwischen dem erwarteten Verlust an Kunden an andere Reiseziele (13 %) und der vorgeschlagenen Preiserhöhung (7,5 % – dem Mittelwert der vorgeschlagenen Preiserhöhung von 5-10 %) berechnet. In diesem Fall wird die Elastizität nur in Bezug auf Befragte berechnet, die eine eindeutige Antwort gegeben haben (siehe Fußnote oben). Sie berücksichtigt jene Kunden nicht, die aus anderen Gründen für die beteiligten Unternehmen verloren gingen (zum Beispiel, weil sie vollständig auf das Reisen verzichten würden).

⁶⁵ Vorausgesetzt, die Nachfrageelastizität der Befragten weicht nicht signifikant von der Gesamtpopulation der Reisenden von Amsterdam nach Havanna ab.

abschließend zu bewerten, würde der geplante Zusammenschluss unabhängig vom Ergebnis doch den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht behindern.

8.3.2.4. Substituierbarkeit direkter und indirekter Flüge

142. Im Hinblick auf Langstreckenflüge hat die Kommission in der Vergangenheit festgestellt⁶⁶, dass indirekte Flüge unter bestimmten Voraussetzungen eine Wettbewerbsalternative zu Flügen ohne Zwischenlandung darstellen, insbesondere dann, wenn sie in den Computerreservierungssystemen als Anschlussflüge für das betreffende Städtepaar Ausgangsort/Zielort (O&D) vermarktet werden, täglich durchgeführt werden und nur zu einer relativ geringen Verlängerung der Reisezeit führen (maximal 150 Minuten Anschlusszeit). Langstreckenflüge wurden als Flüge mit einer Reisezeit von mehr als drei Stunden definiert⁶⁷. Der Anmelder stimmt der Vorgehensweise der Kommission in der Vergangenheit überein.

143. Die Marktuntersuchung in der vorliegenden Sache bestätigte die Vorgehensweise der Kommission hinsichtlich der unter bestimmten Voraussetzungen gegebenen Substituierbarkeit von indirekten Flügen und Flügen ohne Zwischenlandung in vergangenen Rechtssachen auf breiter Front. Dies gilt in noch stärkerem Maße für Urlaubsreisende, sind Urlaubsreisende doch normalerweise weniger zeitbewusst als andere Passagiere, insbesondere Geschäftsreisende.

144. Zum Zweck der vorliegenden Entscheidung vertritt die Kommission daher die Auffassung, dass indirekte Flüge mit maximal 150 Minuten Anschlusszeit zum selben Markt wie Direktflüge gehören.

8.3.2.5. Zeitbewusste Passagiere und nicht zeitbewusste Passagiere

145. Die Kommission vertritt im Allgemeinen die Auffassung, dass Passagiere mit uneingeschränkten Flugtickets, also sogenannte zeitbewusste Passagiere, bei denen es sich in erster Linie um Geschäftskunden handelt, die flexibel sein müssen, sich in einem anderen Markt befinden als Passagiere mit eingeschränkten Flugtickets, also sogenannte nicht zeitbewusste Passagiere, für die der Preis eine höhere Bedeutung hat als der Flugplan oder die direkte/indirekte Verbindung des Flugs⁶⁸.

146. Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass gemäß der Argumentation der beteiligten Unternehmen die große Mehrheit der Passagiere von Martinair (96 % bis 97 %) nicht zeitbewusste Passagiere sind und dass Martinair derzeit keine Sitzplätze in der Business-Class anbietet, konzentriert sich die vorliegende Entscheidung ausschließlich auf die Auswirkungen der Transaktion auf nicht zeitbewusste Passagiere, die von der vorliegenden Transaktion am stärksten betroffen sind.

66 Entscheidungen der Kommission in den Sachen COMP/M.2041 – United/US Airways, COMP/M.2672 – SAS/Spainair, COMP/M.3280 – Air France/KLM und M.5181 – Delta/Northwest.

67 Siehe Sache COMP/M.4601 – Karstadt Quelle/My Travel.

68 Entscheidung der Kommission in der Sache COMP/M.3280 – Air France/KLM.

8.3.2.6. Schlussfolgerung zur Marktdefinition hinsichtlich der Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden

147. Zum Zweck der vorliegenden Entscheidung hat die Kommission im Einklang mit den Präzedenzfällen der Kommission die Auswirkungen der geplanten Transaktion in erster Linie auf dem Markt für die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden anhand des herkömmlichen Ansatzes „Städtepaar Ausgangsort/Zielort“ (O&D) bewertet, wobei hinsichtlich der Strecken nach Aruba, Curacao, Punta Cana, Cancun und Havanna der Ausgangsort Flüge ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf umfasst. Da die Ergebnisse der Marktuntersuchung hinsichtlich der Substituierbarkeit des Startflughafens bei Flügen nach Miami, Toronto und Vancouver nicht eindeutig sind, werden die Auswirkungen der vorliegenden Transaktion auf diese Märkte anhand der nächstmöglichen Alternative bewertet, d. h. es werden nur Flüge ab Amsterdam in jede dieser drei Städte berücksichtigt. In ihrer Bewertung berücksichtigte die Kommission auch indirekte Flüge als Wettbewerbsalternative zu Direktflügen, soweit diese substituierbar sind.
148. Ferner analysierte die Kommission auch die Ergebnisse der geplanten Transaktion anhand von zwei weiter gefassten Märkten, die von den beteiligten Unternehmen vorgeschlagen wurden: (i) den Markt für die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden zwischen den Flughäfen Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel und allen Langstreckenzielen, und (ii) den Markt für die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden zwischen den Flughäfen Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel und allen Langstreckenzielen im Großraum Karibik.

8.3.3. *Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten von Fluggesellschaften an Reiseveranstalter*

149. Wie bereits dargelegt wurde, erachten es die beteiligten Unternehmen aufgrund des indirekten Wettbewerbsdrucks seitens des nachgelagerten Markts, der Kunden, welche zu Urlaubszielen reisen, die Wahl zwischen reinen Flugtickets und Pauschalreisen bietet, nicht als angemessen, einen separaten Markt für die Beförderung von Passagieren im Auftrag von Reiseveranstaltern zu definieren. Sollte ein solcher Markt jedoch existieren, vertreten die beteiligten Unternehmen die Ansicht, dass der Markt als der Markt für den Verkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter für den niederländischen Markt für alle Langstreckenziele (oder zumindest für alle über Langstreckenflüge zu erreichende „Sonnen- und Strandurlaubsziele“) definiert werden sollte⁶⁹. Dabei wären auch an Reiseveranstalter verkaufte Sitzplätze für niederländische Urlaubsreisende zu berücksichtigen, die ab Düsseldorf und Brüssel fliegen.
150. Wie in den Erwägungsgründen 99 bis 106 dargelegt, hat die Marktuntersuchung bestätigt, dass es einen separaten Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter gibt. Zudem haben die Befragten der von der Kommission in Auftrag gegebenen Marktuntersuchung bestätigt, dass in den Niederlanden im Hinblick auf Langstreckenziele Linienfluggesellschaften die wichtigsten Anbieter für den Verkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter

⁶⁹ Antwort der beteiligten Unternehmen auf die Entscheidung nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c, Randnr. 14.

sind. ArkeFly, die einzige Charterfluggesellschaft, die den niederländischen Markt bedient, verkauft fast ihre gesamte Kapazität intern an Reiseveranstalter der TUI-Gruppe.

8.3.3.1. Gesamter Langstreckenmarkt oder Unterscheidung nach einzelnen Strecken

151. Die beteiligten Unternehmen vertreten ausgehend von früheren Entscheidungen der Kommission die Ansicht, dass falls ein Markt für den Verkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter existiert, dieser Markt den Verkauf von Sitzplätzen zu allen Langstreckenzielen, also ohne weitere Unterteilung des Marktes nach Reisezielen, umfassen sollte.

152. Die Kommission gelangte in früheren Fällen zu der Auffassung, dass der relevante Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter (der den – weitgehend nationalen – Märkten für den Verkauf von Pauschalreisen ins Ausland vorgelagert ist) vom Umfang her national ist (die Nachfrage nach Dienstleistungen im Passagierluftverkehr, die zu Pauschalreisen gehören, stammt vorwiegend von Kunden, deren Wohnort im Land des Ausgangsorts liegt), ohne dass eine weitere geografische Unterteilung erforderlich wäre⁷⁰.

153. Die Marktuntersuchung zeigte, dass insbesondere große Reiseveranstalter ihre Geschäftsabschlüsse jeweils für die einzelnen Strecken aushandeln (um den Fluggesellschaften die Möglichkeit zu geben, ihr Angebot auf die Nachfrage auf den einzelnen Strecken abzustimmen und den jeweiligen Kapazitätsbedarf zu prognostizieren). Diese großen Reiseveranstalter profitieren häufig von Kontingenten, also von Vorreservierungen von Sitzplätzen, die 4 bis 6 Wochen vor dem Abflugdatum verfallen. Die Reiseveranstalter müssen also bis zu diesem Zeitpunkt entscheiden, ob sie die Sitzplätze kaufen oder abgeben (d. h. an die Fluggesellschaft zurückgeben). Ferner kaufen, was Martinair angeht, einige große Reiseveranstalter (derzeit nur Thomas Cook) am Anfang der Saison garantierte Sitzplätze, für die sie Mengenrabatte und einen Festpreis aushandeln, die jedoch im Voraus bezahlt werden müssen, so dass die Reiseveranstalter das Risiko tragen, wenn sie die Sitzplätze nicht verkaufen können⁷¹. Alle anderen Reiseveranstalter kaufen Sitzplätze, jedoch zu anderen Konditionen als Endkunden von Fluggesellschaften ausschließlich zu dem Zeitpunkt, wenn ihre Kunden Interesse äußern, eine Pauschalreise zu einem bestimmten Reiseziel zu kaufen. Diese Sitze werden nach dem Prinzip „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“ verkauft. Dementsprechend hängt der Grad der Substituierbarkeit verschiedener Reiseziele weitgehend von der Substituierbarkeit ab, die auf dem Markt für den Verkauf der Sitzplätze an Endkunden herrscht. Ausgenommen davon ist der Verkauf garantierter Sitzplätze, bei denen die Reiseveranstalter unter Umständen die Möglichkeit haben, zwischen verschiedenen Reisezielen auszugleichen (und damit ihre nachgelagerte Nachfrage auf Reiseziele mit billigeren Flügen auszurichten).

154. Die Ergebnisse der Marktuntersuchung bestätigten dies. Alle an der Untersuchung teilnehmenden Reiseveranstalter gaben an, dass sie im Falle einer

70 Entscheidungen der Kommission in der Sache COMP/M.4601 – Karstadt Quelle/My Travel, Erwägungsgrund 44, sowie in der Sache COMP/M.4439 – Ryanair/Aer Lingus.

71 Nach Angabe der beteiligten Unternehmen verkauft Martinair seit Sommer 2008 keine garantierten Sitzplatzkontingente mehr an Reiseveranstalter.

Preiserhöhung um 5-10 % die betroffenen Reiseziele auch künftig anbieten würden. Sie würden die Preiserhöhung einfach an ihre Kunden weitergeben, die ihrerseits natürlich entscheiden können, ob sie zu einem anderen Reiseziel oder überhaupt nicht reisen. Ebenso gaben Reiseveranstalter – wie im Fall des Markts für den Verkauf von Sitzplätzen an Endkunden – an, dass insbesondere Aruba und Curacao aufgrund ihrer großen Beliebtheit bei der niederländischen Bevölkerung möglicherweise unverzichtbare Reiseziele sind. Demzufolge vertraten einige Reiseveranstalter die Auffassung, dass eine Preiserhöhung um 5-10 % die Nachfrage nach diesen Reisezielen nicht beeinträchtigen würde.

155. Die Perspektive der Endkunden gestaltet sich etwas anders. Die Kundenumfrage deutet daher darauf hin, dass Pauschalreisende in der Regel eher flexibler sind als Kunden, die reine Flugtickets kaufen. Zusammengefasst gaben 27 % der Befragten, die eine Pauschalreise gekauft hatten, an, dass sie als Reaktion auf eine Preiserhöhung um 5-10 % auf ein anderes Reiseziel ausweichen würden. Nur 33 % aller Befragten, die eine Pauschalreise gekauft hatten, gaben an, dass sie nicht auf die Flughäfen Brüssel oder Düsseldorf ausweichen würden, wenn sich ihr Reisepreis um 5-10 % erhöhen würde.

156. In jedem Fall ist es zum Zweck der vorliegenden Entscheidung nicht erforderlich abschließend zu bewerten, ob der Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter alle Langstreckenziele (oder zumindest alle über Langstreckenflüge zu erreichende „Sonnen- und Strandurlaubsziele“) umfassen sollte oder für die einzelnen Strecken weiter unterteilt werden sollte, würde der geplante Zusammenschluss unabhängig von der Antwort doch auf jeden Fall den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht behindern.

8.3.3.2. Substituierbarkeit der Flughäfen

157. Der Anmelder vertritt die Auffassung, dass falls ein Markt für den Verkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter existiert, dieser Markt den Verkauf von Sitzplätzen zu allen Langstreckenzielen ab Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel umfassen sollte.

158. Die Marktuntersuchung bestätigte, dass Reiseveranstalter bereits Pauschalreisen mit Flügen ab Brüssel und Düsseldorf anbieten. Zudem gaben Reiseveranstalter an, dass sie bei Pauschalreisen zu Langstreckenzielen im Falle von Preiserhöhungen für Flüge ab Amsterdam zumindest für einen Teil ihres Bedarfs auf benachbarte Startflughäfen, insbesondere auf Brüssel oder Düsseldorf, ausweichen würden. Dennoch haben niederländische Reiseveranstalter auch angegeben, dass sie dessen ungeachtet einen hohen Anteil der Nachfrage durch das Angebot von Pauschalreisen ab Amsterdam abdecken müssten, da nur Kunden aus den Grenzregionen bereit wären, nach Düsseldorf oder Brüssel anzureisen.

159. Da Reiseveranstalter Preiserhöhungen im Allgemeinen jedoch an die Endkunden weitergeben, die – wie in den Erwägungsgründen 180 bis 183 dargelegt – preisbewusst sind und die Flughäfen Brüssel und Düsseldorf eindeutig als alternative Abflughäfen für ihre Urlaubsfernreisen in Erwägung ziehen, kann gefolgert werden, dass die Flughäfen Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf im Sinne der vorliegenden Entscheidung substituierbar sind und folglich zum selben relevanten Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter gehören.

8.3.3.3. Schlussfolgerung zur Marktdefinition hinsichtlich des Großhandelsverkaufs von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter

160. Angesichts der nicht eindeutigen Ergebnisse der Marktuntersuchung zum genauen Umfang des relevanten Markts, der Tatsache, dass die meisten Reiseveranstalter nicht die Möglichkeit haben, zwischen verschiedenen Reisezielen auszugleichen, und der Hinweise darauf, dass der Markt nach Reisezielen unterteilt werden sollte, hat die Kommission die Auswirkungen der geplanten Transaktion auf den Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter sowohl für die einzelnen Strecken als auch ausgehend von einem Gesamtmarkt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten für per Langstreckenflug zu erreichende Urlaubsreiseziele an niederländische Reiseveranstalter bewertet, wobei in beiden Fällen für den Ausgangsort Flüge ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf berücksichtigt werden.

8.4. Wettbewerbsrechtliche Würdigung

161. Im Hinblick auf den Passagierluftverkehr wirkt sich der geplante Zusammenschluss am stärksten auf die Beförderung von niederländischen Urlaubsreisenden ab Amsterdam zu verschiedenen Urlaubsreisezielen aus. Gemäß der Marktdefinitionen aus Abschnitt 8.3 müssen die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses auf den Wettbewerb für folgende Bereiche separat bewertet werden: (i) die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden (Abschnitt 8.4.3) und (ii) den Großhandelsverkauf von Sitzkontingenten an Reiseveranstalter (Abschnitt 8.4.4).

162. Bei der Bewertung der Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses auf diese beiden Märkte müssen allgemeine Merkmale von Langstreckenflügen für niederländische Urlaubsreisende (Abschnitt 8.4.2) sowie das für die Bewertung der vorliegenden Transaktion in Bezug auf den Passagierluftverkehr relevante „Counterfactual“ berücksichtigt werden. Zu diesem Zweck muss beurteilt werden, inwieweit Martinair derzeit auf KLM hinsichtlich des Verhaltens von KLM auf dem Markt für die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden und auf dem Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter (Abschnitt 8.4.1) Wettbewerbsdruck ausübt.

8.4.1. *Das relevante „Counterfactual“ für die Bewertung der Auswirkungen der geplanten Transaktion in Bezug auf die Geschäftstätigkeit der beteiligten Unternehmen im Bereich Passagierluftverkehr*

163. Die beteiligten Unternehmen machen geltend, dass der Passagierluftverkehr auf Langstrecken von Martinair wahrscheinlich in naher Zukunft eingestellt wird, sollte KLM den 50-prozentigen Anteil von Maersk an Martinair nicht erwerben. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass der Geschäftsbereich Passagierluftverkehr von Martinair in den vergangenen Jahren verlustbringend war und dass Maersk keinerlei Initiativen für die notwendigen Investitionen ergreift, da Maersk keinerlei strategische Interessen am Luftfahrtgeschäft mehr verfolgt. Die beteiligten Unternehmen argumentieren, dass aus diesen Gründen der Wettbewerbsdruck, den Martinair derzeit auf KLM ausübt, bereits begrenzt ist und dass er sich unter den derzeitigen Umständen auf jeden Fall weiter verringern wird.

164. Tatsächlich bestätigen die internen Dokumente von Martinair, dass der Geschäftsbereich Passagierluftverkehr auf Langstrecken von Martinair verlustbringend ist und dass eine Umstrukturierung dieses Geschäftsbereichs vonnöten ist, damit dieser nachhaltig wirtschaften kann. Dies wird unter anderem durch Zahlen aus den Zwischenberichten von Martinair für die Jahre 2006, 2007 und 2008⁷² sowie durch die Versammlungsprotokolle der internen Entscheidungsgremien von Martinair von 2004 bis Mitte 2008 belegt⁷³. Sie zeigen, dass der Geschäftsbereich Passagierluftverkehr auf Langstrecken von Martinair seit 2005 Verluste meldet.
165. In einem Bericht, den Martinair 2007 in Auftrag gegeben hat, um die Strategie des Unternehmens zu überprüfen⁷⁴, beriet VS Consulting Martinair dahingehend, dass der Geschäftsbereich Passagierluftverkehr auf Langstrecken von Martinair zu einem nachhaltigen Geschäftsbetrieb gelangen könnte, wenn dessen zu geringes Volumen gesteigert würde⁷⁵. Infolgedessen strukturierte Martinair seinen Passagierluftverkehr auf Langstrecken um. Im Rahmen dieser Umstrukturierung wurde die Zahl der bedienten Reiseziele reduziert, während die Zahl der Flüge zu den verbleibenden Reisezielen erhöht wurde. Damit sollte ein effizienterer Einsatz der Mitarbeiter und Flugzeuge erzielt werden⁷⁶.
166. Trotz dieser Umstrukturierungsmaßnahme scheint sich die finanzielle Lage von Martinair jedoch deutlich verschlechtert zu haben. So schätzten die beteiligten Unternehmen die inkrementellen Verluste, also die Differenz der Erlöse aus dem Passagierluftverkehr und der Kosten (variable und Fixkosten), die ausschließlich dem Geschäftsbereich Passagierluftverkehr zuzuschreiben sind und die nur dann vermieden werden könnten, wenn der Geschäftsbereich Passagierluftverkehr eingestellt würde, für das Jahr 2007 auf [...]*. Hingegen prognostizierten sie bis Ende 2008, dass sich die inkrementellen Verluste sogar auf [...]* belaufen könnten⁷⁷.
167. Die beteiligten Unternehmen haben weiter erklärt, dass Martinair zur Eindämmung dieser Verluste eine Reihe von Maßnahmen wie z. B. Personalabbau und Maßnahmen zur Neupositionierung der Marke Martinair getroffen hat, um das Ertragsmanagement zu verbessern. Außerdem nahm Martinair Änderungen an seiner Politik der Treibstoffzuschläge vor. Nach Angabe der beteiligten Unternehmen würden sich die Einsparungen, die durch diese Maßnahmen erzielt werden können, auf ungefähr

72 Siehe Antrag der Wirtschaftsberater der beteiligten Unternehmen vom 26. Oktober 2008 mit dem Titel „Counterfactual and efficiencies arising in the long haul passenger business“ [„Counterfactual“ und Nutzeffekte im Passagierluftverkehr auf Langstrecken], Seite 8.

73 Siehe Protokolle der Versammlungen des Management-Teams von Martinair vom 7. Januar 2004 bis 28. August 2007, Anhang 5a zum Formblatt CO, sowie Protokolle der Versammlungen der Unternehmensleitung von Martinair vom 18. September 2007 bis 6. Mai 2008, Anhang 5c zum Formblatt CO.

74 Siehe Anhang 1 zu Formblatt CO: Bericht von VS Consulting.

75 In diesem Zusammenhang hat Martinair seinen Passagierluftverkehrsbetrieb nach Orlando, Edmonton, Calgary, Jamaika und Tobago zum Ende der Wintersaison 2007/2008 eingestellt.

76 Siehe Folie 14 des in der vorherigen Fußnote genannten Berichts von VS Consulting.

77 Siehe Antrag der Wirtschaftsberater der beteiligten Unternehmen vom 26. Oktober 2008 mit dem Titel „Counterfactual and efficiencies arising in the long haul passenger business“ [„Counterfactual“ und Nutzeffekte im Passagierluftverkehr auf Langstrecken], Seite 9-10.

[...]* belaufen⁷⁸. Diese Initiativen wären daher nicht ausreichend, um die inkrementellen Verluste in Höhe von [...]* auszugleichen, die für 2008 erwartet werden.

168. Zudem haben die beteiligten Unternehmen erklärt, dass Martinair, um seinen Geschäftsbetrieb im Bereich Passagierluftverkehr über die folgenden zwei Jahre hinaus als selbstständigen Geschäftsbereich fortführen zu können, das heißt ohne dass dieser in einen größeren Passagierluftverkehrsgeschäftsbereich wie den von KLM integriert wird, einige große Investitionen tätigen muss, darunter Investitionen in seine Flotte und in die Entwicklung von Systemen für die Inventarisierung und für das Check-in. Die finanzielle Lage von Martinair macht es jedoch schwierig, Finanzmittel für derartige Investitionen aufzubringen. Nach Angaben der beteiligten Unternehmen ist Martinair in den letzten Jahren Darlehensverträgen nicht nachgekommen, weil die erforderliche Höhe des Eigenkapitals unzureichend war. Änderungen an den Darlehensverträgen, die eine geringere Höhe des Eigenkapitals ermöglichten, haben zu höheren Finanzierungskosten geführt⁷⁹. Zudem zeigen sich die Schwierigkeiten von Martinair, Finanzmittel aufzubringen, auch bei den Kreditzinskonditionen, die das Unternehmen erzielt. Diese sind deutlich weniger attraktiv als die Konditionen, die KLM normalerweise erzielt⁸⁰.

169. Die wichtigste Investition, die Martinair tätigen müsste, um seinen Geschäftsbetrieb im Bereich Passagierluftverkehr mittel- und langfristig fortführen zu können, betrifft die Erneuerung seiner Flotte. Martinair verfügt derzeit über sechs Flugzeuge, von denen drei Eigentum des Unternehmens und drei geleast sind. Die gesamte Flotte von Martinair ist alt (im Durchschnitt über 80 000 Flugstunden⁸¹) und ineffizient. Sie verursacht hohe Wartungskosten und verbraucht viel Treibstoff. Eines der Flugzeuge im Eigentum von Martinair wurde im September 2008 außer Dienst gestellt. Zwei der drei geleasten Flugzeuge weisen mehr Flugstunden und Flugzyklen als alle anderen Flugzeuge der Flotte von Martinair auf und sind daher häufig unpünktlich (d. h. die Flugzeuge sind wegen Reparaturen am Boden). Die Leasingverträge für zwei der verbleibenden drei Flugzeuge laufen zum 15. Juli 2009 aus; der Leasingvertrag des anderen Flugzeugs läuft zum 18. Juni 2011 aus. Zudem müssen auch die beiden anderen Flugzeuge, die im Besitz von Martinair sind, innerhalb kurzer Zeit ersetzt werden, da auch sie eine beträchtliche Anzahl an Flugstunden und Flugzyklen aufweisen. Dementsprechend verfügt Martinair, wenn die notwendigen Investitionen nicht getätigt werden, ab Mitte 2009 möglicherweise nur noch über ein einziges Flugzeug. Es scheint unwahrscheinlich, dass dies für einen wirtschaftlichen Betrieb ausreicht, und es ist klar,

⁷⁸ Siehe Antrag der Wirtschaftsberater der beteiligten Unternehmen vom 26. Oktober 2008 mit dem Titel „Counterfactual and efficiencies arising in the long haul passenger business“ [„Counterfactual“ und Nutzeffekte im Passagierluftverkehr auf Langstrecken], Seite 13-14.

⁷⁹ Martinair hat eine Übersetzung eines Zusatzes zu einem Darlehensvertrag von 2005 mit einem Volumen von [...]* vorgelegt, der folgende Bestimmung enthält: [...]* Siehe Antrag der Wirtschaftsberater der beteiligten Unternehmen vom 26. Oktober 2008 mit dem Titel „Counterfactual and efficiencies arising in the long haul passenger business“ [„Counterfactual“ und Nutzeffekte im Passagierluftverkehr auf Langstrecken], Seite 43-44.

⁸⁰ Martinair hat Detailinformationen zu fünf Darlehen bereitgestellt, die das Unternehmen in den letzten Jahren zu Kreditzinsen zwischen Libor [...]* und Libor [...]* Punkten sowie zwischen Euribor [...]* Punkten und Euribor [...]* (verlängert um ein Jahr auf [...]*) in Anspruch nahm. KLM hingegen erzielte zwischen 2006 und 2008 Kreditzinskonditionen, die im Mittel bei Euribor [...]* bei gesicherter Finanzierung bzw. bei Euribor [...]* bei ungesicherter Finanzierung lagen.

⁸¹ Ein Flugzyklus umfasst einen Start und eine Landung.

dass dies nicht ausreichen wird, um den Betrieb auf allen Strecken aufrechtzuerhalten, die Martinair derzeit bedient.

170. Im Rahmen der Marktuntersuchung gab ein Reiseveranstalter ausdrücklich an, dass Flüge von Martinair auf Grund technischer Probleme mit der veralteten Flotte des Unternehmens oft Verspätung haben. Demzufolge hat die Zuverlässigkeit der Dienstleistungen von Martinair abgenommen und das Markenimage des Unternehmens wurde in Mitleidenschaft gezogen. Dies scheint die Wettbewerbsfähigkeit von Martinair hinsichtlich des Passagierluftverkehrs auf Langstrecken kontinuierlich geschwächt zu haben. Ferner ist laut einigen anderen Reiseveranstaltern das Alter der Passagierflugzeugflotte von Martinair das größte Problem von Martinair, das gelöst werden muss, damit Martinair langfristig wirtschaftlich arbeiten kann. Außerdem haben mehrere Reiseveranstalter angegeben, dass sie nicht davon ausgehen, dass der Geschäftsbereich Passagierluftverkehr auf Langstrecken von Martinair nachhaltig ist und sie daher erwarten würden, dass der Geschäftsbereich Passagierluftverkehr von Martinair demnächst eingestellt wird, sollte der geplante Zusammenschluss nicht stattfinden.
171. Um seine Wettbewerbsfähigkeit wiederherzustellen oder um sie auch nur auf dem derzeitigen bereits etwas geschwächten Niveau zu halten, müsste Martinair Investitionen tätigen, um neue Flugzeuge entweder zu kaufen oder zu leasen. Wie in Erwägungsgrund 17 dargelegt, handelt es sich hierbei jedoch um eine strategische Entscheidung, die vom Aufsichtsrat von Martinair genehmigt wird und bei der sowohl KLM als auch Maersk ein Vetorecht besitzen.
172. Maersk hat bereits explizit erklärt, dass das Unternehmen kein strategisches Interesse an seinem Anteil an Martinair hat⁸², da Maersk plant, sich aus dem Fluggesellschaftsgeschäft zurückzuziehen und sich auf das Schifffahrtsgeschäft zu konzentrieren. Dementsprechend hat Maersk kein Interesse, weiter in einen verlustbringenden Geschäftsbereich von Martinair zu investieren.
173. Ein noch wichtigerer Aspekt ist die unsichere Frage, ob KLM weitreichenden Investitionen in die Flotte von Martinair zustimmen würde, solange das Unternehmen nur 50 % der Anteile von Martinair hält, während der Mitgesellschafter Maersk zögert, die notwendigen Investitionen zu tätigen, und KLM nur begrenzten Einfluss auf die Geschäftstätigkeit von Martinair ausübt. Wie bereits dargelegt, ist der Einfluss von KLM auf Martinair in Bezug auf operationelle Entscheidungen wie etwa auf Entscheidungen zur Preisgestaltung, auf Kapazitäts- oder Flugfrequenzsenkungen bzw. -steigerungen auf einzelnen Strecken oder auf die Flugzeugzuteilung auf solchen Strecken begrenzt. Die Lage scheint zu diesem entscheidenden Zeitpunkt jedoch anders zu sein, zu dem Martinair fast seine gesamte Flotte innerhalb nur weniger Monate erneuern muss. Auf Grund des Vetorechts von KLM kann davon ausgegangen werden, dass KLM entscheidenden Einfluss auf Martinair ausüben können, was die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit von Martinair auf dem Passagierluftverkehrsmarkt betrifft.
174. Die Position von KLM wird gestärkt durch die Tatsache, dass es unwahrscheinlich erscheint, dass Maersk seinen Anteil an Dritte anstatt an KLM

82 Siehe Anhang 1 zu Formblatt CO: Bericht von VS Consulting, Folie 67.

verkaufen könnte. Gemäß der Unternehmenssatzung von Martinair muss Maersk seine Anteile zuerst KLM anbieten⁸³. Nur falls keine Übereinkunft zwischen KLM und Maersk erzielt wird, ist Maersk berechtigt, den Verkauf seiner Anteile an Dritte auszuhandeln. Sogar in diesem Fall dürfte es für Maersk jedoch sehr schwierig sein, einen Käufer für einen 50-prozentigen Anteil an einem stark verlustbringenden Unternehmen zu finden, an dem KLM die übrigen 50 % besitzt und dadurch in der Lage ist, strategische Entscheidungen wie die Erneuerung der Flotte von Martinair zu blockieren. Käufer aus dem Finanzsektor haben wahrscheinlich geringes Interesse an den Anteilen, die Maersk gehören, da sie die Kontrolle über Martinair mit KLM teilen müssen und da es keine glaubwürdigen Aussichten darauf gibt, dass die notwendigen Investitionen in die Flotte von Martinair tatsächlich getätigt werden würden⁸⁴. Strategische Käufer wären wahrscheinlich sogar noch weniger geneigt, die Eigentumsrechte mit KLM zu teilen, insbesondere da Martinair nicht nur hinsichtlich der Erneuerung seiner Flotte, sondern auch bei einem Teil seiner Geschäftstätigkeit von KLM abhängt, nämlich was die Systeme für Ertragsrechnung, Reservierungen und Vertrieb betrifft⁸⁵. Da der Geschäftsbereich Passagierluftverkehr von Martinair verlustbringend ist, wären andere Fluggesellschaften wohl eher geneigt, einen eigenen Passagierluftverkehrsbetrieb ab Amsterdam-Schiphol zu starten, als die Eigentumsrechte an Martinair mit dem Wettbewerber KLM zu teilen. Maersk hat nach Angabe der beteiligten Unternehmen diesen gegenüber bestätigt, dass das Unternehmen Gespräche mit anderen beteiligten Unternehmen über den Verkauf seiner Anteile an Martinair geführt hat, dass aber keine dieser anderen beteiligten Unternehmen sich daran interessiert zeigten, Anteile an Martinair zu erwerben, solange KLM die übrigen 50 Prozent besitzt.

175. Diese besonderen Umstände bilden ein wichtiges Element des „Counterfactuals“ für die Bewertung des geplanten Zusammenschlusses. Während die zuvor genannten Nachweise offenbar darauf hindeuten, dass die beteiligten Unternehmen Wettbewerber sind⁸⁶, macht es die besondere Lage von Martinair wahrscheinlich, dass der Wettbewerbsdruck, der von Martinair ausgeübt wird, in absehbarer Zukunft erschüttert werden wird. Aus den oben dargelegten Sachverhalten kann daher geschlossen werden, dass die für Zusammenschlüsse spezifischen Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses in Bezug auf die Geschäftstätigkeit der beteiligten Unternehmen im Bereich des Passagierluftverkehrs wahrscheinlich begrenzt sind⁸⁷.

83 Siehe Artikel 17 der Unternehmenssatzung von Martinair, Anhang 4 zu Formblatt CO.

84 Auch in diesem Zusammenhang muss berücksichtigt werden, dass KLM ein Vetorecht im Hinblick auf diese Investitionen hat.

85 Martinair wird beim Ertragsrechnungssystem von Impala mitbetreut. Martinair nutzt auch das Warenwirtschaftssystem Corda und das Abfertigungssystem Codeco von KLM.

86 Siehe Erwägungsgrund 14 und die weitere Argumentation dieser Entscheidung.

87 Darüber hinaus kann im Zusammenhang mit der Bewertung der Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses hinsichtlich der Geschäftstätigkeit der beteiligten Unternehmen im Bereich Passagierluftverkehr anerkannt werden, dass die Stärke des Wettbewerbsdrucks, der von Martinair ausgeübt wird, auf die derzeitige Art und das Gesamtvolumen der Geschäftstätigkeit von Martinair begrenzt ist, da die Genehmigung von KLM erforderlich ist, um die Flotte von Martinair zu erweitern oder um in eine neue Flotte zu investieren bzw. um die Geschäftsstrategie von Martinair zu ändern (z. B. um zu entscheiden, den Passagierluftverkehr auf Kurzstrecken wieder aufzunehmen).

8.4.2. Allgemeine Marktbedingungen

176. Bei der Analyse von Transaktionen zwischen Fluggesellschaften müssen zahlreiche Variable berücksichtigt werden. Der Belegungsfaktor (d. h. die Kapazitätsnutzung der Flugzeuge in einem bestimmten Zeitraum) und der durchschnittliche Ertrag pro Passagier bestimmen die Rentabilität von Fluggesellschaften. Dementsprechend sind die Anzahl der beförderten Passagiere und der Ertrag pro verkauftem Sitzplatz Kenngrößen für das Wachstum von Fluggesellschaften.
177. Ausgehend von den Betriebskosten und der erwarteten Erlöse können Fluggesellschaften ihren Kostendeckungsfaktor bzw. ihren kritischen minimalen Belegungsfaktor kalkulieren, von dem das Mindestvolumen für einen einträglichen Betrieb auf einer bestimmten Strecke abhängt. Angesichts der hohen Fixkosten von Fluggesellschaften sind die Grenzkosten pro zusätzlichem Passagier an Bord verhältnismäßig niedrig. Daher ist die betriebliche Rentabilität eines bestimmten Flugs umso höher, je mehr Passagiere an Bord sind. Zwar ist ein hoher Belegungsfaktor im Allgemeinen für einen wirtschaftlichen Betrieb notwendig. Es muss jedoch beachtet werden, dass der Belegungsfaktor zwar einer der Indikatoren für die Rentabilität ist, jedoch auch andere Parameter wie etwa die Verfügbarkeit von Sitzplätzen in verschiedenen Buchungsklassen, die Zahl und die Konfiguration der Sitzplätze auf den Flügen oder die Art der Flugzeuge dessen Bedeutung bei der Berechnung der Gesamrentabilität beeinflussen können.
178. Abhängig vom Geschäftsmodell und von der Zusammensetzung der Kunden der jeweiligen Fluggesellschaft kommt einem hohen Belegungsfaktor unterschiedliche Bedeutung zu. Was die vorliegende Sache betrifft, so operieren KLM und Martinair tatsächlich mit verschiedenen Geschäftsmodellen, und die Zusammensetzung des jeweiligen Kundenstamms unterscheidet sich deutlich. Während KLM eine Vollservice-Netzwerkfluggesellschaft ist, die (wenigstens in gewissem Maße) auf Geschäftsreisende mit hohen Erträgen setzt, ist Martinair ein sogenannter „Point To Point Carrier“, der ausschließlich Urlaubsflüge anbietet.
179. Angesichts des höheren durchschnittlichen Ertrags pro Passagier, den KLM (auf Grund der Business-Class-Komponente) im Vergleich zu Martinair erzielt, hängt KLM weniger stark von einem hohen Belegungsfaktor ab als Martinair. Bei Martinair wird praktisch die gesamte Kapazität an Urlaubsreisende verkauft⁸⁸. Die Marktuntersuchung in der vorliegenden Sache bestätigte im Allgemeinen die Notwendigkeit eines hohen Belegungsfaktors, um wirtschaftlich arbeiten zu können. Sie deutete darauf hin, dass der Wegfall einiger weniger Passagiere die Rentabilität eines Flugs beeinträchtigen kann⁸⁹.

⁸⁸ Gemäß der Kundenumfrage gaben 72 % der Befragten, die mit Martinair flogen, als ihren Reisezweck „Freizeit/Urlaub“ an, während nur 38 % der Befragten, die mit KLM flogen, diesen Reisezweck nannten.

⁸⁹ Zwei Urlaubsfluglinien gaben an, dass ein Belegungsfaktor von 90 % notwendig ist, damit Langstreckenflüge zu Urlaubsreisezielen nachhaltig und wirtschaftlich durchgeführt werden können. Ein anderer Marktteilnehmer gab an, dass mit einem gemischten Geschäftsmodell (Geschäfts- und Urlaubsreisende) ein Belegungsfaktor von mindestens 75 % erforderlich ist, um Langstreckenflüge rentabel durchführen zu können. Es sollte jedoch beachtet werden, dass diese Aussagen besonders in Bezug auf einzelne Flüge gelten. Wenn die Rentabilität einer Flugstrecke zu einem bestimmten Reiseziel während einer Saison betrachtet wird, haben die Fluggesellschaften immer auch die Möglichkeit, die

Aufgrund der Notwendigkeit eines hohen Belegungsfaktors sind Fluggesellschaften, und zwar insbesondere jene, die ausschließlich Urlaubsreisende bedienen, schon von geringen Passagierrückgängen äußerst stark betroffen, da selbst solche geringen Rückgänge den Unterschied zwischen rentablem und unrentablem Flugdienst ausmachen können. Infolgedessen kann schon eine kleine Zahl zusätzlicher Passagiere einen hinreichenden Preisdruck ausüben, um Preissteigerungen zu verhindern⁹⁰. Die Notwendigkeit eines besonders hohen Belegungsfaktors bei einer Urlaubsfluglinie kann durch die Tatsache bestätigt werden, dass der derzeitige mittlere Belegungsfaktor von Martinair ungefähr 87,5 % beträgt und das Unternehmen dennoch bedeutsame Verluste erleidet.

8.4.2.1. Besondere Merkmale des Passagierluftverkehrs für Urlaubsreisende

180. Die von der vorliegenden Transaktion betroffenen Strecken sind hauptsächlich die Strecken von Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel zu Urlaubsreisezielen. Mit Ausnahme von Miami, Vancouver und Toronto sind alle anderen Strecken, nämlich Aruba, Curacao, Punta Cana, Cancun und Havanna, „Sonnen- und Strandurlaubsziele“. Innerhalb dieser Gruppe unterscheiden sich Aruba und Curacao von den anderen drei Reisezielen durch einen verhältnismäßig hohen Anteil an ethnisch bedingtem Passagierverkehr⁹¹ (etwa 20 %) und das Vorhandensein kultureller Bindungen zu den Niederlanden. Auf jeden Fall ist den fünf „Sonnen- und Strandurlaubszielen“ ein niedriger Anteil an Geschäftsreisenden an der Gesamtzusammensetzung der Nachfrage gemeinsam⁹². Dementsprechend gehören diese Urlaubsreiseziele zum Luftverkehr mit niedrigem Ertrag.

181. Im Allgemeinen ist die Nachfrage von Urlaubsreisenden eher unbeständig, da die Kunden sehr empfindlich auf Nachfrageschocks reagieren, weil sie die Urlaubsreisen eigentlich nicht unbedingt benötigen. Die Marktuntersuchung und die Kundenumfrage bestätigten dies. Sie zeigten, dass niederländische Urlaubsreisende eher empfindlich auf Nachfrageschocks wie beispielsweise Preiserhöhungen reagieren.

182. Um die Behauptung zu stützen, dass Urlaubsreisende sehr preisbewusst sind, haben die beteiligten Unternehmen einige Schätzungen zur Flugpreiselastizität sowie die Ergebnisse eines Feldexperiments vorgelegt, das die Einführung der niederländischen

Kapazität zu senken (beispielsweise durch den Einsatz kleinerer Flugzeuge, durch Senkung der Frequenz usw.), um ihren Belegungsfaktor zu verbessern.

⁹⁰ Im Rahmen der Marktuntersuchung nannte ein Befragter ein Beispiel, bei dem das Wegfallen nur eines einzigen Passagiers, der 500 EUR bezahlt, die zusätzlichen Gewinne durch eine Ticketpreiserhöhung von 5 EUR bei 100 Passagieren zunichte machen würde. Daher definiert sich aufgrund der niedrigen Grenzkosten pro zusätzlichem Passagier und aufgrund der Tatsache, dass Sitzplätze im Passagierluftverkehr „verderbliche Waren“ sind, das Fluggesellschaftsgeschäft durch das Bestreben, zusätzliche Passagiere anzuwerben.

⁹¹ Unter „ethnisch bedingtem Passagierverkehr“ ist in diesem Zusammenhang der Verkehr von Passagieren zu verstehen, die ihre Wurzeln oder Verwandte auf den Niederländischen Antillen haben und daher zwischen den Niederlanden und den Niederländischen Antillen reisen. Dazu gehören beispielsweise Einwohner der Niederlande, die ihre Wurzeln auf den Niederländischen Antillen haben und dorthin reisen, um Verwandte zu besuchen oder ihr Herkunftsland zu erkunden.

⁹² Gemäß einer Analyse des Zwecks der Reise, die die beteiligten Unternehmen vorlegten, liegt der Anteil der Geschäftsreisenden auf den Strecken von Amsterdam nach Aruba, Curacao, Cancun, Havanna und Punta Cana zwischen 0 % und 8 %, während Urlaubsreisen nach wie vor der wichtigste Reisezweck bei diesen Reisezielen sind.

Flugticketsteuer am Flughafen Amsterdam-Schiphol darstellte⁹³. Hinsichtlich der Elastizität der Flugpreise haben die beteiligten Unternehmen einige Arbeiten analysiert, die zeigen, dass die Preiselastizität bei Urlaubsreisenden weit über 1 liegt⁹⁴. Ferner leiten die beteiligten Unternehmen aus den Auswirkungen der Einführung der niederländischen Umweltsteuer am Flughafen Amsterdam-Schiphol gemäß der Schätzung des niederländischen Planungsbüros für Wirtschaftspolitikanalyse (Centraal Planbureau) eine Preiselastizität von 1,7 ab. Diese Nachweise deuten darauf hin, dass es gewöhnlich eine signifikante Kundenreaktion auf Veränderungen der Flugpreise gibt.

183. Diese Studien liefern einige interessante Hinweise, können aber nur als eingeschränkt gültig angesehen werden:⁹⁵ Aufgrund der großen Heterogenität der Reisenden können die Ergebnisse der genannten Quellen (die sich in erster Linie auf Passagiere mit anderen Reisezielen konzentrieren, insbesondere auf Passagiere, die von/nach Australien reisen) nur in sehr begrenztem Umfang auf das Preisbewusstsein niederländischer Urlaubsreisender übertragen werden.

8.4.2.2. Nähe/Asymmetrie des Wettbewerbs zwischen KLM und Martinair

184. Es gibt einige klare Unterschiede zwischen KLM und Martinair hinsichtlich ihrer Marktpositionierung und ihrer Geschäftsmodelle. Der Kundenstamm von Martinair besteht überwiegend aus Urlaubsreisenden⁹⁶. Martinair bietet keine Business Class an und verfügt nur über sehr wenige zeitbewusste Passagiere. Martinair ist ein sogenannter „Point To Point Carrier“, der sich hauptsächlich auf Urlaubsreisende konzentriert. Damit unterscheidet sich das Geschäftsmodell des Unternehmens grundlegend vom dem von Air France-KLM. Air France KLM ist eine Netzwerkfluggesellschaft mit einer anderen Zusammensetzung der Passagiere, bei denen Urlaubsreisende im Allgemeinen nur eine Minderheit ausmachen.

185. Die Kundenumfrage hat ein beträchtliches Maß an Asymmetrie zwischen den beteiligten Unternehmen gezeigt. Konkret wurde mit der Umfrage direkt geprüft, ob Kunden der verschiedenen Fluggesellschaften in Erwägung gezogen hätten, mit einer anderen Fluggesellschaft zu reisen, wenn der Preis, den sie bezahlt haben, um 5-10 %

93 Siehe LECG, Critical loss analysis and evidence of passenger behaviour [Kritische Verlustanalyse und Nachweis des Passagierverhaltens], ein Bericht für KLM und Martinair, der für die vorliegende Transaktion erstellt wurde.

94 Beispielsweise beträgt die Preiselastizität in Bezug auf Reisende von Australien in die USA 1,83; von Australien zu anderen Auslandszielen beträgt die Preiselastizität 1,70.

95 Unter den sechs Arbeiten, die in der Studie von LECG zitiert werden, handelt es sich nur bei einer Arbeit um ein offizielles Papier, das in einer wirtschaftswissenschaftlichen Fachzeitschrift veröffentlicht wurde [Taplin 1997 – Journal of Transport Economics and Policy]. Bei den anderen fünf Quellen handelt es sich um unveröffentlichte Berichte oder um Arbeitsdokumente.

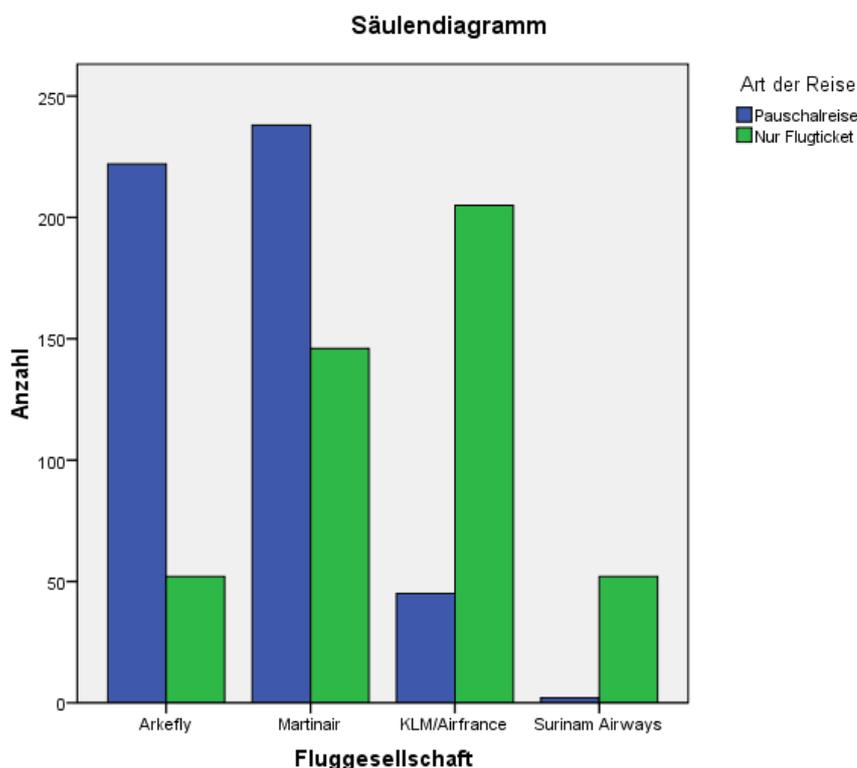
96 Gemäß einer Umfrage, die Martinair im Zeitraum Juni bis Oktober 2007 durchführte, um die Gründe für die Buchung eines Flugs von Martinair zu untersuchen, gaben mehr als 90 % aller befragten Passagiere „Urlaub“ oder „Besuch von Freunden“ als Zweck ihrer Reise an. Nur 3 % bis 4 % nannten „Geschäftliche Gründe“ als Zweck ihrer Reise. Martinair bietet eine Economy Class und eine Comfort Class an. Passagiere in der Comfort Class bezahlen 49 EUR Aufschlag und erhalten dafür 10 % zusätzliche Beinfreiheit und ein hochwertigeres Kaffeeangebot. Es gibt hinsichtlich des Zwecks der Reise keinen bedeutsamen Unterschied zwischen den Passagieren, die in der Economy Class und jenen, die in der Comfort Class reisen. (Von den Passagieren in der Economy Class gaben 68 % „Urlaub“ und 23 % „Besuch von Freunden und Verwandten“ als Zweck ihrer Reise an. Von den Passagieren in der Comfort Class waren dies 73 % bzw. 20 %).

erhöht worden wäre⁹⁷. Gemäß den gegebenen Antworten betrachten die meisten Passagiere von Martinair, die nach Aruba und Curacao reisten, KLM als mögliche Alternative. In Bezug auf Aruba betrachteten 55 % der Passagiere von Martinair KLM als Alternative, 17 % zogen keine andere Fluggesellschaft in Betracht, und 15 % zogen ArkeFly in Betracht. In Bezug auf Curacao betrachteten 51 % der Passagiere von Martinair KLM als Alternative, 21 % zogen keine andere Fluggesellschaft in Betracht, und 17 % zogen ArkeFly in Betracht. Andererseits zogen die meisten Passagiere von Martinair, die nach Havanna oder Cancun reisten, keine andere Fluggesellschaft als Alternative in Betracht (43 % bzw. 53 %).

186. Ein viel kleinerer Anteil der Passagiere von KLM scheint hingegen Martinair als mögliche Alternative für alle untersuchten Strecken in Betracht zu ziehen. So gab die Mehrheit der Passagiere von KLM unabhängig von der Strecke an, keine andere Fluggesellschaft in Betracht zu ziehen. Zudem scheint der Anteil der Passagiere von KLM mit Reiseziel Curacao, die ArkeFly als alternative Fluggesellschaft in Betracht ziehen (27 %), höher zu sein, als der Anteil derjenigen, die Martinair als alternative Fluggesellschaft in Betracht ziehen (23 %).
187. Auf Grund dieser Ergebnisse muss gefolgert werden, dass KLM einen bedeutend höheren Wettbewerbsdruck auf Martinair ausübt als umgekehrt.
188. Die Unterschiede zwischen KLM und Martinair mit Blick auf das Geschäftsmodell zeigen sich auch auf dem Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter, da Martinair viel eher eine „Fluggesellschaft für Reiseveranstalter“ ist als KLM. KLM verkauft im Durchschnitt nicht mehr als [10-20]*% seiner Kapazität bei Flügen zu Urlaubsreisezielen an Reiseveranstalter. Martinair hingegen verkauft ungefähr [50-60]*% seiner Kapazität an Reiseveranstalter; auf einigen Strecken sogar mehr als [90-100]*%. Wie Schaubild 2 zeigt, bestätigt die Zusammensetzung der Befragten der Kundenumfrage diese Unterschiede zwischen KLM und Martinair. So kann man feststellen, dass die Mehrzahl der Befragten, die mit Martinair fliegen, eine Pauschalreise gekauft hat (62 %), während die große Mehrheit der Kunden von KLM ein reines Flugticket gekauft hat (82 %).

⁹⁷ Es soll ausdrücklich darauf hingewiesen werden, dass diese Frage nur Passagieren gestellt wurde, die mit reinen Flugtickets reisten.

Schaubild 2: Zusammensetzung der Befragten nach Fluggesellschaft und nach Art der Reise



189. Daher können die beiden Fluggesellschaften trotz der Tatsache, dass sowohl KLM als auch Martinair ihren Knotenpunkt bzw. ihren Sitz in Amsterdam haben, nicht in jeder Hinsicht als enge Substituierungen betrachtet werden. Zudem deutete die Marktuntersuchung und die Kundenumfrage darauf hin, dass nicht nur Martinair, sondern auch ArkeFly tendenziell einen höheren Anteil an Pauschalreisekunden aufweisen als KLM. Martinair scheint in Bezug auf die Marktpositionierung somit näher bei ArkeFly als bei KLM zu stehen.

8.4.2.3. Eintrittsschranken und Expansionshindernisse

190. Bei der Analyse der Märkte für Fluggesellschaften ist zu berücksichtigen, dass der Markteintritt oder die Expansion einer Fluggesellschaft einer Reihe gesetzlicher Bedingungen unterliegt, die vom jeweiligen Land der Geschäftstätigkeit abhängen und die den Markteintritt möglicherweise erschweren. Normalerweise gibt es drei Arten von Eintrittsschranken und Expansionshindernissen für Fluggesellschaften. Sie bestehen (1) aus gesetzlichen Schranken hinsichtlich der Verkehrsrechte, (2) aus Einschränkungen der Zeitnischen, die an einem bestimmten Flughafen möglicherweise gelten und (3) aus hohen verlorenen Kosten, die mit der Gründung eines Unternehmens verbunden sind.

Verkehrsrechte

191. Was die Verkehrsrechte betrifft, muss beachtet werden, dass die internationale Luftfahrt durch ein Netz bilateraler Luftverkehrsabkommen reguliert wird, die zwischen Einzelstaaten oder auf der Ebene regionaler Organisationen geschlossen wurden. Die

Luftverkehrsabkommen regeln die Bedingungen, zu denen Fluggesellschaften Flugdienste zwischen den zwei Unterzeichnerstaaten bzw. -organisationen anbieten können. In den Luftverkehrsabkommen können z. B. Strecken, die bedient werden dürfen, die Anzahl der Fluggesellschaften, die zugelassen werden dürfen, um die Strecken zu bedienen, sowie deren Nationalität, die wöchentliche/monatliche Sitzplatzkapazität, die Anzahl der Flugfrequenzen, die Größe der Flugzeuge sowie Preise angegeben werden.

192. Die sich daraus ergebenden rechtlichen Rahmenbedingungen sind vielfältig. Sie reichen von restriktiven Abkommen, bei denen nur eine Fluggesellschaft aus jedem Land benannt werden kann, die die Strecke bedienen darf (einzige Benennung), wobei alle anderen operationellen Parameter vom jeweiligen Luftverkehrsabkommen geregelt werden, bis hin zu umfassenden Abkommen wie etwa „Open-Skies-Abkommen“, bei denen viele der rechtlichen Schranken reduziert werden. Open-Skies-Abkommen ermöglichen eine uneingeschränkte Benennung und einen uneingeschränkten Zugang zum Markt, uneingeschränkte Flugfrequenzen usw. Ein Beispiel für ein umfassendes Abkommen ist das Luftverkehrsabkommen zwischen der EU und den USA⁹⁸.

193. Ein gemeinsamer Aspekt all dieser Abkommen ist die Tatsache, dass unabhängig davon, ob die Abkommen eine einzige/mehrfache oder uneingeschränkte Benennung ermöglichen, die Genehmigung, die relevanten Strecken zu bedienen, normalerweise Fluggesellschaften vorbehalten ist, die im Besitz und unter Kontrolle von Staatsangehörigen der Unterzeichnerstaaten sind, was eine Eintrittsschranke darstellt. Im November 2002 befand der Europäische Gerichtshof, dass bei einem Luftverkehrsabkommen zwischen einem Mitgliedsstaat und einem Drittland, das ausschließlich die Benennung von Unternehmen gestattet, welche im Besitz und unter Kontrolle von Staatsangehörigen des unterzeichnenden EU-Mitgliedsstaats sind, eine solche Benennung diskriminierend ist und gegen EG-Recht verstößt⁹⁹. Demzufolge muss jeder Mitgliedsstaat jeder EU-Fluggesellschaft mit einer Niederlassung auf dem betreffenden Hoheitsgebiet gleiche Marktzugangsrechte für Strecken zu Reisezielen außerhalb der Gemeinschaft gewähren (die sogenannte „Staatsangehörigkeitsklausel“ muss durch die „Gemeinschaftsklausel“ ersetzt werden). Luftverkehrsabkommen zwischen Mitgliedstaaten und Drittländern müssen so abgeändert werden, dass sichergestellt ist, dass der Verkehr auf einer soliden rechtlichen Basis betrieben wird. Bisher wurden 777 existierende Abkommen entsprechend angepasst, entweder durch Mitgliedstaaten und Drittländer oder durch Abkommen, die direkt von der Gemeinschaft ausgehandelt wurden (38 „horizontale“ Abkommen wurden ausgehandelt).

194. Bei der Bewertung der Marktstruktur und der Möglichkeiten des Markteintritts bei Langstreckenflügen berücksichtigte die Kommission auch vorhandene spezifische rechtliche Schranken, die aus diesem Netz von Luftverkehrsabkommen hervorgehen, wie etwa die Frage, ob die gemeinschaftliche Benennungsklausel anerkannt wird oder nicht, um festzustellen, inwieweit andere Fluggesellschaften, ob diese nun aus europäischen oder aus Drittländern stammen, von den erforderlichen Verkehrsrechten und der erforderlichen operationellen Flexibilität profitieren können, um effektiv mit den beteiligten Unternehmen konkurrieren zu können. Die relevanten Luftverkehrsabkommen und insbesondere die Frage, inwieweit diese den Markteintritt

⁹⁸ ABl. L 134 vom 25.5.2007, S. 1

⁹⁹ Urteile des Gerichtshofes in der Sache C-466/98 und andere vom 5. November [2002], Slg. 2002, I-9427.

oder die Expansion bei den betroffenen Strecken im vorliegenden Fall beeinträchtigen, werden ausführlicher in Abschnitt 8.4.3 erörtert.

Einschränkungen der Zeitnischen

195. Eine andere Schranke, mit der sich Fluggesellschaften häufig konfrontiert sehen, ist die Verfügbarkeit von Zeitnischen an überlasteten Flughäfen. Es gibt drei Kategorien der Überlastung, mit denen Flughäfen klassifiziert werden: nicht koordinierte Flughäfen (Flughäfen mit Kapazitäten, die für die Nachfrage ausreichend sind), flugplanvermittelte Flughäfen (Flughäfen, die zu bestimmten Zeiten zu Überlastungen neigen, welche durch freiwillige Zusammenarbeit der Fluggesellschaften bewältigt werden, was durch einen Flugplanvermittler unterstützt wird) und koordinierte Flughäfen (Flughäfen, bei denen die Nachfrage die Kapazität übersteigt und bei denen Fluggesellschaften von einem unabhängigen Koordinator anhand von transparenten Regeln Zeitnischen zum Starten und Landen zugewiesen werden müssen). Dementsprechend benötigen Fluggesellschaften, die Flüge von überlasteten Flughäfen anbieten, eine Genehmigung, um die vom Zeitnischenkoordinator zugewiesene Infrastruktur zu nutzen. Je nach Art der Flüge (Kurzstrecke/Langstrecke) sind verschiedene Zeitnischen geeignet. Während für Kurzstreckenflüge Zeitnischen am frühen Morgen und spät nachts erforderlich sind, die pro Tag mindestens zwei Hin- und Rückflüge ermöglichen, werden Langstreckenflüge meist eher am Nachmittag durchgeführt, damit die Flugzeuge am Morgen am Zielort ankommen.

196. Was die vorliegende Sache betrifft, so machen die beteiligten Unternehmen geltend, dass keiner der Flughäfen, um die es für die Flüge im Rahmen der vorliegenden Transaktion geht, im Hinblick auf Langstreckenflüge zu Urlaubsreisezielen überlastet ist, da diese sich durch Flexibilität bei der Abflugzeit auszeichnen. Die Marktuntersuchung der Kommission hat im Allgemeinen die Vorlage der beteiligten Unternehmen bestätigt, außer im Falle des Flughafens Düsseldorf, der von allen drei alternativen Abflughäfen die stärkste Überlastung aufzuweisen scheint¹⁰⁰. Zwar ist auch Schiphol während der Spitzenzeiten überlastet. Doch die Fluggesellschaften, die nicht zeitbewusste Urlaubsreisende bedienen, sind so flexibel, dass sie ihre Flüge außerhalb der Spitzenzeiten einplanen können. Was die Verfügbarkeit von Zeitnischen an den Zielflughäfen betrifft, scheint keiner der Flughäfen im Hinblick auf Langstreckenflüge überlastet zu sein¹⁰¹. Dementsprechend scheint, dass Einschränkungen der Zeitnischen hinsichtlich dieses spezifischen Falls des Passagierluftverkehrs von Urlaubsreisenden auf Langstrecken keine signifikante Eintrittsschranke darstellen.

Mindestvolumen für die rentable Durchführung des Passagierluftverkehrs auf Langstrecken

197. Ferner haben neue Fluggesellschaften hohe verlorene Kosten zu tragen, hauptsächlich für den Kauf bzw. das Leasing von Flugzeugen und für die Rekrutierung des erforderlichen Personals. Zudem erfordert der Aufbau eines Standorts bzw. eines Knotenpunkts an einem Flughafen normalerweise ein gewisses Mindestvolumen, damit der Standort bzw. der Knotenpunkt rentabel arbeiten kann. Was die vorliegende Sache

¹⁰⁰ Gemäß der Flughafen Düsseldorf GmbH ist der Flughafen während der Spitzenzeiten überlastet. Diese sind montags bis freitags von 6.00 Uhr bis 12.00 Uhr und von 16.00 bis 22.00 Uhr, samstags von 6.00 bis 7.00 Uhr und von 9.00 bis 14.00 Uhr und sonntags von 16.00 bis 22.00 Uhr.

¹⁰¹ Was den Flughafen Havanna betrifft, waren die beteiligten Unternehmen nicht in der Lage, Informationen über das Maß der Überlastung zu liefern.

betrifft, so deutete die Marktuntersuchung unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale der Märkte für Langstreckenflüge für Urlaubsreisende darauf hin, dass eine Fluggesellschaft für einen wirtschaftlichen Betrieb neben einer guten Kostenstruktur mindestens drei bis vier Flugzeuge benötigt, um eine hinreichende Flugfrequenz zu vier bis fünf Langstreckenzielen zu erzielen. Zudem müssen Fluggesellschaften, wenn sie ihren Geschäftsbetrieb auf einzelnen Strecken starten, in der Lage und bereit sein, die finanziellen Risiken und mögliche Gegenmaßnahmen der etablierten Unternehmen zu bewältigen. Dementsprechend stellt das in diesem Erwägungsgrund beschriebene, für einen einträglichen Betrieb erforderliche Mindestvolumen für neue Anbieter, die im Bereich des Passagierluftverkehrs auf Langstrecken noch gar nicht tätig sind, oder für vorhandene Anbieter, die einen Betrieb auf den betroffenen Strecken aufnehmen möchten, wenn sie entweder an den Startflughäfen Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel oder an den Zielflughäfen, die von beiden beteiligten Unternehmen bedient werden (d. h. Vancouver, Toronto, Miami, Punta Cana, Cancun, Havanna, Curacao oder Aruba), noch nicht über einen Standort bzw. einen Knotenpunkt für Langstreckenflüge verfügen, eine weitere erhebliche Eintrittsschranke bzw. ein weiteres erhebliches Expansionshindernis dar.

8.4.3. Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden

198. Im Hinblick auf die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden wirkt sich der geplante Zusammenschluss am stärksten auf die Beförderung von niederländischen Urlaubsreisenden ab Amsterdam zu verschiedenen Urlaubsreisezielen aus.

199. Im Einklang mit den in Abschnitt 8.3 erörterten Marktdefinitionen werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses anhand aller möglicher Alternativmärkte bewertet, und zwar:

- (i) ausgehend von den hypothetischen größeren Märkten für die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für niederländische Urlaubsreisende zu allen Langstreckenzielen, sowohl ausschließlich ab Amsterdam als auch ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf
- (ii) ausgehend von den hypothetischen größeren Märkten für die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für niederländische Urlaubsreisende zu Langstreckenzielen im Großraum Karibik, sowohl ausschließlich ab Amsterdam als auch ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf
- (iii) auf der Ebene der einzelnen Städtepaare Ausgangsort/Zielort (O&D), bei denen sich die Geschäftstätigkeit der beteiligten Unternehmen überschneidet, nämlich:
 - (a) Amsterdam – Vancouver („AMS-YVR“) und Amsterdam/Düsseldorf/Brüssel – Vancouver („AMS/DUS/BRU-YVR“)
 - (b) Amsterdam – Toronto („AMS-YYZ“) und Amsterdam/Düsseldorf/Brüssel – Toronto („AMS/DUS/BRU-YYZ“)
 - (c) Amsterdam – Miami („AMS-MIA“) und Amsterdam/Düsseldorf/Brüssel – Miami („AMS/DUS/BRU-MIA“)
 - (d) Amsterdam/Düsseldorf/Brüssel – Havanna („AMS/DUS/BRU-HAV“)
 - (e) Amsterdam/Düsseldorf/Brüssel – Punta Cana („AMS/DUS/BRU-PUJ“)
 - (f) Amsterdam – Cancun („AMS/DUS/BRU-CUN“)

- (g) Amsterdam – Curacao („AMS-CUR“)¹⁰² Amsterdam – Aruba („AMS-AUA“)¹⁰³.

8.4.3.1. Passagierluftverkehr für niederländische Urlaubsreisenden ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu allen Langstreckenzielen

200. Ausgehend von der von den beteiligten Unternehmen vorgeschlagenen breitestmöglichen Marktdefinition, nämlich von einem Markt für den Passagierluftverkehr für niederländische Urlaubsreisende ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu allen Langstreckenzielen, schätzen die beteiligten Unternehmen ihren Marktanteil zusammen auf [40-50]*% (KLM: [30-40]*%, Martinair: [10-20]*%)¹⁰⁴. Wenn dieser Markt ausschließlich auf den Markt der niederländischen Urlaubsreisenden begrenzt würde, die ab Flughafen Amsterdam-Schiphol fliegen, wäre der gemeinsame Marktanteil der beteiligten Unternehmen etwas höher, nämlich [40-50]*% (KLM: [30-40]*% und Martinair: [10-20]*%)¹⁰⁵.
201. Martinair und KLM sind die einzigen Fluggesellschaften mit Sitz in Amsterdam, die nicht vertikal mit einem Reiseveranstalter integriert sind. Folglich ist es selbstverständlich, dass ihre Marktanteile verhältnismäßig hoch sind. Diese verhältnismäßig hohen Marktanteile können jedoch nicht unbedingt als Indikator der Marktmacht auf diesem breitestmöglichen hypothetischen Markt interpretiert werden, der von den beteiligten Unternehmen vorgeschlagen wurde.
202. Erstens gibt es, wie ausführlicher in den Erwägungsgründen 184 bis 189 erläutert wurde, klare Unterschiede bei den Geschäftsmodellen der beteiligten Unternehmen und ihrer Marktpositionierung, infolge derer eine bedeutsame Asymmetrie hinsichtlich des Wettbewerbsdrucks vorliegt, den die beteiligten Unternehmen vor der Transaktion aufeinander ausüben. Eventuelle wettbewerbsfeindliche Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses sind dadurch bereits von vornherein begrenzt.

¹⁰² Wie bereits in Abschnitt 8.3 über die Marktdefinition angemerkt wurde, gibt es keine direkten oder indirekten Flüge ab Düsseldorf und Brüssel nach Aruba und Curacao. In Bezug auf diese beiden Reiseziele schließt die Bewertung daher nur Flüge ab Amsterdam ein.

¹⁰³ Siehe Bemerkung in der vorherigen Fußnote.

¹⁰⁴ Diese Schätzung beruht auf Zahlen der Schiphol-Umfrage von 2007 sowie auf Zahlen der NIPO-Umfrage „Continu Vakantie Onderzoek“ („NIPO-Umfrage“). Laut der Schiphol-Umfrage flogen 2007 etwa 1,709 Millionen Passagiere ab Flughafen Amsterdam-Schiphol zu Langstreckenzielen. Laut der NIPO-Umfrage flogen ungefähr 93 % der niederländischen Urlaubsreisenden zu Langstreckenzielen ab Schiphol, während im Durchschnitt ungefähr 4 % der niederländischen Urlaubsreisenden von den Flughäfen Brüssel und Düsseldorf abflogen. Das heißt, dass insgesamt etwa 1,783 Millionen niederländische Urlaubsreisende von den Flughäfen Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf abflogen. Von dieser Gruppe wurden rund [...] * niederländische Urlaubsreisende von KLM befördert. Im Jahr 2007 beförderte Martinair fast [...] * Passagiere zu Langstreckenzielen, von denen etwa [...] * % Geschäftsreisende waren. Folglich beförderte Martinair im Jahr 2007 ungefähr [...] * Urlaubsreisende. Es ist zu beachten, dass sich die Schätzungen der beteiligten Unternehmen auf *alle* Langstreckenziele beziehen. Nicht angegeben wird, welche dieser Ziele als *Urlaubsziele* betrachtet werden sollten.

¹⁰⁵ Quelle dieser Marktanteilschätzungen siehe vorherige Fußnote. Diese Schätzungen schließen sowohl Verkäufe reiner Flugtickets an Endkunden als auch Verkäufe von Sitzplätzen an Reiseveranstalter ein. Nach Angaben der beteiligten Unternehmen würden ihre Marktanteile jedoch nicht wesentlich differieren, wenn diese Marktanteile auf Verkäufe reiner Flugtickets beschränkt wären; siehe Randnr. 167 des Formblatts CO.

203. Zweitens können Kunden ausgehend von diesem breitestmöglichen hypothetischen Markt nach wie vor entscheiden, ob sie die von den beteiligten Unternehmen angebotenen Flüge durch eine Vielzahl anderer Langstreckenziele weltweit substituieren, die nicht von den beteiligten Unternehmen bedient werden, oder durch Flüge zum selben Reiseziel, die von konkurrierenden Fluggesellschaften angeboten werden. Diese Alternativen machen noch [50-60]*% des Markts aus. Tatsächlich sind zahlreiche Konkurrenten auf diesem hypothetischen Markt aktiv, auf die Kunden ausweichen könnten. Neben mehreren Fluggesellschaften, die Flüge ab Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel in den Großraum Karibik anbieten (siehe Erwägungsgrund 209), gibt es eine Vielzahl anderer Fluggesellschaften, die Reiseziele in Afrika, dem Nahen Osten, in Nord- und Südamerika sowie in Asien ab Schiphol und ab den angrenzenden Flughäfen Düsseldorf und Brüssel bedienen. Beispiele für Fluggesellschaften, die Urlaubsreisende ab Düsseldorf und Brüssel zu Langstreckenzielen befördern, sind Air Berlin, Emirates (beide fliegen ab Düsseldorf) und Etihad (fliegt ab Brüssel).
204. Aufgrund der charakteristischen Merkmale des Passagierluftverkehrs auf Langstrecken scheint es auch, dass viele dieser Konkurrenten in der Lage wären, ihre Kapazität schnell zu erhöhen, zumindest auf den Strecken, auf denen sie bereits präsent sind. Wie in den Erwägungsgründen 195 und 196 angemerkt wurde, erfordern Langstreckenflüge im Passagierluftverkehr nicht unbedingt Zeitnischen während der Spitzenzeiten, und außerhalb der Spitzenzeiten sind an den Flughäfen Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel noch Zeitnischen verfügbar. Gesetzliche Einschränkungen gemäß den geltenden bilateralen Luftfahrtabkommen begrenzen möglicherweise die maximale Zahl der Flugfrequenzen, die auf bestimmten Strecken bedient werden dürfen. Doch dies wäre nur in Bezug auf einige Reiseziele der Fall, die zum relevanten Markt gehören. Es würden noch genügend andere Reiseziele verbleiben, bei denen solche gesetzlichen Einschränkungen nicht verhindern würden, dass Konkurrenten von KLM und Martinair ihre Kapazität erhöhen oder neue Flugdienste starten.
205. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.
206. Unter Beachtung dieser Umstände, insbesondere auch unter Berücksichtigung der zahlreichen Alternativen, die auf dem hypothetischen Markt für den Passagierluftverkehr für niederländische Urlaubsreisende ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu allen Langstreckenzielen vorhanden sind, des signifikanten Preisbewusstseins von Urlaubsreisenden im Allgemeinen und der begrenzten Expansionshindernisse für vorhandene Wettbewerber, die auf Strecken von Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel zu verschiedenen Langstreckenzielen weltweit bereits präsent sind, muss gefolgert werden, dass der geplante Zusammenschluss unabhängig von der Antwort doch auf jeden Fall den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt

oder einem wesentlichen Teil desselben nicht behindern würde, was diesen breiten hypothetischen Markt betrifft.

8.4.3.2. Passagierluftverkehr für niederländische Urlaubsreisende ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf in den Großraum Karibik

207. Ausgehend von der von den beteiligten Unternehmen vorgeschlagenen alternativen Marktdefinition, nämlich von einem Markt für den Passagierluftverkehr für niederländische Urlaubsreisenden ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf in den Großraum Karibik, der Jamaika, Kuba, Haiti, die Dominikanische Republik, Surinam, die Bahamas, Antigua, die Niederländischen Antillen und andere karibische Inseln umfasst, würde der gemeinsame Marktanteil der beteiligten Unternehmen etwa [60-70]*% betragen (KLM: [30-40]*%, Martinair: [20-30]*%)¹⁰⁶. Wenn dieser Markt ausschließlich auf den Markt der niederländischen Urlaubsreisenden begrenzt würde, die ab Flughafen Amsterdam-Schiphol fliegen, wäre der gemeinsame Marktanteil der beteiligten Unternehmen etwas höher, nämlich [60-70]*% (KLM: [30-40]*% und Martinair: [30-40]*%)¹⁰⁷.

208. Auch diese verhältnismäßig hohen Marktanteile können nicht unbedingt als Indikator der Marktmacht auf diesem alternativen Markt interpretiert werden, der von den beteiligten Unternehmen vorgeschlagen wurde. Wie ausführlicher in den Erwägungsgründen 184 bis 189 erläutert wurde, gibt es klare Unterschiede bei den Geschäftsmodellen der beteiligten Unternehmen und ihrer Marktpositionierung, infolge derer eine bedeutsame Asymmetrie hinsichtlich des Wettbewerbsdrucks vorliegt, den die beteiligten Unternehmen vor der Transaktion aufeinander ausüben. Eventuelle wettbewerbsfeindliche Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses sind dadurch bereits von vornherein begrenzt.

209. Zudem gilt ähnlich wie bei den Sachverhalten, die im Hinblick auf den größeren Markt erörtert wurden, der alle Langstreckenziele umfasst, auch für diesen alternativen Markt, der alle Reiseziele im Großraum Karibik umfasst, dass die Kunden nach wie vor

¹⁰⁶ Auch diese Schätzung beruht auf der Schiphol-Umfrage 2007 sowie auf der NIPO-Umfrage 2007. Laut der Schiphol-Umfrage flogen 2007 etwa 376 000 Passagiere ab Flughafen Amsterdam-Schiphol auf die Niederländischen Antillen und in den Großraum Karibik. Laut der NIPO-Umfrage flogen ungefähr 93 % der niederländischen Urlaubsreisenden ab Schiphol in diese Region, während ungefähr 4 % der niederländischen Urlaubsreisenden von den Flughäfen Brüssel und Düsseldorf abflogen. Dies bedeutet, dass insgesamt 392 000 niederländische Passagiere von den Flughäfen Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf auf die Niederländischen Antillen und in den Großraum Karibik (einschließlich Surinam) flogen. Gemäß der Schiphol-Umfrage wurden aus dieser Gruppe ungefähr [...] * Urlaubsreisende (die alle ab Schiphol flogen) von KLM befördert. Im Jahr 2007 wurden etwa [...] * Passagiere (geschätzter Wert) in dieser Region von Martinair befördert. Die letztgenannte Zahl schließt die Passagiere von Martinair des Jahres 2007 mit ein, die nach Aruba ([...] *), Curacao ([...] *), Havanna ([...] *), Paramaribo ([...] *), Punta Cana ([...] *), Puerto Plata ([...] *) und Varadero ([...] *) geflogen sind. Da im Schnitt ungefähr [...] *% der Passagiere von Martinair aus geschäftlichen Gründen reisen, wird geschätzt, dass Martinair im Jahr 2007 [...] * Urlaubsreisende beförderte.

Außerdem schließen die Marktanteile Passagiere nach Paramaribo mit ein. Wenn Paramaribo ausgeschlossen würde, wären die Marktanteile der beteiligten Unternehmen etwas geringer.

¹⁰⁷ Quelle dieser Marktanteilschätzungen siehe vorherige Fußnote. Diese Schätzungen schließen sowohl Verkäufe reiner Flugtickets an Endkunden als auch Verkäufe von Sitzplätzen an Reiseveranstalter ein. Nach Angaben der beteiligten Unternehmen würden ihre Marktanteile [20-30]*% bzw. [30-40]*% betragen, wenn diese Marktanteile auf Verkäufe reiner Flugtickets beschränkt wären; siehe Randnr. 173 des Formblatts CO.

entscheiden können, ob sie die von den beteiligten Unternehmen angebotenen Flüge durch eine Vielzahl anderer Langstreckenziele in dieser Region substituieren, die von konkurrierenden Fluggesellschaften angeboten werden, oder durch Flüge zum selben Reiseziel, die von konkurrierenden Fluggesellschaften angeboten werden. Diese Alternativen machen rund [30-40]*% des Markts aus. Zu den Wettbewerbern gehören insbesondere ArkeFly (bietet Flüge von Amsterdam zu den Niederländischen Antillen, in die Dominikanische Republik, nach Jamaika, Mexiko und Kuba an), British Airways und Virgin Atlantic (bieten u. a. Flüge von Amsterdam nach Barbados, Dominica, Grenada, St. Lucia und Tobago an¹⁰⁸), LTU (bietet Flüge von Düsseldorf in die Dominikanische Republik, nach Jamaika und Kuba an), Condor (bietet Flüge von Düsseldorf und/oder Frankfurt nach Antigua, Barbados, die Dominikanische Republik, Grenada, Jamaika und Tobago an) sowie Jetairfly (bietet Flüge von Brüssel in die Dominikanische Republik und nach Jamaika an).

210. Aufgrund der charakteristischen Merkmale des Passagierluftverkehrs auf Langstrecken, was Einschränkungen durch Zeitnischen und gesetzliche Einschränkungen betrifft, wie sie in den Erwägungsgründen 191 bis 196 erläutert wurden, scheint es auch, dass viele dieser Konkurrenten in der Lage wären, ihre Kapazität zu erhöhen, zumindest auf den Strecken, auf denen sie bereits präsent sind.
211. Schließlich sind die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses in Bezug auf die Geschäftstätigkeit der beteiligten Unternehmen im Bereich Passagierluftverkehr aus den in den Abschnitten 6.1 und 8.4.1 dargelegten Gründen auf jeden Fall begrenzt. Konkreter gesagt werden, wie in Abschnitt 6.2 dargelegt wurde, durch die Tatsache, dass KLM vor der Transaktion Martinair mitkontrolliert, wettbewerbsbeschränkende Auswirkungen der geplanten Transaktion wahrscheinlich verringert. Zudem werden diese Auswirkungen der geplanten Transaktion noch weiter verringert, da der Wettbewerbsdruck abnimmt, den Martinair derzeit auf KLM im Bereich Passagierluftverkehr im Allgemeinen ausübt, auf Grund der finanziellen Lage von Martinair und der Notwendigkeit, die Flotte des Unternehmens zeitnah zu erneuern, was letzten Endes von KLM kontrolliert wird.
212. Unter Beachtung dieser Umstände, auch unter Berücksichtigung der zahlreichen Alternativen, die den Kunden auf dem hypothetischen Markt für den Passagierluftverkehr für niederländische Urlaubsreisende ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu Langstreckenzielen in der Karibik zur Verfügung stehen, des signifikanten Preisbewusstseins von Urlaubsreisenden im Allgemeinen und der begrenzten Expansionshindernisse für vorhandene Wettbewerber, die auf den konkurrierenden Strecken bereits präsent sind, muss gefolgert werden, dass der geplante Zusammenschluss unabhängig von der Antwort doch auf jeden Fall den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht behindern würde, was diesen alternativen Markt betrifft.

108 Zusätzlich zu diesen Reisezielen bedient British Airways auch Antigua.

8.4.3.3. Strecken von Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu nordamerikanischen Städten (Vancouver, Toronto und Miami)

8.4.3.3.1. *Vancouver*

213. KLM bedient Vancouver derzeit sieben Mal pro Woche mit einem Direktflug während der IATA-Sommersaison und plant, während der IATA-Wintersaison 2008 fünf oder sechs Direktflüge pro Woche nach Vancouver durchzuführen. Martinair bietet in der Wintersaison keine Flüge nach Vancouver an. Während der Sommersaison führt Martinair drei Direktflüge pro Woche nach Vancouver durch (zwei Flüge pro Woche ab 1. September 2008).

214. Die folgende Tabelle zeigt die jährlichen Marktanteile der beteiligten Unternehmen und ihrer Wettbewerber auf der Strecke Amsterdam – Vancouver für das Jahr 2007/2008¹⁰⁹ sowie die jährlichen Marktanteile der beteiligten Unternehmen und ihrer Wettbewerber für den hypothetischen größeren Markt, der Flüge ab Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel nach Vancouver umfasst, für das Jahr 2006/2007¹¹⁰.

¹⁰⁹ Das heißt, für die IATA-Sommersaison 2007 und die IATA-Wintersaison 2007/2008. Die IATA-Sommersaison umfasst den Zeitraum vom 1. April bis 31. Oktober. Die IATA-Wintersaison umfasst den Zeitraum vom 1. November bis 31. März.

¹¹⁰ Das heißt, für die IATA-Sommersaison 2006 und die IATA-Wintersaison 2006/2007.

**Tabelle 6: Marktanteile AMS-YVR 2007/2008 (etwa 67 500 Pax¹¹¹)
Marktanteile AMS/DUS/BRU-YVR 2006/2007 (etwa 90 000 Pax)¹¹²**

Wettbewerber	AMS-YVR 2007/2008		AMS/DUS/BRU-YVR 2006/2007	
	Vor dem Zusammenschluss		Vor dem Zusammenschluss	
	Nach dem Zusammenschluss		Nach dem Zusammenschluss	
Martinair	[20-30]*%		[10-20]*%	
KLM	[50-60]*%	[70-80]*%	[40-50]*%	[50-60]*%
Northwest ¹¹³	[0-5]*%		[40-50]*%	
Air Transat	[10-20]*%		[5-10]*%	
Air Canada	[5-10]*%		[10-20]*%	
United Airlines	[0-5]*%		[0-5]*%	
British Airways	[0-5]*%		[5-10]*%	
Lufthansa	[0-5]*%		[0-5]*%	
LTU	-		[5-10]*%	
Sonstige	[0-5]*%		[0-5]*%	

Quelle: Marketing Information Data Tapes (MIDT)¹¹⁴

215. Obwohl die beteiligten Unternehmen einen bedeutsamen gemeinsamen Marktanteil von über [70-80]*% auf dieser Strecke haben, wird dieser Marktanteil abnehmen, da Martinair seine Flugfrequenzen auf zwei Flüge pro Woche reduziert hat. Wie in den Erwägungsgründen 184 bis 189 zudem näher ausgeführt, bestehen klare Unterschiede im Hinblick auf die Geschäftsmodelle und Marktpositionierung der beteiligten Unternehmen, sodass eine erhebliche Asymmetrie in Bezug auf den Wettbewerbsdruck besteht, den die beteiligten Unternehmen vor der Transaktion gegeneinander ausüben. Dadurch sind mögliche wettbewerbsbeschränkende Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses von vornherein begrenzt.

¹¹¹ Pax = Passagiere

¹¹² Die Daten in den Tabellen dieses Abschnitts betreffen alle Passagiere, sowohl zeitbewusste als auch nicht zeitbewusste Passagiere. Die Marktanteile sind jedoch fast gleich, egal ob alle Passagiere oder nur nicht zeitbewusste Passagiere zugrunde gelegt werden, da es sehr wenige zeitbewusste Passagiere auf den betroffenen Strecken gibt (Beispiele: Anhand der MIDT-Daten waren es auf der Strecke AMS-CUR im Jahr 2007/2008 8 437 von insgesamt 155 290 Passagieren, auf der Strecke AMS-AUA 3 210 von insgesamt 52 047 Passagieren, auf der Strecke AMS-YVR 3 877 von insgesamt 67 426 Passagieren, auf der Strecke AMS-YYZ 8 362 von insgesamt 114 683 Passagieren; auf der Strecke AMS-MIA 1 631 von insgesamt 27 007 Passagieren, auf der Strecke AMS-CUN 190 von insgesamt 19 069 Passagieren, auf der Strecke AMS-HAV 417 von insgesamt 11 598 Passagieren, auf der Strecke AMS-PUJ 50 von insgesamt 12 595 Passagieren).

¹¹³ Wie in Erwägungsgrund 25 angegeben, hat die Kommission angesichts der bestehenden Zusammenarbeit zwischen Air France/KLM, Delta Airlines/Northwest Airlines, Air France/Delta Airlines und KLM/Northwest Airlines, auf fehlersicherer Basis und unbeschadet etwaiger späterer Beurteilungen die Marktanteile aller vier Anbieter berücksichtigt.

¹¹⁴ Die MIDT-Daten werden monatlich aufbereitet und herausgegeben. Genau genommen werden mit diesen Daten Buchungen, nicht aber die Anzahl der tatsächlich zwischen einem bestimmten Städtepaar fliegenden Passagiere, erfasst. Sie schließen normalerweise keine „Direktverkäufe“, also Verkäufe, die die Fluggesellschaften selbst tätigen, und keine Verkäufe von Sitzplätzen auf Charterflügen ein. Diese Mängel der Daten scheinen jedoch für alle Fluggesellschaften in mehr oder weniger gleichem Maß zu gelten, (mit Ausnahme von (i) Billigfluglinien, die im Allgemeinen einen höheren Anteil an Sitzplätzen direkt über ihre Websites anstatt über Reisebüros verkaufen, und mit Ausnahme von (ii) Fluggesellschaften, die vertikal mit einem Reiseveranstalter integriert sind, was Sitzplätze betrifft, die Teil von Pauschalreisen der jeweiligen Reiseveranstalter sind).

216. Außerdem gibt es zahlreiche mögliche Alternativen für Endkunden, die von den Niederlanden nach Vancouver reisen möchten. So bietet insbesondere Air Transat zwei Direktflüge pro Woche¹¹⁵ von Amsterdam nach Vancouver an. Ferner gibt es mehrere indirekte Alternativen, nämlich die Flüge von Air Canada, United Airlines, British Airways und Lufthansa, die alle mit einer Zwischenstoppzeit von unter 150 Minuten von Amsterdam nach Vancouver verkehren¹¹⁶.
217. Zusätzlich gibt es von den Flughäfen Brüssel und Düsseldorf mehrere konkurrierende Flüge zu diesen Reisezielen, die für einen Teil der niederländischen Passagiere – zumindest für jene aus Grenzregionen – eine reelle Alternative darstellen und somit zumindest einen gewissen Wettbewerbsdruck bei Flügen ab Amsterdam ausüben. So bietet insbesondere LTU zwei Direktflüge pro Woche von Düsseldorf nach Vancouver an. Außerdem bietet British Airways 13 indirekte Flüge pro Woche von Düsseldorf und 13 indirekte Flüge pro Woche von Brüssel an. Auch Air Canada bietet je 14 indirekte Flüge pro Woche ab Düsseldorf und Brüssel an. Schließlich bietet auch Lufthansa sieben indirekte Flüge pro Woche ab Düsseldorf an. Wenn alle diese konkurrierenden Flüge zum relevanten Markt gehören, reduziert sich der gemeinsame Marktanteil der beteiligten Unternehmen auf weniger als [60-70]*%.
218. Was die gesetzlichen Eintrittsschranken und Expansionshindernisse betrifft, so ermöglicht das bilaterale Luftfahrtabkommen zwischen Kanada und den Niederlanden die Benennung von zwei genehmigten Fluggesellschaften durch jedes der beiden Länder. KLM und Martinair sind die entsprechend benannten Fluggesellschaften der Niederlande, während Air Canada derzeit die einzige benannte Fluggesellschaft Kanadas ist. Das Abkommen gestattet daher derzeit keine Benennung einer weiteren Fluggesellschaft aus den Niederlanden. Das bilaterale Luftverkehrsabkommen enthält jedoch keine Begrenzungen für Charterflüge. Dementsprechend bietet Air Transat derzeit Charterflüge auf der Strecke AMS-YVR an. Da Air Transat der größte Wettbewerber der beteiligten Unternehmen auf dieser Strecke ist, scheinen gesetzliche Schranken keine wichtige Einschränkung für Air Transat darzustellen.
219. Aufgrund eines Vorschlags der Europäischen Kommission¹¹⁷ hat der Rat die Kommission ferner am 2. Oktober 2007 ermächtigt, Verhandlungen mit Kanada über ein umfassendes Luftverkehrsabkommen aufzunehmen. Die Ziele der Verhandlungen, die offiziell am 27. und 28. November 2007 in Brüssel begonnen haben, sind die Einrichtung eines offenen Luftverkehrsraums zwischen der EU und Kanada, um die Staatsangehörigkeitsklausel durch die Gemeinschaftsklausel zu ersetzen, um zusätzliche Markteinschränkungen zu beseitigen und um ein hohes Maß an gesetzlicher Konvergenz zu erreichen.
220. Was andere Eintrittsschranken und Expansionshindernisse wie z. B. die Verfügbarkeit von Zeitnischen am Flughafen Amsterdam-Schiphol betrifft, wird auf die Erwägungsgründe 191 bis 197 verwiesen, in denen die Situation bei Flügen vom

¹¹⁵ Bei einem dieser beiden Flüge gibt es einen kurzen Zwischenstopp auf dem Weg nach Vancouver.

¹¹⁶ Nur United Airlines überschreitet diese Zeit auf dem Rückflug von Vancouver nach Amsterdam. Die Zwischenstoppzeit beträgt auf diesem Flug 170 Min. Die Informationen zu den Zwischenstoppzeiten basieren auf dem Official Airline Guide (OAG).

¹¹⁷ Mitteilung der Kommission 2006 (871) vom 9. Januar 2007 – Entwicklung einer gemeinschaftlichen Luftverkehrspolitik gegenüber Kanada.

Flughafen Amsterdam-Schiphol zu allen Langstreckenzielen im Allgemeinen beschrieben wird.

221. Schließlich lieferte die Marktuntersuchung keinerlei Hinweise darauf, dass die beteiligten Unternehmen infolge der geplanten Transaktion in der Lage wären, Preise zu erhöhen oder die Kapazität bzw. die Dienstgüte auf der Strecke AMS-YVR zu reduzieren. Der Kommission gingen auch keine wesentlichen Beschwerden in dieser Hinsicht zu.
222. Daraus folgt, dass sich die beteiligten Unternehmen auch nach der Durchführung des geplanten Zusammenschlusses mit einem ausreichenden Wettbewerb seitens etablierter Fluglinien wie Air Canada, Air Transat, United Airlines, Lufthansa und British Airways konfrontiert sehen, die Flüge nach Vancouver sowohl von Amsterdam als auch von Brüssel und Düsseldorf anbieten. Gleichzeitig scheinen gesetzliche Eintrittsschranken für die Strecke AMS-YVR nur in begrenztem Maß vorhanden zu sein.
223. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.

Schlussfolgerung über die Beurteilung in Bezug auf die Strecke AMS-YVR bzw. AMS/DUS/BRU-YVR

224. Angesichts dieser Umstände kann gefolgert werden, dass der geplante Zusammenschluss auf dieser Strecke den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht behindern wird.

8.4.3.3.2. *Toronto*

225. KLM bietet 14 Direktflüge pro Woche nach Toronto. Martinair bietet in der Wintersaison keine Flüge nach Toronto an. Während der Sommersaison führt Martinair vier Direktflüge pro Woche nach Toronto durch (zwei Flüge pro Woche ab 1. September 2008).
226. Die folgende Tabelle zeigt die jährlichen Marktanteile der beteiligten Unternehmen und ihrer Wettbewerber auf der Strecke Amsterdam – Toronto für das Jahr 2007/2008 sowie die jährlichen Marktanteile der beteiligten Unternehmen und ihrer Wettbewerber für den hypothetischen größeren Markt, der Flüge ab Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel nach Toronto umfasst, für das Jahr 2006/2007.

**Tabelle 7: Marktanteile AMS-YYZ 2007/2008 (etwa 115 000 Pax)
Marktanteile AMS/DUS/BRU-YYZ 2006/2007 (etwa 158 000 Pax)**

Wettbewerber	AMS-YYZ 2007/2008		AMS/DUS/BRU-YYZ 2006/2007	
	Vor dem Zusammenschluss	Nach dem Zusammen-schluss	Vor dem Zusammenschluss	Nach dem Zusammen-schluss
Martinair	[20-30]*%		[10-20]*%	
KLM	[50-60]*%	[70-80]*%	[30-40]*%	[40-50]*%
Air France	[0-5]*%		[0-5]*%	
Northwest ¹¹⁸	[0-5]*%		[0-5]*%	
Delta Airlines ¹¹⁹	-		[0-5]*%	
Air Canada	[5-10]*%		[10-20]*%	
Air Transat	[10-20]*%		[10-20]*%	
LTU	-		[5-10]*%	
British Airways	[0-5]*%		[0-5]*%	
Lufthansa	[0-5]*%		[0-5]*%	
Jet Airways	-		[0-5]*%	
United Airlines	[0-5]*%		[0-5]*%	
Brussels Airlines	-		[0-5]*%	
US Airways	-		[0-5]*%	
Continental	-		[0-5]*%	
Alitalia	-		[0-5]*%	
Sonstige	[0-5]*%		[0-5]*%	

Quelle: MIDT

227. Auch auf dieser Strecke haben die beteiligten Unternehmen einen bedeutsamen gemeinsamen Marktanteil von über [70-80]*%. Dieser Marktanteil wird jedoch abnehmen, da Martinair seine Flugfrequenzen auf zwei Flüge pro Woche reduziert hat. Zudem gibt es, wie ausführlicher in den Erwägungsgründen 184 bis 189 erläutert wurde, klare Unterschiede bei den Geschäftsmodellen der beteiligten Unternehmen und ihrer Marktpositionierung, infolge derer eine bedeutsame Asymmetrie hinsichtlich des Wettbewerbsdrucks vorliegt, den die beteiligten Unternehmen vor der Transaktion aufeinander ausüben. Dadurch sind mögliche wettbewerbsbeschränkende Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses von vornherein begrenzt.

228. Außerdem gibt es zahlreiche mögliche Alternativen für Passagiere, die von den Niederlanden nach Toronto reisen möchten. Air Transat bietet einen Direktflug pro Woche und ist mit einem Marktanteil von [10-20]*% auch auf dieser Strecke der zweitgrößte Wettbewerber. Indirekte Flüge werden insbesondere von Air Canada (tägliche Flüge), United Airlines, British Airways und Lufthansa angeboten. Wie im Falle von Vancouver arbeiten auch alle diese Fluggesellschaften, die indirekte Flüge von Amsterdam nach Toronto anbieten, mit einer Zwischenstopzeit von unter 150 Minuten.

¹¹⁸ Wie in Erwägungsgrund 25 angegeben, hat die Kommission angesichts der bestehenden Zusammenarbeit zwischen Air France/KLM, Delta Airlines/Northwest Airlines, Air France/Delta Airlines und KLM/Northwest Airlines, auf fehlersicherer Basis und unbeschadet etwaiger späterer Beurteilungen die Marktanteile aller vier Anbieter berücksichtigt.

¹¹⁹ Siehe Bemerkung in der vorherigen Fußnote.

229. Zusätzlich gibt es mehrere konkurrierende Flüge zu diesen Reisezielen von den Flughäfen Brüssel und Düsseldorf. Insbesondere bietet Lufthansa sechs Direktflüge pro Woche von Düsseldorf nach Toronto an; Jet Airways führt sieben Direktflüge pro Woche von Brüssel nach Toronto durch. Außerdem bietet Air Canada je 28 indirekte Flüge pro Woche von Düsseldorf und Brüssel über London-Heathrow und 14 indirekte Flüge von Düsseldorf nach Toronto über Frankfurt an; British Airways führt je 17 indirekte Flüge pro Woche von Brüssel und Düsseldorf durch. Schließlich bietet auch Lufthansa weitere 13 indirekte Flüge pro Woche ab Düsseldorf an. Wenn alle diese konkurrierenden Flüge zum relevanten Markt gehören, reduziert sich der gemeinsame Marktanteil der beteiligten Unternehmen auf weniger als 60 %.
230. Was die gesetzlichen Eintrittsschranken, die Expansionshindernisse und die Einschränkungen der Zeitnischen betrifft, die den Markteintritt und die Expansion auf der Strecke AMS-YYZ einschränken, scheinen diese ähnlich begrenzt zu sein, wie dies für AMS-YVR in den Erwägungsgründen 218 und 219 beschrieben wurde. Was andere Eintrittsschranken und Expansionshindernisse wie z. B. die Verfügbarkeit von Zeitnischen am Flughafen Amsterdam-Schiphol betrifft, wird auf die Erwägungsgründe 191 bis 197 verwiesen, in denen die Situation bei Flügen vom Flughafen Amsterdam-Schiphol zu allen Langstreckenzielen im Allgemeinen beschrieben wird.
231. Schließlich lieferte die Marktuntersuchung keinerlei Hinweise darauf, dass die beteiligten Unternehmen infolge der geplanten Transaktion in der Lage wären, Preise zu erhöhen oder die Kapazität bzw. die Dienstgüte auf der Strecke AMS-YYZ zu reduzieren. Der Kommission gingen auch keine wesentlichen Beschwerden in dieser Hinsicht zu.
232. Daher scheint, dass sich die beteiligten Unternehmen auch nach der Durchführung des geplanten Zusammenschlusses mit einem ausreichenden Wettbewerb seitens etablierter Fluglinien wie Air Canada, Air Transat, United Airlines, Lufthansa und British Airways konfrontiert sehen, die konkurrierende Flüge nach Toronto sowohl von Amsterdam als auch von Brüssel und Düsseldorf anbieten. Gleichzeitig scheinen Eintrittsschranken auch für die Strecke AMS-YYZ nur in begrenzterem Maß als für andere Strecken vorhanden zu sein.
233. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.

Schlussfolgerung über die Beurteilung in Bezug auf die Strecke AMS-YYZ bzw. AMS/DUS/BRU-YYZ

234. Angesichts dieser Umstände kann gefolgert werden, dass der geplante Zusammenschluss auf dieser Strecke den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht behindern würde.

8.4.3.3.3. Miami

235. Die folgende Tabelle zeigt die jährlichen Marktanteile der beteiligten Unternehmen und ihrer Wettbewerber auf der Strecke Amsterdam – Miami für das Jahr 2007/2008 sowie die jährlichen Marktanteile der beteiligten Unternehmen und ihrer Wettbewerber für den hypothetischen größeren Markt, der Flüge ab Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel nach Miami umfasst, für das Jahr 2006/2007.

**Tabelle 8: Marktanteile AMS-MIA 2007/2008 (etwa 70 000 Pax)
Marktanteile AMS/DUS/BRU-MIA 2006/2007 (etwa 120 000 Pax)**

Wettbewerber	AMS-MIA 2007/2008		AMS/DUS/BRU-MIA 2006/2007	
	Vor dem Zusammenschluss	Nach dem Zusammenschluss	Vor dem Zusammenschluss	Nach dem Zusammenschluss
Martinair	[60-70]*%		[40-50]*%	
KLM	[0-5]*%	[70-80]*%	[0-5]*%	[50-60]*%
Air France	[0-5]*%		[0-5]*%	
Northwest	[0-5]*%		[0-5]*%	
Delta Airlines	[5-10]*%		[5-10]*%	
LTU	-		[10-20]*%	
British Airways	[0-5]*%		[5-10]*%	
American Airlines	[0-5]*%		[5-10]*%	
United Airlines	[5-10]*%		[5-10]*%	
Lufthansa	[0-5]*%		[0-5]*%	
Swiss Airlines	[0-5]*%		[0-5]*%	
Continental	[0-5]*%		[0-5]*%	
US Airways	[0-5]*%		[0-5]*%	
Iberia	-		[0-5]*%	
Alitalia	-		[0-5]*%	
Brussels Airlines	-		[0-5]*%	
Virgin Atlantic	-		[0-5]*%	
Sonstige	[0-5]*%		-	

Quelle: MIDT

236. Auch auf dieser Strecke haben die beteiligten Unternehmen einen bedeutsamen gemeinsamen Marktanteil von über [70-80]*%. Jedoch bieten KLM, Air France, Delta/Northwest nur indirekte Flüge nach Miami an. Zudem gibt es, wie ausführlicher in den Erwägungsgründen 184 bis 189 erläutert wurde, klare Unterschiede bei den Geschäftsmodellen der beteiligten Unternehmen und ihrer Marktpositionierung, infolge derer eine bedeutsame Asymmetrie hinsichtlich des Wettbewerbsdrucks vorliegt, den die beteiligten Unternehmen vor der Transaktion aufeinander ausüben. Eventuelle wettbewerbsfeindliche Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses sind dadurch bereits von vornherein begrenzt.

237. Außerdem gibt es wie bei den Strecken AMS-YVR und AMS-YYZ zahlreiche mögliche Alternativen für Passagiere, die von den Niederlanden nach Miami reisen möchten. Diese Alternativen sind indirekte Flüge von British Airways sowie der US-amerikanischen Fluggesellschaften United Airlines, Continental Airlines und US Airways. Auch hier arbeiten alle in der Tabelle in Erwägungsgrund 235 aufgeführten

Fluggesellschaften, die indirekte Flüge von Amsterdam nach Miami anbieten, mit einer Zwischenstoppzeit von unter 150 Minuten¹²⁰.

238. Ferner gibt es zahlreiche konkurrierende Flüge zu diesen Reisezielen von den Flughäfen Brüssel und Düsseldorf. So bietet insbesondere die deutsche Fluggesellschaft LTU fünf Direktflüge pro Woche von Düsseldorf nach Miami an. Außerdem bietet American Airlines 14 indirekte Flüge pro Woche von Düsseldorf an, British Airways fliegt Miami mit je 14 indirekten Flügen pro Woche von Brüssel und Düsseldorf an, und Lufthansa bietet weitere sieben indirekte Flüge pro Woche von Düsseldorf an. Wie im Falle von Vancouver und Toronto reduziert sich der gemeinsame Marktanteil der beteiligten Unternehmen auf weniger als 60 %, wenn alle diese konkurrierenden Flüge zum relevanten Markt gehörten.
239. Infolge des umfassenden Luftverkehrsabkommens zwischen der EU und den USA, das am 30. März 2008 in Kraft getreten ist, gibt es keine nennenswerten gesetzlichen Eintrittsschranken und Expansionshindernisse auf der Strecke AMS-MIA. Infolge dieses Abkommens gilt dies ebenso für die Strecken DUS-MIA und BRU-MIA. Was andere Eintrittsschranken und Expansionshindernisse wie z. B. die Verfügbarkeit von Zeitnischen am Flughafen Amsterdam-Schiphol betrifft, wird auf die Erwägungsgründe 191 bis 197 verwiesen, in denen die Situation bei Flügen vom Flughafen Amsterdam-Schiphol zu allen Langstreckenzielen im Allgemeinen beschrieben wird.
240. Schließlich lieferte die Marktuntersuchung keinerlei Hinweise darauf, dass die beteiligten Unternehmen infolge der geplanten Transaktion in der Lage wären, Preise zu erhöhen oder die Kapazität bzw. die Dienstgüte auf der Strecke AMS-MIA zu reduzieren. Der Kommission gingen auch keine wesentlichen Beschwerden in dieser Hinsicht zu.
241. Es scheint daher, dass sich die beteiligten Unternehmen auch nach der Durchführung des geplanten Zusammenschlusses mit einem ausreichenden Wettbewerb seitens etablierter Fluglinien wie British Airways, United Airlines, Continental Airlines und US Airways konfrontiert sehen, die konkurrierende Flüge nach Miami von Amsterdam sowie seitens LTU, American Airlines und Lufthansa konfrontiert sehen, die Flüge von Brüssel oder Düsseldorf oder von beiden Flughäfen anbieten. Außerdem scheinen die Eintrittsschranken auf der Strecke AMS-MIA noch begrenzter zu sein als im Fall der Strecken AMS-YVR und AMS-YYZ.
242. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des

¹²⁰ British Airways, United Airlines und Continental bieten pro Tag jeweils mindestens einen indirekten Flug zwischen Amsterdam und Miami mit einer Zwischenstoppzeit von weniger als 150 Minuten an. Auch US Airways bietet pro Woche mehrere indirekte Flüge zwischen Amsterdam und Miami mit Zwischenstoppzeiten von weniger als 150 Minuten an.

geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.

Schlussfolgerung über die Beurteilung in Bezug auf die Strecke AMS-MIA bzw. AMS/DUS/BRU-MIA

243. Angesichts dieser Umstände kann gefolgert werden, dass der geplante Zusammenschluss auf dieser Strecke den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht behindern würde.

8.4.3.4. Strecken von Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu Urlaubsreisezielen in der Karibik und in Mexiko (Punta Cana, Cancun und Havanna)

8.4.3.4.1. *Punta Cana*

244. Die folgende Tabelle zeigt die jährlichen Marktanteile der beteiligten Unternehmen und ihrer Wettbewerber auf der Strecke Amsterdam/Düsseldorf/Brüssel – Punta Cana für das Jahr 2006/2007.

Tabelle 9: Marktanteile AMS/DUS/BRU-PUJ 2006/2007 (ca. 20 000 Pax)

Wettbewerber	AMS/DUS/BRU-PUJ 2006/2007	
	Vor dem Zusammenschluss	Nach dem Zusammenschluss
Martinair	[60-70]*%	[70-80]*%
Air France	[0-5]*%	
LTU	[10-20]*%	
Condor	[5-10]*%	
Andere ¹²¹	[0-5]*%	

Quelle: MIDT

245. Der kombinierte Marktanteil der beteiligten Unternehmen liegt auf dieser Strecke bei [70-80]*%. Martinair bietet zwei Direktflüge pro Woche von Amsterdam nach Punta Cana. Sein Marktanteil beträgt auf MIDT-Basis vor der Transaktion [60-70]*%. Gemäß den MIDT-Daten ist Air France auf dieser Strecke nur der viertgrößte Anbieter. Dementsprechend ist die Steigerung des Marktanteils, die sich aus der geplanten Transaktion ergibt, nur begrenzt (im Vergleich zu anderen Strecken, auf denen sich die Geschäftstätigkeit der beteiligten Unternehmen überschneiden); sie beträgt nur [0-5]*%. Zudem gibt es, wie ausführlicher in den Erwägungsgründen 184 bis 189 erläutert wurde, klare Unterschiede bei den Geschäftsmodellen der beteiligten Unternehmen und ihrer Marktpositionierung, infolge derer eine bedeutsame Asymmetrie hinsichtlich des Wettbewerbsdrucks vorliegt, den die beteiligten Unternehmen aufeinander ausüben. Eventuelle wettbewerbsfeindliche Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses sind dadurch bereits von vornherein begrenzt.

246. Außerdem bietet Air France nur indirekte Flüge auf der Strecke AMS/DUS/BRU-PUJ an, während es drei andere Fluggesellschaften gibt, die direkte Flüge auf dieser Strecke anbieten, und zwar die deutsche Fluggesellschaft LTU,

¹²¹ Sonstige Fluggesellschaften, die Flüge auf dieser Strecke anbieten, sind ArkeFly und Jetairfly. Aus den in den Fußnoten 114 und 122 angegebenen Gründen sind deren Daten nicht (vollständig) in MIDT erfasst.

ArkeFly und Jetairfly, eine belgische Fluggesellschaft, die letztendlich auch der TUI-Gruppe gehört. LTU bietet zwei direkte Flüge pro Woche von Düsseldorf an; der Marktanteil von LTU ist etwa vier Mal so hoch wie der von Air France. ArkeFly fliegt Punta Cana von Amsterdam mit zwei Direktflügen pro Woche an, und Jetairfly führt von Brüssel wöchentlich zwei Flüge nach Punta Cana durch. Schließlich bietet Condor, eine deutsche Fluggesellschaft, die dem Reiseveranstalter Thomas Cook gehört, je fünf indirekte Flüge pro Woche ab Düsseldorf und Brüssel (über Frankfurt) an.

247. Es ist zu beachten, dass Tabelle 9, in der die Marktanteile der beteiligten Unternehmen und ihrer Konkurrenten auf der Strecke AMS/DUS/BRU-PUJ aufgeführt werden, auf MIDT-Daten basiert. Wie bereits in Fußnote 113 erläutert, schließen MIDT-Daten normalerweise keine „Direktverkäufe“, also Verkäufe, die die Fluggesellschaften selbst tätigen, und keine Verkäufe von Sitzplätzen auf Charterflügen ein. Diese Mängel der Daten scheinen zwar für alle Fluggesellschaften in mehr oder weniger gleichem Maß zu gelten. Die MIDT-Daten scheinen jedoch die Marktpositionen von zwei Arten von Fluggesellschaften unterzubewerten: (i) Billigfluglinien, die im Allgemeinen einen höheren Anteil an Sitzplätzen direkt über ihre Websites anstatt über Reisebüros verkaufen und (ii) Fluggesellschaften, die vertikal mit einem Reiseveranstalter integriert sind, was Sitzplätze betrifft, die Teil von Pauschalreisen des jeweiligen Reiseveranstalters sind. Daher erfasst MIDT in Bezug auf die Strecke AMS/DUS/BRU-PUJ die Marktanteile von ArkeFly¹²² und Jetairfly nicht. Infolgedessen ist das Volumen des Gesamtmarkts in Wirklichkeit höher. Deshalb sind in Tabelle 9 die Marktanteile aller angegebenen Fluggesellschaften, auch die der beteiligten Unternehmen, überbewertet¹²³.

Eintrittsschranken und Expansionshindernisse – AMS-PUJ

248. Was die gesetzlichen Eintrittsschranken betrifft, so ermöglicht das bilaterale Luftfahrtabkommen zwischen den Niederlanden und der Dominikanischen Republik die Benennung von nur einer Fluggesellschaft durch jedes der beiden Länder. Derzeit ist die für die Strecken zwischen den Niederlanden und der Dominikanischen Republik benannte Fluggesellschaft Martinair. Der Markteintritt auf der Strecke AMS-PUJ wird folglich durch das geltende Luftverkehrsabkommen eingeschränkt. Etwaige Konkurrenten von Martinair können zum jetzigen Zeitpunkt nur Charterflüge auf der Strecke AMS-PUJ anbieten. Es ist jedoch zu beachten, dass ArkeFly, obwohl es sich dabei nicht um eine benannte Fluggesellschaft gemäß dem bilateralen Luftverkehrsabkommen handelt, zwei Direktflüge von Amsterdam nach Punta Cana als Charterflüge anbietet. Das bilaterale Luftverkehrsabkommen zwischen den Niederlanden und der Dominikanischen Republik enthält eine Staatsangehörigkeitsklausel, die noch nicht durch eine Gemeinschaftsklausel ersetzt wurde. Dies stellt eine gesetzliche Eintrittsschranke für Fluggesellschaften aus der EU dar, die ihren Sitz nicht in den Niederlanden haben und die Verkehrsrechte für Flüge zwischen den Niederlanden und der Dominikanischen Republik erhalten möchten. Nach

¹²² Was ArkeFly betrifft, so gaben die beteiligten Unternehmen ausdrücklich an, dass auf den Strecken, auf denen ArkeFly tätig ist, die MIDT-Daten die Position von ArkeFly unterbewerten, da die Pauschalreisen von Arke (einem Reiseveranstalter, der der TUI-Gruppe gehört) nicht in den Computerreservierungssystemen („CRS“) erfasst werden (siehe Randnr. 177 des Formblatts CO).

¹²³ Es ist jedoch zu beachten, dass auch von Martinair an Reiseveranstalter verkaufte Sitzplätze in den MIDT-Daten nur teilweise mit eingeschlossen sind.

Angaben der beteiligten Unternehmen plant die niederländische Regierung jedoch, der Regierung der Dominikanischen Republik in Kürze ein Schreiben zu schicken, in dem sie die Dominikanische Republik bitten wird, das bilaterale Luftverkehrsabkommen dahingehend anzupassen, dass dieses um eine Gemeinschaftsklausel erweitert wird.

249. In dieser Hinsicht hat die Marktuntersuchung der Kommission gezeigt, dass unter der derzeitigen niederländischen Regelung, insbesondere gemäß dem sogenannten „Pauschalreisenerlass“ (Besluit IT-Reizen)¹²⁴, die Möglichkeiten für Charterfluggesellschaften, reine Flugtickets, also direkt an Endkunden verkaufte Sitzplätze, zu verkaufen, begrenzt sind. Im Prinzip besagt die Auslegung des „Pauschalreisenerlasses“ durch die niederländische Regierung gemäß einem der Marktteilnehmer, dass Charterfluggesellschaften für per Langstreckenflug zu erreichende Urlaubsreiseziele außerhalb Europas nur berechtigt sind, Sitzplätze zu verkaufen, die zu Pauschalreisen gehören. Der Verkauf von reinen Flugtickets ist nur für Flüge auf Strecken zu Reisezielen außerhalb Europas zugelassen, auf denen bisher keine Linienflüge durchgeführt werden, es sei denn der niederländische Minister hält es aus luftfahrtpolitischer Sicht für wünschenswert, Verkäufe von reinen Flugtickets durch Charterfluglinien zu genehmigen.

250. Nach Angaben des betreffenden Marktteilnehmers hat die niederländische Regierung dieses Verbot in jüngerer Zeit jedoch nicht durchgesetzt, so dass in der Praxis ArkeFly derzeit über die Website des Unternehmens einen Teil seiner Kapazität bei Flügen zu verschiedenen Reisezielen außerhalb Europas, einschließlich Punta Cana, als reine Flugtickets verkaufen kann. Obwohl sich die Lage dieser unterbleibenden Durchsetzung in Zukunft möglicherweise ändern könnte, würde dies nicht notwendigerweise bedeuten, dass ArkeFly keine Alternative mehr für Kunden darstellen würde, die ein reines Flugticket kaufen möchten. So haben zwei Marktteilnehmer die Kommission darauf hingewiesen, dass eine ähnliche Einschränkung beim Verkauf reiner Flugtickets für Flüge in die Karibik durch Charterfluggesellschaften in Belgien gilt. Dennoch scheint es für Fluggesellschaften, die Charterflüge ab Brüssel zu Reisezielen in der Karibik anbieten, möglich zu sein, über die eigene Website reine Flugtickets zu verkaufen, indem sie diese Flugtickets z. B. im Paket mit Hotelübernachtungen für eine Nacht anbieten¹²⁵.

Eintrittsschranken und Expansionshindernisse – DUS-PUJ and BRU-PUJ

251. Was die Strecken DUS-PUJ und BRU-PUJ betrifft, so sind die geltenden bilateralen Luftverkehrsabkommen weniger restriktiv als im Fall der Strecke AMS-PUJ. Das bilaterale Luftverkehrsabkommen zwischen Belgien und der Dominikanischen Republik sowie zwischen Deutschland und der Dominikanischen Republik gestatten jeweils mehrfache Benennungen, d. h. jedes Land kann mehrere Fluggesellschaften benennen. Das bilaterale Luftverkehrsabkommen zwischen Belgien und der Dominikanischen Republik begrenzt die Anzahl der Flugfrequenzen für jede Vertragspartei jedoch auf maximal 14 pro Woche. Im bilateralen

¹²⁴ Erlass vom 5. Februar 1981, Amtsblatt (Staatsblad) 1981, 33, zuletzt geändert am 23. März 1998, Amtsblatt (Staatsblad) 1998, 61.

¹²⁵ Thomas Cook bietet auf der Website des Unternehmens z. B. Flüge mit Jetairfly von Brüssel nach Punta Cana an. Dazu wird angegeben, dass der Preis eine Hotelübernachtung für die erste Nacht einschließt.

Luftverkehrsabkommen zwischen Deutschland und der Dominikanischen Republik gibt es keine Einschränkungen hinsichtlich der Anzahl der Flugfrequenzen.

252. Wie bereits in Erwägungsgrund 250 angemerkt wurde, gelten auch in Belgien ähnlich wie in den Niederlanden gesetzliche Einschränkungen für den Verkauf reiner Flugtickets durch Charterfluggesellschaften. Diese Einschränkungen scheinen Charterfluggesellschaften jedoch nicht davon abzuhalten, auf Flügen von Brüssel nach Punta Cana reine Flugtickets zu verkaufen.
253. Was Einschränkungen der Zeitnischen an den Flughäfen Schiphol, Düsseldorf und Brüssel betrifft, wird auf die Erwägungsgründe 195 und 196 verwiesen, in denen die Situation bei Flügen von diesen drei Flughäfen zu allen Langstreckenzielen im Allgemeinen beschrieben wird.
254. Insgesamt scheinen die Eintrittsschranken und Expansionshindernisse bei Flügen von Düsseldorf und Brüssel nach Punta Cana im Vergleich zu Flügen zu diesem Reiseziel von Amsterdam aus geringer zu sein.

Hohe Preiselastizität der Nachfrage dürfte Preiserhöhungen nach Vollzug der Transaktion unrentabel machen

255. Schließlich weisen die Marktuntersuchung der Kommission sowie die Kundenumfrage, die am Flughafen Amsterdam-Schiphol durchgeführt wurde, klar darauf hin, dass im Falle von Preiserhöhungen auf der Strecke AMS/DUS/BRU-PUJ seitens des zusammengeschlossenen Unternehmens ein erheblicher Anteil der Kunden Punta Cana durch andere (per Langstreckenflug erreichbare) Urlaubsziele ersetzen würde¹²⁶. Diese Flexibilität hinsichtlich des Reiseziels schränkt das zusammengeschlossene Unternehmen dahingehend ein, dass es nach der Transaktion wahrscheinlich nicht in der Lage wäre, langfristig eine deutliche, dauerhafte Preiserhöhung auf dieser Strecke durchzusetzen. So gaben gemäß den Ergebnissen der Kundenumfrage 34 % der befragten Kunden, die nach Punta Cana reisten, an, dass sie auf andere Reiseziele ausweichen würden, wenn sich die Preise für Flüge nach Punta Cana um 5-10 % erhöhen würden¹²⁷. Gleichzeitig würden 13 % der Kunden als Reaktion auf eine Preiserhöhung von einer Reise absehen. Folglich hätten nur 53 % der Kunden an ihrem Reiseziel festgehalten, wenn der Preis um 5-10 % höher gewesen wäre. Was Martinair betrifft, so wäre der Anteil der Kunden, die bei einer Preiserhöhung um 5-10 % an ihrem Reiseziel festgehalten hätten, mit 65 % etwas höher¹²⁸.
256. Die große Mehrheit der befragten Kunden, die nach Punta Cana reisten (91 %), waren Urlaubsreisende.

¹²⁶ Die Kundenumfrage untersuchte auch, welche der vorgeschlagenen Reiseziele von den Kunden gewählt worden wären, die bereit wären, als Reaktion auf eine Preiserhöhung auf ein anderes Reiseziel auszuweichen. Leider gab es zu wenige Antworten, als dass statistische Hinweise hinsichtlich der einzelnen Strecken abgeleitet werden könnten. Jedoch zeigt die Kundenumfrage zusammengefasst, dass sich die Befragten ziemlich gleichmäßig auf die verschiedenen vorgeschlagenen Alternativen verteilen: 27 % würden ein Reiseziel auf den Niederländischen Antillen, 35 % ein anderes Reiseziel in der Karibik, 28 % ein außereuropäisches Reiseziel außerhalb der Karibik wählen.

¹²⁷ Wie in Fußnote 45 erwähnt wurde, beziehen sich die prozentualen Anteile für diese und die folgenden Strecken lediglich auf Kunden, die eine eindeutige Antwort gaben.

¹²⁸ Es ist zu beachten, dass keine Kunden von Air France/KLM auf dieser Strecke befragt wurden, da Air France/KLM dieses Reiseziel nur mit einem indirekten Flug über Paris bedient.

257. Dementsprechend gab die Mehrheit der Reiseveranstalter, die an der Marktuntersuchung der Kommission teilgenommen haben, an, dass im Fall einer Preiserhöhung von 5-10 % auf der Strecke AMS-PUJ ein Teil der niederländischen Urlaubsreisenden Punta Cana, ein typisches „Sonnen- und Strandurlaubsziel“, durch ein anderes „Sonnen- und Strandurlaubsziel“ in der Karibik oder anderswo substituieren würden und dass ein weiterer Teil ganz von einer Reise absehen würde.
258. Zudem argumentieren die beteiligten Unternehmen, dass eine Preiserhöhung schon bei einer sehr geringen Zahl von Passagieren, die von einem bestimmten Flug Abstand nehmen, unrentabel wird. Nach Angaben der beteiligten Unternehmen ist dies auf die Tatsache zurückzuführen, dass die Grenzkosten pro zusätzlichem Passagier bei einem Flug fast vernachlässigbar gering sind, so dass die zusätzlichen Umsätze durch zusätzliche Passagiere fast in vollem Umfang Gewinne sind. Tatsächlich bestätigte die große Mehrheit der Wettbewerber, die an der Marktuntersuchung teilgenommen haben, dass Fluggesellschaften schon von geringen Passagierrückgängen äußerst stark betroffen sind, da diese die Rentabilität ihrer Flüge stark beeinträchtigen können. Aufgrund des hohen Belegungsfaktors, der für die rentable Durchführung des Passagierluftverkehrs auf Langstrecken erforderlich ist (siehe Erwägungsgründe 176 bis 179), scheint dies insbesondere in Bezug auf diese Art von Reisezielen zu gelten.
259. Schließlich argumentieren die beteiligten Unternehmen, dass sie nicht in der Lage sind, hinsichtlich des Preises zwischen Passagieren, für die das Reiseziel ein wichtiges Entscheidungskriterium ist, und solchen Passagieren zu unterscheiden, für die das Reiseziel kein entscheidendes Kriterium ist, und dass daher die Gruppe der Urlaubsreisenden, für die ein bestimmtes Reiseziel ein entscheidendes Kriterium ist, vor Preiserhöhungen durch die Gefahr geschützt sind, dass andere Passagiere, für die ein bestimmtes Reiseziel kein entscheidendes Kriterium ist, als Reaktion auf eine Preiserhöhung auf ein anderes Reiseziel ausweichen würden. Mehrere Wettbewerber haben bestätigt, dass es beim Verkauf von Flugtickets an Endkunden über Reisebüros, über die Websites der Fluggesellschaften oder über andere Vertriebswege für eine Fluggesellschaft nicht möglich ist, die Kunden, für die das Reiseziel ein entscheidendes Kriterium ist (zum Beispiel Reisende, die Freunde und Verwandte besuchen) von jenen zu unterscheiden, für die das Reiseziel kein entscheidendes Kriterium ist, und von den Ersteren höhere Preise zu verlangen als von den Letzteren. Es erscheint daher, solange ein bedeutsamer Anteil der Kunden im Falle einer Preiserhöhung auf andere Reiseziele ausweicht oder ganz von einer Reise absieht, dass nicht nur diese Kunden, sondern auch Kunden, für die das Reiseziel ein entscheidendes Kriterium ist, vor einer Preiserhöhung geschützt wären.
260. Angesichts all dieser Umstände und der Tatsache, dass die beteiligten Unternehmen nicht in der Lage sind, hinsichtlich des Preises zwischen verschiedenen Kundengruppen zu unterscheiden, und insbesondere angesichts des hohen Belegungsfaktors, der für die rentable Durchführung des Passagierluftverkehrs auf Langstrecken erforderlich ist ¹²⁹ sowie angesichts des bedeutsamen Anteils der Kunden, die im Falle einer deutlichen, dauerhaften Preiserhöhung auf der Strecke AMS/DUS/BRU-PUJ auf andere Reiseziele ausweichen oder ganz von einer Reise

¹²⁹ Wie bereits ausführlicher in Abschnitt 9 erörtert wurde, können die Fluggesellschaften die Kapazität senken. In diesem Fall wird die Notwendigkeit eines hohen Belegungsfaktors an das tatsächliche Volumen der Geschäftstätigkeit angepasst.

absehen würden, erscheint es unwahrscheinlich, dass eine solche Preiserhöhung seitens des zusammengeschlossenen Unternehmens rentabel wäre.

261. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.

Schlussfolgerung über die Beurteilung in Bezug auf die Strecke AMS/DUS/BRU-PUJ

262. Dementsprechend muss gefolgert werden, dass der geplante Zusammenschluss im Hinblick auf die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr für Endkunden auf der Strecke AMS/DUS/BRU-PUJ den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht behindern würde.

8.4.3.4.2. *Cancun*

263. Die nachstehende Tabelle zeigt die Marktanteile der beteiligten Unternehmen und von deren Wettbewerbern auf der Strecke Amsterdam/Düsseldorf/Brüssel – Cancun auf Jahresbasis für das Kalenderjahr 2007.

Tabelle 10: Marktanteile AMS/DUS/BRU-CUN 2007 (ca. 53 000 Pax)

Wettbewerber	AMS/DUS/BRU-CUN 2007	
	Vor dem Zusammenschluss	Nach dem Zusammenschluss
Martinair	[70-80]*%	[80-90]*%
KLM	[0-5]*%	
Delta Airlines	[5-10]*%	
LTU		[0-5]*%
Continental		[0-5]*%
Iberia		[0-5]*%
US Airways		[0-5]*%
United Airlines		[0-5]*%
American Airlines		[0-5]*%
Anderer ¹³⁰		

Quelle: MIDT

264. Auf dieser Strecke erreichen die beteiligten Unternehmen einen kombinierten Marktanteil von [80-90]*%. Martinair betreibt zwischen Amsterdam und Cancun zwei Direktflüge pro Woche. Sein Marktanteil beträgt auf MIDT-Basis vor der Transaktion

¹³⁰ Eine der anderen Fluggesellschaften, die auf dieser Strecke fliegen, ist ArkeFly. Aus den in den Fußnoten 114 und 122 sowie in Erwägungsgrund 247 dargelegten Gründen sind die Daten von ArkeFly im MIDT nicht (vollständig) vorhanden.

[70-80]*%. KLM und seine Partner Delta Airlines¹³¹ und Northwest Airlines¹³² bedienen die Strecke Amsterdam – Cancun indirekt. Auf MIDT-Basis sind sie auf dieser Strecke mit einem Marktanteil von [10-20]*% der zweitgrößte Akteur. Bei diesem kombinierten Marktanteil sind allerdings die vor dem Zusammenschluss gegebenen Marktanteile von KLM und Delta Airlines überbewertet, berücksichtigt man den Umstand, dass KLM und Delta Airlines auf Flügen zwischen Amsterdam und Cancun keine wettbewerbsfähigen Zwischenstoppzeiten anbieten. Die Zwischenstoppzeiten auf einem oder beiden Streckenabschnitten ihrer indirekten Flüge überschreiten eindeutig die maximale Aufenthaltsdauer von 150 Minuten, sodass diese Flüge nicht als Teil desselben Markts wie Direktflüge gelten können (siehe Erwägungsgründe 142 bis 144). Konkreter ausgedrückt, beträgt die Zwischenstoppzeit bei indirekten KLM-Flügen zwischen Amsterdam und Cancun auf dem Abschnitt AMS-CUN 240 Minuten und auf dem Abschnitt CUN-AMS 160 Minuten. Darüber hinaus bedient Delta Airlines Cancun von Amsterdam mit einer Zwischenstoppdauer von 240 Minuten auf der Strecke AMS-CUN (auf dem Streckenabschnitt CUN-AMS beträgt die Zwischenstoppzeit 135 Minuten).

265. Wie in den Erwägungsgründen 184 bis 189 zudem näher ausgeführt, bestehen klare Unterschiede im Hinblick auf die Geschäftsmodelle und Marktpositionierung der beteiligten Unternehmen, sodass eine erhebliche Asymmetrie in Bezug auf den Wettbewerbsdruck besteht, den die beteiligten Unternehmen vor der Transaktion gegeneinander ausüben. Eventuelle wettbewerbsfeindliche Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses sind dadurch bereits von vornherein begrenzt.

266. Zudem verbleiben den niederländischen Urlaubseisenden, die nach Cancun fliegen wollen, auch nach der Transaktion noch verschiedene Alternativen. Einige davon könnten erheblich attraktiver sein, als die von KLM und Delta Airlines angebotenen indirekten Flüge. Dies wäre vor allem vermutlich im Hinblick auf die konkurrierenden Direktflüge der Fall, die ArkeFly und LTU auf dieser Strecke anbieten. ArkeFly bedient Cancun ebenfalls ab Amsterdam mit zwei Direktflügen pro Woche, LTU bietet pro Woche einen Direktflug ab Düsseldorf an. Darüber hinaus betreibt Condor (zum Reiseveranstalter Thomas Cook gehörend) pro Woche ab Düsseldorf drei indirekte Flüge, Iberia sieben indirekte Flüge pro Woche ab Düsseldorf und Brüssel, und bieten zudem mehrere amerikanische Fluggesellschaften eine begrenzte Anzahl indirekter Flüge ab Brüssel bzw. Düsseldorf, wobei deren Marktanteile allerdings gering sind.

267. Aus den in den Fußnoten 121 und 130 sowie in Erwägungsgrund 247 dargelegten Gründen sollte darauf hingewiesen werden, dass auch in Tabelle 10, welche die Marktanteile der beteiligten Unternehmen sowie von deren Wettbewerbern auf der Strecke AMS/DUS/BRU-CAN angibt, die Marktanteile aller anderen aufgeführten Fluggesellschaften, auch der beteiligten Unternehmen, vermutlich übertrieben dargestellt sind, weil diese Tabelle auf der Grundlage von MIDT-Daten erstellt wurde und die Marktanteile von ArkeFly, das auf diesen Strecken keine Linienflüge betreibt, nicht ordnungsgemäß ausweist.

¹³¹ Delta Airlines führt pro Woche sechs indirekte Flüge von Cancun durch. Diese gehen von Amsterdam und Düsseldorf über Madrid.

¹³² Northwest Airlines verkauft auf dieser Strecke nur sehr wenige Sitzplätze. Entsprechend liegt ihr Marktanteil bei fast 0 % und ist Northwest Airlines deshalb in Tabelle 11 nicht erwähnt.

Eintrittsschranken und Expansionshindernisse – AMS-CUN

268. Was die regulativen Hemmnisse für den Einstieg in diesen Markt angeht, so sieht das bilaterale Luftverkehrsabkommen zwischen den Niederlanden und Mexiko vor, dass von jedem dieser Länder nur eine Fluggesellschaft benannt wird. Für die Niederlande ist dies KLM. Somit kann keine andere Fluggesellschaft aus den Niederlanden zwischen den Niederlanden und Mexiko Linienflugdienste anbieten. Allerdings sollte darauf hingewiesen werden, dass ArkeFly zwar nach den bilateralen Luftverkehrsabkommen keine benannte Fluggesellschaft ist, jedoch zwei Direktflüge von Amsterdam nach Cancun als Charterflüge betreibt. Auch Martinair bietet Quasi-Passagier-Linienflugdienste zwischen Amsterdam und Cancun auf der Basis einer Chartergenehmigung an. Diese Beispiele zeigen, dass die bilateralen Luftverkehrsabkommen zwar pro Land den Einsatz von nur einer Fluggesellschaft vorsehen, dies jedoch kein Hindernis dafür ist, dass auch andere Fluggesellschaften auf der Strecke AMS-CUN erfolgreich tätig sind. Darüber hinaus wird darauf hingewiesen, dass die Europäische Kommission am 23. Mai 2008 mit Mexiko eine Vereinbarung paraphiert hat, nach deren endgültigem Abschluss die ursprünglich durch die Nationalitätsbeschränkungen in bilateralen Abkommen zwischen Mitgliedstaaten und Mexiko geschaffenen Hindernisse abgebaut werden.

269. Die nach der derzeitigen niederländischen Verordnung über den Verkauf von reinen Sitzplätzen ohne weitere Leistung durch Charterfluggesellschaften gemäß den Erwägungsgründen 249 bis 250 bestehenden Einschränkungen gelten auch für den Verkauf von Sitzplätzen für die ArkeFly-Flüge zwischen Amsterdam und Cancun. Wie allerdings in Erwägungsgrund 250 dargelegt, werden diese Beschränkungen derzeit nicht durchgesetzt, sodass ArkeFly auf der Strecke AMS-CUN praktisch reine Sitzplätze ohne weitere Leistung verkaufen kann. Abgesehen davon, könnten diese Beschränkungen selbst dann, wenn sie durchgesetzt würden, dadurch umgangen werden, dass der Flug als Paket zusammen mit einer einzigen Übernachtung angeboten würde. In jedem Fall scheinen ähnliche Beschränkungen in Belgien Fluggesellschaften, die Charterflüge zwischen Brüssel und Cancun anbieten, nicht davon abzuhalten, auf solchen Flügen reine Sitzplätze ohne weitere Leistung zu verkaufen¹³³.

Eintrittsschranken und Expansionshindernisse – DUS-CUN und BRU-CUN

270. Was die regulativen Einstiegshindernisse für die Strecken BRU-CUN und DUS-CUN angeht, so sieht das bilaterale Luftverkehrsabkommen zwischen Belgien und Mexiko die Benennung von zwei Fluggesellschaften vor. Die Flüge sind auf vier pro Woche beschränkt, wobei diese Zahl allerdings mit Zustimmung der Luftfahrtbehörden erhöht werden kann, wenn die Marktbedingungen dies rechtfertigen. Das bilaterale Luftverkehrsabkommen zwischen Deutschland und Mexiko sieht die Benennung einer Fluggesellschaft plus eines zweiten Unternehmens durch Deutschland für die Strecken von Deutschland nach Cancun vor. Dabei ist die Häufigkeit der Flüge begrenzt, dies allerdings auf einem Niveau, das gegenüber den Beschränkungen im Rahmen anderer bilateraler Luftverkehrsabkommen relativ großzügig erscheint (10 wöchentliche Flüge von Deutschland nach Cancun).

¹³³ Thomas Cook bietet auf seiner Website Flüge von Brüssel nach Cancun mit dem Hinweis an, dass der Preis eine Hotelunterkunft für die erste Nacht beinhaltet.

271. Wie bereits in den Erwägungsgründen 250 und 269 erwähnt, gelten in Belgien regulative Beschränkungen beim Verkauf von reinen Sitzplätzen ohne weitere Leistung durch Charterfluggesellschaften in ähnlichem Umfang wie in den Niederlanden, die allerdings diese Gesellschaften nicht davon abzuhalten scheinen, für Flüge zwischen Brüssel und Cancun solche reinen Sitzplätze zu verkaufen.

272. Im Hinblick auf die anderen Einstiegshindernisse, wozu auch die Verfügbarkeit von Zeitfenstern auf den Flughäfen Schiphol, Düsseldorf und Brüssel gehört, wird auf die Erwägungsgründe 191 bis 197 verwiesen, in denen die Situation in Zusammenhang mit Flügen zwischen diesen drei Zielorten und allen Fernzielen generell dargelegt ist.

Hohe Preiselastizität der Nachfrage dürfte Preiserhöhungen nach Vollzug der Transaktion unrentabel machen

273. Aus der von der Kommission durchgeführten Marktuntersuchung sowie der am Flughafen Amsterdam-Schiphol vorgenommenen Kundenumfrage ging eindeutig hervor, dass auch dann, wenn das zusammengeschlossene Unternehmen für die Strecken AMS/DUS/BRU-CUN Preiserhöhungen vornähme, ein großer Teil der Kunden Cancun durch andere Urlaubs(fern)ziele ersetzen würde, was für das zusammengeschlossene Unternehmen einen derartigen Wettbewerbsdruck bedeuten würde, dass es im Anschluss an die Transaktion auf der Strecke AMS/DUS/BRU-CUN dauerhaft keine maßgebliche, nicht vorübergehende Preiserhöhung durchsetzen könnte.

274. Auch für Cancun deuten die Resultate der Kundenumfrage darauf hin, dass ein bedeutender Teil der niederländischen Urlaubsreisenden, die von Amsterdam nach Cancun fliegen, auf andere Urlaubsfernziele in derselben geografischen Region oder in anderen Regionen ausweichen könnten, die „Sonne und Strand“ bieten. Den Umfrageergebnissen zufolge gaben 25 % der Befragten aus der nach Cancun reisenden Kundenstichprobe an, dass sie auf andere Reiseziele umsteigen würden, sollten die Preise für Flüge nach Cancun um 5-10 % steigen. Gleichzeitig erklärten 8 % der Befragten, sie würden in Reaktion auf eine Preiserhöhung auf die Reise verzichten. Nur 67 % der Kunden hätten ihr Reiseziel bei einer Preiserhöhung von 5-10 % beibehalten. Der Anteil der Kunden, die auch bei einer Preiserhöhung um 5-10 % weiter an denselben Zielort fliegen würden, steigt auf 79 % an, wenn wir unsere Aufmerksamkeit auf die Passagiere von Martinair allein richten¹³⁴. Wie bei Punta Cana, so reflektieren auch hier die Ergebnisse die Zusammensetzung der Stichprobe im Hinblick auf den Reisezweck. In der Tat reisten fast alle Passagiere aus der Stichprobe, nämlich 95 %, zu Urlaubszwecken nach Cancun.

275. Ähnlich gaben auch die meisten Reiseveranstalter, die an der Marktuntersuchung der Kommission teilnahmen, an, dass bei einer Preiserhöhung von 5-10 % auf der Strecke AMS-CUN ein Teil der niederländischen Urlaubsreisenden den typischen „Sonne und Strand-Urlaubsort“ Cancun gegen ein anderes „Sonne und Strand-Ziel“ in der Karibik oder in anderen geografischen Regionen eintauschen und ein anderer Teil in diesem Fall überhaupt nicht mehr reisen würde.

¹³⁴ Hinweis: Auf dieser Strecke wurden keine Kunden von Air France/KLM befragt, da Air France/KLM diesen Zielort nur mit indirekten Flügen über Paris bedient.

276. Wie in Erwägungsgrund 179 dargelegt, bestätigte die große Mehrzahl der an der Marktuntersuchung teilnehmenden Wettbewerber, dass Fluggesellschaften generell sehr empfindlich auf selbst geringe Rückgänge bei den Fluggastzahlen reagieren, weil sich dies in erheblichem Maße auf die Rentabilität ihrer Dienstleistungen auswirken kann, insbesondere was den Passagierluftverkehr zu Urlaubsfernzielen betrifft.
277. Wie in Erwägungsgrund 259 dargelegt, können die beteiligten Unternehmen letztendlich keinen Preisunterschied machen zwischen Passagieren, denen der Zielort wichtig ist, und solchen, bei denen dies nicht der Fall ist. Solange deshalb ein großer Teil der Kunden bei Preiserhöhungen auf andere Ziele umsteigt oder gar nicht mehr verreist, bleibt die Gruppe von Urlaubsreisenden, denen ein bestimmter Urlaubsort wichtig ist, gegen Preiserhöhungen dadurch gefeit, dass andere Passagiere, denen kein bestimmter Zielort wichtig ist, in Reaktion auf eine solche Preiserhöhung auf andere Ziele ausweichen.
278. Angesichts all dieser Umstände, der Tatsache, dass die beteiligten Unternehmen zwischen verschiedenen Kundengruppen keinen Preisunterschied machen können und insbesondere wegen des für einen rentablen Passagierluftverkehrsbetrieb bei Urlaubsfernzielen¹³⁵ erforderlichen hohen Belegungsfaktors und des erheblichen Anteils an Passagieren, die bei deutlichen, nicht nur vorübergehenden Preiserhöhungen auf der Strecke AMS/DUS/BRU-CUN auf andere Ziele umsteigen würden, erscheint die Rentabilität einer solchen Preiserhöhung durch das zusammengeschlossene Unternehmen unwahrscheinlich.
279. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.

Schlussfolgerung zur Beurteilung im Hinblick auf die Strecke AMS/DUS/BRU-CUN

280. Es muss folglich der Schluss gezogen werden, dass der Zusammenschluss auch im Hinblick auf die Erbringung von Passagierluftverkehrsdienstleistungen gegenüber Endkunden auf der Strecke AMS/DUS/BRU-CUN einen wirksamen Wettbewerb am gemeinsamen Markt oder an einem wesentlichen Teil desselben nicht maßgeblich einschränken würde.

¹³⁵ Wie bereits in Abschnitt 9 eingehender erläutert, können die Fluggesellschaften ihre Kapazitäten verringern, sodass die Erfordernis eines hohen Belegungsfaktors dann auf die tatsächliche operative Dimension angepasst würde.

8.4.3.4.3. Havana

281. Die nachstehende Tabelle zeigt die Marktanteile der beteiligten Unternehmen und von deren Wettbewerbern auf der Strecke Amsterdam/Düsseldorf/Brüssel – Havana auf Jahresbasis für das Jahr 2006/2007.

**Tabelle 11: Marktanteile AMS/DUS/BRU-HAV 2006/2007
(ca. 35.000 Pax)**

Wettbewerber	AMS/DUS/BRU-HAV 2006/2007	
	Vor dem Zusammenschluss	Nach dem Zusammenschluss
Martinair	[60-70]*%	[80-90]*%
Air France	[10-20]*%	
Iberia	[10-20]*%	
Virgin Atlantic	[0-5]*%	
Sonstige	[0-5]*%	

Quelle: MIDT

282. Der kombinierte Marktanteil der beteiligten Unternehmen liegt auf dieser Strecke bei [80-90]*%. Martinair betreibt zwischen Amsterdam und Havanna drei Direktflüge pro Woche. Das Unternehmen ist die einzige Fluggesellschaft, die überhaupt Direktflüge von einem der drei Flughäfen Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel nach Havanna anbietet. Air France besitzt auf dieser Strecke zwar den zweitgrößten Marktanteil, bietet jedoch für die Strecke AMS/DUS/BRU-HAV nur indirekte Verbindungen. Iberia wiederum betreibt von Schiphol, Düsseldorf und Brüssel via Madrid sieben indirekte Flüge, der Marktanteil der Gesellschaft ist nur geringfügig kleiner als der von Air France. Auch Virgin Atlantic bietet auf dieser Strecke 136 über London-Gatwick indirekte Flüge an, wobei der Marktanteil mit [0-5]*% vernachlässigbar gering ist¹³⁷. Wie bereits in den Erwägungsgründen 184 bis 189 näher erläutert, bestehen zudem klare Unterschiede zwischen den Geschäftsmodellen und der Marktpositionierung der beteiligten Unternehmen, woraus sich eine deutliche Asymmetrie im Hinblick darauf ergibt, wie die beteiligten Unternehmen einander vor der Transaktion unter Wettbewerbsdruck setzen. Eventuelle wettbewerbsfeindliche Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses sind dadurch bereits von vornherein begrenzt.

Eintrittsschranken und Expansionshindernisse – AMS-HAV

283. Was die regulativen Hemmnisse für den Einstieg in diesen Markt angeht, so sieht das bilaterale Luftverkehrsabkommen zwischen den Niederlanden und Kuba vor, dass von jedem dieser Länder zwei Fluggesellschaften benannt werden. Derzeit ist Martinair von den Niederlanden als einziges Unternehmen für die Strecken zwischen den Niederlanden und Kuba benannt. Von der bzw. den pro Land benannten Fluggesellschaft(en) können pro Woche maximal sieben Linienflüge (Strecke I) und sechs Charterurlaubsflüge (Strecke II) durchgeführt werden. Derzeit fliegt Martinair fünfmal pro Woche Linie und einmal im Charterbetrieb. Das zwischen den Niederlanden und Kuba geschlossene bilaterale Luftverkehrsabkommen enthält eine

¹³⁶ Anschlussflüge nach London Gatwick werden von British Airways betrieben.

¹³⁷ Die Zwischenstopps bei Air France, Iberia und Virgin für AMS-HAV und HAV-AMS haben in der Regel eine Dauer von ca. 150 Minuten.

Nationalitätenklausel, die bislang noch nicht durch eine Benennungsklausel der Gemeinschaft ersetzt worden ist. Dies stellt ein Hindernis für in der EU ansässige, nicht niederländische Fluggesellschaften dar, die an der Erteilung von Verkehrsrechten für Flüge zwischen den Niederlanden und Kuba interessiert sind. Nach Aussage der beteiligten Unternehmen hat jedoch die niederländische Regierung im August 2008 der kubanischen Staatsführung ein Schreiben übermittelt, in dem sie Kuba darum ersuchte, in das bilaterale Luftverkehrsabkommen eine entsprechende Benennungsklausel der Gemeinschaft aufzunehmen. Die bislang erfolgten mündlichen Kontakte lassen die niederländische Regierung hoffen, dass dieses Ersuchen positiv beschieden wird.

284. Der Einstieg in die Strecke AMS-HAV ist somit durch das aktuelle Luftverkehrsabkommen vor allem aufgrund der Einschränkungen bzgl. der Häufigkeit der Flüge begrenzt. Eine zweite benannte Fluggesellschaft kann nur insoweit Flüge anbieten, als damit die nach dem bilateralen Luftverkehrsabkommen zugestandene maximale Gesamtzahl von Flügen nicht überschritten wird. Berücksichtigt man die derzeit von Martinair durchgeführten Flüge, könnte eine zweite benannte Fluggesellschaft für Strecke I noch zwei Flüge pro Woche und für Strecke II fünf Flüge pro Woche betreiben.

285. Die nach der derzeitigen niederländischen Verordnung über den Verkauf von reinen Sitzplätzen ohne weitere Leistung durch Charterfluggesellschaften gemäß den Erwägungsgründen 249 und 250 bestehenden Einschränkungen gelten auch für den Verkauf von Sitzplätzen für Charterflüge zwischen Amsterdam und Havanna. Wegen der in Erwägungsgrund 250 angeführten Gründe würden diese Einschränkungen allerdings ArkeFly oder eine andere Fluggesellschaft nicht unbedingt davon abhalten, durch Aufnahme eines Charterflugverkehrs auf der Strecke AMS-HAV in diese Strecke einzusteigen.

286. Vielmehr gab ArkeFly in Reaktion auf die Marktuntersuchung der Kommission sogar an, dass man durch Aufnahme des (Charter)flugverkehrs auf dieser Strecke der zusätzlichen Nachfrage auf der Strecke AMS-HAV gerecht werden könnte, sollten Kunden im Zuge einer vom zusammengeschlossenen Unternehmen vorgenommenen Preiserhöhung auf ArkeFly umsteigen wollen. Nach Angabe von ArkeFly wird derzeit ein Teil der Kapazitäten seiner Langstreckenflotte (Boeing 767) für Kurzstrecken und Adhoc-Vermietungen an Dritte (ACMI) eingesetzt¹³⁸. ArkeFly erklärte, dass es sich hierbei nicht um das Kerngeschäft handle und dass man diese Kapazitäten deshalb kurzfristig auch zum Ausbau der Flüge auf bestehenden Strecken oder für die Aufnahme des Flugverkehrs auf solchen Strecken einsetzen könne, die das Unternehmen im Moment noch nicht bedient. Demzufolge könnten innerhalb kurzer Zeit pro Woche mehrere Rotationen hinzugefügt werden, ohne dass die Flotte dazu kurzfristig erweitert werden müsste.

¹³⁸ Die derzeitige Flotte von ArkeFly besteht aus drei Boeing 767-300, einer Boeing 737-800, zwei saisonal im „Damp Leasing“ betriebenen Boeing 737-900 sowie einem saisonal im „Wet Leasing“ betriebenen Airbus A320. Zwei weitere Boeing 737-800 sind bestellt und kommen im Dezember 2008 bzw. im Juni 2009 hinzu. ArkeFly bietet Urlaubsflüge zu 43 Zielorten in 17 Ländern, die sowohl im mittleren Entfernungsbereich (Mittelmeerraum und Nordafrika) als auch im Langstreckenbereich (Aruba, Niederländische Antillen, Dominikanische Republik, Jamaika, Mexiko, Kuba, Venezuela und Brasilien) liegen. Alle Zielorte (ausgenommen Aruba, Curacao, Bonaire und Saint Maarten) werden als Charterflüge betrieben.

287. Darüber hinaus gab ArkeFly an, dass man die Kapazität mittelfristig (also in sechs Monaten bis einem Jahr oder länger) durch Inbetriebnahme neuer und/oder geleaster Flugzeuge weiter aufstocken könne, vorausgesetzt, die Nachfrage reicht aus, um einen rentablen Betrieb auf den jeweiligen Strecken zu gewährleisten. Diesbezüglich bestätigten auch verschiedene andere Wettbewerber, dass es einen Leasingmarkt für Flugzeuge gibt, der es erlaubt, zusätzliche Flugzeuge innerhalb eines Zeitraums von mehreren Monaten bis zu einem Jahr anzumieten. Den Angaben von ArkeFly zufolge könnten zudem mittelfristig auch von anderen zur TUI-Gruppe gehörenden Fluggesellschaften neue und/oder geleaste Flugzeuge kommen¹³⁹.
288. Somit könnte ArkeFly nach Vollzug der Transaktion auf den Strecken AMS/DUS/BRU-HAV insoweit Wettbewerbsdruck auf die beteiligten Unternehmen ausüben, als eine realistische Gefahr besteht, dass das Unternehmen in diese Strecken einsteigt, sollten nach dem Zusammenschluss vom zusammengeschlossenen Unternehmen vorgenommene Preiserhöhungen einen solchen Einstieg für ArkeFly attraktiv machen. In Verbindung mit der Preiselastizität der Nachfrage für diese Strecke, die in den Erwägungsgründen 292 bis 294 erörtert wird, würde diese Gefahr die beteiligten Unternehmen aller Wahrscheinlichkeit nach davon abhalten, hier nach dem Zusammenschluss Preiserhöhungen einzuführen.

Eintrittsschranken und Expansionshindernisse – DUS-HAV und BRU-HAV

289. Im Hinblick auf die regulativen Einstiegshindernisse für die Strecken BRU-HAV und DUS-HAV sind die relevanten bilateralen Luftverkehrsabkommen weniger restriktiv. Sowohl das betreffende Abkommen zwischen Belgien und Kuba als auch das zwischen Deutschland und Kuba sehen Mehrfachbenennungen vor, d. h. jedes Land kann mehrere Fluggesellschaften benennen. Zudem können die jeweils benannten Fluggesellschaften diesen beiden Abkommen zufolge deutlich mehr Flüge durchführen als im Rahmen des bilateralen Luftverkehrsabkommens zwischen den Niederlanden und Kuba.
290. Auch hier scheint es so, dass eventuell bestehende, ähnlich wie in den Niederlanden gestaltete regulative Beschränkungen für den Verkauf von reinen Sitzplätzen ohne weitere Leistung durch Fluggesellschaften in Belgien (siehe hierzu die Erwägungsgründe 250 und 271), die nur Charterflugdienste anbieten, diese Gesellschaften nicht davon abzuhalten, für Flüge zwischen Brüssel und diversen außereuropäischen Fernzielen reine Sitzplätze ohne weitere Leistung zu verkaufen.
291. Im Hinblick auf die anderen Einstiegshindernisse, wozu auch die Verfügbarkeit von Zeitfenstern auf den Flughäfen Schiphol, Düsseldorf und Brüssel gehört, wird auf die Erwägungsgründe 191 bis 197 verwiesen, in denen die Situation in Zusammenhang mit Flügen zwischen diesen drei Zielorten und allen Fernzielen generell dargelegt ist.

¹³⁹ TUI Travel Plc. ist in mehr als 20 Ländern vertreten. Das Unternehmen arbeitet nach einem ganzheitlichen Reisekonzept, demzufolge die Fluggesellschaften vollständig in das Geschäft des jeweiligen, als Reiseveranstalter tätigen Tochterunternehmens integriert sind. Die Passagierflotte von TUI Travel Plc. umfasst derzeit insgesamt ca. 160 Flugzeuge.

Preiselastizität der Nachfrage dürfte Preiserhöhungen nach Vollzug der Transaktion unrentabel machen

292. Aus der von der Kommission durchgeführten Marktuntersuchung sowie der am Flughafen Amsterdam-Schiphol vorgenommenen Kundenumfrage lässt sich zudem schließen, dass auch dann, wenn das zusammengeschlossene Unternehmen für die Strecken AMS/DUS/BRU-HAV Preiserhöhungen vornähme, ein großer Teil der Kunden Havanna durch andere Urlaubs(fern)ziele ersetzen oder überhaupt nicht mehr fliegen würde (wobei der auf eine Preiserhöhung zurückzuführende Kundenverlust für die Zusammenschlussparteien jedoch geringer wäre als bei Punta Cana und Cancun).
293. Konkreter lässt sich sagen, dass sich zwar die meisten Reiseveranstalter und -büros, die an der Marktuntersuchung teilnahmen, skeptisch dazu äußerten, ob ein beträchtlicher Teil der Kunden wirklich von Havanna auf andere Reiseziele umsteigen würde, die Ergebnisse der Kundenumfrage jedoch darauf hindeuten, dass doch 14 % der Havanna-Reisenden bei Preiserhöhungen im Bereich zwischen 5 und 10 % zu anderen Zielorten wechseln würden. Weitere 7 % der Befragten gaben an, im Fall einer solchen Preiserhöhung ganz auf die Reise verzichten zu wollen. Demnach würden die Zusammenschlussparteien bei Durchsetzung einer 5-10-prozentigen Preiserhöhung aus der Stichprobe der befragten Havanna-Reisenden etwa 20 % als Kunden verlieren.
294. Allerdings sollte darauf hingewiesen werden, dass die Implikationen, die sich aus der Kundenumfrage auf der Strecke Amsterdam – Havanna ableiten lassen, doch recht beschränkt sind. Zurückzuführen ist dies auf die geringe Anzahl von Antworten, die auf dieser Strecke erfasst wurden (nur 45 Passagiere, die nach Havanna reisten, gaben auf die Frage nach der Austauschbarkeit ihres Reiseziels eine klare Antwort). Dies zeigt sich auch klar anhand des Umfangs des 95-prozentigen Vertrauensintervalls für den Verlust von Kunden aufgrund von Preiserhöhungen auf der Strecke Amsterdam – Havanna. Der Vertrauensintervall liegt in der Tat zwischen 8 % und 32 %¹⁴⁰.
295. Als Beweis dafür, dass eine von den beteiligten Unternehmen auf der Strecke Amsterdam – Havanna vorgenommene Preiserhöhung in jedem Fall unrentabel wäre, präsentierten die beteiligten Unternehmen eine Studie über die Elastizität der Nachfrage¹⁴¹. Diese enthält eine Schätzung zum „kritischen Verlust“, also dem Minimum an Umsatzeinbußen, durch das eine Preiserhöhung unrentabel wird. Den im Rahmen der Studie vorgelegten Ergebnissen zufolge würde der kritische Verlust auf der Strecke Amsterdam – Havanna für die Zusammenschlussparteien im Jahr 2007 bei [5-10]*% liegen. Das bedeutet, dass eine Preiserhöhung dann unrentabel wäre, wenn sie zu einem Passagierverlust von mindestens [5-10]*% führen würde. Da die beteiligten Unternehmen der Ansicht sind, dass auf jede Preiserhöhung zwangsläufig ein hoher

¹⁴⁰ Vereinfacht ausgedrückt, bedeutet dies, dass der Kundenumfrage zufolge eine Wahrscheinlichkeit von 95 % besteht, dass der tatsächliche prozentuale Anteil der Passagiere, welche aufgrund einer Preiserhöhung entweder ihr Reiseziel ändern oder gar nicht mehr reisen würden, in den durch den Vertrauensintervall definierten Extremrahmen fällt (die Wahrscheinlichkeit von 95 % ist eine Standardschwelle, anhand derer Statistiker den statistischen Wert eines Resultats beurteilen). Die Ergebnisse deuten somit darauf hin, dass der statistisch signifikante Anteil von Kunden, die bei einer Preiserhöhung verloren würden, bei mindestens 8 % und maximal 32 % liegt.

¹⁴¹ LECG – Analyse des kritischen Verlusts und Nachweis für das Wechselverhalten der Passagiere – 12. Oktober 2008.

prozentualer Verlust an Passagieren folgen würde, sehen sie keinen Anreiz für Preiserhöhungen auf der Strecke Amsterdam – Havanna nach Vollzug der Transaktion.

296. Die Analyse des kritischen Verlusts kann nützlich dabei sein, den Spielraum der beteiligten Unternehmen für Preiserhöhungen nach der Transaktion auszuloten. Allerdings steht aus mindestens drei Gründen in diesem speziellen Fall die Zuverlässigkeit des Ergebnisses in Frage. Zunächst sind der Studie zufolge die Bruttospalten im Passagierluftverkehr sehr hoch. Der Analyse des kritischen Verlusts zufolge ist der kritische Verlust bei hohen Bruttospalten gering, d. h., eine Preiserhöhung um 5 % wäre bereits dann unrentabel, wenn nur eine geringe Anzahl von Kunden die Ware nicht mehr kaufte. Hohe Bruttospalten können aber auch auf einen geringen tatsächlichen Verlust hindeuten. Geht man in der Tat davon aus, dass die Unternehmen vor dem Zusammenschluss ihre Gewinne maximieren, dann würden sie den Preis (und damit ihre Bruttospalten) entsprechend dem umgekehrten Wert der für sie relevanten Elastizität der Nachfrage festsetzen. Daraus ergibt sich, dass hohe Spalten eine geringe Elastizität der Nachfrage signalisieren. Um eine in sich schlüssige Darstellung zu ergeben, müsste die Studie diesen Widerspruch erklären (d. h.: Wenn der tatsächliche Verlust niedrig ist, könnte eine Preiserhöhung trotz niedrigen kritischen Verlusts rentabel sein). So sollte die Studie beispielsweise auf die Frage eingehen, warum die Nachfrage sehr unelastisch ist, wenn der Preis gesenkt wird, aber sehr elastisch, wenn eine Erhöhung vorgenommen wird (dies ist dann der Fall, wenn die zugrunde liegende Nachfragekurve einen „Knick“ aufweist). Andernfalls sollte die Studie auf die Kostenstruktur von KLM und Martinair eingehen und erklären, warum eine Preissenkung angesichts dessen in jedem Fall unrentabel wäre (dies könnte in Zusammenhang stehen mit dem erheblichen Umfang an Fixkosten, die beim Kapazitätsausbau bei Fluggesellschaften anfallen). Die Studie bietet jedoch keine nachvollziehbare Erklärung für diese Unstimmigkeiten.

297. Der zweite Grund betrifft den Umstand, dass die Analyse pro Flug und unter Berücksichtigung eines kurzfristigen Rahmens durchgeführt wurde. So kann sie keine Veränderungen bei der Häufigkeit der Flüge und im Flugplan einkalkulieren, die KLM und Martinair zur Erzielung zusätzlicher Kosteneinsparungen implementieren könnten. In anderen Worten verlieren KLM und Martinair bei einer Preiserhöhung um 5 % in gewissem Umfang Passagiere. Dies würde sich negativ auf den Umsatz, aber auch negativ auf die Gesamtkosten auswirken. Kurzfristig beschränken sich die negativen Kostenauswirkungen auf die Eliminierung der durch den Verlust der einzelnen Passagiere bedingten (relativ niedrigen) Grenzkosten. Mittelfristig allerdings können sich verhältnismäßig umfangreiche negative Auswirkungen auf die Kosten ergeben, wenn sich die Passagierzahl so weit verringert, dass die Einstellung eines Flugs zweckmäßig ist. Wird dieser Sachverhalt berücksichtigt, kann eine Preiserhöhung rentabler sein (da die Betriebskosten für einen Flug recht hoch sind). Ohne Berücksichtigung dieses Effekts könnten sich aus der Analyse des kritischen Verlusts fehlerhafte Resultate ergeben.

298. Der dritte Grund letztendlich stützt sich auf die Art und Weise, in der die Kostenerhöhungen pro Passagier geschätzt werden. In der Tat geht die Studie davon aus, dass nur 9 % der variablen Kosten eines Flugs mit der Zahl der Passagiere in Zusammenhang stehen. Allerdings werden einige Kosten, die den Annahmen zufolge mit der Anzahl der Passagiere verbunden sind (beispielsweise „Kerosin“, „Handhabung des Catering“, „Kreditkartengebühren“ usw.), aus dieser Schätzung ausgeklammert, was

sich aller Wahrscheinlichkeit nach auch auf den Umfang des veranschlagten kritischen Verlusts auswirken würde.

299. Aus diesen Gründen kann die von den beteiligten Unternehmen vorgelegte Schätzung des kritischen Verlusts nur grob den Verlust an Kunden angeben, ab dem eine Preiserhöhung unrentabel würde. In diesem Zusammenhang sollte allerdings darauf hingewiesen werden, dass der durch eine Preiserhöhung bedingte durchschnittliche Verlust von Teilnehmern gemäß der Kundenumfrage etwa vier Mal höher ist als der nach der von den beteiligten Unternehmen durchgeführten Studie errechnete kritische Verlust.
300. Wie in Erwägungsgrund 179 dargelegt, bestätigte die Marktuntersuchung zudem, dass Fluggesellschaften generell bereits auf einen geringfügigen Rückgang in den Passagierzahlen sehr empfindlich reagieren, weil dieser den Unterschied zwischen rentablen und unrentablen Diensten ausmachen kann, und zwar insbesondere in Bezug auf den Passagierluftverkehr zu Urlaubsferzielen.
301. Wie in Erwägungsgrund 259 dargelegt, haben die beteiligten Unternehmen keine Möglichkeit einer eindeutigen Unterscheidung zwischen Passagieren, für die der Zielort wichtig ist und solchen, bei denen dieses nicht der Fall ist, und damit gegenüber der erstgenannten Gruppe entsprechend höhere Preise zu berechnen als gegenüber der zweiten. Solange deshalb ein großer Teil der Kunden bei Preiserhöhungen auf andere Ziele umsteigt oder gar nicht mehr verreist, bleibt die Gruppe von Urlaubsreisenden, denen ein bestimmter Urlaubsort wichtig ist, gegen Preiserhöhungen dadurch gefeit, dass andere Passagiere, denen kein bestimmter Zielort wichtig ist, in Reaktion auf eine solche Preiserhöhung auf andere Ziele ausweichen.
302. Unter diesen Umständen scheint es trotz der Tatsache, dass die Preiselastizität der Nachfrage bei Havanna geringer ist als bei typischeren „Sonne und Strand-Urlaubszielen“ eher wahrscheinlich, dass eine deutliche, dauerhafte Preiserhöhung durch das zusammengeschlossene Unternehmen unrentabel wäre.
303. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.

Schlussfolgerung zur Beurteilung im Hinblick auf die Strecke AMS/DUS/BRU-HAV

304. Es muss folglich der Schluss gezogen werden, dass der Zusammenschluss auch im Hinblick auf die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr gegenüber Endkunden auf der Strecke AMS/DUS/BRU-HAV den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern würde.

8.4.3.5. Strecken, die Amsterdam mit den Niederländischen Antillen verbinden (Amsterdam – Curacao und Amsterdam – Aruba)

305. Gemäß den in den Erwägungsgründen 122 bis 148 dargelegten Erkenntnissen der Kommission im Hinblick auf den relevanten Markt muss in Zusammenhang mit der aktuellen Entscheidung hinsichtlich der Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses in Bezug auf Flüge zwischen Amsterdam und Aruba sowie Curacao die geplante Transaktion vor allem auf der Grundlage des herkömmlichen Ansatzes „Städtepaar Ausgangsort/Zielort“ (O&D) beurteilt werden.

306. Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, (i) dass es weder ab Düsseldorf noch ab Brüssel Flüge nach Aruba oder Curacao gibt, und (ii) dass der Marktuntersuchung zufolge angesichts der historischen, kulturellen und sprachlichen Bande zu den Niederlanden (Aruba und Curacao sind ehemalige niederländische Kolonien) einem relativ hohen Anteil der niederländischen Kunden, die nach Aruba und Curacao reisen wollen, das Reiseziel wichtig (und der Preis somit weniger wichtig) ist, und dass diese deshalb weniger geneigt sind, im Fall einer Preiserhöhung andere „Sonne und Strand-Ziele“ als Alternative in Erwägung zu ziehen.

8.4.3.5.1. *Marktpositionen auf der Strecke Amsterdam – Curacao und Amsterdam – Aruba*
Curacao

307. Die nachstehende Tabelle zeigt die Marktanteile der beteiligten Unternehmen und von deren Wettbewerbern auf der Strecke Amsterdam – Curacao auf Jahresbasis für das Jahr 2007/2008.

Tabelle 12: Marktanteile AMS-CUR 2007/2008 (ca. [113 000-270 000]* Pax)

Wettbewerber	Marktanteil vor dem Zusammenschluss	Marktanteil nach dem Zusammenschluss
KLM	[50-60]*%	[80-90]*%
Martinair	[20-30]*%	
ArkeFly	[10-20]*%	

Quelle: Marktuntersuchung der Kommission

308. KLM fliegt pro Woche sieben Mal nach Curacao, Martinair bedient dieses Ziel fünf Mal in der Woche während der Wintersaison und vier Mal pro Woche während der Sommersaison. Der kombinierte Marktanteil der beteiligten Unternehmen ist auf dieser Strecke mit [80-90]*% 2007/2008 relativ hoch. Zudem betreiben beide beteiligten Unternehmen auf der Strecke Direktflüge. Die aus dem geplanten Zusammenschluss hervorgehende Erhöhung des Marktanteils ist beträchtlich, nicht nur im Vergleich zu den Gewinnen auf anderen Strecken, die Amsterdam mit dem Großraum Karibik verbinden. Der einzige Wettbewerber auf dieser Strecke, ArkeFly, fliegt wöchentlich sechs Mal nach Curacao und erreicht einen Marktanteil von [10-20]*%. Dies unbeschadet der Tatsache, dass er den Großteil seiner Kapazitäten unternehmensgebunden für Pauschalurlaubsreisen aus dem Angebot von TUI oder anderen Veranstaltern Konzerns einsetzt, zu dem auch TUI und ArkeFly gehören.

309. Da es ab Brüssel und Düsseldorf keine Alternativflüge nach Curacao gibt, sind die Marktanteile der beteiligten Unternehmen auch für den in Erwägungsgrund 8.3.2

definierten weiter gefassten Markt gleich, zu dem Flüge nach Curacao ab Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel zählen.

Aruba

310. Ähnlich verhält es sich auf der Strecke AMS-AUA. Die nachstehende Tabelle zeigt die Marktanteile der beteiligten Unternehmen und von deren Wettbewerbern auf der Strecke Amsterdam – Aruba auf Jahresbasis für das Jahr 2007/2008.

Tabelle 13: Marktanteile AMS-AUA 2007/2008 (ca. [36 000-74 000]* Pax)

Wettbewerber	Marktanteil vor dem Zusammenschluss	Marktanteil nach dem Zusammenschluss
KLM	[60-70]*%	[80-90]*%
Martinair	[10-20]*%	
ArkeFly	[10-20]*%	

Quelle: Marktuntersuchung der Kommission

311. Wie bei Curacao, so sind auch diese Marktanteile für den in Erwägungsgrund 8.3.2 definierten weiter gefassten Markt gleich, zu dem Flüge nach Aruba ab Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel zählen, da es keine Flüge nach Aruba ab Düsseldorf bzw. Brüssel gibt.
312. Der kombinierte Marktanteil der beteiligten Unternehmen wird auf dieser Strecke bei [80-90]*% liegen. KLM bietet hier vier Direktflüge pro Woche, Martinair bedient dieses Ziel mit zwei Direktflügen wöchentlich in der Sommersaison und drei Flügen wöchentlich in der Wintersaison. ArkeFly bietet drei Direktflüge pro Woche zwischen Amsterdam und Aruba und hat auf dieser Strecke einen Marktanteil von [10-20]*%. Dies unbeschadet der Tatsache, dass ArkeFly auch auf dieser Strecke den Großteil seiner Kapazitäten in Pauschalurlaubsreisen gebunden hat.
313. Trotz des Umstands, dass einige amerikanische Fluggesellschaften indirekte Luftverkehrsdienste über eines ihrer amerikanischen Luftdrehkreuze anbieten, scheint es kaum, wenn überhaupt, indirekte Flüge zu geben, die dem Substituierbarkeitstest (Austauschbarkeitstest) standhalten würden, d. h., bei denen sich die Reisezeit um maximal 150 Minuten verlängern würde. Darüber hinaus scheinen diese von US-Fluggesellschaften wie United Airlines angebotenen indirekten Flüge erheblich teurer zu sein als ein Durchschnittsticket bei Martinair. Somit verbleibt ArkeFly auch in Bezug auf Aruba im Anschluss an die Transaktion der einzige Wettbewerber.

8.4.3.5.2. Eintrittsschranken

Curacao

314. Was die regulativen Hemmnisse für den Einstieg in die Strecke AMS-CUR angeht, so unterliegt der Flugbetrieb hier dem zwischen den Niederlanden und den Niederländischen Antillen unterzeichneten Protokoll über den Luftverkehr. Diesem zufolge können mehrere Fluggesellschaften benannt werden und gibt es keine Einschränkungen im Hinblick auf die mögliche Anzahl von Flügen in einem bestimmten Zeitraum. Folglich konnten sowohl ArkeFly als auch Martinair (neben KLM) 2005 bzw. 2006 als benannte Fluggesellschaften den Betrieb auf dieser Strecke aufnehmen. Den

beteiligten Unternehmen zufolge hat die niederländische Regierung bestätigt, dass die Benennungsklausel der Gemeinschaft aktuell auch im Rahmen des zwischen den Niederlanden und den Niederländischen Antillen unterzeichneten Protokolls über den Luftverkehr gemäß den Verfassungsbestimmungen des Königreichs der Niederlande gilt, und dass die Niederlande im Bedarfsfall dazu bereit wären, dies den Niederländischen Antillen gegenüber zu bestätigen.

315. Was die regulativen Einstiegshindernisse für die Strecken DUS-CUR angeht, so haben Deutschland und die Niederländischen Antillen vor kurzem ein neues bilaterales Luftverkehrsabkommen unterzeichnet. Darin ist die Benennung mehrerer Fluggesellschaften vorgesehen. Die Zahl der Flüge muss von den Luftfahrtbehörden genehmigt werden. Bislang haben keine Fluggesellschaften aus Belgien oder Aruba die ihnen im Rahmen dieses Abkommens zugestandenen Rechte in Anspruch genommen.
316. Was die regulativen Einstiegshindernisse für die Strecken BRU-CUR angeht, so haben Belgien und die Niederländischen Antillen vor kurzem ein neues bilaterales Luftverkehrsabkommen unterzeichnet. Diesem zufolge können mehrere Fluggesellschaften benannt werden und gibt es keine Einschränkungen im Hinblick auf die mögliche Anzahl von Flügen in einem bestimmten Zeitraum. Auch Fluggesellschaften aus Belgien oder den Niederländischen Antillen haben zwischenzeitlich noch keinen Gebrauch von den ihnen im Rahmen dieses Abkommens zugestandenen Verkehrsrechten gemacht.
317. Mehrere der im Rahmen der Marktuntersuchung befragten, an anderen Flughäfen, Fluggesellschaften, speziell in Brüssel und Düsseldorf ansässigen Fluggesellschaften gaben an, dass die Niederländischen Antillen zwar für niederländische Passagiere von besonderer Attraktivität seien, nicht niederländisch sprechende Fluggäste jedoch keine besondere Affinität zu diesen Inseln hätten. Dementsprechend würde die Nachfrage außerhalb der Niederlande nicht unbedingt ausreichen, um einen Einstieg in diese Märkte zu rechtfertigen.

Aruba

318. In Bezug auf die regulativen Einstiegshindernisse für die Strecke AMS-AUA ist zu sagen, dass der Flugverkehr zwischen den Niederlanden und Aruba dem Protokoll über den Luftverkehr unterliegt. Diesem zufolge können mehrere Fluggesellschaften benannt werden und gibt es keine Einschränkungen im Hinblick auf die mögliche Anzahl von Flügen in einem bestimmten Zeitraum. Somit bestehen keine wesentlichen regulativen Hindernisse. Den beteiligten Unternehmen zufolge hat die niederländische Regierung zudem bestätigt, dass die Benennungsklausel der Gemeinschaft aktuell auch im Rahmen des zwischen den Niederlanden und Aruba unterzeichneten Protokolls über den Luftverkehr gemäß den Verfassungsbestimmungen des Königreichs der Niederlande gilt, und dass die Niederlande im Bedarfsfall dazu bereit wären, dies Aruba gegenüber zu bestätigen.
319. Was die regulativen Einstiegshindernisse für die Strecke BRU-AUA angeht, so sieht das bilaterale Luftverkehrsabkommen zwischen Belgien und Aruba die Benennung von nur einer Fluggesellschaft vor. Im Hinblick auf die Zahl der Flüge innerhalb eines bestimmten Zeitraums gibt es keine Beschränkungen. Bislang haben keine Fluggesellschaften aus Belgien oder Aruba die ihnen im Rahmen dieses Abkommens zugestandenen Rechte in Anspruch genommen. Zwischen Aruba und Deutschland

besteht aktuell kein bilaterales Luftverkehrsabkommen. Sollte in der näheren Zukunft allerdings ein solches zwischen Deutschland und Aruba abgeschlossen werden, dann wäre es aus den in Erwägungsgrund 317 dargelegten Gründen eher unwahrscheinlich, dass in Deutschland ansässige Fluggesellschaften in die Strecke DUS-AUA einsteigen würden.

Keine Beschränkungen für ArkeFly zum Verkauf von reinen Sitzplätzen ohne weitere Leistung auf Flügen zwischen AMS und CUR/AUA

320. Die nach der derzeitigen niederländischen Verordnung über den Verkauf von reinen Sitzplätzen ohne weitere Leistung durch Charterfluggesellschaften gemäß den Erwägungsgründen 249 und 250 bestehenden Einschränkungen gelten auch für den Verkauf von Sitzplätzen für Charterflüge zwischen Amsterdam und Aruba und Curacao. Angesichts dessen jedoch, dass den geltenden bilateralen Luftverkehrsabkommen zufolge mehrere Fluggesellschaften benannt werden können und keinerlei Beschränkungen im Hinblick auf die Anzahl der Flüge auf diesen Strecken innerhalb eines bestimmten Zeitraums gelten, ist es für Fluggesellschaften u. U. einfacher und möglicherweise auch attraktiver, anstelle der Charterflüge auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA Linienflüge anzubieten. Die erwähnten Beschränkungen für den Verkauf von reinen Sitzplätzen ohne weitere Leistungen gelten für Linienflüge allerdings nicht. Selbst ArkeFly, das für alle anderen bedienten Lang- und Kurzstreckenziele Charterflüge anbietet, ist eine benannte Fluggesellschaft und fliegt auf diesen beiden Strecken Linie. In jedem Fall, und auch aus den in Erwägungsgrund 250 angeführten Gründen, würden die Beschränkungen beim Verkauf von reinen Sitzplätzen ohne weitere Leistungen Fluggesellschaften nicht unbedingt davon abhalten, durch Aufnahme des Charterflugbetriebs auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA dort einzusteigen.

Andere Eintrittsschranken und Expansionshindernisse

321. Im Hinblick auf die anderen Einstiegshindernisse, wozu auch die Verfügbarkeit von Zeitfenstern auf den Flughäfen Schiphol, Düsseldorf und Brüssel gehört, wird auf die Erwägungsgründe 191 bis 197 verwiesen, in denen die Situation in Zusammenhang mit Flügen zwischen diesen drei Zielorten und allen Fernzielen generell dargelegt ist.

8.4.3.5.3. Asymmetrie/Wettbewerbsnähe

322. Wie bereits in den Erwägungsgründen 184 bis 189 dargelegt, unterscheiden sich KLM und Martinair klar in Bezug auf ihr Geschäftsmodell und ihre Marktpositionierung. Auch im Hinblick auf Aruba und Curacao hat die Kundenumfrage eine deutliche Asymmetrie zwischen den beteiligten Unternehmen zutage gefördert. Endkunden scheinen eine Präferenz für KLM zu haben: 23 % der nach Aruba reisenden KLM-Fluggäste gaben an, dass sie vor dem Kauf des Tickets Martinair als potenzielle Alternative zu KLM ins Auge gefasst hätten (gegenüber 18 %, die ArkeFly in Erwägung zogen). Andererseits aber sagten 48 % der KLM-Kunden, sie hätten keine andere Fluggesellschaft als KLM in Betracht gezogen. Im Gegensatz dazu antworteten 18 % der Martinair-Kunden auf die gleiche Frage, dass sie vor dem Kauf des Tickets keine andere Fluggesellschaft in Erwägung gezogen hätten, wohingegen 55 % zugunsten von KLM überlegt hatten (im Gegensatz zu 15 %, die ArkeFly in Erwägung zogen).

323. Gleichermaßen gaben 47 % der nach Curacao reisenden KLM-Fluggäste an, sie hätten vor dem Kauf ihres Tickets keine andere Fluggesellschaft in Erwägung gezogen, während nur 24 % Martinair und 27 % ArkeFly in Betracht gezogen hatten. Andererseits sehen 51 % der Martinair-Fluggäste auf dem Weg nach Curacao KLM als potenzielle Alternative, 17 % erwogen ArkeFly und 21 % zogen überhaupt keine andere Fluggesellschaft in Betracht¹⁴².

324. Das zeigt, dass KLM deutlich mehr Wettbewerbsdruck auf Martinair ausübt als umgekehrt. Zudem ließen die Marktuntersuchung wie auch die Kundenumfrage erkennen, dass bei Martinair und auch bei ArkeFly in der Regel der prozentuale Anteil an Pauschalkunden höher ist als bei KLM. Martinair scheint in Bezug auf die Marktpositionierung somit näher bei ArkeFly als bei KLM zu stehen.

8.4.3.5.4. *Durch ArkeFly ausgeübter Wettbewerbsdruck*

325. Zudem wäre das zusammengeschlossene Unternehmen auf den Strecken zwischen Amsterdam und Curacao und Aruba weiterhin dem Wettbewerbsdruck durch ArkeFly ausgesetzt. ArkeFly erzielt im Hinblick auf beide Zielorte einen Marktanteil von ca. [10-20]*%. Die Gesellschaft unterhält Linienflüge auf den Strecken AMS-AUA und AMS-CUR (und somit gelten für ArkeFly auf diesen beiden Strecken die nach dem niederländischen Pauschalreisenerlass geltenden und in den Erwägungsgründen 249 und 250 näher erläuterten Beschränkungen für den Verkauf von reinen Sitzplätzen ohne weitere Leistungen nicht).

326. Obwohl ein Großteil der derzeitigen Kapazitäten von ArkeFly durch den Verkauf von Sitzplätzen für seine Flüge an Reiseveranstalter der TUI-Gruppe für Pauschalreisen gebunden ist, verkauft das Unternehmen auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA doch noch immer [einen erheblichen Anteil]* der Tickets an Endkunden. Das ist erheblich mehr als auf anderen Strecken, auf denen sich der Passagierluftverkehr der beteiligten Unternehmen überschneidet und auf denen ArkeFly ebenfalls tätig ist¹⁴³.

327. Zudem gab ArkeFly im Rahmen der Marktuntersuchung der Kommission an, dass man beispielsweise durch Erweiterung der Flugzahlen auf dieser Strecke der zusätzlichen Nachfrage auf den Strecken AMS-AUA und AMS-CUR gerecht werden könnte, sollten Kunden im Zuge einer vom zusammengeschlossenen Unternehmen vorgenommenen Preiserhöhung auf ArkeFly umsteigen wollen. Wie bereits näher erläutert (siehe Erwägungsgrund 286), wird derzeit nach Aussage des Unternehmens ein Teil der Langstreckenkapazitäten von ArkeFly kurzfristig und ad hoc an Dritte vermietet (ACMI). Da es sich hier jedoch nicht um einen Bestandteil des Kerngeschäfts handelt, könnten diese Kapazitäten ArkeFly zufolge kurzfristig zum Ausbau der Flüge auf bestehenden Strecken oder zum Einstieg in bislang noch nicht bediente Strecken herangezogen werden. Demzufolge könnten innerhalb kurzer Zeit pro Woche mehrere

¹⁴² Es sollte betont werden, dass die Frage nach Erwägung einer alternativen Fluggesellschaft nur solchen Kunden gestellt werden konnte, die keinen Pauschalflug gebucht hatten.

¹⁴³ Auf den Strecken AMS-PUJ verkauft ArkeFly [deutlich weniger]* Sitzplätze an Endkunden, auf der Strecke AMS-CUN sogar [noch weniger]* [in beiden Fällen weniger als ein Viertel des Anteils an Sitzplätzen, die ArkeFly auf den Strecken AMS-CUR und SMS-AUA an Endkunden verkauft]*.

Rotationen hinzugefügt werden, ohne dass die Flotte dazu kurzfristig erweitert werden müsste.

328. Für eine am Flughafen Amsterdam-Schiphol bereits etablierte Fluggesellschaft, die auf diesen beiden Strecken fliegt, gibt es nur relativ geringe Hindernisse für den Kapazitätsausbau, da sich hier im Hinblick auf die betrieblichen Abläufe Größenvorteile nutzen lassen. In der Tat hat ArkeFly bereits die Zahl seiner Flüge nach Curacao am 1. Juni 2008 von 5 auf 6 pro Woche und am 1. November 2008 von 6 auf 7 pro Woche erhöht.
329. Darüber hinaus gab ArkeFly an, dass man mittelfristig (d. h. auf sechs Monate bis ein Jahr oder länger gesehen) die Kapazitäten durch Inbetriebnahme neuer und/oder geleaster Flugzeuge weiter aufstocken könnte. Diese neuen und/oder geleasteten Flugzeuge könnten dann auch von anderen Gesellschaften der TUI-Gruppe kommen (siehe auch Erwägungsgrund 287).
330. Die Marktuntersuchung hat keine Hinweise darauf hervorgebracht, dass ArkeFly einen Anreiz hätte, Preiserhöhungen von KLM zu folgen, anstatt dessen Preis zu unterbieten, um seinen Marktanteil zu steigern. ArkeFly hat jüngst in zusätzliche Kapazitäten auf den Strecken zu den Niederländischen Antillen investiert (in den vergangenen sechs Monaten wurde die Zahl der Flüge pro Woche auf der Strecke AMS-CUR um zwei erhöht), was darauf hindeutet, dass das Unternehmen im Falle von Preiserhöhungen des zusammengeschlossenen Unternehmens Wettbewerbsdruck ausüben würde.
331. Somit dürfte ArkeFly nach der Transaktion auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA Wettbewerbsdruck auf die beteiligten Unternehmen ausüben, da das Unternehmen dazu in der Lage ist und einen Anreiz dazu hat. In Verbindung mit der Preiselastizität der Nachfrage für diese Strecke, die in den Erwägungsgründen 332 bis 337 erörtert wird, würde diese Gefahr die beteiligten Unternehmen aller Wahrscheinlichkeit nach davon abhalten, hier nach dem Zusammenschluss Preiserhöhungen einzuführen.

8.4.3.5.5. Preiselastizität der Nachfrage dürfte Preiserhöhungen nach Vollzug der Transaktion unrentabel machen

332. Zuletzt ergaben die Marktuntersuchung der Kommission und auch die am Flughafen Amsterdam-Schiphol durchgeführte Kundenumfrage ähnlich wie bei den anderen Karibikzielen, dass ein beträchtlicher Teil der Kunden diese beiden Ziele im Fall von Preiserhöhungen des zusammengeschlossenen Unternehmens für die Strecken AMS-CUR und AMS-AUA durch andere Urlaubs(fern)ziele ersetzen oder überhaupt nicht reisen würde. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass der Anteil der aller Wahrscheinlichkeit nach aufgrund einer Preiserhöhung verlorenen Kunden geringer ist als bei Punta Cana und Cancun (die Resultate der Kundenumfrage für Curacao und Aruba sind in der Tat vergleichbar mit denen für Havanna).
333. Konkreter lässt sich sagen, dass sich zwar die meisten an der Marktuntersuchung teilnehmenden Reiseveranstalter und -büros skeptisch dazu äußerten, ob ein bedeutender Teil der Kunden von Aruba und Curacao auf andere Ziele umsteigen würde, die Resultate der Kundenumfrage jedoch andeuten, dass dies in der Tat bei einer beträchtlichen Anzahl von Kunden der Fall sein dürfte.

334. In Bezug auf Aruba gaben 15 % der KLM- und Martinair-Kunden an, sie würden bei einer Preiserhöhung von 5-10 % auf ein anderes Ziel umsteigen (nur einige wenige dieser Befragten – 2 % der Martinair- und 5 % der KLM-Kunden – erklärten jedoch, sie würden in diesem Fall überhaupt nicht fliegen). Angesichts der relativ hohen Zahl von Antworten für die Strecke Amsterdam – Havanna ist zudem der Vertrauensintervall von 95 % für den Kundenverlust der Zusammenschlussparteien insgesamt kleiner: Der Kundenumfrage zufolge würden den Zusammenschlussparteien bei einer Preiserhöhung zwischen 12 % und 26 % der Martinair- und KLM-Kunden verloren gehen.
335. Bei Curacao gaben 10 % der KLM- und Martinair-Kunden, die eine konkrete Antwort gaben, an, sie würden bei einer Preiserhöhung auf ein anderes Ziel umsteigen, während 10 % davon für Martinair und 6 % für KLM erklärten, sie würden dann überhaupt nicht mehr fliegen. Wie bei Aruba ergibt sich aus der relativ großen Zahl von Antworten gegenüber der Strecke Amsterdam – Havanna ein größerer 95 % Vertrauensintervall. Der Kundenumfrage zufolge würden den Zusammenschlussparteien bei einer Preiserhöhung zwischen 12 % und 25 % der Martinair- und KLM-Kunden verloren gehen.
336. Darüber hinaus wird nach der Kundenumfrage deutlich, dass 15 % der Martinair- und 18 % der KLM-Befragten bei der Buchung von Flügen nach Aruba auch ArkeFly in Erwägung ziehen. Für Curacao liegen die relevanten Prozentsätze sogar noch höher. Konkreter zogen für Flüge nach Curacao 17 % der Martinair-Kunden und 27 % der KLM-Kunden auch ArkeFly in Betracht. Von allen Kunden, für die ArkeFly eine Alternative zu KLM bzw. Martinair darstellte, gaben 70 % an, sie würden im Fall einer Preiserhöhung um 5-10 % durch das zusammengeschlossene Unternehmen tatsächlich auf ArkeFly umsteigen¹⁴⁴.
337. Nimmt man diese Zahl zum Kundenverlust aufgrund der Austauschbarkeit von Zielorten hinzu, dann lässt sich der Anteil der Kunden ausmachen, die aller Wahrscheinlichkeit nach eine hypothetische Preiserhöhung seitens der Zusammenschlussparteien mitmachen würden. In Verbindung mit Aruba gaben 68 % der Befragten, die keinen Pauschalflug gebucht hatten, an, sie hätten ArkeFly vor dem Kauf ihres Tickets nicht in Erwägung gezogen und würden auch bei einer einseitigen Preiserhöhung von 5-10 % weiterhin nach Aruba fliegen. Der Anteil der Befragten, den die beteiligten Unternehmen dann verlieren könnten, würde bei ca. 32 % liegen. Bei Curacao liegt dieser Prozentsatz sogar noch höher. Hier gaben 56 % der Befragten, die keinen Pauschalflug gebucht hatten, an, sie hätten ArkeFly vor dem Kauf ihres Tickets nicht in Erwägung gezogen und würden auch bei einer einseitigen Preiserhöhung von 5-10 % weiterhin nach Curacao fliegen. Der Anteil der Befragten, den die beteiligten Unternehmen aufgrund der Preiserhöhung verlieren könnten, würde dann bei ca. 44 % liegen.
338. Wie bei Havanna legten die beteiligten Unternehmen der Kommission zusammen mit der Studie auch hier zusätzliche Angaben über die Elastizität der Nachfrage und die Rentabilität einer Preiserhöhung vor¹⁴⁵. Auch für diesen Bereich enthält die Studie eine Schätzung des „kritischen Verlusts“ für die Strecken nach Aruba

¹⁴⁴ Es sollte auch hier betont werden, dass die Frage nach Erwägung einer alternativen Fluggesellschaft nur solchen Kunden gestellt werden konnte, die keinen Pauschalflug gebucht hatten.

¹⁴⁵ LECG – Analyse des kritischen Verlusts und Nachweis über das Wechselverhalten der Passagiere.

und Curacao. Den Studienergebnissen zufolge würde der kritische Verlust für die Zusammenschlussparteien 2007 wie bei der Strecke Amsterdam – Havanna 5,1 % betragen.

339. Allerdings gelten für diese Resultate die gleichen Kritikpunkte wie in den Erwägungsgründen 295 bis 299 erläutert, so dass den Ergebnissen deshalb nur ein begrenztes Gewicht eingeräumt werden sollte. Jedoch sollte auch bei Aruba und Curacao darauf hingewiesen werden, dass der durch eine Preiserhöhung bedingte durchschnittliche Verlust von Teilnehmern gemäß der Kundenumfrage etwa drei bis vier Mal höher ist als der nach der von den beteiligten Unternehmen durchgeführten Studie angegebene kritische Verlust.
340. Wie in Erwägungsgrund 179 dargelegt, bestätigte die Marktuntersuchung zudem, dass Fluggesellschaften generell bereits auf einen geringfügigen Rückgang in den Passagierzahlen sehr empfindlich reagieren, weil dieser den Unterschied zwischen rentablen und unrentablen Diensten ausmachen kann, und zwar insbesondere in Bezug auf den Passagierluftverkehr zu Urlaubsfernzielen.
341. Wie in Erwägungsgrund 259 dargelegt, ist es den beteiligten Unternehmen beim Verkauf von Flugtickets an Endkunden nicht möglich, zwischen solchen Fluggästen zu unterscheiden, denen der Zielort wichtig ist (insbesondere VFR-Reisende) und solchen, bei denen dies nicht der Fall ist. Folglich könnten die beteiligten Unternehmen gegenüber den Kunden, die auch bei einer Preiserhöhung weiterhin nach Aruba und Curacao fliegen würden, keine höheren Preise als gegenüber wechselbereiten Kunden berechnen. Solange also die Möglichkeit besteht, dass ein beträchtlicher Teil der Kunden im Fall einer Preiserhöhung auf andere Fluggesellschaften oder Alternativziele umsteigt oder ganz auf die Reise verzichtet, bleibt die Gruppe der Reisenden, die gegenüber potenziellen Alternativzielen unelastisch ist, aufgrund dessen gegen Preiserhöhungen geschützt, dass andere, elastischer eingestellte Passagiere im Zuge einer solchen Preiserhöhung wechseln und damit die Preispolitik für die Zusammenschlussparteien unrentabel machen würden.
342. Unter diesen Umständen scheint es trotz der Tatsache, dass die Preiselastizität der Nachfrage bei Curacao und Aruba geringer ist als bei typischeren „Sonne und Strand-Urlaubszielen“ eher wahrscheinlich, dass eine deutliche, dauerhafte Preiserhöhung durch das zusammengeschlossene Unternehmen unrentabel wäre.
343. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.
344. Aus all den angeführten Gründen muss gefolgert werden, dass es unwahrscheinlich ist, dass der geplante Zusammenschluss auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA unkoordinierte Effekte nach sich ziehen würde.

8.4.3.5.6. *Koordinierte Effekte*

345. Es ist ferner unwahrscheinlich, dass der geplante Zusammenschluss insofern zu koordinierten Effekten führen würde, als KLM dazu in der Lage wäre, seine Preise für Flüge auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA zu erhöhen und ArkeFly sich diesen Preiserhöhungen anschließen würde.
346. Zunächst scheint das Risiko, dass der geplante Zusammenschluss koordinierte Effekte nach sich zieht, angesichts der zwischen KLM und ArkeFly in Bezug auf die Marktanteile bestehenden Asymmetrie äußerst gering. In der Tat ist der kombinierte Marktanteil des zusammengeschlossenen Unternehmens von [80-90]*% auf jeder der beiden Strecken mehr als fünf Mal so groß wie der von ArkeFly (das die restlichen [10-20]*% hätte). In Anbetracht dessen, dass ArkeFly eigenen Aussagen zufolge dazu in der Lage ist, auf eine deutliche Nachfragesteigerung im Fall einer Preiserhöhung durch das zusammengeschlossene Unternehmen im Anschluss an die Transaktion kurzfristig, also innerhalb von wenigen Monaten, zu reagieren, wäre jedes durch geheime Absprachen geschaffene Gleichgewicht von äußerst instabiler Natur. Der Grund dafür liegt in der Tatsache, dass der relativ geringe Marktanteil von ArkeFly für das Unternehmen einen starken Anreiz dafür darstellt, KLM zu unterbieten und damit einen Teil der Nachfrage auf sich zu vereinen und seinen Marktanteil auszubauen.
347. Zum Zweiten erhöht sich die Wahrscheinlichkeit einer stillschweigenden Absprache angesichts der vor der Transaktion gegebenen Marktstruktur im Zuge des Zusammenschlusses nur marginal. Vor der Implementierung der geplanten Transaktion bedienen drei Akteure Aruba und Curacao mit Flügen ab Amsterdam. Zwei davon sind durch eine gegenseitige Beteiligung von jeweils 50 % an der jeweils anderen Partei miteinander verbunden und damit bereits vor dem Zusammenschluss nicht an einem scharfen Wettbewerb zueinander interessiert (insbesondere KLM, das Anrecht auf 50 % des Gewinns von Martinair hat). Die vollständige Integration von Martinair in die Air France-KLM-Gruppe und damit sein Verschwinden vom Markt dürfte deshalb die Wahrscheinlichkeit geheimer Absprachen nicht wesentlich erhöhen. Die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses scheinen diesbezüglich somit begrenzt.
348. Ein weiterer Grund, warum geheime Absprachen zwischen KLM und ArkeFly nach der Transaktion unwahrscheinlich sind, ist schließlich die relative Instabilität der Nachfrage im vorliegenden Fall. Das Langstrecken-Passagiergeschäft von Martinair ist auf Urlaubsreisende ausgerichtet, und deren Nachfrage ist im Allgemeinen verhältnismäßig instabil. In der Tat ist es sehr viel wahrscheinlicher, dass drastische Nachfrageveränderungen durch solche Kunden ausgelöst werden als beispielsweise durch Geschäftsreisende, da die Erstgenannten nicht zwingend fliegen müssen (zumindest nicht auf einer bestimmten Strecke). Aufgrund dessen könnte es für KLM und ArkeFly schwierig sein, einerseits durch Abweichungen bedingte (und dadurch zum Erhalt eines durch Absprachen geschaffenen Gleichgewichts zu bestrafende) Preisänderungen und andererseits nachfragebedingte Veränderungen zu identifizieren.
349. In jedem Fall muss man sich ins Gedächtnis rufen, dass – wie in den Erwägungsgründen 184 bis 189 näher erläutert – sich die Geschäftsmodelle und Marktpositionierung der beteiligten Unternehmen deutlich voneinander unterscheiden. Während Martinair größtenteils eine Reisefluggesellschaft ist, verkauft KLM einen erheblich kleineren Anteil seiner Gesamtkapazität auf Flügen in Urlaubsgebiete an Reiseveranstalter. Darüber hinaus nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM

ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Diese Unterschiede im Hinblick auf Geschäftsmodell und Marktpositionierung sowie die konkrete Situation von Martinair vor der Transaktion schränken eventuelle wettbewerbsfeindliche koordinierte Effekte der geplanten Transaktion von vornherein ein.

350. Angesichts all dieser Faktoren scheint es unwahrscheinlich, dass die geplante Transaktion die Möglichkeit von Preisabsprachen zwischen der neuen Organisation und dem verbleibenden Akteur ArkeFly auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA nach dem Zusammenschluss verstärkt.

8.4.3.5.7. *Schlussfolgerung zur Beurteilung der Auswirkungen der geplanten Transaktion auf den Strecken AMS-AUA und AMS-CUR*

351. Es muss folglich der Schluss gezogen werden, dass der Zusammenschluss auch im Hinblick auf die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr gegenüber Endkunden auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern würde.

8.4.3.6. Schlussfolgerung zur Beurteilung der Transaktion im Hinblick auf die Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr gegenüber Endkunden

352. Bzgl. der Erbringung von Dienstleistungen im Passagierluftverkehr gegenüber Endkunden muss somit gefolgert werden, dass der geplante Zusammenschluss keine maßgebliche Behinderung des wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nach sich ziehen würde, was die hypothetischen weiter gefassten Märkte für Flüge von niederländischen Urlaubsreisenden ab Amsterdam oder ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu Zielen im Großraum Karibik oder zu allen Urlaubsfernzielen auf den Strecken entweder zwischen Amsterdam oder Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel und Vancouver, Toronto bzw. Miami, zwischen Amsterdam, Düsseldorf und Brüssel und Punta Cana, Cancun bzw. Havanna sowie zwischen Amsterdam und Curacao bzw. Aruba angeht.

8.4.4. *Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten von Fluggesellschaften an Reiseveranstalter*

353. Im Hinblick auf alle von der aktuellen Transaktion betroffenen Strecken sind beide beteiligten Unternehmen auch als Großhandelsanbieter von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter tätig. Da die Marktuntersuchung in Bezug auf die Größe des relevanten Markts am Bestimmungsort keine schlüssigen Ergebnisse brachte, werden die Auswirkungen der geplanten Transaktion auf der Grundlage beider alternativer Marktdefinitionen beurteilt, also (i) einmal auf Basis eines Markts für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten für alle Fernziele an den niederländischen Markt bedienende Reiseveranstalter, und (ii) anhand der maximal eingegrenzten alternativen Märkte, also auf Basis der Einzelstrecken, wo der Ausgangsort im Hinblick auf die Strecken zu „Sonne und Strand-Urlaubsfernzielen“ Flughäfen in Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf umfasst.

8.4.4.1. Verkauf von Sitzplätzen von Fluggesellschaften an Reiseveranstalter für Flüge ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu allen Fernzielen

354. Es war den beteiligten Unternehmen nicht möglich, Schätzungen zur Gesamtgröße des Markts sowie bzgl. ihrer eigenen Position und der ihrer Wettbewerber am Markt für den Verkauf von Sitzplätzen an Reiseveranstalter für Flüge ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu allen Fernzielen vorzulegen. Allerdings machten die beteiligten Unternehmen auf der Grundlage der Schiphol-Umfrage aus dem Jahr 2007 Angaben zum Gesamtmarkt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten für Langstreckenflüge ab Amsterdam an auf dem niederländischen Markt tätige Reiseveranstalter, denen zufolge ihr kombinierter Marktanteil etwa [50-60]*% betragen würde (KLM: [30-40]*%, Martinair: [10-20]*%)¹⁴⁶.
355. Da KLM und Martinair die beiden einzigen unabhängigen Fluggesellschaften sind, denen Schiphol als Drehkreuz dient, dürfte der restliche Markt stark gestreut sein. Wenngleich die Wahrscheinlichkeit besteht, dass ArkeFly einen beträchtlichen Teil dieses Markts einnimmt, so erwirtschaftet das Unternehmen doch den größten Teil seines Umsatzes durch Verkäufe an zur TUI-Gruppe gehörende integrierte Reiseveranstalter. ArkeFly verkauft aktuell nur in begrenztem Umfang Sitzplätze an externe Reiseveranstalter, da sein Hauptgeschäft der Verkauf von Sitzplätzen an zur TUI-Gruppe gehörende Veranstalter ist.
356. Zu beachten ist, dass die beteiligten Unternehmen bei der Errechnung dieser Marktanteile die Zahlen für die Full-Charter-Flüge von Martinair außer Acht gelassen haben, da sich Martinair zur Einstellung derselben ab der Wintersaison 2008/2009 entschlossen hat. Würden diese Dienste in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt, ergäbe sich für die beteiligten Unternehmen vermutlich ein erheblich größerer kombinierter Marktanteil von bis zu [60-70]*%¹⁴⁷.
357. Diese Marktanteile sind den Angaben der beteiligten Unternehmen zufolge jedoch aufgebläht, da sie keine Flüge aus Urlaubspauschalreisen beinhalten, die von Flughäfen in Belgien und Deutschland aus fliegende niederländische Reiseveranstalter verkauft haben. In der Tat bestätigten die Ergebnisse der Marktuntersuchung, dass niederländische Reiseveranstalter – in unterschiedlichem Umfang – Pauschalreisen mit Flügen verkaufen, die außerhalb von Brüssel und Düsseldorf abgehen. Sollten diese in der Berechnung der Marktanteile für diesen weiter gefassten Markt berücksichtigt werden, wäre der Marktanteil der beteiligten Unternehmen zwangsweise kleiner.

¹⁴⁶ Auf Basis der Schiphol-Umfrage schätzen die beteiligten Unternehmen das Gesamtvolumen dieses Markts (auf der Grundlage der an Reiseveranstalter verkauften Sitzplätze) auf ca. 803 000 Passagiere im Jahr 2007. Im selben Jahr verkaufte KLM auf Langstreckenflügen etwa [...] Sitzplätze an Reiseveranstalter. Das entspricht einem Marktanteil von ca. [30-40]*%. 2007 verkaufte Martinair ca. [...] Sitzplätze auf Langstreckenflügen an Reiseveranstalter. Dabei ist zu beachten, dass den Angaben der beteiligten Unternehmen zufolge diese Schätzungen der Marktanteile aufgebläht sind, da sie keine Sitzplätze aus Pauschalreisen ab Brüssel und Düsseldorf enthalten.

¹⁴⁷ Den Angaben der beteiligten Unternehmen zufolge verkaufte Martinair 2007 auf Full-Charter-Langstreckenflügen insgesamt [...] Sitzplätze. Je nachdem, ob diese im Gesamtmarkt von 803 000 Passagieren enthalten sind oder nicht, würde sich der tatsächliche Marktanteil von Martinair 2007 auf [20-30]*% oder sogar auf [30-40]*% belaufen.

358. Die beteiligten Unternehmen argumentieren, dass die Transaktion im Hinblick auf diesen Markt keine wettbewerbsrechtlichen Bedenken aufwirft. Zur Untermauerung dieser Sichtweise führen sie an, dass KLM und Martinair keine engen Konkurrenten sind. Wie in den Erwägungsgründen 184 bis 189 näher ausgeführt, bestehen klare Unterschiede im Hinblick auf die Geschäftsmodelle und Marktpositionierung der beteiligten Unternehmen, woraus sich eine deutliche Asymmetrie im Hinblick darauf ergibt, wie die beteiligten Unternehmen einander vor der Transaktion unter Wettbewerbsdruck setzen. Eventuelle wettbewerbsfeindliche Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses sind dadurch bereits von vornherein begrenzt. Während den beteiligten Unternehmen zufolge Martinair eine richtige Fluggesellschaft für Reiseveranstalter ist, verkauft KLM nur etwa [10-20]*% seiner Gesamtkapazität auf Flügen zu Urlaubszielen an solche Veranstalter und hat die Gesellschaft ihre Absicht erklärt, sich künftig noch weniger auf diese Art von Umsatz verlassen zu wollen.
359. Wenngleich durch den geplanten Zusammenschluss eine der Hauptalternativen für Reiseveranstalter wegfällt, die Sitzplätze auf Langstreckenflügen ab Amsterdam kaufen wollen, so verkaufen daneben doch noch weitere Fluggesellschaften (auch Urlaubsfluggesellschaften) solche Sitzplätze für Flüge zu unterschiedlichen Fernzielen ab Brüssel und Düsseldorf. In der Tat verkauft die in Düsseldorf ansässige deutsche LTU, die sowohl Linien- als auch Charterflüge anbietet, Sitze für Langstreckenflüge zu diversen Urlaubszielen (auch in der Karibik) ab Düsseldorf an niederländische Reiseveranstalter. In ähnlicher Weise verkauft Emirates Sitzplätze für Flüge zu Zielen in Asien, in der Pazifikregion und in Afrika an niederländische Reiseveranstalter. Verschiedene andere Fluggesellschaften, darunter beispielsweise Virgin Atlantic und Jet Airways, verkaufen Sitzplätze auf Langstreckenflügen ab Brüssel an niederländische Reiseveranstalter. Bei entsprechender Gelegenheit könnte sich auch ArkeFly dazu entschließen, seine Kapazitäten und seine Verkäufe an externe Reiseveranstalter aufzustocken. Angesichts dessen werden niederländischen Reiseveranstalter, die Pauschalreisen für Fernziele verkaufen, auch künftig alternative Anbieter vorfinden.
360. Verschiedene Reiseveranstalter gaben im Rahmen der Marktuntersuchung des Vorprüfverfahrens ihrer Besorgnis darüber Ausdruck, dass das zusammengeschlossene Unternehmen nach Wegfall des derzeit noch durch Martinair ausgeübten Wettbewerbsdrucks dazu in der Lage wäre, die Preise für an Reiseveranstalter verkaufte Sitzplätze zu erhöhen oder diese Sitzplatzkontingente zu verkleinern, was letztendlich denjenigen Endkunden zum Nachteil gereichen würde, die die von den Reiseveranstaltern gebotenen zusätzlichen Serviceleistungen schätzen, da sie damit für ihre Pauschalreisen mehr bezahlen müssten oder das Angebot an Pauschalreisen nach der Transaktion dann begrenzt wäre.
361. Allerdings sind alle Aktivitäten von Martinair auf sämtlichen von der aktuellen Transaktion betroffenen Strecken stark vom Verkauf an Reiseveranstalter abhängig. Während KLM durchschnittlich ca. [10-20]*% seiner Kapazitäten an Reiseveranstalter verkauft, ist dies bei Martinair zu etwa [50-60]*% der Fall¹⁴⁸. Dieser Prozentsatz erhöht sich bei einigen „Sonne und Strand-Fernzielen“ auf bis zu [90-100]*%¹⁴⁹. Angesichts der hohen Bedeutung, die ein hoher Belegungsfaktor für

¹⁴⁸ Formblatt CO, Randnr. 296.

¹⁴⁹ 2006 verkaufte Martinair [90-100]*% seiner Kapazitäten auf der Strecke Amsterdam-Cancun an Reiseveranstalter.

Urlaubsfluggesellschaften wie Martinair hat (siehe hierzu Erwägungsgrund 179), und ferner angesichts der Tatsache, dass der Belegungsfaktor im Fall von Martinair stark von der Geschäftsentwicklung des Reiseveranstalters abhängt, kann sich Martinair keinen Wegfall vieler Kunden leisten, und insbesondere nicht solcher, die umfangreiche Sitzplatzkontingente kaufen¹⁵⁰.

362. Diesbezüglich scheinen Reiseveranstalter eine gewisse Verhandlungskraft zu haben, zumindest im Hinblick auf die garantierten Sitzplätze, die Martinair, das nun stärker als je zuvor vom Geschäft mit den Reiseveranstaltern abhängig ist, verkauft. Zur Untermauerung dieses Arguments legten die beteiligten Unternehmen zwei erst vor sehr kurzem geführte E-Mail-Korrespondenzen zwischen Martinair und zwei von dessen Reiseveranstalterkunden vor, in denen diese Kunden im Hinblick auf den Inhalt ihrer Verträge mit Martinair konkrete Forderungen stellen. So bitten sie beispielsweise explizit um Sitzplätze auf Flügen zu bestimmten Zielorten unter dem Verweis darauf, dass diese Zielorte absolute Voraussetzung dafür sind, dass der betreffende Veranstalter überhaupt Sitzplätze von Martinair kauft¹⁵¹.

363. Während KLM selbst erheblich weniger abhängig von Reiseveranstaltern ist, hat das Unternehmen jedoch seine Absicht erklärt, nach Abschluss der Transaktion die Marktpositionierung von Martinair als Urlaubsfluggesellschaft, die Sitzplätze an Reiseveranstalter verkauft, aufrecht zu erhalten. Dieses Vorhaben ist durch interne KLM-Dokumente belegt. Entsprechend wird sich auch das zusammengeschlossene Unternehmen weiter in erheblichem Umfang auf das Geschäft mit Reiseveranstaltern verlassen, insbesondere, was Urlaubsfernziele angeht, für die ein bedeutender Teil der Kunden eher Pauschalreisen als Einzelflüge bucht.

364. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.

365. Angesichts der in den Erwägungsgründen 354 bis 364 beschriebenen Situation scheint es unwahrscheinlich, dass das zusammengeschlossene Unternehmen dazu in der Lage sein wird, im Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten für Fernziele an Reiseveranstalter generell die Preise zu erhöhen. Daraus lässt sich schließen, dass der geplante Zusammenschluss den Wettbewerb am gemeinsamen Markt oder an einem signifikanten Teil desselben im Hinblick auf das Sitzplatzangebot von Fluggesellschaften an Reiseveranstalter für Flüge ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu allen Fernzielen nicht in maßgeblicher Weise beeinträchtigen würde.

¹⁵⁰ Von der Gesamtzahl an Sitzplätzen, die Martinair an Reiseveranstalter verkauft, entfallen ca. [90-100]*% auf garantierte Sitzplätze, für welche die Reiseveranstalter die Konditionen aushandeln, im Voraus bezahlen und das Risiko des Nichtverkaufs mittragen.

¹⁵¹ Siehe hierzu die Anlage zur E-Mail der beteiligten Unternehmen vom 27. August 2008. Diese enthält eine vom 21. August 2008 datierte E-Mail von Thomas Cook Nederland an Martinair.

8.4.4.2. Verkauf von Sitzplätzen von Fluggesellschaften an Reiseveranstalter für Flüge ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf in nordamerikanische Großstädte (Vancouver, Toronto und Miami)

366. Die drei nordamerikanischen Großstädte Vancouver, Toronto und Miami können faktisch nicht als typische Pauschalurlaubsziele betrachtet werden, weshalb Endkunden eher dazu geneigt sind, Urlaubsbuchungen in Form von Individualreisen, also für die verschiedenen Komponenten getrennt, vorzunehmen. Dies zeigt sich am insgesamt geringeren Anteil an Pauschalurlaubsreisen bei diesen Zielorten gegenüber anderen von dieser Transaktion betroffenen „Sonne und Strand-Fernzielen“.

367. Für den Zielort Miami verkaufte KLM 2007/2008 [20-30]*% seiner Kapazitäten an Reiseveranstalter (was nur [...] des im Hinblick auf dieses Ziel in dem fraglichen Zeitraum getätigten Gesamtumsatzes entspricht). Gleichmaßen verkaufte Martinair 2007 nur [20-30]*% seiner Kapazitäten auf dieser Strecke an Reiseveranstalter. Bei Toronto, das einen relativ hohen Anteil an Geschäftsreisenden hat, verkaufte KLM 2007/2008 nur [5-10]*% seiner Kapazitäten an Reiseveranstalter (das entspricht nur [...] des in diesem Zeitraum mit diesem Zielort erwirtschafteten Gesamtumsatzes). Gleichmaßen verkaufte Martinair 2007 nur [10-20]*% seiner Kapazitäten auf dieser Strecke an Reiseveranstalter. Für den Zielort Vancouver verkaufte KLM 2007/2008 [20-30]*% seiner Kapazitäten an Reiseveranstalter (was nur [...] des im Hinblick auf dieses Ziel in dem fraglichen Zeitraum getätigten Gesamtumsatzes entspricht). Gleichmaßen verkaufte Martinair 2007 [30-40]*% seiner Kapazitäten auf dieser Strecke an Reiseveranstalter.

368. Allerdings sollte festgestellt werden, dass diese Umsätze auch Verkäufe an solche Reiseveranstalter beinhalten, die die Sitzplätze in ihrer Eigenschaft als Reisebüros wiederum ohne Urlaubspaket verkaufen. Bei beiden Fluggesellschaften wäre der tatsächliche Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten für Pauschalreisen damit sogar noch geringer.

369. Die beteiligten Unternehmen konnten für diesen Markt weder für sich selbst noch für ihre Wettbewerber Angaben zu den Marktanteilen machen. Allerdings lässt sich aus der Situation auf dem Markt für den Verkauf von Sitzplätzen an Endkunden schließen, dass die beteiligten Unternehmen zwar über erhebliche kombinierte Marktanteile verfügen ([70-80]*% bzw. [50-60]*% bei AMS-YVR und AMS/DUS/BRU-YVR, [70-80]*% bzw. [50-60]*% bei AMS-YYZ und AMS/DUS/BRU-YYZ und [70-80]*% bzw. [50-60]*% bei AMS-MIA und AMS/DUS/BRU-MIA). Der restliche Markt ist ziemlich gestreut¹⁵², wobei mehrere andere Fluggesellschaften alle diese Zielorte ab Amsterdam direkt oder indirekt bedienen. Konkreter ausgedrückt, werden die kanadischen Ziele Toronto und Vancouver von Air Transat direkt angefliegen, während verschiedene andere Gesellschaften wie Air Canada, British Airways oder United Airlines indirekte Flüge anbieten. Miami wird von KLM nur indirekt bedient, zahlreiche andere Gesellschaften wie z. B. auch British Airways, United Airlines usw. bieten ebenfalls indirekte Flüge. Würden die Flughäfen

¹⁵² In der Luftverkehrsbranche ist es nur natürlich, dass Fluggesellschaften auf Strecken von ihren Heimatflughäfen große Marktanteile besitzen und gleichzeitig in der Regel mehrere andere Akteure mit kleineren Anteilen präsent sind.

Brüssel und Düsseldorf in den relevanten Markt noch eingebunden, dann gäbe es hier sogar noch mehr Alternativen.

370. Wie in den Erwägungsgründen 184 bis 189 zudem näher ausgeführt, bestehen klare Unterschiede im Hinblick auf die Geschäftsmodelle und Marktpositionierung der beteiligten Unternehmen, sodass eine erhebliche Asymmetrie in Bezug auf den Wettbewerbsdruck besteht, den die beteiligten Unternehmen vor der Transaktion gegeneinander ausüben. Eventuelle wettbewerbsfeindliche Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses sind dadurch bereits von vornherein begrenzt.

371. Die Marktuntersuchung förderte für keine dieser Strecken irgendwelche wettbewerbsrechtlichen Bedenken im Hinblick auf den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter zutage. Angesichts dessen, dass die beteiligten Unternehmen nach Vollzug der Transaktion weiterhin dem Wettbewerb durch andere Fluggesellschaften ausgesetzt sind und Reiseveranstalter somit auf alternative Anbieter ausweichen können, während den Endkunden die Alternative des Kaufs von Einzelflügen bei anderen Fluggesellschaften bleibt, scheint es unwahrscheinlich, dass das zusammengeschlossene Unternehmen irgendeine Möglichkeit hat, auf dem Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter im Hinblick auf die Ziele Miami, Toronto und Vancouver die Preise zu erhöhen.

372. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.

373. Daraus lässt sich schließen, dass der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern würde.

8.4.4.3. Verkauf von Sitzplätzen von Fluggesellschaften an Reiseveranstalter für Flüge von Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf zu Urlaubszielen in der Karibik und in Mexiko (Punta Cana, Cancun und Havanna)

374. In Zusammenhang mit dem Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter für Flüge nach Punta Cana, Cancun und Havanna muss zwischen typischen „Sonne und Strand-Zielen“, also Punta Cana und Cancun, einerseits und Havanna andererseits unterschieden werden. Während die beiden erstgenannten vor allem Pauschalreiseziele sind, scheint es bei Havanna eine gleichmäßige Aufteilung zwischen Individualreisenden und Pauschalreisenden zu geben.

375. In der Tat deuten die Ergebnisse der Kundenumfrage darauf hin, dass im Fall von Punta Cana und Cancun 95 % bzw. 91 % aus der Gesamtstichprobe von Endkunden eine Pauschalreise gebucht hatten. Anders stellt sich die Situation bei Havanna dar, wo

nur 49 % der Endkunden Pauschalreisende waren, während die restlichen 51 % Individualflüge gebucht hatten.

376. Die beteiligten Unternehmen konnten im Hinblick auf den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter weder für sich selbst noch für ihre Wettbewerber Angaben zu den Marktanteilen machen. 2007/2008 verkaufte KLM [10-20]*%, [10-20]*% und [10-20]*% seiner Kapazitäten auf den Flügen nach Punta Cana, Cancun bzw. Havanna an Reiseveranstalter. Bei Martinair waren es 2007 [80-90]*% der Kapazitäten für Punta Cana, [90-100]*% für Cancun und [30-40]*% für Havanna.
377. Martinair ist die einzige Fluggesellschaft, die diese Ziele ab Schiphol direkt anfliegt. Verschiedene andere Fluggesellschaften bieten indirekte Flüge dorthin an. In Anbetracht der Ergebnisse der Marktuntersuchung im Hinblick auf den Umfang des relevanten Marktes sollten die Flughäfen Brüssel und Düsseldorf in die Marktdefinition eingebunden werden. Die deutsche Fluggesellschaft LTU, die sowohl Linien- als auch Charterflüge anbietet und Sitzplätze an niederländische Reiseveranstalter verkauft, fliegt Punta Cana und Cancun ab Düsseldorf direkt an. Für Havanna bietet Virgin Atlantic ab Brüssel indirekte Flüge, und auch Iberia ist mit einer indirekten Verbindung vertreten. Iberia fliegt zudem ab Brüssel nach Cancun.
378. Wie in den Erwägungsgründen 184 bis 189 näher ausgeführt, bestehen des Weiteren klare Unterschiede im Hinblick auf die Geschäftsmodelle und Marktpositionierung der beteiligten Unternehmen, woraus sich eine deutliche Asymmetrie im Hinblick darauf ergibt, wie die beteiligten Unternehmen einander vor der Transaktion unter Wettbewerbsdruck setzen. Eventuelle wettbewerbsfeindliche Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses sind dadurch bereits von vornherein begrenzt.
379. Die Marktuntersuchung förderte bei keinem dieser Zielorte irgendwelche begründete wettbewerbsrechtliche Bedenken im Hinblick auf den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter zutage. Angesichts dessen, dass die beteiligten Unternehmen nach Vollzug der Transaktion weiterhin dem Wettbewerb durch andere Fluggesellschaften ausgesetzt sein werden, die indirekte Flüge ab Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf anbieten und den Reiseveranstaltern somit eine Auswahl an Anbietern zur Verfügung steht, scheint es unwahrscheinlich, dass das zusammengeschlossene Unternehmen beim Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter für Flüge nach Punta Cana, Cancun und Havanna Preiserhöhungen vornehmen kann.
380. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer baldigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.

381. Daraus lässt sich schließen, dass der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern würde.

8.4.4.4. Verkauf von Sitzplätzen von Fluggesellschaften an Reiseveranstalter für Flüge nach Curacao und Aruba

382. Was den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter für Flüge nach Curacao und Aruba angeht, muss nochmals in Erinnerung gebracht werden, dass es weder ab Düsseldorf noch ab Brüssel Direktflüge nach Aruba oder Curacao gibt, und dass die geplante Transaktion deshalb in erster Linie auf der Grundlage des herkömmlichen Ansatzes „Städtepaar Ausgangsort/Zielort“ (O&D) zu prüfen ist, und zwar im Hinblick auf den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten durch Fluggesellschaften an Reiseveranstalter für Flüge zu diesen beiden Zielen¹⁵³.

8.4.4.4.1. *Marktpositionen auf den Strecken Amsterdam – Curacao und Amsterdam – Aruba
Curacao*

383. Die nachstehende Tabelle zeigt die Marktanteile der beteiligten Unternehmen und von deren Wettbewerbern in Bezug auf den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter für Flüge auf der Strecke Amsterdam – Curacao auf Jahresbasis für das Jahr 2007/2008.

Tabelle 14: Marktanteile AMS-CUR 2007/2008 beim Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter mit und ohne unternehmensgebundene Verkäufe (ca. [43000-88 000]* bzw. [77 000-112 000]* Pax)

Wettbewerber	Marktanteil ohne unternehmensgebundene Verkäufe		Marktanteil mit unternehmensgebundenen Verkäufen	
	Marktanteil vor dem Zusammenschluss	Marktanteil nach dem Zusammenschluss	Marktanteil vor dem Zusammenschluss	Marktanteil nach dem Zusammenschluss
KLM	[60-70]*%	[90-95]*%	[30-40]*%	[40-50]*%
Martinair	[20-30]*%		[10-20]*%	
ArkeFly	[5-10]*%		[50-60]*%	

Quelle: Marktuntersuchung der Kommission

384. Wie in Erwägungsgrund 308 erwähnt, fliegt KLM pro Woche sieben Mal nach Curacao, Martinair bedient dieses Ziel fünf Mal in der Woche während der Wintersaison und vier Mal pro Woche während der Sommersaison. Da die beteiligten Unternehmen die einzigen auf dieser Strecke operierenden Fluggesellschaften sind, die in großem Maßstab Sitzplätze an Reiseveranstalter anbieten, liegt ihr kombinierter Marktanteil auf dieser Strecke im Jahr 2007/2008 bei [90-95]*%. Der einzige Wettbewerber auf dieser Strecke, ArkeFly, betreibt pro Woche sechs Flüge nach Curacao, nutzt jedoch den größten Teil seiner Kapazitäten für Pauschalreisen von TUI oder anderer Reiseveranstalter, die derselben Unternehmensgruppe wie TUI und ArkeFly angehören. Ohne Berücksichtigung dieser unternehmensgebundenen Sitzplatzverkäufe erreicht

¹⁵³ Martinair und KLM sind derzeit die einzigen beiden Fluggesellschaften, die auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA Flüge anbieten und nicht vertikal in einen Reiseveranstalter integriert sind.

ArkeFly damit einen Marktanteil von nur [5-10]*% am „Händlermarkt“ für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten für Flüge nach Curacao an Reiseveranstalter. Würden die unternehmensgebundenen Sitzplatzverkäufe berücksichtigt, würde der Marktanteil von ArkeFly auf über [50-60]*% ansteigen und wäre damit mehr als [4-11]* Mal so hoch.

Aruba

385. Ähnlich verhält es sich auf der Strecke AMS-AUA. Die nachstehende Tabelle zeigt die Marktanteile der beteiligten Unternehmen und von deren Wettbewerbern in Bezug auf den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter für Flüge auf der Strecke Amsterdam – Aruba auf Jahresbasis für das Jahr 2007/2008.

Tabelle 15: Marktanteile AMS-AUA 2007/2008 beim Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter – mit und ohne unternehmensgebundene Verkäufe (ca. [12 000-25 000]* bzw. [23 000-36 000]* Pax)

Wettbewerber	Marktanteil ohne unternehmensgebundene Verkäufe		Marktanteil mit unternehmensgebundenen Verkäufen	
	Marktanteil vor dem Zusammenschluss	Marktanteil nach dem Zusammenschluss	Marktanteil vor dem Zusammenschluss	Marktanteil nach dem Zusammenschluss
KLM	[60-70]*%	[90-95]*%	[30-40]*%	[50-60]*%
Martinair	[30-40]*%		[10-20]*%	
ArkeFly	[5-10]*%		[40-50]*%	

Quelle: Marktuntersuchung der Kommission

386. Der kombinierte Marktanteil der beteiligten Unternehmen wird auf dieser Strecke bei [90-95]*% liegen. Wie in Erwägungsgrund 312 erwähnt, bietet KLM hier vier Direktflüge pro Woche, Martinair bedient dieses Ziel mit zwei Direktflügen wöchentlich in der Sommersaison und drei Flügen wöchentlich in der Wintersaison. ArkeFly bietet zwischen Amsterdam und Aruba drei Direktflüge pro Woche und setzt auch hier den Großteil seiner Kapazitäten unternehmensgebunden für Pauschalurlaubsreisen von TUI oder anderer zur TUI-Gruppe gehörender Reiseveranstalter ein. Sein Marktanteil am „Händlermarkt“ für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten für Flüge nach Aruba an Reiseveranstalter macht somit nur [5-10]*% aus. Ähnlich wie im Hinblick auf Curacao wäre der Marktanteil von ArkeFly bei Berücksichtigung der unternehmensgebundenen Sitzplatzverkäufe mehr als [3-9]* Mal so hoch, nämlich über [40-50]*%.

387. Angesichts dessen, dass ArkeFly nur in begrenztem Umfang Sitzplätze an nicht zur TUI-Gruppe gehörende Reiseveranstalter verkauft, verringert sich durch den geplanten Zusammenschluss im Hinblick auf diese beiden Strecken zweifelsohne die Zahl der Wettbewerber um den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an (nicht integrierte) Reiseveranstalter von zwei auf einen.

8.4.4.4.2. Asymmetrie/Wettbewerbsnähe

388. Wie bereits in den Erwägungsgründen 184 bis 189 dargelegt, unterscheiden sich KLM und Martinair ungeachtet dessen klar in Bezug auf ihre Marktpositionierung und ihr Geschäftsmodell. Diese Unterschiede zwischen KLM und Martinair in Bezug auf das Geschäftsmodell spiegeln sich auch im Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten

an Reiseveranstalter insofern wider, als Martinair in viel größerem Umfang eine „Reiseveranstalter-Fluggesellschaft“ ist als KLM.

389. Auch auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA zeigt sich dies, wenngleich in etwas geringerem Maße. Im IATA-Jahr 2007/2008 verkaufte KLM [10-20]*% seiner Kapazitäten auf der Strecke AMS-CUR und [20-30]*% auf der Strecke AMS-AUA an Reiseveranstalter. Bei Martinair war es fast doppelt so viel, nämlich [30-40]*% der Gesamtkapazitäten auf der Strecke AMS-AUA und [40-50]*% auf der Strecke AMS-CUR.
390. In gewissem Maße zeigt sich der Unterschied zwischen den Geschäftsmodellen von KLM und Martinair auch in der Art der Vertragsabschlüsse der beteiligten Unternehmen mit Reiseveranstaltern. KLM verkauft Sitzplätze an Reiseveranstalter grundsätzlich in gleicher Weise wie an Endkunden (einziger Unterschied sind die Reiseveranstaltern gegenüber gewährten Sondertarife, die niedriger sind als die Endkunden gegenüber berechneten Preise). Während Martinair mit kleineren Veranstaltern in mehr oder weniger der gleichen Weise verfährt, verkauft das Unternehmen zudem große Teile seiner Kapazitäten als „garantierte Sitzplätze“ und schließt mit einigen großen Reiseveranstaltern Paketgeschäfte ab, bei denen Kapazitäten auf verschiedenen Strecken in einem Paket verkauft werden¹⁵⁴. Zumindest im Hinblick auf diese größeren Veranstalter kann nicht gesagt werden, dass die beteiligten Unternehmen ohne weiteres austauschbar wären.
391. Im Gegensatz dazu scheint Martinair mehr in Konkurrenz zu ArkeFly zu stehen, was den Kauf von Pauschalurlaubsreisen durch Endkunden über Reiseveranstalter angeht. Die meisten Kunden buchen ihre Pauschalreise entweder über einen Reiseveranstalter einschließlich Flug mit Martinair oder über TUI einschließlich Flug mit ArkeFly. Was den Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter für Pauschalreisen angeht, scheint Martinair somit vor dem Zusammenschluss eher durch ArkeFly als durch KLM unter Wettbewerbsdruck zu stehen.

8.4.4.4.3. *Durch TUI/ArkeFly ausgeübter Wettbewerbsdruck*

392. Unbeschadet dessen, dass TUI/ArkeFly derzeit den Großteil seiner Kapazitäten auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA in Pauschalreisen gebunden nutzt, übt das Unternehmen doch einen erheblichen Wettbewerbsdruck auf die beteiligten Unternehmen aus, was sich auch nach Abschluss der Transaktion nicht ändern wird. Wie in den folgenden Erwägungsgründen näher erläutert, wird dieser Wettbewerbsdruck durch TUI/ArkeFly konkreter in zweifacher Hinsicht spürbar: (i) ArkeFly übt als konkurrierender Anbieter am Markt für den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter Druck auf die beteiligten Unternehmen aus; (ii) darüber hinaus ergibt sich ein indirekter Wettbewerbsdruck durch TUI am nachgelagerten Markt für Pauschalurlaubsreisen für Endkunden.

¹⁵⁴ Während der IATA-Sommersaison 2008 kauften OAD, Van der Valk und Thomas Cook „garantierte Sitzplätze“ von Martinair, für die IATA-Wintersaison 2008/2009 war dies nur bei Thomas Cook der Fall.

8.4.4.4.3.1. Wettbewerbsdruck durch ArkeFly als konkurrierender Anbieter von Sitzplätzen von Fluggesellschaften an Reiseveranstalter

393. Obwohl ArkeFly derzeit nur in begrenztem Umfang Sitzplätze an externe Reiseveranstalter verkauft, stellt allein das Risiko eines Wechsels dieser Politik und der Aufstockung seines Sitzplatzkontingents für andere Reiseveranstalter für das Marktverhalten der beteiligten Unternehmen gegenüber Reiseveranstaltern nach der Transaktion einen, wenn auch beschränkten, Wettbewerbsdruck dar. In der Tat hat ArkeFly im Rahmen der Marktuntersuchung bestätigt, dass es den Betrieb von Charter- oder Linienflügen zu einem Urlaubsziel ab Schiphol dann ernsthaft in Erwägung ziehen würde, wenn sich eine Gruppe von Reisen an ArkeFly wenden und dessen Geschäftsbetrieb beispielsweise durch den Kauf von garantierten Sitzplätzen unterstützen würde.

394. Berücksichtigt man den Umstand, dass ArkeFly zudem angibt, dass es dazu in der Lage ist, seine Kapazitäten innerhalb relativ kurzer Zeit (siehe Erwägungsgründe 286 und 287 sowie 328 und 329) aufzustocken, dann scheint eine hinlänglich realistische Gefahr zu bestehen, dass ArkeFly auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA auch seine Verkäufe an externe Reiseveranstalter erweitern könnte.

8.4.4.4.3.2. Durch TUI auf den nachgelagerten Pauschalurlaubsreisenmarkt ausgeübter Wettbewerbsdruck

395. Mehr Gewicht noch hat jedoch der Umstand, dass die beteiligten Unternehmen auch am nachgelagerten Markt für den Verkauf von Pauschalurlaubsreisen an Endkunden durch TUI einem erheblichen indirekten Wettbewerbsdruck ausgesetzt sind.

396. Die Marktuntersuchung im Rahmen des Hauptprüfverfahrens sowie die Kundenumfrage haben ergeben, dass niederländische Urlaubsreisende generell sehr preisbewusst sind. Dies gilt insbesondere für solche Pauschalreisende, die sich häufig deshalb für solche Reisen anstelle von Individualreisen entscheiden, weil erstere in der Regel nicht nur „weniger Aufwand“ mit sich bringen, sondern auch billiger als letztere sind. Sollten folglich die beteiligten Unternehmen nach der Transaktion die Preise gegenüber Reiseveranstaltern anheben, wäre es wahrscheinlich, dass viele Kunden, die normalerweise eine Pauschalreise bei einem der TUI-Wettbewerber buchen, auf die Pauschalangebote von TUI ausweichen. In diesem Fall jedoch wären diese Passagiere auch für das zusammengeschlossene Unternehmen verloren, das demzufolge aller Wahrscheinlichkeit nach auf eine Preiserhöhung verzichten würde.

397. Wie beim Verkauf von Sitzplätzen an Endkunden, müsste das zusammengeschlossene Unternehmen bei seinen Überlegungen bezüglich einer Preiserhöhung auch hier den Verlust von Pauschalurlaubsreisenden durch deren Umstieg auf andere Reiseziele, den Verlust von Kunden, die sich dazu entschließen, gar nicht zu reisen, und den Verlust von Reiseveranstaltern einkalkulieren, die direkt auf TUI/ArkeFly umsteigen¹⁵⁵. Dies könnte sich in erheblichem Maße auf den Belegungsfaktor der von den beteiligten Unternehmen angebotenen Flüge nach Aruba

¹⁵⁵ Wie in Erwägungsgrund 337 angegeben, ergäbe sich der Kundenumfrage zufolge für das zusammengeschlossene Unternehmen in Bezug auf die Strecke nach Aruba ein möglicher Verlust von 32 % und für die Strecke nach Curacao ein Verlust von 44 % bei Fluggästen, die Individualflüge buchen. Der Verlust bei Pauschalurlaubsreisenden dürfte nicht geringer ausfallen, da bei der Nachfrage nach Pauschalreisen von einer größeren Elastizität auszugehen ist.

und Curacao und damit auf die Rentabilität von deren Geschäftstätigkeit auswirken. In der Tat verkauft KLM bis zu [20-30]*% seiner Sitzplätze für Flüge zu diesen beiden Zielorten an Reiseveranstalter, bei Martinair sind es sogar bis zu [40-50]*%. Somit sind die beteiligten Unternehmen insoweit stark abhängig vom Verkauf an Reiseveranstalter, weil der Mindestbelegungsfaktor für einen rentablen Betrieb bei ca. 80 % bzw. im Fall von Martinair sogar bei 90 % liegt (siehe Erwägungsgrund 179).

8.4.4.4. *Verhandlungsstärke großer Reiseveranstalter in Zusammenhang mit garantierten Sitzplätzen auf Martinair-Charterflügen*

398. Darüber hinaus werden große Reiseveranstalter – zumindest im Hinblick auf Martinair – dem zusammengeschlossenen Unternehmen gegenüber eine gewisse, wenn auch begrenzte, Verhandlungsstärke besitzen, vor allem in Bezug auf den Kauf von garantierten Sitzplätzen auf den Flügen von Martinair (siehe Erwägungsgrund 153).

8.4.4.5. *Bedenken der Reiseveranstalter*

399. Im Rahmen der von der Kommission durchgeführten Marktuntersuchung des Vorprüfverfahrens gaben mehrere Marktteilnehmer an, sie erwarteten im Zuge der geplanten Transaktion Preiserhöhungen, zumindest auf einigen Strecken, auf denen sich die Aktivitäten der beteiligten Unternehmen überschneiden, was vor allem bei AMS-CUR und AMS-AUA der Fall ist. Untermuert wurden diese Bedenken allerdings zum größten Teil nicht weiter.

400. Nur zwei Akteure trugen ausführlicher begründete Befürchtungen in Bezug auf die Auswirkungen der geplanten Transaktion insbesondere auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA vor.

401. Einer der Beschwerdeführer führte an, der geplante Zusammenschluss würde die dominante Stellung von KLM und Martinair auf den Strecken weiter stärken, auf denen beide beteiligten Unternehmen (Direkt)flüge betreiben. Konkreter würden Martinair infolge der Transaktion Wissen, Marketing (einschließlich des Vielfliegerprogramms von KLM) und Mittel von KLM zur Verfügung stehen, hätten die beteiligten Unternehmen mehr Möglichkeiten zur gemeinsamen Nutzung von Codes, Interlining-Abkommen und anderen Koordinationsmaßnahmen und würden dadurch am Flughafen Amsterdam-Schiphol sogar noch mehr Zeitfenster am frühen Morgen und spätnachts in den Händen eines einzigen Akteurs vereint werden. Dieser Beschwerde zufolge würden dadurch für den einzigen auf diesen Strecken verbleibenden Wettbewerber der beteiligten Unternehmen, nämlich ArkeFly, weitere Hindernisse für den Einstieg und den Ausbau geschaffen. Diese Bedenken scheinen größtenteils nicht in Zusammenhang mit den Auswirkungen zu stehen, die der geplante Zusammenschluss ggf. auf die Strecken haben könnte, auf denen beide beteiligten Unternehmen Direktflüge anbieten. Mit Blick auf die Zeitfenster hat die Marktuntersuchung bestätigt, dass diese für den Betrieb von Langstreckenflügen ab Amsterdam weder am frühen Morgen noch spätnachts erforderlich sind, und dass am Flughafen Amsterdam-Schiphol außerhalb der Spitzenbetriebszeiten noch eine große Auswahl von Zeitfenstern verfügbar ist. Vorteile im Hinblick auf Marketing, Finanzierung und die Koordination von Zeitplänen oder anderen Marktmaßnahmen sind als potenziell Effizienz fördernde Auswirkungen der geplanten Transaktion zu betrachten. Zudem hat ArkeFly explizit seine Fähigkeit zum Ausbau seiner Kapazitäten auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA für den Fall

bekräftigt, dass die beteiligten Unternehmen in diesem Zusammenhang Preiserhöhungen vornehmen sollten.

402. Ebenfalls in dieser Beschwerde vorgetragen wurde die Sorge, dass das zusammengeschlossene Unternehmen auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA möglicherweise durch entsprechende Preismaßnahmen einen Verdrängungswettbewerb gegen ArkeFly starten könnte. Das würde zumindest auf kurze Sicht für die Verbraucher Preissenkungen bedeuten. Damit diese Sorge im Kontext dieses Fusionskontrollverfahrens Gewicht bekäme, müssten klare Hinweise darauf vorliegen, dass derartige Maßnahmen als Ergebnis der geplanten Transaktion wahrscheinlich wären (trotz der möglicherweise abschreckenden Wirkung von Artikel 82 EG-Vertrag und der entsprechenden nationalen wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen) und dass dadurch ArkeFly langfristig auch wirklich gezwungen wäre, aus dem Markt auszusteigen (anstelle lediglich dazu zu führen, dass ArkeFly seine Flugzeuge für befristete Zeit auf anderen Strecken einsetzen müsste und erst dann wieder in die Strecken AMS-CUR und AMS-AUA einsteigen würde, wenn diese aufgrund von Preiserhöhungen seitens des zusammengeschlossenen Unternehmens wieder rentabel werden). Die Marktuntersuchung hat jedoch keine signifikanten Beweise für eine dahingehende Entwicklung erbracht.

403. Die Bedenken des anderen Beschwerdeführers bezogen sich vor allem auf bisherige Geschäftsgepflogenheiten von KLM, so beispielsweise auf den Umstand, dass KLM Reiseveranstalter insofern benachteiligt, als es nicht allen gleiche Konditionen einräumt. Der Beschwerdeführer gab zu bedenken, dass sich KLM auch nach der Transaktion ähnlicher Praktiken bedienen könnte. Diese Sorgen scheinen jedoch in keinem Zusammenhang zum geplanten Zusammenschluss zu stehen. Doch selbst wenn diese Bedenken speziell den Zusammenschluss betreffen, gibt es der Marktuntersuchung der Kommission zufolge keinen Hinweis darauf, dass derartige Verhaltensweisen aufgrund des geplanten Zusammenschlusses künftig wahrscheinlicher wären.

8.4.4.4.6. *Schlussfolgerung zur Beurteilung des geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf den Verkauf von Sitzplatzkontingenten für Flüge nach Curacao und Aruba an Reiseveranstalter*

404. Was die Strecken AMS-CUR und AMS-AUA angeht, so steht das zusammengeschlossene Unternehmen weiterhin durch TUI/ArkeFly unter Wettbewerbsdruck, und zwar sowohl als Anbieter beim Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter wie auch als Reiseveranstalter, der um die nachgelagerten Kunden des zusammengeschlossenen Unternehmens konkurriert. Angesichts des hohen Preisbewusstseins der niederländischen Urlaubskunden scheint es eher wahrscheinlich, dass Preiserhöhungen seitens des zusammengeschlossenen Unternehmens gegenüber im Wettbewerb zu TUI stehenden Reiseveranstaltern unrentabel wären.

405. Wie in Abschnitt 6.2 dargelegt, dürfte darüber hinaus der Umstand, dass KLM Martinair vor der Transaktion mitkontrolliert, die wettbewerbsfeindlichen Effekte des geplanten Zusammenschlusses wohl verringern. Wie in Abschnitt 8.4.1 erörtert, nimmt der durch Martinair derzeit noch auf KLM ausgeübte Wettbewerbsdruck im Bereich des Passagierluftverkehrs aufgrund der finanziellen Situation von Martinair und der Erfordernis einer rechtzeitigen Erneuerung seiner letztendlich unter der Kontrolle von KLM stehenden Flugzeugflotte ab. Aus diesem Grund werden die Auswirkungen des

geplanten Zusammenschlusses im Hinblick auf die Dienstleistungen der beteiligten Unternehmen im Passagierluftverkehr in jedem Fall begrenzt sein.

406. Es muss folglich der Schluss gezogen werden, dass der geplante Zusammenschluss auch im Hinblick auf den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter auf den Strecken AMS-CUR und AMS-AUA den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern würde.

8.4.4.5. Schlussfolgerung zur Beurteilung der Transaktion im Hinblick auf den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter

407. Es muss folglich der Schluss gezogen werden, dass der geplante Zusammenschluss im Hinblick auf den Großhandelsverkauf von Sitzplatzkontingenten an Reiseveranstalter den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern würde.

9 BEURTEILUNG DER NUTZEFFEKTE

408. Nach Randnummer 29 der Präambel zur EG-Fusionskontrollverordnung¹⁵⁶ und den Leitlinien für die Bewertung horizontaler Zusammenschlüsse¹⁵⁷ ist es möglich, dass die durch einen Zusammenschluss bewirkten Nutzeffekte in gegensätzlicher Wirkung zu den wettbewerbsrelevanten Auswirkungen und insbesondere zu ihren ansonsten ggf. eintretenden potenziellen Nachteilen für die Verbraucher stehen. Die beteiligten Unternehmen eines Zusammenschlusses können danach die durch diesen Zusammenschluss entstehenden Nutzeffekte darlegen, von denen zu erwarten ist, dass sie die Fähigkeit des zusammengeschlossenen Unternehmens zu wettbewerbsförderndem Verhalten zum Vorteil der Verbraucher und die diesbezüglichen Anreize stärken. Typische Beispiele solcher Nutzeffekte sind Kosteneinsparungen, die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen oder auch Maßnahmen zur Produktoptimierung. Angeführte Nutzeffekte müssen verifizierbar sein (vor allem begründet, quantifiziert und erforderlichenfalls durch interne Studien und Dokumente untermauert). Um als Gegengewicht zu den wettbewerbsfeindlichen Auswirkungen eines Zusammenschlusses zu dienen, muss davon auszugehen sein, dass solche Nutzeffekte den Verbrauchern zugute kommen, und darf es nicht möglich sein, dass sie auch durch ähnlich gelagerte andere Maßnahmen, die weniger wettbewerbsfeindlich sind als der geplante Zusammenschluss, hätten erreicht werden können (sogenannte „Zusammenschlusspezifität“). Die drei Voraussetzungen – Verifizierbarkeit, Zusammenschlusspezifität und Verbrauchervorteil – sind kumulativ.

409. Im vorliegenden Fall haben die beteiligten Unternehmen eine Studie vorgelegt, die Hinweise auf Art und Umfang der angebotsseitigen Nutzeffekte enthält, welche sich

¹⁵⁶ Siehe Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe b und Randnr. 29.

¹⁵⁷ Leitlinien zur Bewertung horizontaler Zusammenschlüsse gemäß der Ratsverordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen (ABl. C 31, 5.2.2004, S. 5).

bei einem Zusammenschluss der beteiligten Unternehmen ergeben würden¹⁵⁸. Dieser Studie zufolge würden diese angebotsseitigen Nutzeffekte vor allem aus dem gemeinsamen Einkauf, Einsparungen bei den Gemeinkosten, einer Rationalisierung der vorgelagerten Abläufe, der Systemintegration und aus Netzwerkeffizienzen bestehen. Zumindest einige dieser Kosteneinsparungen erscheinen relevant, die Studie gibt diese in Form jährlicher Gesamteinsparungen an (16,4 Mio. EUR). Für die vorliegende Zusammenschlussuntersuchung jedoch wäre u. a. zu prüfen, inwieweit diese Nutzeffekte an die Verbraucher weitergegeben würden. Da die Studie nicht zwischen Nutzeffekten in Bezug auf die Fixkosten der beteiligten Unternehmen und solchen in Bezug auf die variablen Kosten unterscheidet, ist es schwierig, daraus die zu erwartenden Kosteneinsparungen für die beteiligten Unternehmen (und eine eventuelle Weitergabe derselben an die Verbraucher) abzuleiten.

410. Zudem führt die Studie einige nachfrageseitige Nutzeffekte an, die sich infolge des Zusammenschlusses ebenfalls ergeben würden. Hierbei würde es sich um die Abschaffung des doppelten Marginalisierungseffekts für Zubringerpassagiere, einen Ausbau der Passagieren zur Auswahl stehenden Paketangebote für Flüge, ein geringeres Verspätungsrisiko, Vielfliegervorteile und optimierte Check-in-Einrichtungen handeln. Doch selbst wenn diese Nutzeffekte in gewissem Umfang aller Wahrscheinlichkeit nach durchaus vorhanden sind, so sind sie schwierig zu quantifizieren und verlässt sich die Studie in dem Versuch, dies zu tun, sehr stark auf Annahmen. Dies gilt insbesondere für die Annahme, dass KLM und Martinair nach dem Zusammenschluss ihre Flugpläne nicht ändern würden. Dies ist jedoch eher unwahrscheinlich, da Netzwerk- und Flugplanrationalisierungen im Zuge einer jeden Transaktion völlig normal sind. Darüber hinaus rückt die Studie in einem anderen Teil dann selbst von dieser Annahme ab, nämlich dort, wo angeführt wird, dass infolge der Umgestaltung der Flugpläne der Zusammenschlussparteien auf der Angebotsseite Netzwerkeffizienzen entstünden.

Schlussfolgerung zur Beurteilung der Nutzeffekte

411. Abschließend ist festzustellen, dass die Studie insoweit hilfreich ist, als sie eine Reihe von Nutzeffekten herausstellt, die infolge des Zusammenschlusses entstehen könnten. Allerdings sind die zugrunde liegenden Annahmen zu stark, um einen Schluss hinsichtlich ihrer ultimativen Quantifizierung zu ermöglichen, und lassen keine eindeutigen Ableitungen zu. Daraus ist zu folgern, dass die von den beteiligten Unternehmen angeführten Nutzeffekte bei der Beurteilung der Auswirkung des geplanten Zusammenschlusses auf den Wettbewerb nicht berücksichtigt werden können. Allerdings würde der angemeldete Zusammenschluss unabhängig von dieser Schlussfolgerung den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern.

158 LECG – „Counterfactual and efficiencies arising in the long haul passenger business“ [„Counterfactual“ und Nutzeffekte im Passagierluftverkehr auf Langstrecken] – 26. Oktober 2008.

10 SCHLUSSFOLGERUNG

412. Aus den vorstehend angeführten Gründen wird der angemeldete Zusammenschluss den wirksamen Wettbewerb auf dem gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern. Daher sollte der Zusammenschluss nach Artikel 8 Absatz 1 der EG-Fusionskontrollverordnung und nach Artikel 57 des EWR-Abkommens für mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar erklärt werden –

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Der angemeldete Zusammenschluss, im Zuge dessen KLM Royal Dutch Airlines N.V. (Niederlande) im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 die alleinige Kontrolle über das Unternehmen Martinair Holland N.V. (Niederlande) erwirbt, wird für mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen vereinbar erklärt.

Artikel 2

Diese Entscheidung ist gerichtet an

KLM Royal Dutch Airlines N.V.
Amsterdamseweg 55
Amstelveen
Nederland/Pays-Bas

Brüssel, den 17/12/2008

Für die Kommission
(Unterschrift)
Neelie Kroes
Mitglied der Kommission