

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION**vom 30. Oktober 2001****über die Unvereinbarkeit eines Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt und dem
EWR-Abkommen****(Sache COMP/M.2416 — Tetra Laval/Sidel)***(Bekannt gegeben unter Aktenzeichen K(2001) 3345)***(Nur der englische Text ist verbindlich)****(Text von Bedeutung für den EWR)**

(2004/124/EG)

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
I. DIE PARTEIEN	18
II. DIE TRANSAKTION UND DER ZUSAMMENSCHLUSS	18
III. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG	19
IV. VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT	19
A. ALLGEMEINE BESCHREIBUNG DER VERPACKUNGSBRANCHE FÜR FLÜSSIGNAHRUNGSMITTEL ..	19
1. Einführung	19
2. Verpackung beim Flüssignahrungsmittelhersteller und Fremdverpackung	20
3. PET-Verpackung	20
4. HDPE-Verpackung	21
5. Kartonverpackung	21
B. RELEVANTE PRODUKTMÄRKTE	22
1. Einführung	22
2. Austauschbarkeit von Verpackungssystemen	24
2.1. Endverwendungssegmente	24
2.2. Keimfreie und nicht keimfreie Verpackung	25
2.3. PET-Verpackungssysteme und Verpackungssysteme mit anderen Materialien	25
3. Verflechtung von PET und Karton	26
3.1. Überschneidung der Endverwendungssegmente	26
3.2. Derzeitige Verwendung von PET in den gemeinsamen Produktsegmenten	27
3.3. Zunahme von PET in den gemeinsamen Produktsegmenten	29
3.3.1. Technische Gesichtspunkte	29
3.3.1.1. Lichtbarriere	29
3.3.1.2. Keimfreie Technik	30
3.3.1.3. Sauerstoffbarriere	31
3.3.2. Kostengesichtspunkte	31
3.3.2.1. HDPE-Kostenvergleich	32
3.3.2.2. Investitionskosten	32
3.3.3. Absatzstrategische Gesichtspunkte	33

3.3.4.	Wachstumsprognosen	34
3.3.4.1.	Canadean-Studie für Tetra	34
3.3.4.2.	Die unabhängigen Studien von Canadean vor der Fusion	37
3.3.4.3.	PCI-Studie über „The Potential for PET in the Packaging of Liquid Dairy Products“ [Möglichkeiten für PET bei der Verpackung flüssiger Molkereierzeugnisse] (2001) („PCI-Studie“)	38
3.3.4.4.	Warrick-Forschungsbericht über die Verpackungsmärkte 2000	39
3.3.4.5.	Analystenberichte — Pictet „European Packaging Machinery“ [Europäische Verpackungsmaschinen], September 2000 („Pictet-Report“)	39
3.3.4.6.	Prognosen der Parteien	40
3.3.4.7.	Marktuntersuchung der Kommission	40
3.3.5.	Fazit bezüglich der derzeitigen Verwendung und zum Wachstum von PET in den gemeinsamen Produktsegmenten	41
3.4.	Konkurrenz zwischen PET und Karton bei sich überlappenden Produktmärkten	41
3.4.1.	Konkurrenz auf den Verbrauchermärkten	41
3.4.2.	Elastizität der Nachfrage zwischen PET und Kartonverpackungssystemen	42
3.4.3.	Umstellungskosten	43
3.4.4.	Austauschbarkeit auf der Angebotsseite	43
3.4.5.	Fazit zur Konkurrenz zwischen PET-Verpackungssystemen und anderen Verpackungssystemen	43
4.	PET-Verpackungssysteme	44
4.1.	SBM-Maschinen	44
4.1.1.	SBM-Maschinen mit niedrigem und hohem Durchsatz	44
4.1.2.	Einstufige und zweistufige SBM-Maschinen	44
4.1.3.	Heißabfüll-SBM-Maschinen, Weithalsflaschen-Maschinen und Preferential Heating-Maschinen	44
4.1.4.	Kombi-Maschinen	45
4.1.5.	Endproduktabhängige Segmentierungen im SBM-Maschinenmarkt	45
4.1.6.	SBM-Durchsatz in den Endverwendungssegmenten	47
4.1.7.	Fazit bezüglich der Marktdefinition für SBM-Maschinen	47
4.2.	Barriertechnik	47
4.3.	PET-Abfüllmaschinen (keimfrei — nicht keimfrei)	49
4.4.	PET-Vorformlinge (PET-Preforms)	49
5.	Kartonverpackungssysteme	49
C.	RELEVANTE GEOGRAFISCHE MÄRKTE	50

D. WETTBEWERBSRECHTLICHE WÜRDIGUNG	50
1. Tetras derzeitige beherrschende Stellung bei keimfreiem Karton und führende Stellung bei nicht keimfreiem Karton	50
2. Sidels führende Stellung bei PET-Verpackungsausrüstungen	53
2.1. Sidel führende Marktstellung bei SBM-Maschinen	53
2.2. Sidels umfassende Erfahrung auf dem Gebiet der keimfreien und nicht keimfreien PET-Abfüllung und die innovativen Kombi-Maschinen	55
2.3. Sidels sonstige PET-Aktivitäten	56
2.4. Fazit	56
3. Begründung einer beherrschenden Stellung auf dem Markt für PET-Verpackungsausrüstungen, insbesondere SBM-Maschinen, sowie Verstärkung einer beherrschenden Stellung auf dem Markt für Kartonverpackungssysteme	57
3.1. Horizontale Folgen auf dem PET-Ausrüstungsmarkt	57
3.1.1. SBM-Maschinen	57
3.1.1.1. SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz	57
3.1.1.2. SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz	57
3.1.1.3. Fazit	58
3.1.2. Barriertechniken	58
3.1.3. Keimfreie Abfüllmaschinen	60
3.2. Vertikale Folgen	61
3.2.1. Vertikale Integration der fusionierten Einheit bei Karton, PET und HDPE	61
3.2.1.1. Kartonverpackungen	62
3.2.1.2. HDPE-Flaschen	62
3.2.1.3. PET-Vorformlinge, Flaschen und Plastikverschlüsse	62
3.2.2. Versorgungskonflikt („channel-conflikt“) — möglicher Wettbewerbsausschluss von unabhängigen Flaschenherstellern („Konverter“)	63
3.2.2.1. Abhängigkeit der unabhängigen Flaschenhersteller (Konverter) von Sidel	64
3.2.2.2. Mögliche Folgen des Versorgungskonfliktes	65
3.2.2.3. Tetras Entscheidung, aus dem Markt für Vorformlinge auszusteigen	66
3.2.2.4. Fazit	67
3.3. Strategische Ausnutzung einer bestehenden Beherrschung und Ausschaltung potenziellen Wettbewerbs	67
3.3.1. Parallele Verwendung von PET und Karton durch Getränkehersteller (Produkt- und Kundenüberschneidung)	69
3.3.2. Auswirkungen auf den PET-Ausrüstungssektor: Entstehung einer beherrschenden Stellung bei PET-Verpackungs- und insbesondere bei SBM-Maschinen durch strategische Ausnutzung der beherrschenden Stellung bei der keimfreien Kartonverpackung	70
3.3.2.1. Eine strategische Maßnahme	71
3.3.2.2. Tetra behauptet, eine marktübergreifende Wirkung sei nicht möglich ...	71
3.3.2.3. Fähigkeit zur Diskriminierung	71

3.3.2.4.	Fähigkeit und Anreiz zur Ausnutzung der beherrschenden Stellung	73
3.3.2.5.	Art der strategischen Ausnutzung	74
3.3.2.6.	Auswirkungen der strategischen Vorteile	74
3.3.2.7.	Schwache Stellung der Wettbewerber	75
3.3.2.7.1.	Marktanteile der Wettbewerber	75
3.3.2.7.2.	Technische Überlegenheit	76
3.3.2.7.3.	Know-how in der keimfreien Technik	76
3.3.2.7.4.	Serviceleistungen und Absatzorganisation	77
3.3.2.7.5.	Forschung und Entwicklung	77
3.3.2.7.6.	Finanzstärke und Größe	77
3.3.2.8.	Fehlende Nachfragemacht	77
3.3.2.9.	Fazit	77
3.3.3.	Auswirkungen im Bereich Karton: Verstärkung einer beherrschenden Stellung	78
3.3.3.1.	PET als Instrument des Wettbewerbs: Verlust von Wettbewerbsdruck durch einen unmittelbar benachbarten Markt	78
3.3.3.2.	Fazit	79
3.3.4.	Die beherrschende Stellung des fusionierten Unternehmens bei Karton und PET-Verpackungsausrüstungen und seine Präsenz im Bereich HDPE würde weiter verstärkt und zur Errichtung von Marktzutrittsschranken führen	79
V.	VERPFLICHTUNGSZUSAGEN	80
A.	ZUSAMMENFASSENDE DARSTELLUNG DER VERPFLICHTUNGSZUSAGEN	81
1.	Veräußerung von Tetras SBM-Geschäft	81
2.	Veräußerung von Tetras Vorformling-Geschäft	81
3.	Trennung Sidels von Tetra und Verpflichtungszusage nach Artikel 82 EG-Vertrag	81
4.	Lizenz für den Verkauf von Sidel-Maschinen an Abfüller „empfindlicher“ Produkte und Flaschenhersteller	82
B.	PRÜFUNG DER VERPFLICHTUNGSZUSAGEN	82
1.	Veräußerung von Tetras SBM-Geschäft	83
2.	Veräußerung von Tetras Vorformling-Geschäft	83
3.	Trennung Sidels von Tetra und Verpflichtungszusagen nach Artikel 82	84
4.	Lizenz für Sidels SBM-Maschinen für Abfüller empfindlicher Produkte und unabhängige Flaschenhersteller	84
4.1.	Keine Ausräumung von Wettbewerbsbedenken	84
4.2.	Die Verpflichtungszusage enthält erhebliche Einschränkungen und dürfte praktisch undurchführbar sein	85
5.	Fazit bezüglich der Verpflichtungszusagen	86
VI.	SCHLUSSFOLGERUNG	86

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf das Abkommen über den Europäischen Wirtschaftsraum, insbesondere auf Artikel 57 Absatz 2 Buchstabe a),

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates vom 21. Dezember 1989 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen⁽¹⁾, zuletzt geändert durch Verordnung (EG) Nr. 1310/97⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 8 Absatz 3,

gestützt auf die Entscheidung der Kommission vom 5. Juli 2001, ein Verfahren in diesem Fall einzuleiten,

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

nach Stellungnahme des Beratenden Ausschusses für die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen⁽³⁾,

in Kenntnis des Abschlussberichtes des Anhörungsbeauftragten in dieser Sache⁽⁴⁾,

Sachverhalt:

- (1) Am 18. Mai 2001 wurde bei der Kommission ein Zusammenschlussvorhaben gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 („Fusionskontrollverordnung“) angemeldet, dem zufolge das französische Unternehmen Tetra Laval S.A., das zu der niederländischen Gesellschaft Laval B.V. („Tetra“) — einer Holdinggesellschaft der privaten Unternehmensgruppe Tetra Laval Group — gehört, durch ein am 27. März 2001 abgegebenes öffentliches Übernahmeangebot die Kontrolle im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b) der Fusionskontrollverordnung bei der französischen Gesellschaft Sidel S.A. („Sidel“) erwerben möchte.
- (2) Nach Prüfung der Anmeldung kam die Kommission zu dem Schluss, dass die angemeldete Transaktion unter die Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 fällt und dass ernste Zweifel an ihrer Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen bestehen. Am 5. Juli 2001 entschied die Kommission gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c) der Fusionskontrollverordnung, in dieser Sache das Verfahren einzuleiten.
- (3) Am 10. September 2001 erließ die Kommission eine Entscheidung gemäß Artikel 11 Absatz 5 der Fusionskontrollverordnung, worin Tetra aufgefordert wurde, sich im Rahmen eines Auskunftsverlangens zu seiner Wettbewerbsstellung auf den Märkten für Extrusionsblasformmaschinen („EBM“, extrusion blow moulding machines), keimfreie HDPE (Hartpolyethylen)-Abfüllmaschinen, nicht keimfreie HDPE-Abfüllmaschinen, keimfreie HDPE-Flaschen und nicht keimfreie HDPE-Flaschen zu äußern. Tetra legte die verlangten Auskünfte am 11. September 2001 vor.

- (4) Der Beratende Ausschuss erörterte den Entwurf zu dieser Entscheidung am 19. Oktober 2001.

I. DIE PARTEIEN

- (5) Tetra, die anmeldende Partei, ist eine private Unternehmensgruppe, die Maschinen und Hilfsgüter sowie die dazugehörigen Nebenleistungen für die Verarbeitung, Verpackung und den Vertrieb von Flüssignahrungsmitteln konzipiert und herstellt (bekannt als das Tetra Pak Verpackungsgeschäft). Tetra ist der weltweit führende Hersteller von traditionellen Kartonverpackungen, stellt in begrenzterem Umfang jedoch auch Kunststoffverpackungen her. Ferner liefert das Unternehmen Ausrüstungen, Systeme, Zubehör und Verbrauchsgüter für die milchwirtschaftliche Produktion und die Viehwirtschaft (bekannt als DeLaval).
- (6) Sidel konstruiert und produziert Verpackungsanlagen und -systeme, insbesondere Blasformmaschinen, Barriertechniken und Abfüllmaschinen für Plastikflaschen aus PET (Polyethylenterephthalat). Sidel ist der weltgrößte Hersteller und Anbieter von Blasformmaschinen. Darüber hinaus bietet das Unternehmen Engineering-, Förder-, Einschlag- und Palettierungstechniken — u. a. für die Kosmetik- und Pharmaindustrie- an.

II. DIE TRANSAKTION UND DER ZUSAMMENSCHLUSS

- (7) Am 27. März 2001 gab Tetra Laval S.A. ein öffentliches Übernahmeangebot für sämtliche im Umlauf befindlichen Sidel-Aktien ab. Tetra Laval S.A. ist eine private, nach französischem Recht gegründete Holding-Gesellschaft für die durch das öffentliche Übernahmeangebot erworbenen Sidel-Aktien. Tetra Laval S.A. ist eine 100 %ige Tochtergesellschaft von Tetra.
- (8) Das Übernahmeangebot von Tetra Laval S.A. für Sidel lag bei einem Barpreis von 50 EUR je Aktie. Dies entsprach einem Aufschlag von 32 % gegenüber dem durchschnittlichen Drei-Monats-Kurs der Aktie und einem Aufschlag von 52 % gegenüber dem Kurs der Aktie am 21. März 2001. Das Angebot lag jedoch deutlich unter dem durchschnittlichen Kurs der Sidel-Aktie innerhalb der letzten drei Jahre. Durch das Übernahmeangebot wurde Sidel mit rund 1,9 Mrd. EUR bewertet. Das Übernahmeangebot wurde über die bestehenden Kreditlinien und internen Ressourcen von Tetra finanziert. Der Vorstand von Sidel empfahl einstimmig die Annahme des Angebots.
- (9) Das Übernahmeangebot war bedingungslos, wie es die französischen Rechtsvorschriften verlangen. Im Anschluss an das Angebot wurden Tetra Laval S.A. rund 27,1 Mio. Aktien, d. h. rund 81,3 % der im Umlauf befindlichen Sidel-Aktien, zum Kauf angeboten. Zusätzlich erwarb Tetra Laval S.A. auch 3,5 Mio. Sidel-Aktien auf dem freien Markt oder von den Hauptaktionären und hält damit derzeit 92 % des Aktienkapitals von Sidel.
- (10) Die angemeldete Übernahme, durch die Tetra die alleinige Kontrolle über Sidel erlangt, stellt einen Zusammenschluss im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b) der Fusionskontrollverordnung dar.

(1) ABl. L 395 vom 30.12.1989, S. 1; Berichtigung: ABl. L 257 vom 21.9.1990, S. 13.

(2) ABl. L 180 vom 9.7.1997, S. 1.

(3) ABl. C 39 vom 13.2.2004.

(4) ABl. C 39 vom 13.2.2004.

III. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

(11) Der gemeinsame weltweite Gesamtumsatz der beteiligten Gesellschaften liegt bei über 5 Mrd. EUR ⁽⁵⁾ (Tetra [...] ^(*) EUR und Sidel [...] ^(*) EUR Im Jahr 2000). Sowohl Tetra als auch Sidel verfügen über einen gemeinschaftsweiten Umsatz von über 250 Mio. EUR (Tetra [...] ^(*) EUR und Sidel [...] ^(*) EUR im Jahr 2000) und erzielen nicht mehr als zwei Drittel ihres gesamten gemeinschaftsweiten Umsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat. Die angemeldete Transaktion hat deshalb gemeinschaftsweite Bedeutung im Sinne von Artikel 1 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung.

IV. VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT

A. ALLGEMEINE BESCHREIBUNG DER VERPACKUNGSBRANCHE FÜR FLÜSSIGNAHRUNGSMITTEL

1. EINFÜHRUNG

(12) Die Transaktion wird sich vor allem auf den Wettbewerb in der Verpackungsbranche für Flüssignahrungsmittel

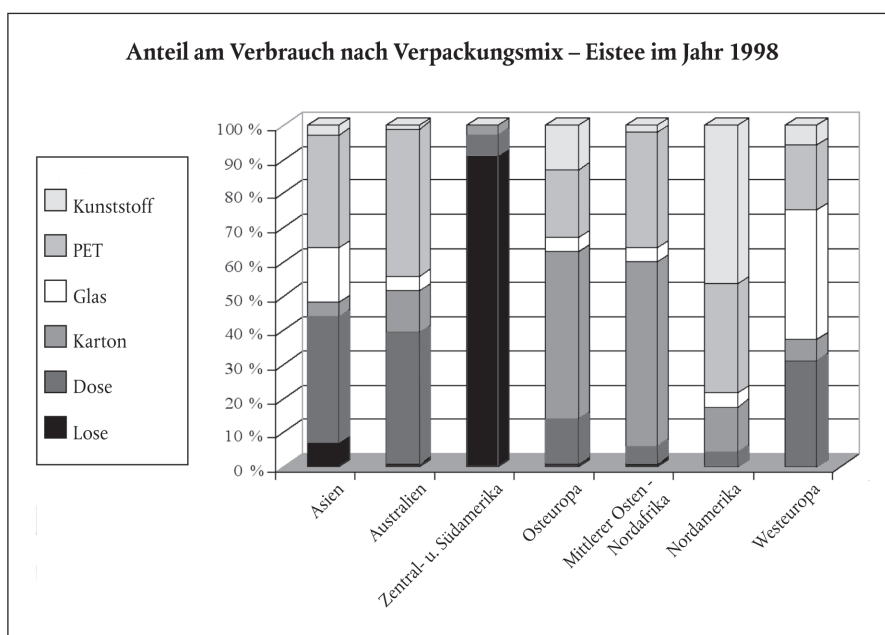
(*) Bestimmte Passagen in dem Text wurden herausgestrichen, um die Vertraulichkeit der Information zu wahren. Die betreffenden Textstellen wurden in eckige Klammern gesetzt und mit einem Sternchen versehen.

⁽⁵⁾ Die Umsatzberechnung erfolgte gemäß Artikel 5 Absatz 1 der Fusionskontrollverordnung und der Mitteilung der Kommission über die Berechnung des Umsatzes (ABl. C 66 vom 2.3.1998, S. 25). Sofern die Zahlen vor dem 1. Januar 1999 erwirtschaftete Umsätze beinhalten, wurden für die Berechnung die durchschnittlichen ECU-Wechselkurse zugrunde gelegt und im Verhältnis 1:1 in Euro umgerechnet.

auswirken. Auf diese Branche konzentrieren sich die Aktivitäten der Parteien. Die Parteien sind vornehmlich in zwei Bereichen des Flüssignahrungsmittelverpackungssektors tätig: Kunststoff, insbesondere PET-Verpackungen, und Kartonverpackungen. Die Erörterung der Branche konzentriert sich daher auf diese beiden Bereiche. Eine detaillierte Analyse der relevanten Produktmärkte findet sich in Abschnitt IV.B.

(13) Die Verpackung von Flüssignahrungsmitteln ist ein komplexer Industriezweig, der den Einsatz verschiedenster Technologien und Ausrüstungen erfordert. Flüssignahrungsmittel (Wasser, Molkereierzeugnisse, Säfte, kohlenensäurehaltige Erfrischungsgetränke usw.) können auf verschiedene Weise verpackt werden. Die vier Hauptverpackungsmaterialien, die in der Verpackung von Flüssignahrungsmitteln zum Einsatz kommen sind: Karton, Kunststoff (PET und HDPE), Dosen und Glas.

(14) Getränkehersteller verwenden zunehmend eine Mischung verschiedener Materialien zur Verpackung ihrer Produkte. So kommt z. B. Coca Cola in Glas-, PET-Flaschen und Aluminiumdosen auf dem Markt. Art und Technik der Verpackung einer bestimmten Flüssigkeit hängen maßgeblich von deren Eigenschaften ab. Bisweilen bestimmen auch Verbrauchervorlieben und Traditionen die Wahl des Materials, z. B. ausschließlich Glas für Wein und Sekt. Auch der Preis spielt eine Rolle. Nachstehende Grafik zeigt die Vielfalt von Verpackungen, die von Getränkeherstellern in aller Welt zur Verpackung desselben Flüssignahrungsmittels, Eistee, verwendet wird.



Quelle: Canadean Ice-tea Report 2000.

2. VERPACKUNG BEIM FLÜSSIGNAHRUNGSMITTELHERSTELLER UND FREMDVERPACKUNG

- (15) Es gibt zwei Hauptverfahrensarten bei der Verpackung von Flüssigkeiten: entweder Verpackung durch die Hersteller des Flüssignahrungsmittels selbst oder durch unabhängige Flaschenhersteller („bottle converter“). Verpackung durch den Hersteller selbst erfordert den Kauf von Verpackungsausrüstungen und -vorrichtungen, die im Werk des Getränkeherstellers installiert werden müssen. Im Gegensatz dazu stellen Flaschenhersteller leere Verpackungen her, die dann entweder durch Abfüllunternehmen abgefüllt werden oder an die Getränkehersteller zur hauseigenen Abfüllung verkauft werden. Ein mittlerer Weg ist das sog. „hole-through-the-wall“-Arrangement, bei dem ein Flaschenhersteller Maschinen in unmittelbarer Nähe zum Getränkehersteller aufstellt und Flaschen herstellt, die buchstäblich durch ein „Loch in der Wand“ an den Getränkehersteller zur Abfüllung befördert werden. Flaschenhersteller sind u. a. Gesellschaften wie Schmalbach-Lubeca, Pechiney und Crown Cork & Seal.
- (16) Das Verhältnis von hauseigener und Fremdverpackung ist bei den vier Hauptverpackungsmaterialien jeweils unterschiedlich. Die Verpackung in Karton erfolgt meistens durch den Hersteller selbst, und zwar in einem einzigen Ablauf, der die Herstellung der Verpackung und die Abfüllung miteinander verbindet. PET wird hauptsächlich bei den Herstellern selbst ausgeblasen und abgefüllt, allerdings in zwei getrennten Arbeitsschritten. PET-Flaschen werden jedoch auch in großer Anzahl von reinen Flaschenherstellern hergestellt. Nahezu sämtliche Glasflaschen und Dosen werden extern hergestellt.
- (17) Zur Verpackung einer Flüssigkeit bedarf es einer Reihe von spezifischen Ausrüstungsteilen und Materialien, vom Rohstoff (Kunstharzvorformling, Aluminium, Karton, Glas) über die Maschine, von der die leere Verpackung hergestellt wird, bis zur Abfüllmaschine, die die Flüssigkeit abfüllt und verschließt, einschließlich Förderbändern, Verschlussmaschinen und sonstigem Zubehör. Anlagenbauer verkaufen ihre Maschinen an Getränkehersteller für die hauseigene Produktion und an unabhängige Flaschen- oder Dosenhersteller.
- (18) Der Verkauf von Anlagen und Maschinen erfolgt in der Regel aufgrund individueller Angebote. Diese können im Rahmen von Ausschreibungen oder auf direkte Aufforderung hin abgegeben werden. Der Endpreis wird mit dem Kunden ausgehandelt und hängt u. a. vom Typ der Maschine, ihrer Kapazität, den Kundenspezifikationen, Serviceleistungen und Hilfsgütern sowie von der Verhandlungsstärke ab.
- (19) Beide Parteien betätigen sich im Kartonverpackungssektor und im Kunststoffverpackungssektor (PET und HDPE). Es ist daher hilfreich, die für die Karton- und Kunststoffverpackung von Flüssigkeiten erforderlichen verschiedenen Stufen und Ausrüstungen darzustellen.

3. PET-VERPACKUNG

- (20) PET ist ein Harz. PET-Flaschen sind durchsichtig und den Verbrauchern hauptsächlich als Flaschen für Mineralwasser und kohlenensäurehaltige Erfrischungsgetränke („CSDs“, carbonated soft drinks) vertraut. Die Verpackung von Flüssignahrungsmitteln in PET-Flaschen erfordert den kombinierten Einsatz verschiedener Anlagen und Maschinen, ggf. in Verbindung mit einer Barriertechnik. Der Verpackungsprozess besteht aus drei Phasen: a) Herstellung von Kunststoffvorformlingen („Preforms“), d. h. Herstellung der vorgefertigten Kunststoffröhren, aus denen die PET-Flaschen geformt werden b) Verarbeitung der Preforms zu leeren PET-Flaschen mit Hilfe spezieller Streckblasmaschinen und c) Abfüllen der fertigen PET-Flaschen auf einer speziellen Abfüllanlage. Getränkehersteller stellen im Allgemeinen PET-Flaschen bei sich selbst her und füllen diese auch selbst ab. Bisweilen beziehen sie aber auch leere PET-Flaschen vom Hersteller.

- (21) Zu einer typischen PET-Verpackungsanlage gehören folgende Maschinen:

Spritzgießmaschinen: Die Vorformlinge werden aus Harz im Spritzgießverfahren hergestellt⁽⁶⁾. Zur Herstellung von Vorformlingen mit verbesserten Barriereigenschaften kommen spezielle Maschinen zum Einsatz. Vorformlinge werden gewöhnlich gesondert hergestellt und als Massenware an Getränkehersteller verkauft. Der Preis von Standardvorformlingen (keine Barrierevorformlinge) hängt stark vom Harzpreis auf dem freien Markt ab. Vorformlinge mit Barriereigenschaften sind keine Massenware.

Streckblasmaschinen: („SBM-Maschinen“). SBM-Maschinen sind komplizierte Maschinen zur Herstellung fertiger PET-Flaschen durch Strecken und Ausblasen der PET-Vorformlinge in die gewünschte Form (Streckblasverfahren, stretch-blow moulding).

Abfüllmaschinen: Die PET-Flasche wird entweder keimfrei⁽⁷⁾ oder nicht keimfrei mittels dafür geeigneter Abfüllmaschinen abgefüllt. Nicht keimfreie PET-Abfüllmaschinen werden im Allgemeinen für kohlenensäurehaltige Erfrischungsgetränke, Speiseöle und Frischmilch verwendet. Keimfreie PET-Abfüllmaschinen werden für ungekühlte Getränke, Fruchtsaft-/aromatisierte Getränke ohne Kohlensäure, Fertigtee- oder Kaffeegetränke und flüssige Molkereierzeugnisse verwendet. Bei der keimfreien Abfüllung sind die Flaschen sterilisiert und werden mit vorab sterilisierten Verschlüssen verschlossen.

⁽⁶⁾ Das zur Herstellung von Vorformlingen erforderliche Polyesterharz stammt von großen Chemieunternehmen wie DuPont, Dow Chemical, Eastman Chemical, ICI Chemicals & Polymers und Shell Chemical.

⁽⁷⁾ Die keimfreie Flaschenabfüllung ist ein Verfahren, bei dem vorab sterilisierte behandelte Produkte in von innen sterile Flaschen abgefüllt werden und dann mit ebenfalls sterilen Verschlüssen verschlossen werden. Das Abfüllverfahren findet in einer sterilen Kammer innerhalb der Abfüllmaschine statt.

Nachgeschaltete Anlagen: Nach ihrer Abfüllung werden die PET-Flaschen mit Deckel und Etikett versehen und auf Paletten mit der geeigneten Außenverpackung verpackt. Verschlussmaschine (Cap applicator): In direkter Verbindung mit der Abfüllmaschine bringt die Verschlussmaschine den Verschluss auf der Flasche an. Je nach Art des Verschlusses und je nach Modell kann dies auch innerhalb der Abfüllmaschine geschehen. Etikettiermaschine: Nach dem Abfüllen und Verschließen werden die Flaschen mit dem jeweiligen Produktetikett versehen (Papier oder Plastik). Schrumpfverpackungsmaschine (Shrinkwrapper): Zur einfacheren Weiterbeförderung, Lagerung und Auslage werden die Flaschen bisweilen in Plastikfolie zusammenschweißt (z. B. in Packungen à 6 Flaschen). Die dazu erforderliche Vorrichtung nennt man Schrumpfverpackungsmaschine, manchmal auch Folienverpackungsmaschine oder Verschweißmaschine. Kartonverpackungsmaschine (Cardboard Packer): Wiederum wegen der einfacheren Weiterbeförderung und Lagerung werden die Flaschen dann in einigen Anlagen in Papp- oder Plastikbehältern zu einer Sammelpackung verpackt. Die dazu erforderlichen Maschinen nennt man bisweilen auch Packer oder Wrap-Around-Packer. Palettiermaschine: Am Ende steht die Palettierung. Hierbei werden die als Multipacks, in Lagen oder Kisten verpackten Flaschen versandfertig gemacht. Die Palette wird mit einer dehnbaren Plastikfolie umwickelt, wodurch sie die für den Transport erforderliche Stabilität erhält.

Zwischen der SBM-Maschine und der Abfüllmaschine werden die Flaschen per Luftförderband transportiert, d. h. die Transportketten greifen die Flaschen am Flaschenhalsring, die durch unter den Flaschenhals geblasene Luft weitertransportiert werden. Zwischen den anderen Maschinen werden die Flaschen auf Stabketten oder gewöhnlichen Förderbändern weiter transportiert.

Barriere

- (22) Für sauerstoffempfindliche Produkte (wie Säfte oder Bier) müssen die Gasbarriereeigenschaften einer PET-Flasche verbessert werden. Einer der grundlegenden technischen Unterschiede zwischen PET und anderen Materialien, die zur Verpackung von Flüssignahrungsmitteln und Getränken verwendet werden, ist der Umstand, dass PET gasdurchlässig ist⁽⁸⁾.
- (23) Zur Verbesserung der Barriereeigenschaften von PET wird die herkömmliche PET-Flasche mit einer Barriertechnik behandelt. Es sind verschiedene Barriertechniken entwickelt worden. Die Barriertechnik erfordert keine besondere Art von SBM-Maschine. Sie befindet

sich entweder bereits in dem für den Vorformling verwendeten Material oder wird dem Vorformling hinzugefügt oder sofort nach Abschluss des SBM-Maschinenverfahrens auf die fertige Flasche aufgetragen. In sämtlichen Fällen werden Standard-SBM-Maschinen verwendet. Allerdings ist in den Fällen, in denen die Barriere nicht bereits in den Vorformlingen enthalten ist, sondern auf die fertige PET-Flasche aufgetragen wird, eine spezielle Barriereüberzugsmaschine erforderlich.

- (24) Bei lichtempfindlichen Produkten wie z. B. H-Milch ist eine zusätzliche Lichtbarriere erforderlich. Hierzu wird pigmentiertes PET verwendet oder die PET-Flasche entsprechend beschichtet.

4. HDPE-VERPACKUNG

- (25) HDPE ist ein Polyethylen-Kunststoff, der sich durch hohe Dichte auszeichnet. Anders als PET ist HDPE nicht absolut durchsichtig wie Glas, sondern eher „trüb“. HDPE ist den Verbrauchern hauptsächlich als Verpackung für H-Milch vertraut, besonders in Großbritannien.

- (26) Der Herstellungsprozess von HDPE verläuft ähnlich wie bei PET, nur werden andere Maschinen verwendet. HDPE-Flaschen werden mit EBM-Maschinen und durch besondere keimfreie und nicht keimfreie HDPE-Abfüllmaschinen abgefüllt.

5. KARTONVERPACKUNG

- (27) Bei der Kartonverpackung wird vorgefertigtes, jedoch noch nicht gefaltetes („flaches“) Kartonmaterial in eine Kartonabfüllmaschine eingeführt, in der es sowohl gefaltet als auch abgefüllt wird.

- (28) Zu beachten ist, dass die Kartonverpackung anders abläuft als die Verpackung in PET-Flaschen. Anders als die PET-Verpackungen mit ihren verschiedenen Produktionsstadien (Vorformlinge, leere Flaschen, Abfüllung) erfolgt das Formgeben, Abfüllen und Verschließen des Getränkekartons in einem einzigen Produktionsabschnitt; man spricht hier auch vom sog. „Form-Fill-Seal“. Alle diese Vorgänge laufen auf einer einzigen Maschine im Betrieb des Getränkeherstellers ab. Der Lieferant der Kartonmaschine, z. B. Tetra, liefert im Allgemeinen sowohl die Maschine als auch die Kartonrohlinge (Flachkarton oder Kartonrollen, die von der Maschine in die Form der Endverpackung geformt werden). Es gibt keimfreie und nicht keimfreie Kartonmaschinen; man unterscheidet für das gesamte Verpackungsverfahren, von der Erstellung des Flachkartons über seine Faltung bis hin zur Abfüllung, zwischen keimfreien und nicht keimfreien Kartonverpackungsabläufen.

⁽⁸⁾ Das Problem der Gaspermeabilität stellt sich insbesondere bei Bier, da hier der Geschmack besonders anfällig für den Verlust an CO₂ und den Eintritt von Sauerstoff ist. Bis vor kurzem gab es deshalb auf dem Biermarkt überhaupt keine PET-Flaschen.

- (29) Zu einer typischen Kartonverpackungsanlage gehören folgende Maschinen:

Kartonabfüllmaschine: Die Abfüllmaschine faltet und füllt die Kartons, die entweder vorgefertigt flach sind, sogenannte „Rohlinge“ (blanks), oder die für Tetras keimfreie Maschinen in Rollen geliefert werden. Sofern Kartonverpackungen mit Plastikverschlüssen zu versehen sind, werden diese bisweilen ganz oder teilweise in der Abfüllmaschine, meistens jedoch durch eine spezielle Verschlussmaschine angebracht.

Verschlussmaschine (Cap applicator): Die Verschlussmaschine bringt an den dafür vorgesehenen Kartons Plastiköffnungen an (hauptsächlich sogenannte Gable-Top-Kartons). **Schrumpfverpackungsmaschine (Shrink-wraper):** Zur Vereinfachung des Weitertransports, der Lagerung und der Auslage werden die Kartons bisweilen mit Hilfe einer Schrumpfverpackungsmaschine in Plastikfolie zusammengeschrumpft. Diese Maschine wird manchmal auch Folienverpackungsmaschine oder Verschweißmaschine genannt. **Tray Packer:** Zur Vereinfachung der Weiterbeförderung und Lagerung werden die Kartons anschließend mit Hilfe von Karton- oder Plastikuntersetzern verpackt. Diese Maschinen werden manchmal auch Sammelpacker oder Kartonverpackungsmaschinen genannt. **Palettiermaschine:** Am Ende steht häufig die Palettierung. Hierbei werden die Kartons zu Zwecken des Endvertriebs auf Paletten geladen.

Jede Maschine ist mit der jeweils nächsten durch ein Förderband verbunden. Bei Kartonverpackungsanlagen handelt es sich dabei zumeist um „ebene“ Förderanlagen, bei denen die Kartons auf einem sich bewegenden Förderband „stehen“.

B. RELEVANTE PRODUKTMÄRKTE

1. EINFÜHRUNG

- (30) In der Anmeldung vertrat Tetra die Ansicht, dass die vorliegende Transaktion die Herstellung von und die Versorgung mit Maschinen und Anlagen zur Verpackung von Flüssignahrungsmitteln in PET-Flaschen betreffe, da es hier bis zu einem gewissen Grad horizontale Überschneidungen bei den Aktivitäten der Parteien gebe. Tetra hat deshalb drei horizontal betroffene Märkte innerhalb des Sektors für PET-Verpackungsausrüstungsgüter benannt: SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz, Barriertechniken und aseptische PET-Abfüllmaschinen. Tetra ist der Auffassung, dass sich die für eine Analyse der Transaktion relevanten Produktmärkte auf diese drei Märkte beschränken. Tetra hielt in ihrer Antwort auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission vom 21. September 2001 und bei der mündlichen Anhörung am 26. September 2001 an ihrer Auffassung fest. Das Unternehmen argumentierte ferner, dass die Märkte für PET-Verpackungssysteme/-ausrüstungsgüter und Kartonsysteme keine eng miteinander verflochtenen Märkte seien und dass bei der Vermarktung und Verpackung von Flüssignahrungsmitteln eine

Vielzahl von Verpackungsmaterialien (PET, HDPE, Glass und Dosen) verwendet würden, für die es jeweils eigene Produktmärkte gebe.

- (31) Die Kommission stellt fest, dass sich die Aktivitäten von Tetra und Sidel über einen großen Teil des Verpackungsektors für Flüssignahrungsmittel erstrecken und dass sich beide Parteien über ihre allgemeine Präsenz im Sektor der Verpackung von Flüssignahrungsmitteln definieren. Beide Parteien betätigen sich in den Bereichen SBM-Maschinen, Barriertechniken, aseptische PET-Abfüllmaschinen und nachgeordnete PET-Ausrüstungen (Förderbänder etc.).
- (32) Überdies stellt Sidel auch Gussformen her (ein geformtes Ausrüstungsteil innerhalb der Blasformmaschine, in welche der heiße Vorformling zur letztendlichen Form des PET-Behälters gestreckt und geblasen wird), keimfreie PET-Abfüllmaschinen, PET-Heißabfüllmaschinen, Extrusionsblasmaschinen (mit denen HDPE-Flaschen hergestellt werden), keimfreie und nicht keimfreie HDPE-Abfüllmaschinen⁽⁹⁾, nachgeschaltete Anlagen sowie Verpackungsausrüstungen für den Vertrieb.
- (33) Das Hauptgeschäft von Tetra konzentriert sich auf Kartonverpackungen. Sowohl bei keimfreien Kartonverpackungsmaschinen und keimfreien Kartons als auch bei nicht keimfreien Kartonverpackungsmaschinen und nicht keimfreien Kartons ist Tetra der mit Abstand führende Anbieter. Tetra betätigt sich außerdem im Bereich der Verarbeitung von Flüssignahrungsmitteln. Im Kunststoffverpackungssektor produziert Tetra auch PET-Vorformlinge, HDPE-Flaschen und Verschlüsse für Plastikgetränkeflaschen. Tetra ist durch eine [...] Vereinbarung mit dem US-amerikanischen Unternehmen Graham Engineering Corporation („Graham“) auch auf dem Markt für EBM-Maschinen tätig. [...] Graham-Maschinen lassen sich vollständig auf die Wünsche der Hersteller von HDPE-Flaschen für pasteurisierte und keimfreie Produkte sowie für Produkte mit verlängerter Haltbarkeit zuschneiden. Tetra hat überdies eine zur Verpackung von H-Milch und Säften geeignete fortlaufende aseptische EBM-Abfüllanlage entwickelt, die LFA-20. Die Maschine benötigt keine sterile Umgebung, sondern verfügt über eine sehr kleine keimfreie Kammer im Maschineninneren, was für den Kunden sowohl den Investitionsbedarf als auch die Betriebskosten verringert.
- (34) Obleich für die Analyse des relevanten Marktes die direkten horizontalen Überschneidungen bei den spezifischen Ausrüstungsteilen der Parteien einen sinnvollen Ausgangspunkt darstellen können, hält es die Kommission für wichtig, für die Prüfung den „allgemeinen Markt der Verpackungssysteme für flüssige Nahrungsmittel“ heranzuziehen⁽¹⁰⁾. Eine solche Vorgehensweise ist vor

⁽⁹⁾ [...]*

⁽¹⁰⁾ Rechtssache C-333/94 TetraPak gegen Kommission [1996] Slg. I-5951 („Tetra Pak II (EuGH)“), Rdnr. 11. Bei Tetra Pak II handelte es sich um einen Einspruch gegen das Urteil des Gerichts erster Instanz in der Rs. T-83/91, Tetra Pak gegen Kommission [1994], II 755 („Tetra Pak II (EuGel)“), eine Klage auf Aufhebung der Entscheidung 92/163/EWG der Kommission in der Sache IV/31.043, ABl. L 72 vom 18.3.1992, S. 1 („Tetra Pak II (Kommission)“).

dem Hintergrund der zahlreichen und vielfältigen Aktivitäten der Parteien im gesamten Verpackungssektor für Flüssignahrungsmittel in diesem besonderen Fall umso dringender geboten.

- (35) Die Kommission hat sich in einer Reihe früherer Entscheidungen mit dem Markt der Verpackung von Lebensmitteln und Getränken beschäftigt⁽¹¹⁾. In vielen der früheren Entscheidungen⁽¹²⁾ gelangte die Kommission zu keinem endgültigen Schluss hinsichtlich der Definition des relevanten Produktmarktes, ging aber davon aus, dass der Markt nach Verpackungsmaterialien und den dazu gehörigen Verpackungsausrüstungen aufgeteilt werden sollte (getrennte Märkte für Glasverpackung, für Karton usw.). In einigen Entscheidungen⁽¹³⁾ wies die Kommission außerdem darauf hin, dass es sich bei der Verpackung von Flüssignahrungsmitteln um einen komplexen Markt handelt und dass Endverwendung und andere Kriterien für die Definition des Marktes von Bedeutung sein können.
- (36) Die Kommission ist gehalten, die Funktionsweise des Marktes und die angemessene Definition des relevanten Marktes basierend auf der vergangenen, derzeitigen und wahrscheinlichen zukünftigen Lage der Verpackungs-

dustrie zu prüfen. Eine Analyse des relevanten Marktes muss daher mit der Untersuchung der Frage beginnen, ob PET und andere Verpackungssysteme so weit miteinander in Wettbewerb stehen, dass sie ein und demselben relevanten Produktmarkt zugeordnet werden können.

- (37) Um einschätzen zu können, ob verschiedene Verpackungssysteme austauschbar sind oder nicht, ist es auch sinnvoll, den nachgeordneten Markt für das verpackte Endprodukt auf der Verbraucherebene zu untersuchen, d. h. zu überprüfen, ob die Verbraucher die verschiedenen Verpackungen für austauschbar halten. Tetra hat vorgebracht, dass das Ergebnis der wettbewerblichen Prüfung verzerrt werde, wenn keine klare Unterscheidung zwischen dem nachgeordneten Produktmarkt und dem vorgelagerten Ausrüstungsmarkt vorgenommen werde. Die Kommission stimmt mit der anmeldenden Partei darin überein, dass sich die beiden Märkte voneinander unterscheiden. Sie ist jedoch der Auffassung, dass sich die Nachfrage nach Ausrüstungsgütern allein von der Nachfrage nach den Endprodukten, die mit Hilfe der Ausrüstung verpackt werden, ableiten lässt. Es ist daher notwendig, den nachgeordneten Markt zu untersuchen. Die Wirtschaftsberater der anmeldenden Partei stimmen dem mit ihrer Aussage zu, dass „sich die Nachfrage nach Kartonmaschinen von der Nachfrage nach in Karton verpackten Produkten ableitet. Ebenso leitet sich die Nachfrage nach SBM-Maschinen von der Nachfrage nach Produkten in PET-Flaschen ab“⁽¹⁴⁾. Zu beachten ist jedoch, dass die Substituierbarkeit der Nachfrage auf dem nachgeordneten Markt nicht zwangsläufig die Substituierbarkeit auf dem vorgelagerten Markt bedeuten muss, da es eine ganze Reihe von Faktoren gibt, z. B. hohe Umstellungskosten, die Zwischenhändler und Getränkehersteller trotz der Bereitschaft der Kunden von der Umstellung von einem Verpackungssystem auf ein anderes abhalten.
- (38) Angesichts der Vielschichtigkeit des Verpackungssektors für Flüssignahrungsmittel ist eine Definition der in dieser Entscheidung verwendeten Terminologie sinnvoll: a) „Verpackungssystem bzw. Verpackungsmaterial“ bezieht sich auf das von einem Getränkehersteller für seine Produkte verwendete Verpackungssystem bzw. Verpackungsmaterial (Karton, PET, Glas usw.); b) „Verpackungsausrüstung“ bezieht sich auf SBM-Maschinen, Kartonverpackungsmaschinen, Glasverpackungsmaschinen usw.; c) „Verpackungen“ bezieht sich auf Flachkartons, leere PET-Flaschen oder Vorformlinge usw.; d) „verpacktes Produkt“ bezieht sich auf Orangensaft in PET, H-Milch in Karton usw.; e) „Endprodukt“ bezieht sich auf die Art des zu verpackenden Flüssignahrungsmittels. Diese Terminologie wird im gesamten weiteren Text im Rahmen der Analyse des relevanten Marktes und bei der Beurteilung der Marktbeherrschung verwendet.

⁽¹¹⁾ Siehe unter anderem Entscheidung der Kommission vom 6. Juni 1991 in der Sache IV/M.81 — VIAG/Continental Can, Rdnrn. 10-14; Entscheidung der Kommission vom 19. Juli 1991 in der Sache IV/M.68 — Tetra Pak/Alfa-Laval, ABl. L 290, S. 35 („Tetra Pak/Alfa Laval“); Entscheidung der Kommission vom 14. April 1993 in der Sache IV/M.322 — Alcan/Inespal/Palco, Rdnr. 15; Entscheidung der Kommission vom 14. November 1995 in der Sache IV/M.603 — Crown Cork & Seal/CarnaudMetalbox, ABl. L 75, S. 38; Entscheidung der Kommission vom 21. April 1998 in der Sache IV/M.1109 — Owens-Illinois/BTR Packaging, Rdnrn. 8-22; Entscheidung der Kommission vom 1. Februar 1999 in der Sache IV/M.1400 — Rexam/PLM, Rdnrn. 8-19; Entscheidung der Kommission vom 5. Juli 1999 in der Sache IV/M.1539 — CVC/Danone/ Gerresheimer, Rdnrn. 6-14; Entscheidung der Kommission vom 23. September 1999 in der Sache IV/M.1656 — Huhtamäki Oyj/ Packaging Industries Van Leer, Rdnrn. 7-20; Entscheidung der Kommission vom 12. Juli 2000 in der Sache COMP/M.1813 — Industri Kapital-Nordkem/Dyno, Rdnrn. 50-52; Entscheidung der Kommission vom 30. Mai 2000 in der Sache COMP/M.1948 — Techpak International/Valois, Rdnrn. 17-20; Entscheidung der Kommission vom 11. Juni 2001 in der Sache COMP/M.2441 — Amcor/Danisco/Ahlstrom, Rdnrn. 8-13.

⁽¹²⁾ Siehe Entscheidungen der Kommission unter anderem in den Sachen IV/M.81 — VIAG/Continental Can, IV/M.322 — Alcan/Inespal/Palco, IV/M.1400 — Rexam/PLM, IV/M.1539 — CVC/Danone/ Gerresheimer, IV/M.1656 — Huhtamäki Oyj/ Packaging Industries Van Leer, COMP/M.1948 — Techpak International/Valois, COMP/M.2441 — Amcor/Danisco/Ahlstrom.

⁽¹³⁾ Siehe Entscheidungen der Kommission unter anderem in den Sachen IV/M.81 — VIAG/Continental Can, IV/M.68 — Tetra Pak/Alfa-Laval, IV/M.603 — Crown Cork & Seal/CarnaudMetalbox, IV/M.1109 — Owens-Illinois/BTR Packaging, IV/M.1400 — Rexam/PLM, IV/M.1539 — CVC/Danone/ Gerresheimer, IV/M.1656 — Huhtamäki/Packaging Industries Van Leer Oyj, COMP/M.1813 — Industri Kapital-Nordkem/Dyno, COMP/M.1948 — Techpak International/Valois, COMP/M.2441 — Amcor/Danisco/Ahlstrom.

⁽¹⁴⁾ Mitteilung an die Kommission vom 30. August 2001.

2. AUSTAUSCHBARKEIT VON VERPACKUNGSSYSTEMEN

- (39) Die Kommission ist der Ansicht, dass sich ihre Analyse des relevanten Marktes darauf konzentrieren sollte, ob alternative Verpackungsmaterialien und somit alternative Verpackungssysteme so weit miteinander in Wettbewerb stehen, dass sie ein und demselben Produktmarkt zuzurechnen sind⁽¹⁵⁾. Sofern dies der Fall ist, ist zu prüfen, ob Kunden leicht von einer Verpackungsausrüstung auf eine andere umstellen könnten; z. B. von der Kartonabfüllmaschine auf die entsprechende PET-Ausrüstung, d. h. auf eine PET SBM-Maschine plus PET-Abfüllmaschine oder eine PET-„Kombi“-Maschine, so dass beide Ausrüstungsteile demselben relevanten Produktmarkt zugeordnet werden sollten.

2.1. Endverwendungssegmente

- (40) Die Untersuchung der Kommission ergab, dass die Verwendung eines bestimmten Verpackungsmaterials für ein bestimmtes Flüssignahrungsmittel hauptsächlich von den Eigenschaften des Flüssignahrungsmittels abhängt. Die erste Frage, um herauszufinden, ob zwei Verpackungssysteme möglicherweise austauschbar sind, lautet daher: Können mit diesen Verpackungssystemen dieselben Flüssigkeiten verpackt werden?
- (41) Jedes Endprodukt hat äußerst charakteristische Eigenschaften, nach denen sich die Wahl der Verpackung zu richten hat. Kohlensäurehaltige Erfrischungsgetränke (CSDs) beispielsweise verlangen eine Verpackung, die dem Druck der Kohlensäure standhält; für diese Getränke kommt also Karton nicht in Frage. Milch erfordert eine Lichtbarriere. Bier benötigt sowohl eine Licht- als auch eine Sauerstoffbarriere. In einigen Fällen bestimmen Verbrauchervorlieben und Traditionen die Wahl des Materials, wie etwa bei Wein und Sekt, die nahezu ausschließlich in Glas verpackt werden. Daher hat z. B. eine Molkerei nicht unbedingt eine echte Wahl zwischen den zur Verfügung stehenden Verpackungsmaterialien. Es gibt jedoch Produkte, die in verschiedenen Materialien verpackt werden können.
- (42) Tetra hat argumentiert, dass die Unterscheidungen nach Verwendungszweck im Verpackungsausrüstungssektor nicht von Bedeutung seien. Tetra bezog sich dabei vor allem auf SBM-Maschinen, die verwendungsneutral seien, d. h. eine SBM-Maschine produziert eine leere

Flasche, die für verschiedene Arten von Endprodukten verwendet werden kann. Die Argumente der anmeldenden Partei in Bezug auf SBM-Maschinen werden nachstehend in den Rdnrn. 176-182 einer Beurteilung unterzogen.

- (43) Die Analyse der Kommission zeigt, dass sogar für ein angeblich „verwendungsneutrales“ Ausrüstungsteil wie eine SBM-Maschine eine Untersuchung des Ausrüstungsmarktes in Bezug auf die Endverwendungssegmente gerechtfertigt ist. Eine auf Endverwendungssegmenten basierende Analyse ist sogar noch bedeutsamer beim Vergleich ganzer Verpackungssysteme, da sie dazu dient herauszufinden, ob die Verpackungssysteme demselben Produktmarkt gehören oder nicht. Da jede Flüssigkeit sehr charakteristische Eigenschaften besitzt, von denen die Form der Verpackung abhängt, sind die Endprodukte darauf zu untersuchen, ob die verschiedenen Verpackungsmaterialien „von den Verbrauchern hinsichtlich ihrer Eigenschaften, Preise und ihres vorgesehenen Verwendungszwecks als austauschbar oder substituierbar angesehen werden“⁽¹⁶⁾; Es ist offenkundig, dass der Verbraucher nur die Auswahl zwischen den Verpackungsmaterialien hat, mit denen das jeweilige Flüssignahrungsmittel tatsächlich auch verpackt werden kann; Verpackungsmaterialien, die für die Verpackung eines bestimmten Produkts nicht geeignet sind, werden daher in diesem Produktsegment niemals einen Wettbewerbsdruck ausüben können. Die Wettbewerbsbedingungen können daher innerhalb eines jeden Endproduktsegmentes verschieden sein⁽¹⁷⁾;
- (44) Aus diesen Gründen gelangt die Kommission zu dem Schluss, dass die Segmentierung nach dem Verwendungszweck ein sinnvolles analytisches Werkzeug für die Beurteilung des Marktes für Verpackungsausrüstungen für Flüssignahrungsmittel darstellt⁽¹⁸⁾;
- (45) Die Analyse in dieser Entscheidung konzentriert sich auf diejenigen Produkte, die sowohl in Karton als auch in PET verpackt werden können: flüssige Molkereierzeugnisse („FME“), Säfte und Nektare („Säfte“), Fruchtsaft-/aromatisierte Getränke ohne Kohlensäure („FFDs“, fruit flavoured still drinks) und trinkfertige Tee- und Kaffeegetränke („Tee-/Kaffeegetränke“). Die „gemeinsamen“ Produktsegmente FME, Säfte, FFDs und Tee-/Kaffeegetränke machen einen Großteil des gesamten Flüssignahrungsmittelsektors aus; im Jahr 2000 stellten

⁽¹⁵⁾ So verfuhr die Kommission auch im Fall Tetra Pak/Alfa Laval, (zitiert in Fußnote 11). Diese Herangehensweise wurde auch durch den Tetra Pak II (EuGH) in der Sache (zitiert in Fußnote 10) bestätigt. In beiden Fällen befanden die Kommission und der Gerichtshof, dass Kartonverpackungssysteme nicht mit Verpackungssystemen konkurrieren, die andere Materialien wie Glas oder Plastikflaschen verwenden. Diese Entscheidungen basierten auf einer Einschätzung der Marktbedingungen in den achtziger und den frühen neunziger Jahren. Bei der vorliegenden Überprüfung des Zusammenschlusses wird die Kommission selbstverständlich die Funktionsweise des Marktes und die angemessene Definition des relevanten Marktes basierend auf der derzeitigen und wahrscheinlichen künftigen Situation in Betracht ziehen.

⁽¹⁶⁾ Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft, ABl. C 372 vom 9.12.1997, Seite 13, Rdnr. 7.

⁽¹⁷⁾ Die anmeldende Partei scheint dieser Analyse zuzustimmen (obgleich sie zu dem Schluss kommt, dass die beiden Materialien nicht miteinander konkurrieren), wenn sie argumentiert, dass „kein Getränkehersteller die beiden Arten von Verpackungsausrüstungen jemals als direkt substituierbar für einen ganz bestimmten Verpackungszweck erachten würde.“ Vorlage der anmeldenden Partei vom 21. Juni 2001.

⁽¹⁸⁾ Die Segmentierung nach dem Verwendungszweck zur Prüfung der Märkte für keimfreie und nicht keimfreie Kartonverpackungsausrüstungen wurde vom Gericht erster Instanz in der Sache Tetra Pak II (EuGH) (zitiert in Fußnote 10) angewandt.

sie zirka 40 % aller nicht-alkoholischen Getränke. Diese Produkte wurden traditionell aufgrund ihrer spezifischen Eigenschaften, der Sauerstoff- und Lichtempfindlichkeit, in Karton verpackt, finden sich aber aufgrund jüngster Verbesserungen der PET-Technik und aufgrund von Veränderungen der Verbrauchernachfrage zunehmend auch in PET-Flaschen wieder. In der Getränkebranche spricht man daher von „empfindlichen“ Getränken. Die Kommission hat dem zufolge die Auswirkungen des Vorhabens unter besonderer Berücksichtigung der oben genannten Produktsegmente beurteilt.

2.2. Keimfreie und nicht keimfreie Verpackungen

- (46) Ein Hauptunterscheidungsmerkmal für die Verpackung von Flüssignahrungsmitteln ist ihre keimfreie bzw. nicht keimfreie Abfüllung. Unter keimfreier Verpackung versteht man im Allgemeinen die Zusammenführung von vorab sterilisierten Produkten und sterilisierter Verpackung sowie die Abfüllung des Produkts in die Packung in einer sterilen Umgebung zwecks Verhinderung einer Rekontaminierung. Zur Sterilisation gehört die Beseitigung von Mikroorganismen, die in der Folge zum Verderb des Produktes führen könnten⁽¹⁹⁾; Die Gewährleistung der Sterilität bei der keimfreien Abfüllung von Flüssigkeiten führt zu einer erheblichen Verlängerung der Haltbarkeit des Produkts. Eine Reihe verschiedener Verpackungen eignet sich für die keimfreie Abfüllung: Glas, Karton, PET und HDPE. Karton ist das wichtigste Verpackungsmaterial, das bei der keimfreien Abfüllung zum Einsatz kommt. Karton verfügt hier über den bei weitem größten Marktanteil.
- (47) Keimfrei abgefüllt werden hauptsächlich die sogenannten „empfindlichen“ Produkte, namentlich Säfte (oder Getränke auf Saftbasis) und flüssige Molkereierzeugnisse. Säfte und Molkereierzeugnisse können auch nicht keimfrei verpackt werden, in diesem Fall muss ihr Vertrieb gekühlt erfolgen. Die meisten anderen Produkte werden nicht keimfrei verpackt, ohne dass ein gekühlter Vertrieb erforderlich wird.
- (48) Säfte und flüssige Molkereierzeugnisse unterscheiden sich in einem wesentlichen Punkt: Säfte haben einen hohen Säuregehalt, während flüssige Molkereierzeugnisse einen niedrigen Säuregehalt aufweisen. Produkte mit niedrigem Säuregehalt erfordern strengere keimfreie Bedingungen. Anders als bei Produkten mit einem hohen Säuregehalt führt Nichtsterilität bei Produkten mit einem niedrigen Säuregehalt zur Bildung von Pathogenen, die sich negativ auf die Gesundheit des Verbrauchers auswirken. Der Einsatz eines rentablen keimfreien Verfahrens ist daher im Bereich flüssiger Molkereierzeugnisse von größter Wichtigkeit.
- (49) Die Kommission hat die Möglichkeit einer Substituierbarkeit zwischen keimfreier und nicht keimfreier Ver-

packung in früheren Entscheidungen geprüft⁽²⁰⁾ und ist zu dem Schluss gekommen, dass die keimfreie Verpackung einen separaten Produktmarkt darstellt. Diese Unterscheidung wurde vom Gericht erster Instanz und dem Gerichtshof bestätigt⁽²¹⁾.

- (50) Die frühere Einstufung durch die Kommission behält ihre Gültigkeit und wurde durch die Marktuntersuchung in diesem Fall bestätigt. Keimfrei verpackte Produkte verfügen über eine wesentlich längere Haltbarkeit als nicht keimfrei verpackte Produkte und genügen unterschiedlichen Ansprüchen. Keimfreie Milch verfügt in der Regel über eine Haltbarkeit von sechs Monaten, während nicht keimfreie Milch weniger als einen Monat haltbar ist. Der Vertrieb erfolgt auf unterschiedliche Weise (ungekühlt/gekühlt). Auch geschmacklich gibt es erhebliche Unterschiede, wodurch die Produkte aus Sicht des Verbrauchers schwerlich austauschbar sind und die Nachfrageelastizität in diesem Fall somit gering ist. Überdies liegt keine Austauschbarkeit auf der Angebotsseite vor (in keimfreien und nicht keimfreien Abfüllmaschinen kommen unterschiedliche Techniken zum Einsatz) und nicht alle Anbieter sind in der Lage, beide Maschinen herzustellen, da die keimfreie Technik wesentlich komplizierter ist.
- (51) Auch bei der Ausrüstung (Kartonmaschinen oder PET-Abfüllmaschinen) wurde die Unterscheidung zwischen keimfreier und nicht keimfreier Verpackung durch die Marktuntersuchung bestätigt. Sämtliche Marktteilnehmer gaben an, dass keimfreie und nicht keimfreie Abfüllung nicht substituierbar seien. Die Parteien bestreiten diese Ansicht nicht. Es gilt daher der Schluss, dass eine Aufteilung des Marktes in keimfreie und nicht keimfreie Verpackungssysteme angebracht ist.

2.3. PET-Verpackungssysteme und Verpackungssysteme mit anderen Materialien

- (52) Die anmeldende Partei argumentiert, dass Verpackungssysteme, bei denen verschiedene Materialien zum Einsatz kommen, insbesondere Kartonverpackungssysteme und PET-Verpackungssysteme, zu Zwecken einer wettbewerbsrechtlichen Analyse unterschiedliche Produktmärkte darstellen. Tetra vertritt die Auffassung, kein PET-Ausrüstungslieferant könne die Wahl eines Getränkeherstellers zwischen Karton und PET-Verpackung in irgendeiner Weise beeinflussen. Das Unternehmen begründet dies mit folgenden zwei Hauptargumenten: i) minimale Überschneidung: PET und Karton werden für verschiedene Endprodukte verwendet mit minimalen Überschneidungen, wobei die Verwendung von PET für die gemeinsamen Produkte begrenzt ist und in Zukunft auch nicht zunehmen wird; ii) kein Preisdruck: Trotz Überschneidungen und künftigen Wachstums bilden PET- und Kartonverpackungssysteme unterschiedliche Produktmärkte, wobei die Preise auf

⁽¹⁹⁾ Siehe Warrick Research, „Aseptic Packaging Markets“ (Märkte für keimfreie Verpackung) (2000), auf Seite 1.

⁽²⁰⁾ Siehe Entscheidung der Kommission Tetra Pak/AlfaLaval (zitiert in Fußnote 11).

⁽²¹⁾ Siehe TetraPak II (EuGH) und Tetra Pak II (EuGel) (zitiert in Fußnote 10).

dem einen Markt keinen Druck auf die Preise auf dem anderen Markt ausüben. Dies erklärt sich daraus, dass die Hauptkriterien für die Wahl des Verpackungssystems der Wunsch nach Abgrenzung des Endprodukts gegenüber anderen Produkten, das äußere Erscheinungsbild, die Positionierung auf dem Markt und die anvisierten Verbrauchergruppen sind.

- (53) Die Kommission teilt die Auffassung, dass Verpackungssysteme, bei denen unterschiedliche Materialien zum Einsatz kommen, z. B. Glas und Dosen, zu Zwecken einer wettbewerbsrechtlichen Analyse unterschiedliche Produktmärkte darstellen und dass deshalb PET-Verpackungssysteme zu einem anderen Produktmarkt zählen, da die Wahl eines jeden Verpackungsmaterials hauptsächlich von absatzstrategischen Überlegungen bestimmt wird. Sie ist jedoch nicht der Meinung, dass Karton und PET keine gemeinsamen Produktsegmente haben und dass es keine Interaktion zwischen beiden Materialien geben könne. Wie nachstehend in Abschnitt IV.3.3 zum Wachstum bei PET erläutert, geht die Kommission davon aus, dass PET in denselben Endproduktsegmenten wie Karton rapide zunehmen wird. Da beide Parteien hauptsächlich im Karton- und im PET-Sektor tätig sind (Tetra als eine marktbeherrschende Gesellschaft bei der Kartonverpackung und Sidel als eine führende Gesellschaft auf dem Gebiet der PET-Verpackungsausrüstung) hat die Kommission beschlossen, die Verflechtung von Karton und PET und das künftige Wachstum von PET in den traditionellen kartonverpackten Endverwendungssegmenten einer eingehenderen Betrachtung zu unterziehen.

3. VERFLECHTUNG VON PET UND KARTON

- (54) Die Untersuchung der Kommission hat gezeigt, dass die Behauptung der anmeldenden Partei, es gebe nur minimale Überschneidungen zwischen dem Kundenbestand von PET und Karton, nicht zutreffend ist.

3.1. Überschneidung der Endverwendungssegmente

- (55) PET und Karton wurden bisher für die Abfüllung verschiedener Getränke verwendet. Dies ist hauptsächlich auf die unterschiedlichen physikalischen Eigenschaften dieser Verpackungslösungen zurückzuführen. Karton ist undurchsichtig und daher für sauerstoff- und lichtempfindliche Produkte geeignet, er kann jedoch nicht für kohlenstoffhaltige Produkte verwendet werden. PET ist durchsichtig und kann für kohlenstoffhaltige Produkte verwendet werden, war jedoch bisher für sauerstoff- und lichtempfindliche Produkte weniger geeignet. Karton wurde daher hauptsächlich für FME (in erster Linie Trinkmilch) und Säfte verwendet, während PET hauptsächlich für Wasser (mit und ohne Kohlensäure) und kohlenstoffhaltige Getränke verwendet wurde⁽²²⁾.

⁽²²⁾ Die am schnellsten wachsenden PET-Segmente waren Wasser und kohlenstoffhaltige Getränke, hauptsächlich als Alternative zur Glasverpackung. PET ist bei Verbrauchern und Herstellern wegen seiner Durchsichtigkeit, Formbarkeit (viele verschiedene Flaschenformen), „Unzerbrechlichkeit“, Wiederverschließbarkeit, guten Recyclingeigenschaften, der Möglichkeit, Markenlogos auf Plastiketiketten zu integrieren, usw. beliebt.

- (56) Dies geht aus den nachstehenden Tabellen 1 und 2⁽²³⁾ hervor, in denen die wichtigsten karton- bzw. PET-verpackten Getränke aufgeführt sind. Produkte, die sowohl in PET-Behältnissen als auch in Karton verpackt werden, sind in fettgedruckter Kursivschrift aufgeführt.

Tabelle 1

Kartonverpackte Produkte im EWR im Jahr 1999

Verpacktes Produkt	Millionen Liter	%
Flüssige Molkereierzeugnisse	21 537	71,05
Säfte und Nektare	5 665	18,69
Fruchtsaft- und aromatisierte Getränke ohne Kohlensäure	1 176	3,88
Getränke auf Tee- und Kaffeebasis	860	2,84
Wein	765	2,53
Wasser	305	1,01
Sport- und Energiedrinks	1	0,00

Tabelle 2

PET-Produkte im EWR im Jahr 1999

Verpacktes Produkt	Millionen Liter	%
Wasser	19 947	54,70
Kohlenstoffhaltige Erfrischungsgetränke	15 164	41,58
Fruchtsaft- und aromatisierte Getränke ohne Kohlensäure	425	1,17
Getränke auf Tee- und Kaffeebasis	396	1,09
Wein	241	0,66
Sport- und Energiedrinks	148	0,40
Flüssige Molkereierzeugnisse	97	0,26
Säfte und Nektare	28	0,08

⁽²³⁾ Zahlen für 1999. Quelle: Canadean Forschungsgesellschaft und die anmeldende Partei.

- (57) Aus den beiden Tabellen geht hervor, dass PET ein Material ist, das sich für sämtliche der traditionell in Karton verpackten Produkte eignet. Aus Sicht des Kartonssektors könnte PET daher potenziell ein alternatives konkurrierendes Material für das gesamte Spektrum kartonverpackter Produkte darstellen.
- (58) Die wichtigsten gemeinsamen Endverwendungssegmente, für die sich sowohl Karton als auch PET als Verpackungsmaterial eignen, sind FMEs, Säfte, FFDs und Tee-/Kaffegetränke, d. h. die sogenannten „empfindlichen“ Getränke⁽²⁴⁾. Diese Standardeinteilung ist in Branchenanalysen, unabhängigen Studien und auch bei Sidel selbst weit verbreitet⁽²⁵⁾. Diese Produkte machen nahezu die Gesamtheit aller kartonverpackten Produkte und zirka 40 % aller nicht alkoholischen Getränke (Wasser, CSDs, FMEs, Säfte, FFDs und Tee-/Kaffegetränke (einschließlich Sportdrinks)) aus. Sämtliche dieser Getränke eignen sich für PET und werden derzeit auch in PET verpackt. Eine weitere Gemeinsamkeit besteht darin, dass sie allesamt „empfindliche“ Produkte sind, die sowohl keimfrei als auch nicht keimfrei verpackt werden. Sie unterscheiden sich jedoch auch voneinander, und zwar insofern, als die spezifischen Eigenschaften der einzelnen Produkte geringfügig voneinander abweichende Verpackungslösungen erforderlich machen (Säfte haben einen hohen Säuregehalt, während FME einen niedrigen Säuregehalt aufweisen; FFDs und Eistee brauchen keine so hohe Sauerstoffbarriere wie Säfte).

3.2. *Derzeitige Verwendung von PET in den gemeinsamen Produktsegmenten*

- (59) Die anmeldende Partei bringt vor, dass selbst in den Produktsegmenten, in denen sich Karton und PET überschneiden, die Verwendung von PET sehr begrenzt ist und künftig nicht wesentlich zunehmen wird. Der Grund hierfür liege hauptsächlich in den technischen Schwierigkeiten bei der Entwicklung einer Lichtbarriere für säurearme keimfreie Milch, die ausreichenden Schutz bietet und gleichzeitig eine kostengünstige Verpackungslösung darstellt. Die Präsenz von PET in den gemeinsamen Produktsegmenten ist deshalb Tetra zufolge zu vernachlässigen.
- (60) Die Analyse der Kommission hat die Auffassung der anmeldenden Partei nicht bestätigt. Es ist zwar zutreffend, dass bislang kein wesentlicher Vorstoß von PET auf das Gebiet der wichtigsten kartonverpackten Produkte (FMEs und Säfte) erfolgt ist, hauptsächlich wegen der eingeschränkten technischen Möglichkeiten von PET, die bislang dafür verantwortlich waren, dass PET insbesondere für die keimfreie Abfüllung kein optimales Material war. Die Untersuchung der Kommission hat jedoch

ergeben, dass die Parteien, ihre Wettbewerber und Dritte, darunter führende Chemieunternehmen, erhebliche Investitionen in die Entwicklung einer Barriertechnik tätigen, mit der die Verpackung von keimfreier Milch und Saft technisch und ökonomisch machbar wird. Marktteilnehmern zufolge werden daher die jüngsten und kommenden Verbesserungen sowohl der Barriertechnik als auch der keimfreien PET-Techniken zu einer Veränderung der derzeitigen Situation führen.

- (61) Es sei überdies angemerkt, dass es bereits heute möglich ist, Frischmilch, aromatisierte Milch, Eistee, frische Säfte, haltbare (d. h. heiß abgefüllte) Säfte, Fruchtsaft- und aromatisierte Getränke sowie Sportdrinks in PET zu verpacken und zu kommerzialisieren. Die beiden Segmente, die heute noch technische Probleme für die Verwendung von PET darstellen, sind keimfreie Säfte und keimfreie (weiße) H-Milch.
- (62) Beispielsweise hat für folgende, vielen Verbrauchern vertraute Markenprodukte die Verpackung in PET nach der teilweisen Umstellung weg von der traditionellen Kartonverpackung bereits begonnen:

Flüssige Molkereierzeugnisse

Campina — Stassano (Niederlande, Belgien), Parmalat (Italien), Granarolo (Italien)

Säfte und Nektare

Del-Monte-Säfte (Großbritannien), Pepsi Cola — Tropicana-Säfte (Großbritannien), Coca Cola — Minute Maid (Belgien), Gerber — Ocean Spray (Großbritannien), Conserve Italia — Carioga/Derby/Jolly (Italien), Parmalat — Santal (Italien)

Fruchtsaft-/aromatisierte Getränke (FFDs)

Schweppes — Oasis (Frankreich, Italien), Sunkist (Belgien), Parmalat — Santa (Italien), Glaxo — Ribena (Großbritannien)

Eistee

Liptons — Ice tea (Belgien), Liptonice (Deutschland, Italien)

- (63) Im Verlauf der Untersuchung bat Tetra die für die Getränkebranche tätige Beratungsgesellschaft Canadean um Erstellung einer Studie über die vergangene und künftige Verwendung von PET in den gemeinsamen Produktsegmenten, d. h. bei den „empfindlichen“ Produkten, in Westeuropa.

- (64) Die Studie bestätigt, dass PET bei FMEs und Säften in begrenztem und bei FFDs und Tees bereits in größerem Umfang verwendet wird.

⁽²⁴⁾ Die Kommission schließt aus ihrer Analyse der gemeinsamen Produkte das Segment Wasser aus, hier gilt Karton nicht als zukunftssträchtige Technik, auch wenn er in einigen EWR-Staaten zur Verpackung von Wasser verwendet wird. Das gleiche gilt für Wein, bei dem sowohl PET als auch Karton künftig geringe Aussichten auf Verwendung haben.

⁽²⁵⁾ Sidel Jahresbericht 1999, Seite 20.

- (65) Laut den von Tetra vorgelegten Canadean-Zahlen⁽²⁶⁾ für die wichtigsten kartonverpackten Produkte machte im Jahr 2000 PET bei den flüssigen Molkereierzeugnissen nur 0,5 % der Verpackungen aus (Karton 70 %, HDPE 17 %, Glas 7 %, Dosen 1 %, sonstige Verpackungsmaterialien 5 %). Bei Säften betrug der Prozentsatz an PET-Verpackungen ebenfalls nur 0,5 % (Karton 65 %, Glas zirka 31 %, HDPE 2 %, Dosen 1 %).
- (66) Canadean gelangte zu dem Schluss, dass im Zeitraum 1993 bis 2000 der Verpackungsmarkt bei FMEs keine Veränderungen gezeigt habe, dass die Zunahme bei HDPE auf Kosten des Kartonumsatzes gegangen sei und dass PET, wenn überhaupt, dann nur bei Glas zu Einbußen geführt habe. Bei Säften und Nektaren habe der Kartonumsatz trotz der Zuwächse bei PET und HDPE zugenommen, offensichtlich auf Kosten von Glas. Das Marktwachstum zwischen 1993 und 2000 sei fast ausschließlich der Kartonbranche zugute gekommen.
- (67) Laut Tetra wurden im Jahr 2000 in der Gemeinschaft 30,7 Mrd. Liter flüssige Molkereierzeugnisse produziert, von denen rund 50 % nicht keimfrei und knapp über 50 % keimfrei verpackt wurden. Die Menge aromatisierter Milch lag bei 2,7 Mrd. Litern. PET wurde hauptsächlich für die nicht keimfreie Verpackung verwendet und machte mengenmäßig mehr als 60 % aus.
- (68) Tetra schätzte die Produktion von Saft in der Gemeinschaft im Jahr 2000 auf 9 Mrd. Liter, von denen weniger als 10 % gekühlt d. h. nicht keimfrei verpackt waren. Bei Säften entfielen mehr als 80 % des verwendeten PET auf das ungekühlte Segment.
- (69) Das von Canadean vermittelte Bild trifft heutzutage bei FFDs und Tee-/Kaffeegetränken, die nicht dieselben Barriereigenschaften wie FMEs und Säfte erfordern, schon nicht mehr zu. Seither sind erhebliche Einbrüche von PET in diese Segmente zu verzeichnen.

Tabelle 3

Verpackungsmix bei FMEs sowie Säften und Nektaren. 2000⁽²⁷⁾

	(in %)
FMEs	2000
Karton	70,6
Glas	6,7
HDPE	17,3
PET	0,5
Dosen	1,0
Säfte und Nektare	2000
Karton	64,7
Glas	31,8
HDPE	2,0
PET	0,5
Dosen	0,9

⁽²⁶⁾ Die von der anmeldenden Partei vorgelegten Zahlen beruhen auf einer Studie der Consultant-Firma Canadean, die speziell die Getränke- und Flüssignahrungsmittelverpackungsbranche berät. Die Studie wurde der Kommission am 24. August 2001 vorgelegt.

⁽²⁷⁾ Canadean-Studie, die der Kommission 24. August 2001 vorgelegt wurde.

- (70) Im Jahr 2000 machte PET im FFD-Segment 20 % aus (Karton 42 %). Bis 2005 wird mit einem Anstieg auf 22 % (Karton 37 %) gerechnet. Im Tee-/Kaffeegetränke-Segment hatte PET im Jahr 2000 einen Anteil von 25 % (Karton 53 %). Canadean geht davon aus, dass dieser Anteil bis 2005 auf mehr als 30 % ansteigen wird (Karton 46 %). Das Marktwachstum im Zeitraum 1993 bis 2000 hat sich laut Canadean hauptsächlich im Kunststoffbereich vollzogen, obgleich auch Glas gut abschnitt. PET und HDPE haben auf Kosten der Umsätze bei Karton zugenommen. Bei Tee-/Kaffeegetränken entfiel ein Großteil des Wachstums auf Karton, wobei PET jedoch die bestehende Nachfrage nach Karton verschoben hat. Es wird davon ausgegangen, dass im Zeitraum 2001 bis 2005 der Einfluss von PET eine Gefahr für den Kartonanteil in beiden Produktgruppen darstellt.

Tabelle 4

Verpackungsmix bei Getränken mit Fruchtaroma ohne Kohlensäure sowie Eistee und Kaffee. 2000⁽²⁸⁾

	(in %)
Aromatisierte Getränke ohne Kohlensäure (FFDs)	2000
Karton	41,6
Glas	19,8
HDPE	9
PET	2
Dosen	2,4

⁽²⁸⁾ Canadean-Studie, die der Kommission 24. August 2001 vorgelegt wurde.

Tee-/Kaffeegetränke	2000
Karton	53
Glas	5,7
HDPE	0
PET	25,4
Dosen	13,6

(71) Laut Tetra wurden im Jahr 2000 in der Gemeinschaft 2,7 Mrd. Liter FFDs hergestellt, von denen über 95 % ungekühlt waren. Die Verwendung von PET erfolgte hauptsächlich im Bereich des ungekühlten Segments und machte mengenmäßig mehr als 95 % aus. An Tee-/Kaffeegetränken wurden im Jahr 2000 in der Gemeinschaft 2,3 Mrd. Liter hergestellt (einschließlich Sportdrinks).

3.3. Zunahme von PET in den gemeinsamen Produktsegmenten

(72) Laut Tetra wird die Verwendung von PET für FMEs und Säfte in den nächsten fünf Jahren kaum zunehmen. Tetra räumt ein, dass PET zur Verpackung von FFDs und Tee-/Kaffeegetränken verwendet werden kann und derzeit bereits erfolgreich verwendet wird.

3.3.1. Technische Gesichtspunkte

(73) Die anmeldende Partei behauptet, die Verwendung von PET werde aus technischen Gründen nicht zunehmen.

(74) Bei FMEs ist Tetra zufolge⁽²⁹⁾ eine Lichtbarriere von größter Wichtigkeit. Lichteinwirkung führe zum Verderb von Vitaminen und zur Bildung von Beigeschmack. Der Grad der Verschlechterung der Milchqualität hänge vom Zeitfaktor und der Intensität der Lichteinwirkung ab. Diese Einschränkungen gälten nur für weiße H-Milch. Tetra räumt ein, dass es technische Lösungen zur Herstellung einer Lichtbarriere für PET gibt. Sie könne erreicht werden durch Einbau einer dunklen Zwischenschicht oder eine Außenbeschichtung, die eine dunkle Schicht enthält. Sämtliche dieser Lösungen seien derzeit technisch möglich. Sie verursachten jedoch hohe Kosten, erforderten eine komplizierte Herstellungstechnik, brächten Recyclingprobleme mit sich und führten dazu, dass die Durchsichtigkeit der Flasche, einer der Hauptvorteile von PET-Flaschen, verloren gehe. Darüber hinaus sei die keimfreie PET-Abfülltechnik für säurearme Produkte (FMEs sind Produkte mit niedrigem Säuregehalt) noch unzureichend entwickelt. Tetra gab an, dass sich

keimfreie PET-Abfüllmaschinen zur Verpackung von Produkten mit niedrigem Säuregehalt als unbrauchbar erwiesen und keine Genehmigung von der FDA (Federal Drug Agency, US-Bundesbehörde für Nahrungs- und Arzneimittel) erhalten hätten. Das Unternehmen räumt jedoch ein, dass mehrere Abfüllmaschinenhersteller, darunter auch Sidel, über keimfreie Abfüllvorrichtungen verfügen, von denen ausgegangen wird, dass mit ihnen FMEs im Prinzip abgefüllt werden können.

(75) Für Säfte ist Tetra zufolge eine Sauerstoffbarriere erforderlich. Saft ist empfindlich gegenüber Sauerstoff, der zu einem Verlust an Vitamin C und zu farblichen und geschmacklichen Veränderungen des Produkts führen kann. Die Empfindlichkeit von Saft gegenüber Sauerstoff hängt von der Fruchtsorte ab. Am empfindlichsten sind Orangensaft und rote Säfte (schwarze Johannisbeere, Preiselbeere, Erdbeere). Laut Tetra existieren brauchbare Barriertechniken, doch seien diese noch nicht ausgereift und nach wie vor teuer. Außerdem behauptet Tetra, dass der keimfreien Technik für Säfte immer noch Grenzen gesetzt seien.

(76) Die Untersuchung der Kommission hat die Einwände von Tetra nur teilweise bestätigt. Es trifft zu, dass sich keimfreie Techniken für die Abfüllung von säurearmen Produkten noch immer im Entwicklungsstadium befinden. Es trifft auch zu, dass weiße H-Milch eine Lichtbarriere erfordert und bei Säften eine Sauerstoffbarriere eingebaut werden muss.

(77) Die Kommission ist jedoch zu der Erkenntnis gelangt, dass diese Einschränkungen für große Teile der hier in Frage stehenden „empfindlichen“ Produktsegmente nicht gelten. Insbesondere bei gekühlt vertriebener Frischmilch (sie macht 40-50 % des gesamten Milchmarktes im EWR aus) bestehen diese Probleme nicht. Frische Milch kann und wird bereits erfolgreich in herkömmliches PET ohne Barriereeigenschaften verpackt. Aromatisierte keimfreie Milch wirft ebenfalls keine besonderen Probleme auf und wird derzeit in PET verpackt.

(78) Die Untersuchung der Kommission hat überdies ergeben, dass die von Tetra vorgebrachten technischen Probleme (Lichtbarriere, Probleme bei der keimfreien Abfüllung und Sauerstoffbarriere) bereits angegangen wurden und dass sich die Techniken in Zukunft rapide verbessern werden.

3.3.1.1. Lichtbarriere

(79) In Bezug auf die Lichtbarriere fand die Kommission heraus, dass die Verpackung keimfreier Milch durch den Einsatz von Mehrfachbeschichtungen technisch bereits machbar ist. Die Flasche hat an der Außenseite eine weiße Beschichtung und für gewöhnlich an der Innenseite eine schwarze Beschichtung, durch die die Milch vor Lichteinflüssen geschützt wird. Diese Art der Verpackung ermöglicht einen ausreichenden Lichtschutz, hat jedoch zwei große Nachteile: erstens ist sie teurer,

⁽²⁹⁾ Antwort der anmeldenden Partei vom 26. Juli 2001 (Seite 6) auf das Auskunftsverlangen gemäß Artikel 11.

weshalb sie nur für Qualitätsprodukte (wie z. B. Buttermilch) verwendet wird, und zweitens bestehen einige Einschränkungen bezüglich des Recyclings. Trotz dieser Nachteile hat eine große europäische Molkerei bereits eine PET-Flasche mit einer Lichtbarriere für Buttermilch unter der Marke Stassano auf den Markt gebracht; sie ist in niederländischen Supermärkten zu finden.

- (80) In einer unabhängigen Studie (Virginia Polytechnic Institute and State University (2001)⁽³⁰⁾ wurden in HDPE (ein bewährtes Material zur Verpackung von H-Milch) und in PET verpackte Milch mit verlängerter Haltbarkeit auf ihren Geschmack hin überprüft. In der Studie wurde angemerkt, dass „PETE⁽³¹⁾ viele Vorteile gegenüber HDPE hat, worin Milch normalerweise verpackt wird. PETE verfügt über einen beträchtlichen mechanischen Widerstand, ist leicht, durchsichtig und relativ undurchlässig für Gase. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Verbraucher das Produkt sehen können, was bei pigmentiertem HDPE nicht der Fall ist. Das Ziel dieser Studie bestand darin festzustellen, ob die Entwicklung gewisser Nebengeschmücke und damit in Verbindung stehender Geschmackskomponenten auf das Verpackungsmaterial zurückzuführen ist.“ Die Studie kam zu dem Schluss, dass „PETE-Materialien mit Brauneinfärbung für den Schutz des Milchgeschmacks gegen Oxidation sehr effektiv sind. Der Zusatz eines UV-Lichtblockers bewahrte im Vergleich mit dem für gewöhnlich verwendeten HDPE-Material den Geschmack besser, war jedoch weniger effektiv als braungefärbtes PETE. Die höheren Gasbarriereigenschaften von PETE in Kombination mit dem Schutz vor Lichtoxidation legen den Schluss nahe, dass braungefärbtes PETE oder PETE-UV wirksame Materialien für die Verpackung von Milch mit längerer Haltbarkeit sind.“

3.3.1.2. Keimfreie Technik

- (81) Nach Erkenntnissen der Kommission können sowohl säurearme als auch stark säurehaltige Produkte bereits keimfrei in PET-Flaschen abgefüllt werden. Sidel hat bestätigt, dass es zwar derzeit noch nicht möglich ist, H-Milch zu vertretbaren Kosten in PET-Flaschen abzufüllen, dass es rein technisch gesehen aber keinen Grund gibt, H-Milch nicht in PET-Flaschen abzufüllen, und dass dies bei Milch mit Geschmackszusatz auch schon geschehe.
- (82) Die Parteien betätigen sich auf diesem Gebiet und können keimfreie PET-Abfüllmaschinen für Produkte mit niedrigem und mit hohem Säuregehalt anbieten. Tetra behauptet in Bezug auf säurearme Produkte, es habe sich keine Abfüllmaschine für die Abfüllung von Produkten mit niedrigem Säuregehalt als brauchbar erwiesen, räumte jedoch ein, dass mehrere Abfüllmaschinenhersteller über keimfreie Abfüllvorrichtungen verfügen, mit denen säurearme Produkte abgefüllt werden

können. Tatsächlich stellte die Kommission fest (und Tetra hat dies eingeräumt), dass Tetras eigene Abfüllmaschine, die RFA-40, in Asien erfolgreich für die Abfüllung von säurearmen Produkten, z. B. Milchtees, verwendet wird. Die keimfreie Abfüllung dieser Produkte ist weniger schwierig als bei FMEs. Tetra⁽³²⁾ forscht derzeit auf diesem Gebiet, um eine brauchbare keimfreie PET-Abfülllösung für FMEs zu entwickeln.

- (83) Tatsächlich versuchen viele Gesellschaften, aktiv die Verwendung von PET für flüssige Molkereierzeugnisse, darunter auch H-Milch, zu fördern. In einer unabhängigen Studie wird festgestellt: „Es bestehen kaum Zweifel, dass die keimfreie Verpackung in Plastikflaschen aktuell eines der dynamischsten Gebiete der Lebensmittelverpackung darstellt. Nicht nur die Anzahl der installierten Anlagen wird weiterhin rapide zunehmen und sich ausweiten, sondern auch der Umfang an Produkten ... Man sehe sich Unternehmen an wie Sidel/Rémy, Stork, Serac, Shibuya and TetraPak, die allesamt intensivst an technischen Neuerungen arbeiten, die letztlich dazu führen sollen, dass die Verpackung von Produkten mit verlängerter Haltbarkeit und niedrigem Säuregehalt auf ihren Abfüllanlagen bezahlbar wird. Diese plötzliche Geschäftigkeit des Marktes geht zurück auf die Vorliebe der Konsumenten für die Plastikflasche und auf die wirtschaftlichen Vorteile, welche die keimfreie Verpackung gegenüber der herkömmlichen Heißabfüllung hat...“⁽³³⁾.
- (84) Überdies wird Milch mit verlängerter Haltbarkeit (ESL-Milch, extended shelf life) zunehmend in PET verpackt. ESL-Milch ist ein nicht keimfreies, gekühltes Produkt, das unter ultrasauberer Bedingungen verpackt wird, wodurch eine verlängerte Haltbarkeit (zirka 30 Tage) erzielt wird. ESL-Milch stellt deshalb eine mittlere Lösung zwischen keimfreier und frischer Milch dar. Sidel hat [...] * Kombi-SRU-Maschinen [...] * zur Verpackung von aromatisierter ESL-Milch (Nesquick-Milch mit Schoko- und Bananengeschmack) verkauft. Lehman Brothers berichtete: „Es wurde die doppelte Produktionsgeschwindigkeit gegenüber den zuvor verwendeten Pappkartons erreicht, außerdem Flexibilität beim Verpackungsdesign, verbesserte Rentabilität und eine längere Haltbarkeit für ein größeres Spektrum an Produkten.“⁽³⁴⁾ Der Kommission wurde von Dritten berichtet, dass ESL-Milch derzeit in einer Reihe von europäischen Ländern in PET verpackt wird. In den Niederlanden beispielsweise wird ESL-Milch mit einer Haltbarkeit von 30 Tagen in durchsichtiges PET verpackt.

⁽³²⁾ Bei Tetra befindet sich eine Abfüllmaschine in der Entwicklung, die LFA-20 ON, mit der die keimfreie Abfüllung sowohl von HDPE- als auch PET-Flaschen möglich sein wird.

⁽³³⁾ PET strategies 2000: „Aseptic packaging into plastic bottles“ [„Keimfreie Verpackung in Plastikflaschen“] von Thomas Szemplenski. Es ist nicht klar, ob sich die Studie auf HDPE- oder PET-Flaschen oder auf beides bezieht. Die Bezugnahme auf die Heißabfüllung suggeriert, dass sich die Studie auf die Abfüllung von PET-Flaschen bezieht; HDPE-Flaschen werden nicht mittels des Heißabfüllverfahrens abgefüllt.

⁽³⁴⁾ Lehman Brothers France, „Sidel“, 24. Februar 2000.

⁽³⁰⁾ American Dairy Science Association, „Effectiveness of Poly and HDPE in protection of milk flavor“, [„Wirksamkeit von Polyethylen und HDPE für den Schutz des Milchgeschmacks“], M. van Aard, S. Duncan und J. Marcy, 2001.

⁽³¹⁾ In der Studie wird der Ausdruck PETE anstatt des gebräuchlicheren PET für Polyethylenterephthalat verwendet.

(85) Was Säfte betrifft, so kann PET zur Verpackung von lange haltbaren, keimfrei abgefüllten Säften verwendet werden. Diese Produkte befinden sich bereits auf dem Markt (Minute Maid 1 litre in Frankreich, Tropicana in Großbritannien und Sinaasappelsap in Belgien). Die entsprechende Barriertechnik ist vorhanden. Tatsächlich ist die von Sidel entwickelte Kombi SRA für keimfrei abgefüllte Produkte mit langer Haltbarkeit gedacht (Tee, aromatisiertes Wasser, isotonische Getränke, Säfte und möglicherweise Molkereierzeugnisse mit einer UV-Barriere). Sidel hat bereits [...] * Kombi-SRA-Maschinen [...] * zur Verpackung von keimfreiem Tee und Orangensaft verkauft.

3.3.1.3. Sauerstoffbarriere

(86) Was Sauerstoffbarriertechniken anbelangt, so behauptet Tetra nicht, dass sie nicht existieren. Marktteilnehmer bestätigten auf Anfrage, dass PET mit bestehenden Barriertechniken für viele Arten von „empfindlichen“ Produkten wie FFDs, Tee- und Kaffeegetränke sowie für einige Säfte und FMEs verwendet werden kann und derzeit auch verwendet wird. Die problematischsten Anwendungsgebiete sind reine Säfte.

(87) Die Nachforschungen der Kommission haben ergeben, dass sich die Barriertechnik bei PET-Verpackungen zum Schutz vor Sauerstoffzufuhr kontinuierlich weiterentwickelt. PET wird sich daher zur Verpackung von flüssigen Molkereiprodukten und Fruchtsäften in Zukunft noch besser eignen. Die Untersuchungen haben ergeben, dass die meisten PET-Verpackungshersteller bereits Barriertechniken zur Lösung dieses speziellen Problems anbieten. Sowohl die anmeldende Partei als auch Sidel haben bereits erfolgreiche Barriere-Technologien in Form von Plasmabeschichtungen entwickelt. Nach Erkenntnissen der Kommission gibt es über 20 Unternehmen, die verschiedene technische Lösungen auf diesem Gebiet anbieten. Die vielsprechendste Zukunftstechnologie ist ein einschichtiges PET-Harz, das die erforderlichen Barriereigenschaften aufweist. Diese Techniken werden wahrscheinlich demnächst auf den Markt kommen und eine radikale Veränderung der Gesamtlage im Bereich der PET-Barriere-Technik mit sich bringen.

(88) In Anbetracht der vorbezeichneten Gründe ist die Kommission zu dem Schluss gelangt, dass sich PET derzeit sowohl aufgrund der keimfreien Abfülltechnik als auch aufgrund der Barriertechnik zur Verpackung von FMEs, Säften, FFDs und Tee-/Kaffeegetränken eignet und dass sich diese beiden Techniken in naher Zukunft weiterhin rapide und kontinuierlich verbessern werden.

3.3.2. Kostengesichtspunkte

(89) Die anmeldende Partei hat vorgebracht, dass einer der Gründe, weshalb PET-Verpackungen in Zukunft nicht rapide auf Kosten von Karton zunehmen werden, die

höheren Kosten seien. Tetra hat eine Kostenstudie durchgeführt, wonach die Kosten für die Herstellung einer PET-Flasche wesentlich höher sein sollen als die einer Kartonverpackung. Für einen Liter keimfreien Saft beispielsweise seien die Kosten bei PET um bis zu 50 % höher; die Zusatzkosten entstünden wegen des Bedarfs an Verbrauchsgütern (gesondertes Etikett und Schraubverschluss), sowie aufgrund der höheren Ausrüstungskosten. Ein großer Anteil der Kostendifferenz wurde dem Abfüll-/SBM-Verfahren zugeschrieben. Ähnliche Ergebnisse ergaben sich in Bezug auf kleinere Verpackungen und nicht keimfreie Verfahren sowohl für Saft als auch für Milch.

(90) Der Warrick Report ⁽³⁵⁾ gelangt zu der Feststellung, dass PET für die keimfreie Verpackung „derzeit um 30-40 % teurer ist als Karton.“ Im Bericht heißt es, dass, um in Bezug auf die Gesamtkosten wettbewerbsfähig zu sein, der PET-Verpackungspreis um 5-10 % niedriger als der für keimfreien Karton sein müsste, um so die geringeren Vertriebskosten von Kartonsystemen kompensieren zu können. Selbst bei einer Verringerung des Preises von Flaschen mit Barriere aufgrund der Produktion größerer Mengen würden die Kosten immer noch um rund 20 % höher liegen als bei Karton. Vor diesem Hintergrund kommt der Bericht zu dem Schluss, dass „sich jegliche Verwendung [von PET-Flaschen] auf Nischenmärkte beschränken wird ...“ ⁽³⁶⁾. Die keimfreie Verpackung von Milch schließt möglicherweise auch „ein ungekühltes ESL-Produkt mit ein — keimfrei abgefüllt in einer Flasche ohne Barriere“ ⁽³⁷⁾.

(91) Die Kommission hat geprüft, inwieweit es zum gegenwärtigen Zeitpunkt und in Zukunft möglich ist, PET zu einem gegenüber Karton wettbewerbsfähigen Preis anzubieten.

(92) Die Marktuntersuchung der Kommission ergab kein klares Bild der relativen Kosten von PET- und Kartonverpackungssystemen. Einige Marktteilnehmer gaben an, dass für die meisten Anwendungen und insbesondere für Produkte, die eine Barriere erfordern, PET teurer sei. Die Mehrheit der Befragten war jedoch nicht in der Lage, die genauen Kostenunterschiede anzugeben, meistens deshalb, weil sie über keine Erfahrungen mit beiden Materialien verfügten. Dennoch erklärten einige (hauptsächlich diejenigen, die über größere Erfahrungen mit PET verfügen) gegenüber der Kommission, dass für sie PET tatsächlich billiger sei als Karton. Ein Eisteehersteller berichtete, dass die Kosten für die Verpackung in einer herkömmlichen 1,5 Liter-PET-Flasche zirka 25 % unter denen für einen Ein-Liter-Karton lägen. Ein anderer Eisteehersteller setzte den PET-Preis um 33 % niedriger an als den Preis für die Verpackung in Karton. Eine von einem Milchproduzenten in Auftrag gegebene

⁽³⁵⁾ Warrick Research Report Packaging Markets (2000): „Aseptic Packaging Markets World & Western Europe“ [Märkte für keimfreie Verpackung Welt & Westeuropa].

⁽³⁶⁾ Ebd., auf Seite 25.

⁽³⁷⁾ Ebd., auf Seite 18.

Studie, in der die Kosten für die Verpackung von einem Liter keimfreie Milch in PET-Flaschen bzw. in Karton unter Einsatz verschiedener Techniken und Designs miteinander verglichen wurden, zeigte zweifelsfrei, dass PET in einigen Fällen billiger und in anderen zumindest äußerst konkurrenzfähig ist. Die Studie bestätigte somit die von der anmeldenden Partei berichteten großen Preisunterschiede zwischen PET und Karton nicht.

- (93) Tetra brachte außerdem vor, die Verpackungskosten würden nur einen Bruchteil (zirka 10 %) der Kosten des Endprodukts ausmachen. Es gibt daher auf den ersten Blick keinen Grund, weshalb kleine Kostenunterschiede zwischen PET- und Kartonverpackungssystemen zu wesentlichen Preisunterschieden beim im Supermarkt verkauften Einzelhandelsprodukt führen sollten. In PET verpackte Produkte sind jedoch deshalb teurer als in Karton verpackte Erzeugnisse, weil die Getränkehersteller sie anfangs als Spitzenprodukte vermarkten, um in diesem Bereich größere Gewinne erzielen zu können. Sobald PET auf dem Markt etabliert ist, dürfte es sich jedoch auch in Nicht-Hochpreis-Produktsegmenten durchsetzen. In Italien und Australien, wo Frischmilch in PET-Flaschen keine Besonderheit mehr ist, gibt es nahezu keinen Preisunterschied zwischen kartonverpackter und in PET verpackter Frischmilch mehr.
- (94) Ein aktuelles Beispiel für die Einführung von PET-Flaschen liefert die OLMA-Molkerei in der Tschechischen Republik. OLMA hat kürzlich damit begonnen, Frischmilch und Trinkjoghurt in PET abzufüllen. OLMA gab an, dass „die Kosten der neuen PET-Flasche im Vergleich zu einem Standardkarton auf dem Markt zwischen 30 bis 40 % [höher] liegen, doch ist dieser Umstand im Rahmen unseres neuen Herstellungskonzepts völlig irrelevant. Wenn es uns gelingt, unseren Marktanteil bei Frischmilch von 3 % auf 11 % zu steigern, relativieren sich sämtliche projektbedingten Kosten“⁽³⁸⁾. OLMAs Einführung von Frischmilch in PET-Flaschen ist bereits jetzt erfolgreicher als erwartet; „die hohe Nachfrage seitens des Einzelhandels und seitens der Verbraucher nach der attraktiven, durchsichtigen und leichten Flasche“ führte schnell zu Kapazitätsengpässen. OLMA hat daher bei Elopak Plastic Systems⁽³⁹⁾ eine weitere PET-Anlage in Auftrag gegeben.

3.3.2.1. HDPE-Kostenvergleich

- (95) Mit dem Kostenargument begründete Tetra auch ihre Behauptung, PET werde im Milchsegment HDPE keine Marktanteile abnehmen können. Nach Aussage von Tetra ist PET um mehr als 10 % teurer als HDPE. In ihrer Antwort auf das Auskunftsverlangen führt Tetra die Vorteile von HDPE für die keimfreie Verpackung von Molkereierzeugnissen auf. HDPE sei wesentlich kostengünstiger als barrierebehandeltes PET, keimfreie Abfüllmaschinen für HDPE existierten bereits, bei PET-

Flaschen könnten im Gegensatz zu Flaschen aus HDPE keine außermittigen Flaschenhälse oder Henkel angebracht werden, das Sterilisierungsverfahren sei bei HDPE sei einfacher und weniger störungsanfällig als bei PET und außerdem sei eingefärbtes PET schwer zu recyceln.

- (96) In der PCI-Studie⁽⁴⁰⁾ wurde ebenfalls das Abschneiden von PET im Vergleich zu HDPE untersucht. Darin heißt es: „PET erfüllt denselben Zweck wie HDPE, allerdings hat PET eine bessere Gesamterscheinung. Durchsichtige Flaschen stellen die Frische des Produkts in den Vordergrund und bieten ein apartes Erscheinungsbild im Regal. Der Kostenunterschied wird mit ungefähr 10 % pro Verpackung angegeben. Diese Vorzüge haben PET bisher für gewisse Segmente des Marktes für Molkereierzeugnisse interessant gemacht, wo es einen eindeutigen Vorteil gegenüber den anderen Verpackungen hat. Zu diesen Segmenten gehören Frischmilch erster Güteklasse in Packungsgrößen von unter einem Liter, Milchgetränke sowohl in Haushaltspackungsgrößen als auch in Einzelportionen und Milchgetränke für Kinder in Einzelportionen.“⁽⁴¹⁾
- (97) Die Marktuntersuchung der Kommission bestätigte die Theorie von PCI, wonach PET Vermarktungsvorteile gegenüber HDPE aufweist, insbesondere dort, wo es auf die Sichtbarkeit des Produkts ankommt. Soweit Vermarktungsvorteile bestehen, gibt es keinen Grund, weshalb die etwas höheren Kosten von PET gegenüber HDPE die Wachstumsaussichten für PET behindern sollten. In der Tat hielten in Frankreich die höheren Kosten für HDPE im Vergleich mit Karton das rapide Wachstum von HDPE auf Kosten von Karton nicht auf. In der Tetra-Vorlage vom 3. Oktober 2001 wird auf den französischen Markt für keimfreie Milch verwiesen und darauf, dass HDPE dort nunmehr einen Marktanteil von nahezu 30 % erreicht habe. HDPE für einen Liter keimfreie Milch kostete über 20 % mehr als perforierter Karton. Trotz dieses Kostenunterschieds drang Milch in HDPE erfolgreich auf dem französischen Milchmarkt vor, und zwar zum Nachteil von Karton.

3.3.2.2. Investitionskosten

- (98) Tetra hat die Höhe der Investitionen geprüft, die erforderlich wären, um das von der Kommission prognostizierte PET-Wachstum zu erzielen, und hält es für unrealistisch. Als Beispiel für den Investitionsbedarf legte Tetra den Milchmarkt im EWR zugrunde. Danach sind zum gegenwärtigen Zeitpunkt in Molkereien im gesamten EWR ungefähr 4 000 Kartonabfüllmaschinen installiert. Wenn PET bis 2005 50 % der gesamten Milchverpackung ausmachen soll, würde dies bedeuten, dass 2 000 Kartonabfüllanlagen innerhalb der nächsten 3 Jahre ersetzt werden müssten (9-12 Monate Vorlaufzeit,

⁽³⁸⁾ Siehe www.elopak.com/innovation/pet/break.shtml.

⁽³⁹⁾ Siehe www.elopak.com/newsroom.

⁽⁴⁰⁾ PCI (PET Packaging, Resin & Recycling) Limited: „The Potential For PET in the Packaging of Liquid Dairy Products“ [Möglichkeiten für PET bei der Verpackung flüssiger Molkereierzeugnisse], 2001, auf Seite 12.

⁽⁴¹⁾ Ebd., auf Seite 12.

bis die Anlage in Betrieb genommen werden kann). Da PET-Abfüllanlagen im Durchschnitt etwas schneller als Kartonabfüllanlagen laufen, würde dies bedeuten, dass zirka 1 500 PET-Abfüllanlagen installiert werden müssten. Die durchschnittlichen Kosten für eine für säurearme Produkte ausgelegte PET-Abfüllanlage liegen bei zirka 10 Mio. EUR. Das hieße, dass sich allein die zur Ersetzung der Verpackungsanlagen von den Molkereien im EWR aufzubringenden Investitionen auf 15 Mrd. EUR belaufen würden. Hierzu kämen eine Reihe von Zusatzkosten, wie z. B. Kosten aufgrund von Veränderungen in der Logistikkette und der Vermarktungsstrategie.

(99) Die Kommission hält diese Analyse in mehrerlei Hinsicht für fehlerhaft. Erstens prognostizierte die Kommission in ihrer Mitteilung der Beschwerdepunkte kein Wachstum in Höhe von 50 %⁽⁴²⁾. Zweitens wird durch PET-Abfüllanlagen nicht nur Karton, sondern auch Glas, Dosen und HDPE ersetzt werden. Drittens wird laut PCI-Studie der Verbrauch von einfacher weißer Milch in größeren Packungen kaum steigen, während der Verbrauch von Milch in Einportionsflaschen und von aromatisierter Milch rasch zunehmen wird. Kapazitäten für diese Produkte müssen deshalb nicht notwendigerweise bestehende Kapazitäten ersetzen. Viertens hatten die Investitionen in neue Anlagen offenbar keine nachteiligen Auswirkungen auf die rapide Zunahme von PET in Italien, wo PET in nur zwei Jahren einen Frischmilch-Marktanteil von 10,5 % erobert hat⁽⁴³⁾. Sogar Canadean⁽⁴⁴⁾ geht von einem Anhalten dieses rapiden Wachstums in Italien aus und schätzt, dass „im Kühlsektor PET-Flaschen in Italien bis 2005 nahezu 23 % ausmachen könnten.“ Desgleichen haben in Frankreich, wo HDPE Marktanteile von Karton übernommen hat, die rasanten Investitionen in HDPE-Abfüllanlagen für keimfreie Milch dazu geführt, dass HDPE in nur sechs Jahren zirka 10 % dieses Marktes erobert hat⁽⁴⁵⁾. Fünftens beträgt die Nutzungsdauer einer Kartonmaschine rund 10 Jahre, was bedeutet, dass im Durchschnitt von einem Erneuerungsbedarf der bestehenden Kapazitäten in Höhe von 10 % pro Jahr auszugehen sein dürfte. Ausgehend von den von Tetra vorgelegten Informationen hieße dies, dass jährlich 400 Kartonmaschinen ersetzt werden. Wenn auch nur ein Teil der sich daraus ergebenden Maschinenneuerkäufe auf PET-Maschinen entfällt, würde dies noch immer eine deutliche Zunahme der PET-Kapazitäten bedeuten.

(100) Die Kommission merkt überdies an, dass die Berechnung der Kosten für eine durchschnittliche PET-Abfüllanlage für säurearme Produkte bei Tetra höher ausfällt als in dem von Sidel⁽⁴⁶⁾ vorgenommenen Kostenvergleich

für verschiedene PET-Abfüllanlagen. Für eine Standard-Abfüllanlage für keimfreie Produkte (Alto) und eine keimfreie Kombi-Anlage geht Sidel von Kosten von knapp über [4-7]* Mio. EUR aus und nicht wie Tetra von 10 Mio. EUR. Das OLMA-Projekt in der Tschechischen Republik kostete 2,7 Mio. EUR und umfasste SBM-Maschinen, Vorrichtungen zur Flascheneinlagerung und die Abfüllmaschinen, die innerhalb von nur fünf Monaten installiert waren⁽⁴⁷⁾.

3.3.3. Absatzstrategische Gesichtspunkte

(101) PET lässt sich gut vermarkten, was das Wachstum in den relevanten Produktsegmenten vorantreiben wird. Die Hauptvorteile von PET sind seine Robustheit (im Vergleich zu Karton, HPDE und Glas), sein geringes Gewicht (insbesondere im Vergleich zu Glas) und sein transparentes, glasartiges Aussehen (im Gegensatz zu Karton, HDPE und Dosen). PET ist wiederverschließbar und ideal für unterwegs (im Gegensatz zu Karton, Dosen und bis zu einem gewissen Grad auch Glas und HDPE). Außerdem ist PET formelastisch (im Gegensatz zu Karton, Dosen und Glas). Die Hauptnachteile von PET sind die Kosten für Barrieren und seine niedrige Lichtbarriere.

(102) Die Untersuchung der Kommission ergab, dass Getränkehersteller, Supermärkte und Verbraucher PET aufgrund dieser Vorteile vehement befürworten. Tetra bestreitet nicht, dass PET ein sehr attraktives Verpackungsmaterial ist, behauptet jedoch, dass PET seinen wichtigsten Vorteil, die Durchsichtigkeit, einbüßt, sobald eine Lichtbarriere erforderlich wird, insbesondere bei H-Milch, die eine trüb undurchsichtige Flasche erfordert. In diesem Falle habe PET, so Tetra, keinen Vermarktungsvorteil gegenüber HDPE. Die Kommission hat jedoch festgestellt, dass undurchsichtige Flaschen im EWR auf dem Markt sind und bei Verbrauchern gut ankommen. In einigen Fällen kann eine Teildurchsichtigkeit erzielt werden, indem man die Flasche mit einem semitransparenten Film überzieht. Die unabhängige Forschungsgesellschaft PCI⁽⁴⁸⁾ erläutert, dass aromatisierte Milch mit langer Haltbarkeit mit dieser Methode bereits sehr erfolgreich verpackt wurde. „Die Nesquick-PET-Flasche ist in vielerlei Hinsicht derzeit eine dem neuesten Stand entsprechende Flasche. Sie erreicht eine Haltbarkeit von 60-90 Tagen, was sie einer Kombination aus folgenden Faktoren verdankt: die Flasche wird direkt von der Blasmaaschine in eine keimfreie Abfüllanlage weitergeleitet; sie verfügt über eine Folienversiegelung zur Verbesserung der Barriereigenschaften Barriere. Schäden durch UV-Licht werden durch die Verwendung eines PETG-Schrumpfüberzugs unter Kontrolle gehalten; der Vertrieb der Packung erfolgt in der Kühlkette.“

⁽⁴²⁾ Ein solches Wachstum wurde jedoch von einigen Marktteilnehmern vorhergesagt

⁽⁴³⁾ Parmalat führte die PET-Flasche für Milch 1998 auf dem italienischen Markt ein.

⁽⁴⁴⁾ Canadean-Studie, die der Kommission am 24. August 2001 vorgelegt wurde.

⁽⁴⁵⁾ Der Marktanteil stieg im Zeitraum von 1994 bis 2000 von rund 10 % auf knapp über 21 %.

⁽⁴⁶⁾ Antwort von Sidel vom 4. September 2001.

⁽⁴⁷⁾ Siehe www.elopak.com/innovation/pet/break.shtml.

⁽⁴⁸⁾ PCI (PET Packaging, Resin & Recycling) Limited: „The Potential For PET in the Packaging of Liquid Dairy Products“ [Möglichkeiten für PET bei der Verpackung flüssiger Molkereierzeugnisse], 2001, auf Seite 26.

3.3.4. Wachstumsprognosen

- (103) Vor dem Hintergrund der jüngsten und noch kommenden technischen Entwicklungen, sowie in Anbetracht der kosten- und absatzstrategischen Erwägungen ist die Kommission zu dem Schluss gelangt, dass die Verwendung von PET in den gemeinsamen Produktsegmenten innerhalb der nächsten fünf Jahre erheblich zunehmen wird.
- (104) Zur Abschätzung des potenziellen Wachstums von PET zog die Kommission neben ihrer eigenen Marktuntersuchung auch die Daten verschiedener Marktstudien heran, darunter die von Tetra in Auftrag gegebene Canadeanstudie und eine Reihe von unabhängigen Studien (PCI — PET Packaging, Resin & Recycling: „The Potential For PET in the Packaging of Liquid Dairy Products“ [Möglichkeiten für PET in der Verpackung von flüssigen Molkeerzeugnissen], 2001 Limited, Warrick Research Report Packaging Markets [Warrick-Forschungsbericht Verpackungsmärkte] (2000) und Pictet „European Packaging Machinery“ [Europäische Verpackungsmaschinen], September 2000). Die Ergebnisse dieser Studien werden nachstehend einer genaueren Betrachtung unterzogen.

3.3.4.1. Canadean-Studie für Tetra ⁽⁴⁹⁾

- (105) Die von Tetra in Auftrag gegebene Canadean-Studie prognostiziert kein wesentliches Wachstum von PET bei FMEs und Säften. Bei Milch macht PET derzeit 0,5 % aus; bis 2005 wird mit einem Anstieg auf 1,2 % gerechnet. Bei Säften hat PET derzeit einen Anteil von 0,5 %, der bis 2005 auf 1,1 % ansteigen soll. Die Ergebnisse der Canadean-Studie sind in den nachfolgenden Tabellen aufgeführt.

Tabelle 5

Verpackungsmix bei FMEs und Säften im Jahr 2000 (aktuell) und Prognose für 2005 ⁽⁵⁰⁾

	(in %)	
	2000	2005
FMEs		
Karton	70,6	70,0
Glas	6,7	4,5
HDPE	17,3	19,5
PET	0,5	1,2
Dosen	1,0	0,7

⁽⁴⁹⁾ Canadean: „The Growth of PET Bottles for Selected Beverages in Western Europe“ [Die Zunahme von PET-Flaschen für bestimmte Getränke in Westeuropa], eine Sonderstudie für Tetra, die der Kommission am 24. August 2001 vorgelegt wurde.

⁽⁵⁰⁾ Canadean-Studie, die der Kommission am 24. August 2001 vorgelegt wurde.

Säfte und Nektare	2000	2005
Karton	64,7	69,3
Glas	31,8	26,4
HDPE	2,0	2,2
PET	0,5	1,1
Dosen	0,9	0,8

- (106) Für den FME-Markt wird Tetra zufolge insgesamt kein Wachstum erwartet; sein Volumen soll bei zirka 30,5 Mrd. Liter bleiben und die Aufteilung zwischen keimfreier und nicht keimfreier Abfüllung soll ebenfalls nahezu konstant bleiben. Der Saft-Markt soll bis 2004 ein Volumen von 10 Mrd. Liter erreichen bei gleichbleibender Aufteilung zwischen gekühltem und ungekühltem Vertrieb.

- (107) Canadean prognostiziert ein schnelleres Wachstum für FFDs und Tees und kommt zu dem Schluss, dass PET in diesen Segmenten eine Gefahr für Karton darstellt und Marktanteile von Karton übernehmen wird.

Tabelle 6

Verpackungsmix bei Getränken mit Fruchtaroma ohne Kohlensäure (FFDs) sowie Eistee und Kaffee. 2000 (aktuell) und Prognose für 2005 ⁽⁵¹⁾

	(in %)	
	2000	2005
Aromatisierte Fruchtsaftgetränke ohne Kohlensäure		
Karton	41,6	36,9
Glas	19,8	20,0
HDPE	9	12,2
PET	20	21,5
Dosen	2,4	2,0

⁽⁵¹⁾ Canadean-Studie, die der Kommission am 24. August 2001 vorgelegt wurde.

Tee-/Kaffeetränke	2000	2005
Karton	53	46,4
Glas	5,7	6,6
HDPE	0	0
PET	25,4	30,5
Dosen	13,6	14,4

(108) Tetra zufolge wird der FFD-Absatz insgesamt auf 3,5 Mrd. Liter steigen, wobei das Verhältnis zwischen gekühltem und ungekühltem Vertrieb nahezu konstant bleiben wird, obgleich eine leichte Zunahme im Kühlsektor möglich ist. Beim Tee-/Kaffeetränke-Markt wird bis 2004 ein Volumen von 2,7 Mrd. Litern erwartet.

(109) Die Canadean-Studie liefert einige Argumente, weshalb ernsthafte Marktverschiebungen im Verhältnis zwischen Karton und PET innerhalb Europas in der Zukunft unwahrscheinlich sein dürften. Canadean nennt eine Reihe von Ereignissen, die eintreten müssten, damit sich der PET-Anteil drastisch erhöhen könnte. Erstens müsste ein multinationaler Getränkehersteller als gesamteuropäischer Vorkämpfer für PET-Verpackungen in Erscheinung treten. Canadean hält dies im Falle von flüssigen Molkereierzeugnissen für unwahrscheinlich. Zweitens müsste der Preis für in PET verpackte Produkte für längere Zeit deutlich unter dem Preis für entsprechende kartonverpackte Produkte liegen. In PET verpackte Produkte müssten außerdem deutlich billiger sein als entsprechende in HDPE verpackte Produkte. Drittens müsste eine Packungsgröße bzw. ein Größenspektrum entwickelt werden, das eine bis dato nicht befriedigte Nachfrage abdeckt. Viertens müssten auch die Hausmarken der Vertreiber und die Marken kleinerer Getränkehersteller die Verwendung von PET-Verpackungen nach dem Vorbild einer führenden multinationalen Gesellschaft übernehmen. Schließlich sei das italienische Beispiel einzigartig und eine Wiederholung des Vorgangs im EWR unwahrscheinlich.

(110) Die Kommission kann der Argumentation von Canadean nicht folgen und ist der Ansicht, dass die Prognosen von Canadean allzu pessimistisch sind.

i) **Führende multinationale Gesellschaft**

(111) Canadean ist der Auffassung, dass PET von einem führenden multinationalen Getränkehersteller eingeführt werden müsste, der in der Lage ist, dem Markt durch sein eigenes System eine Veränderung aufzuzwingen, die die Zustimmung der Einzelhändler und Verbraucher findet und der seine Wettbewerber zum Nachziehen

zwingen kann. Richtig ist zweifelsohne, dass die Einführung von PET durch einen führenden Hersteller die Verwendung von PET-Flaschen im größeren Stil beschleunigen könnte, doch ist dies keine notwendige Bedingung für ein Wachstum des PET-Marktes. Die Kommission ist außerdem der Auffassung, dass die italienische Molkerei Parmalat, auf die das in Italien verzeichnete schnelle Wachstum von PET hauptsächlich zurückgeht, als gesamteuropäischer Vorreiter den Markteinzug von PET in Europa weiter vorantreiben könnte. Obgleich sich die Aktivitäten von Parmalat in Europa hauptsächlich auf Italien konzentrieren, ist Parmalat auch in mehr als 20 weiteren europäischen Ländern vertreten, darunter Frankreich, Spanien, Deutschland, Portugal und Großbritannien, und verfügt über großangelegte Aktivitäten in aller Welt. Parmalat könnte sein erfolgreiches italienisches Modell auch auf andere Länder übertragen. Darüber hinaus hat die Kommission festgestellt, dass andere multinationale Gesellschaften wie [...] als Reaktion auf das Vorbild von Parmalat ebenfalls flüssige Molkereierzeugnisse in PET-Flaschen auf den Markt bringen.

(112) Auch ohne eine solche treibende Kraft hat die Marktuntersuchung der Kommission ganz klar ergeben, dass PET in punkto Vermarktung und Verbraucherkomfort das bevorzugte Verpackungsmaterial ist. PET muss daher dem Markt keineswegs aufgezwungen werden, da anscheinend sowohl die Hersteller als auch die Verbraucher diese Verpackungslösung bevorzugen. Genauso schienen auch die Einzelhändler bei einer Vielzahl von Produkten nichts gegen eine Einführung von PET zu haben. Tatsächlich wählten die meisten Einzelhändler für Milch, Saft, Eistee und Sportdrinks PET als ihr bevorzugtes oder zweitliebstes Verpackungsmaterial. Auch Dritte zweifelten kaum an einem künftigen stärkeren Vordringen von PET auf dem Markt, obgleich die Begeisterung für PET als Verpackungsmaterial eindeutig länderspezifisch war (PET ist beispielsweise in Frankreich und Italien stärker vertreten als in Schweden und Finnland) und vom Produkt abhing (Eisteehersteller sind eher an PET gewöhnt als beispielsweise die meisten deutschen FME-Hersteller).

(113) Unter diesen Umständen kann die Präsenz des führenden multinationalen PET-Maschinenausrüsters (Sidel) einen erheblichen Einfluss darauf haben, in welchem Umfang Hersteller von Flüssignahrungsmitteln bereit sind, einen Teil ihrer Produktion in PET abzufüllen. Es ist davon auszugehen, dass sich ein solches Unternehmen seine Erfahrungen in einer Vielzahl von Ländern zunutze machen und mit nachgeordneten Herstellern (am wichtigsten sind hier die reinen Flaschenhersteller) zusammenarbeiten wird, um eine erfolgreiche Einführung von PET zu ermöglichen. Die Kommission ist der Ansicht, dass ein großer internationaler SBM-Maschinenausrüster gemeinsam mit großen unabhängigen Flaschenherstellern sowohl über den Anreiz als auch über die Einflussmöglichkeiten verfügt, um die Einführung von PET bei einer größtmöglichen Zahl von Unternehmen

voranzutreiben. Die Untersuchung der Kommission hat bestätigt, dass Flaschenhersteller sich in Zusammenarbeit mit Sidel intensiv für die Verwendung von PET zur Verpackung von Markenprodukten eingesetzt haben.

ii) Preise

- (114) Canadean argumentiert, dass der Einzelhandelspreis, zu dem in PET verpackte Produkte auf den Markt gebracht werden, unterhalb des Preises für entsprechende in Karton und HDPE verpackte Produkte liegen müsste. Es gibt jedoch keinen ersichtlichen Grund, weshalb dies so sein sollte, und Canadean liefert wenig Argumente, weshalb diese niedrigeren Preise eine Vorbedingung für ein erhebliches Wachstum sein sollten. In Italien beispielsweise wurde in PET verpackte Frischmilch, wie Canadean selbst bemerkt, erfolgreich auf dem Markt eingeführt und eroberte erhebliche Marktanteile, obwohl diese Milch zum gleichen Preis wie kartonverpackte Frischmilch angeboten wurde.
- (115) Angesichts der zahlreichen Vorteile von PET gegenüber Karton und der Bereitschaft der Verbraucher zur Akzeptanz von PET-verpackten Produkten ist nicht unmittelbar einsichtig, weshalb es notwendig sein sollte, diese vorteilhafte Verpackung mit einem Abschlag gegenüber anderen Verpackungsoptionen anzubieten.

iii) Packungsgröße

- (116) Canadean bringt vor, dass Packungsgrößen und ein Packungsgrößensortiment entwickelt werden müssten, die auf eine bisher unbefriedigt gebliebene Verbrauchernachfrage eingehen. Dieses Argument beruht auf der Annahme, dass sich PET gegenüber Karton komplementär verhält und sein Vordringen auf dem Markt neues Marktwachstum voraussetzt. Zunächst zielt die Markteinführung von PET, wie am Eisteeselement zu beobachten ist, auf Märkte, wo das Eindringen durch Marktwachstum möglich ist und somit höhere Gewinnspannen erzielt werden können, anstatt sich einem verschärften Wettbewerb auf langsam wachsenden Märkten auszusetzen. Es besteht kein Grund, weshalb PET nicht auch auf Märkten erheblich zunehmen sollte, deren Wachstum begrenzt ist. Überdies kann PET bereits in vielen verschiedenen Größen hergestellt werden, da es in Bezug auf Design und Größen flexibler als Karton ist. Die Kommission sieht daher diese Bedingung zum gegenwärtigen Zeitpunkt als erfüllt an.

iv) Einzelhändler und kleinere Hersteller

- (117) Schließlich bringt Canadean vor, dass die Hausmarken der Vertreiber und diejenigen kleinerer Getränkehersteller ebenfalls PET einführen müssten. Es gibt jedoch keinen Grund, weshalb Einzelhändler oder kleinere Getränkehersteller nicht in der Lage sein sollten, PET einzuführen. Die Marktuntersuchung der Kommission ergab keine fehlende Bereitschaft auf Seiten der Einzelhändler, PET als Verpackung für „empfindliche“ Pro-

dukte anzunehmen. Ebenso gibt es keinen Grund, weshalb kleinere Unternehmen nicht gewillt sein sollten, auf PET umzustellen. Tatsächlich verpackten in Italien zahlreiche kleine Molkereien, die auf die Marktuntersuchung geantwortet haben, bereits in PET, während die überwältigende Mehrheit der übrigen Molkereien an PET interessiert war oder die Einführung von PET-Verpackungen für ihre Produkte planten. Tetra selbst erklärte in einer Presseveröffentlichung vom November 2000, dass „es noch immer eine große Anzahl kleinerer bis mittlerer unabhängiger Betriebe im ganzen Land [Italien] [gibt], die den Bedarf der Menschen in Dörfern und auf dem Land abdecken. Einige von diesen [Betrieben] folgen einem aktuellen internationalen Trend, der sich in den späten neunziger Jahren zu entwickeln begann, als immer mehr Molkereien anfangen, pasteurisierte Qualitätsmilch in 1-Liter-PET-Flaschen abzufüllen.“

v) Italien — ein Einzelfall?

- (118) Die Daten von Canadean zeigen, dass PET im Jahr 2000 bereits einen Anteil von 4,5 % am gesamten italienischen FME-Markt (nicht keimfreie Frischmilch und keimfreie H-Milch) erreicht hatte und dass im Jahr 2000 mehr als 10 % des italienischen Frischmilchmarktes auf PET entfielen. In Italien wurden 150 Mio. Liter Milch in PET abgefüllt, während es im übrigen EWR nur 26 Mio. Liter waren. Hieran zeigt sich das Wachstumspotenzial in anderen Regionen, wenn dort dem italienischen Beispiel gefolgt würde. Im Saftsegment lag der PET-Anteil in Westeuropa insgesamt bei 45 Mio. Litern, wovon drei Viertel allein auf die Schweiz (18 Mio. Liter), Großbritannien (9 Mio. Liter) und Belgien (8,5 Mio. Liter) entfielen.
- (119) In ihrer Antwort argumentiert Tetra, das italienische Beispiel sei nicht auf den übrigen EWR übertragbar. Dies liege daran, dass der relative Erfolg der PET-Verpackung für Frischmilch in Italien unter sehr speziellen Umständen eingetreten sei, die sich in anderen Ländern des EWR kaum wiederholen dürften. Parmalat habe PET als ein Mittel der Umsatz- und Gewinnsteigerung auf den Markt gebracht, worauf Parmalats Konkurrent Granarolo mit einer eigenen PET-Verpackung und einer Werbekampagne geantwortet habe. Nach Ansicht von Tetra seien dadurch die mit der Einführung von PET verbundenen Gewinnerwartungen zunichte gemacht worden, was andere Molkereien leicht vom Markteintritt bei PET abschrecken könnte.
- (120) Es scheint jedoch im Gegenteil so, dass kleine und mittlere unabhängige Molkereien in Italien dem Beispiel der beiden wichtigsten Molkereien gefolgt sind und angefangen haben, ihre Erzeugnisse in PET-Flaschen abzufüllen. Tetra hat vor kurzem [...] Tetra Plast LX-2 an den Flaschenhersteller [...] verkauft, mit dessen Hilfe diese kleineren Molkereien Milch in PET-Flaschen verkaufen können, ohne die vollen Investitionskosten tragen zu müssen.

(121) Der italienische Markt mag der erste gewesen sein, auf dem PET für Milch eingeführt wurde, doch ist Italien nach Ansicht der Kommission kein Einzelfall. Die Verwendung von PET hat bereits auf den Frischmilchmärkten in Belgien, den Niederlanden und Österreich Einzug gehalten. Entgegen dem Argument von Tetra, dass auf dem großen Frischmilchmarkt von Großbritannien Molkereien bereits große Investitionen in die Umstellung von Karton auf HDPE-Flaschen getätigt hätten und es deshalb unwahrscheinlich sei, dass sie sich kurz- bis mittelfristig erneut und diesmal auf PET umorientierten, sollen nach Angaben von Canadean in Großbritannien in PET verpackte FMEs im Verlauf des Jahres 2001 von zwei großen Supermarktketten ([...]⁵²) auf den Markt gebracht werden. Die Markteinführung von Milch in PET wird ab 2003 auch in Spanien erwartet.

vi) **Fazit zur Canadean-Studie über das Wachstum von PET**

(122) Die Kommission ist daher zu dem Schluss gelangt, dass die von Canadean genannten Voraussetzungen für ein deutliches Wachstum von PET bereits weitgehend gegeben sind oder in naher Zukunft gegeben sein werden. Überdies räumt Canadean ein, dass PET in gewissen Segmenten auf bestimmten nationalen Märkten sowie bei Produkten auf Tee- und Kaffeebasis im gesamten EWR stark an Bedeutung zunehmen wird.

(123) Anzumerken ist ferner, dass die Prognosen von Canadean bei der mündlichen Anhörung in Frage gestellt wurden. Zunächst wurde festgestellt, dass das differenzierte Prognosemodell für das Getränkewerbe, das Canadean in Zusammenarbeit mit der City University of London entwickelt hat, bei der Durchführung der Prognosen für Tetra nicht angewandt wurde. Statt dessen kam ein Modell⁽⁵²⁾ zum Einsatz, welches das frühere

Wachstum als Indikator für zukünftiges Wachstum zugrunde legt und die künftigen technischen Entwicklungen auf dem Gebiet der Barriertechnik außer Acht lässt. Sodann basieren die Prognosen nicht auf Aussagen der Verbraucher oder der Supermärkte, während in der Marktuntersuchung der Kommission die Ansichten dieser Marktteilnehmer berücksichtigt wurden. Da es aber heißt, dass die Entscheidung, Produkte in PET zu verpacken, vom Verbraucherwunsch abhängig ist, erweist sich eine Studie, die die Ansichten der Verbraucher außer Acht lässt, als nicht sonderlich verlässlich.

(124) Aufgrund der vorbezeichneten Gründe scheinen die Prognosen von Canadean für das PET-Wachstum allzu pessimistisch zu sein. Außer mit technischen Verbesserungen hat sich die Kommission auch intensiv mit dem erwarteten Wachstum des PET-Marktes in den neuen Segmenten der „empfindlichen“ Produkte (FMEs, Säfte, FFDs, Tee-/Kaffeegetränke) aus der Sicht der Parteien, befragter Dritter und unabhängiger Analysten befasst.

3.3.4.2. *Die unabhängigen Studien von Canadean vor der Fusion*

(125) Canadean erstellt jährliche Berichte mit Analysen verschiedener Getränkesegmente. Die Kommission ist im Besitz von Berichten Dritter über drei der vier relevanten Segmente: Säfte, FFDs und Tees. Es existiert kein unabhängiger Canadean-Bericht für FMEs (eine unabhängige Studie einer anderen Gesellschaft, PCI, wird nachstehend analysiert).

(126) Die Berechnungen von Canadean für das Vordringen von PET in das Saftsegment in 2000 sind in Tabelle 7 aufgeführt. Sie stellen eine Momentaufnahme des Jahres 2000 dar und enthalten keine Wachstumsprognosen. Zu beachten ist, dass im Jahr 2000 PET in Europa im Saftsegment noch nicht verwendet wurde (mittlerweile taucht es auch dort auf) und dass Europa, sofern das Beispiel anderer Regionen Schule macht, ein enormes Wachstumspotenzial darstellt.

⁽⁵²⁾ Es wurde ein univariantes Prognosemodell unter Einsatz einer standardmäßigen exponentiellen Bereinigungsverfahren angewandt. Es wurden verschiedene Hypothesen aufgestellt, darunter die, dass das Verhältnis Preis/Abfüllkosten zwischen verschiedenen Packungstypen konstant bleibt, dass gegenwärtige Trends bei der Substitution von Verpackungen entweder anhalten werden oder aber bestimmte Verpackungsarten eine bestimmte „Obergrenze“ erreichen und dass in den jeweiligen Ländern oder in deren Nachbarschaft die entsprechenden Produktionskapazitäten zur Herstellung der anderen Verpackung in den prognostizierten Mengen bestehen.

Tabelle 7

Anteil am Verbrauch nach Verpackungsart

Anteil in %	PET	Karton	Glas	Andere Kunststoffe (HDPE)	Dosen
Westeuropa	0	68	29	2	1
Nordamerika	19	44	5	18	5
Asien	30	37	7	2	23
Australasien	38	31	4	25	3
Mittlerer Osten/Nord-afrika	7	61	11	16	5

Quelle: Canadean Global Juice and Nectar Report 2000.

(127) In ihrer Vorlage vom 3. Oktober 2001 behauptete die anmeldende Partei, dass Entwicklungen in anderen Regionen wie Nordamerika und Australasien für eine Analyse des europäischen Marktes nicht relevant seien. Tetra behauptete, die Erfahrungen in den USA mit PET im Saftsegment seien aufgrund der dort weit verbreiteten Heißabfüllung, die bei europäischen Verbrauchern aufgrund von Geschmacksfragen keine Akzeptanz finde, nicht aussagekräftig. Die Kommission hat jedoch festgestellt, dass die Heißabfüllung auf einigen europäischen Märkten wie z. B. Deutschland durchaus gängig ist. In jedem Fall bedeuten die jüngsten Entwicklungen bei der keimfreien PET-Abfüllung von Getränken mit hohem Säuregehalt (die Tetra anders als bei säurearmen Getränken für machbar hält), dass unter Berücksichtigung der Vorliebe der Europäer für keimfrei abgefüllte Flüssigkeiten für die keimfreie anstatt für die Heißabfüllung optiert werden kann.

3.3.4.3. PCI-Studie über „The Potential for PET in the Packaging of Liquid Dairy Products“ [Möglichkeiten für PET bei der Verpackung flüssiger Molkeerzeugnisse] (2001) („PCI-Studie“)

(128) Laut PCI-Studie haben die Entwicklungen in der keimfreien Abfüllung von PET dazu geführt, dass PET eine Alternative zu keimfreiem Karton darstellt und dadurch die Einsatzmöglichkeiten von PET bei Molkeerzeugnissen erheblich gestiegen sind, da PET jetzt nicht mehr allein auf den Gebrauch als Verpackung von gekühlt vertriebener Frischmilch mit kurzer Haltbarkeit beschränkt ist⁽⁵³⁾. PCI zufolge bietet herkömmliches PET einen gewissen Schutz und eine angemessene Barriere für Produkte mit kurzer Haltbarkeit. Sofern eine längere Haltbarkeit erforderlich ist, müssen andere Verpackungsarten zum Einsatz kommen (z. B. beschich-

tete Kartons oder Plastikflaschen mit Barriere). Ersatzweise kann die UV-Barriere von PET durch den Zusatz spezieller UV-Barrierekomponenten oder durch Braunfärbung verbessert werden.

(129) PET-Verpackungen mit langer Haltbarkeit erlauben Markeninhabern das Abfüllen großer Mengen an zentralen Standorten, von wo aus eine weiträumige Belieferung der Verkaufsstellen möglich ist. Die Verpackung erfüllt aus diesem Grund die Anforderungen der modernen Molkereiindustrie. Die PCI-Studie geht jedoch nicht davon aus, dass PET auf das Niedrigpreissegment bei Weißmilch vordringen wird. „Wir gehen nicht davon aus, dass PET sehr erfolgreich bei der Verdrängung bereits vorhandener Verpackungsmaterialien im Frischmilchwarenssektor — hauptsächlich Karton und HDPE — sein wird, da es sich hierbei im Großen und Ganzen um ein preiseempfindliches Segment handelt. Es gibt jedoch Ausnahmen; erwähnenswert ist hier vor allem Italien, wo das Qualitätssegment Alta Qualità bereits zu einem großen Teil zu PET übergegangen ist. Das italienische Beispiel könnte für andere Molkereiunternehmen, die ihre einfachen Milchsorten voneinander abgrenzen möchten, Vorbildcharakter annehmen.“⁽⁵⁴⁾

(130) Laut PCI-Studie ist ein Vordringen von PET auf das keimfreie Milchsegment, das mindestens 45 % des Milchmarktes ausmacht, unwahrscheinlich. Bei dieser Prognose hat es PCI unter Umständen versäumt, die Entwicklungen auf dem Gebiet der Lichtbarriertechnik für weiße H-Milch zu berücksichtigen. PCI zeigt ebenfalls auf, dass Milchprodukte in PET-Flaschen bereits in den Mitgliedstaaten Belgien, Niederlande, Italien und Großbritannien eingeführt wurden. PCI prognostiziert, dass PET bis 2005 in Europa bei einfacher Frischmilch

⁽⁵³⁾ PCI-Studie, Seite 8.

⁽⁵⁴⁾ PCI-Studie, Seite 12, Hervorhebung hinzugefügt.

einen Anteil von 9,2 % und 25 % bei sonstigen Milchgetränken erreichen wird. Laut PCI ist das Segment „sonstige Milchgetränke“⁽⁵⁵⁾ „ein Sektor des Flüssigmilchproduktmarktes, der in Europa ein rapides Wachstum erlebt ... Einige der erfolgreichsten in jüngerer Zeit auf dem Markt erschienenen Produkte sind aromatisierte Milchgetränke auf Milch- oder Joghurtbasis.“⁽⁵⁶⁾ Für den gesamten PET-Verbrauch bei Milchprodukten wird bis 2005 in Europa ein Anstieg von 4 000 auf 430 000 Tonnen prognostiziert. Laut PCI handelt es sich hierbei um „eine realistische Hochrechnung“.⁽⁵⁷⁾

3.3.4.4. Warrick-Forschungsbericht über die Verpackungsmärkte 2000⁽⁵⁸⁾

- (131) Dem Warrick-Bericht einer anderen unabhängigen Studie über den Flüssignahrungsmittelsverpackungssektor zufolge machen Milch und Säfte etwa 80 % der keimfrei verpackten Warenmenge in Westeuropa aus.
- (132) Die Märkte für keimfreie Milch in Westeuropa sind „gesättigt — in vielen Fällen leicht rückläufig. Keimfreie PET-Systeme werden daher eher andere Arten von Verpackungen ersetzen als aufgrund zusätzlicher Nachfrage wachsen“⁽⁵⁹⁾. Der Einsatz eines größeren Spektrums an Verpackungen hat zur Folge, dass Unternehmen mit größerer Wahrscheinlichkeit keimfrei abfüllen, weil sie nicht auf die Verwendung von ‚Brik‘-Kartons beschränkt sind, mit denen oftmals Billigprodukte assoziiert werden.“⁽⁶⁰⁾
- (133) Auf dem Saftmarkt „stellen Plastikflaschen langfristig eine Gefahr für Karton dar. Durch die zunehmende Bedeutung von Spitzen- und Markenprodukten rückt das Verpackungsdesign stärker in den Vordergrund, so dass Kartondesigns auch für die Verpackung von Qualitätsprodukten in Frage kommen können. Weitere Verbesserungen des Erscheinungsbildes, der Ausgussvorrichtung, des Verschlusses usw. werden auf diesem Markt eine wichtige Rolle spielen. Kartonsysteme müssen ihren Kostenvorteil auf absatzstarken Märkten durch Erhöhung der Produktionsgeschwindigkeit, Reduzierung der Kosten für eine Verpackung und Verbesserung der Effizienz wahren.“⁽⁶¹⁾ „Der Erfolg von Saftgetränken mit Konservierungsstoffen in Plastikflaschen könnte sich auf die Nachfrage nach keimfreien Kartonsystemen auswirken. (...) Welche Möglichkeiten sich im Saftsektor ergeben, wird davon abhängen, inwieweit die Unternehmen verschiedene Arten von Designs und Verpackungen ausprobieren.“⁽⁶²⁾

(134) In Frankreich beispielsweise entfällt auf keimfrei abgefüllte Plastikflaschen (PET und HDPE) bei reinen Qualitätssäften mittlerweile ein erheblicher Marktanteil. In allen anderen Ländern spielen Plastikflaschen bei Qualitätsprodukten mit langer Haltbarkeit jedoch nur eine geringe Rolle⁽⁶³⁾. Im Teesegment „ist auf den meisten Märkten keimfreies PET wahrscheinlich der wichtigste Verpackungstyp, wobei in Deutschland nach wie vor Karton dominiert.“⁽⁶⁴⁾

(135) Der Warrick-Bericht zieht, was das allgemeine Vordringen von PET zur keimfreien Abfüllung „empfindlicher“ Produkte betrifft, den Schluss, dass „Plastikflaschen das schnellste Wachstum in der Verpackung von Flüssignahrungsmitteln zu verzeichnen [hatten] und auch in den nächsten drei Jahren der am schnellsten wachsende Verpackungstyp sein dürften. Der Großteil des Wachstums entfällt auf PET-Flaschen, insbesondere für trinkfertigen Tee. HDPE-Flaschen machen derzeit etwa die Hälfte des Flaschenverbrauchs aus“.⁽⁶⁵⁾ Die am schnellsten wachsenden Sektoren waren in den letzten Jahren trinkfertiger Tee sowie neuartige Getränke wie aromatisiertes Wasser und Sportgetränke, die in den kommenden Jahren wohl das größte Wachstum verzeichnen werden⁽⁶⁶⁾.

(136) Der Warrick-Bericht prognostiziert eine Zunahme der keimfreien Abfüllung bis 2003 um zirka 50 %, wovon ein Großteil auf PET entfallen wird, das seinen Anteil mit zirka 2 Mrd. Verpackungen ungefähr verdoppeln wird⁽⁶⁷⁾. Der gesamte keimfreie Markt hatte 1999 in Europa einen Wert von 4,5 Mrd. EUR, wovon mehr als 3,5 Mrd. EUR auf keimfreie Kartonverpackungen entfielen.

3.3.4.5. Analystenberichte — Pictet „European Packaging Machinery“ [Europäische Verpackungsmaschinen], September 2000 („Pictet-Report“)

(137) Der Pictet-Report sagt für PET ein starkes Wachstum voraus. Dem Bericht zufolge soll „die Nachfrage nach PET jährlich um 10 % steigen.“⁽⁶⁸⁾ „Das künftige Wachstum wird weitgehend durch die Verwendung von zur Abfüllung sauerstoffempfindlicher Produkte geeigneter PET-Flaschen mit verbesserten Barriereigenschaften bedingt sein.“⁽⁶⁹⁾ „Da die Verbraucher zunehmend auf PET-Verpackungen für Milch, Säfte und Soßen drängen, ist eine keimfreie Abfülllösung für PET-Flaschen von größter Wichtigkeit.“⁽⁷⁰⁾

⁽⁵⁵⁾ Hierzu gehören u. a. aromatisierte Milch, Milchdrinks, Trinkjoghurts usw.

⁽⁵⁶⁾ PCI-Studie, Seite 33.

⁽⁵⁷⁾ PCI-Studie, Seite 13.

⁽⁵⁸⁾ Warrick Research Report Packaging Markets: „Aseptic Packaging Markets World & Western Europe“ [Märkte für keimfreie Verpackung Welt & Westeuropa], 2000.

⁽⁵⁹⁾ Warrick Report, Seiten 16, 25.

⁽⁶⁰⁾ Warrick Report, Seite 20.

⁽⁶¹⁾ Warrick Report, Seite 21.

⁽⁶²⁾ Warrick Report, Seite 18.

⁽⁶³⁾ Warrick Report, Seite 11.

⁽⁶⁴⁾ Warrick Report, Seite 12.

⁽⁶⁵⁾ Warrick Report, Seite 16.

⁽⁶⁶⁾ Warrick Report, Seite 6.

⁽⁶⁷⁾ Warrick Report, Seite 32.

⁽⁶⁸⁾ Pictet Report, Seite 5.

⁽⁶⁹⁾ Pictet Report, Seite 5, Hervorhebung hinzugefügt.

⁽⁷⁰⁾ Pictet Report, Seite 5.

(138) Pictet zufolge entwickelt sich PET dank der jüngst verbesserten Barriereigenschaften „nunmehr auch zu einer attraktiven Verpackungsoption für sauerstoffempfindliche Produkte wie Milch und Fruchtsaft — Produkte, die über ein beträchtliches Marktpotenzial verfügen.“⁽⁷¹⁾ Pictet fährt fort: „Die guten Marktchancen für PET-Behälter dürften unserer Meinung nach durch keimfreie Kartons, die derzeit auch für sauerstoffempfindliche Produkte verwendet werden, nicht beeinträchtigt werden. Wir sehen klare Wettbewerbsvorteile für PET-Behälter gegenüber keimfreien Kartons (siehe nachstehende Tabelle), und wir erwarten, dass Plastik auf Kosten von Karton rasch an Boden gewinnt.“⁽⁷²⁾ „Wir erwarten eine Verlangsamung des Umsatzwachstums bei Saftkartons, da Säfte zunehmend in PET-Flaschen abgefüllt werden. Da die keimfreie Abfüllung für PET-Abfüller zum Standardverfahren wird, stellt das Abfüllen der Flaschen mit sauerstoffempfindlichen Flüssigkeiten wie Fruchtsäfte kein Hindernis mehr dar.“⁽⁷³⁾ In Bezug auf Milch erwartet Pictet, dass „PET-Flaschen zunehmend an die Stelle von Karton treten werden.“⁽⁷⁴⁾

3.3.4.6. Prognosen der Parteien

(139) Sidel hat einige Prognosen zur Entwicklung der PET-Märkte angestellt. So sagt Sidel ein jährliches Wachstum von [...] für Fruchtsäfte, Tees und isotonische Getränke voraus⁽⁷⁵⁾. Bis 2005 prognostiziert Sidel eine Zunahme der PET-Umsätze in diesen Produktbereichen um [...].* Auf seiner Jahreshauptversammlung⁽⁷⁶⁾ erklärte das Unternehmen, dass bei Säften, Tees und isotonischen Getränken „zunehmend auf PET umgestiegen wird ... auf Kosten von Karton- und Glasbehältern.“ In einem Interview mit PET planet sagte Francis Oliver:⁽⁷⁷⁾ „Ich sage voraus, dass sich der PET-Markt in kurzer Zeit verdoppeln wird ... Zu den neuen Anwendungen gehören Bier, Milch, Fruchtsäfte ...“ Daraus geht eindeutig hervor, dass Sidel für die gemeinsamen Produktsegmente in Zukunft eine zunehmende Verpackung in PET voraussieht.

(140) Tetra prognostiziert ein rapides Wachstum für den Markt der keimfreien PET-Abfüllung (Verkauf nur an Kunden in den gemeinsamen Produktsegmenten). Innerhalb der letzten drei Jahre habe sich die Zahl der installierten Maschinen im EWR um [70-80 %]* erhöht, die höchste Zuwachsrate sei im Jahr 2000 verzeichnet worden. Tetra geht von einem Anhalten dieses Marktwachstums in den nächsten Jahren in einer Größenordnung von jährlich [20-30 %]* aus⁽⁷⁸⁾.

⁽⁷¹⁾ Pictet Report, Seite 11.

⁽⁷²⁾ Pictet Report, Seite 11.

⁽⁷³⁾ Pictet Report, Seite 15.

⁽⁷⁴⁾ Pictet Report, Seite 15.

⁽⁷⁵⁾ Dossier de Présentation SIDEL, Communication SIDEL, 2000.

⁽⁷⁶⁾ Présentation SIDEL, Jahreshauptversammlung, Mai 2000.

⁽⁷⁷⁾ PET Planet Insider Band 2 N04+5/01 Francis Olivier, President von Sidel France: „Innovation ist mein Mehrwert für das Unternehmen.“

⁽⁷⁸⁾ Rdnr. 68 der Anmeldung.

3.3.4.7. Marktuntersuchung der Kommission

(141) Die Marktuntersuchung der Kommission zeigte, wie die Marktteilnehmer die künftige Entwicklung von PET-Verpackungen bewerten. Dabei gingen die Meinungen je nach Art, Herkunftsland und PET-Erfahrung des befragten Unternehmens stark auseinander. Deutsche Milchproduzenten beispielsweise sahen geringe Aussichten für ein Wachstum in naher Zukunft, während die italienischen und belgischen Hersteller weitaus optimistischer waren. Optimistisch zeigten sich auch die Hersteller von Eistee, die ein rasches Wachstum von PET auf Kosten von Karton erwarteten.

(142) Im Allgemeinen gingen die Marktteilnehmer von einer deutlichen kurzfristigen Zunahme der Verwendung von PET bei den „empfindlichen“ Produkten aus. Den Angaben der Teilnehmer zufolge, die eine Prognose zum Anteil der „empfindlichen“ Produkte wagten, die bis 2005 in PET verpackt sein werden, konnte die Kommission entnehmen, dass PET-Verpackungen bei Milch durchschnittlich zirka 40 %, bei Säften 30 %, bei FFDs 40 % und bei Eistee über 50 % ausmachen werden. Auskunftspersonen, die keine genauen Angaben zum künftigen PET-Anteil machen konnten, brachten gegenüber der Kommission ihre Meinung zum zukünftigen Wachstum zum Ausdruck. Ein großes auf dem Markt für „empfindliche“ Produkte tätiges Unternehmen erklärte: „Wenn es kosteneffektiv und für die Verbraucher akzeptabel wäre, dann bestünde wahrscheinlich ein Anreiz, von Karton auf PET umzusteigen, und zwar wegen der Faktoren, die Karton und PET derzeit voneinander unterscheiden, namentlich Image und Akzeptanz beim Verbraucher, Möglichkeiten der Produktabgrenzung, Widerstandsfähigkeit des Materials und effektive Wiederverschließbarkeit.“ Ein anderes Unternehmen gab an: „Wir glauben, dass die Technik, die nötig ist, um gute Sauerstoff- und Lichtbarriereigenschaften zu erreichen, bereits vorhanden ist und dass die Verwendung von PET in den vier genannten Segmenten rasch zunehmen wird.“

(143) Die Untersuchung der Kommission ergab, dass Dritte die künftige Entwicklung von PET äußerst positiv beurteilen, sofern die Barriertechnik verbessert wird. Ein SBM-Maschinenhersteller erklärte: „Wir sind absolut überzeugt davon, dass PET dank der Barriertechnik bei Säften Marktanteile zu Lasten von Karton erobern kann.“ Die meisten Auskunftspersonen prognostizierten für diesen Fall sowohl bei Milch als auch bei Saft eine rapide Zunahme von PET-Verpackungen in naher Zukunft auf Kosten von Karton. PET gilt aufgrund seiner besonderen Eigenschaften — Durchsichtigkeit, Elastizität, leichte Handhabung, niedrige Kosten und Wiederverwertbarkeit — als wettbewerbsfähiges Material. Mit den entsprechenden Barriertechniken ausgestattet kann PET nach Auffassung vieler Marktteilnehmer in den nächsten 4-5 Jahren bei Milch und Säften einen Marktanteil von mehr als 50 % zum Nachteil von Karton erreichen. Ein große im Bereich Barriertechnik tätige Gesellschaft prognostizierte, dass bei einer weiteren Kostensenkung

der Technik und bei Verbesserungen des Produktionsprozesses (d. h. beim Blasformvorgang) PET Karton wirksam Konkurrenz machen kann und weiter in das Kartonsegment vordringen wird.

3.3.5. Fazit zur derzeitigen Verwendung und zum Wachstum von PET in den gemeinsamen Produktsegmenten

- (144) In Anbetracht der vorstehenden Ausführungen ist die Kommission zu dem Schluss gelangt, dass es bei FFDs und Tee-/Kaffegetränken bereits erhebliche Überschneidungen zwischen PET und Karton gibt. PET macht in diesen Segmenten 20 % bzw. 25 % aus und wird weiter auf Kosten von Karton in diese Segmente vordringen⁽⁷⁹⁾. Nach vorsichtigen Schätzungen, wonach PET in diesen Segmenten bis 2005 einen Anteil von 30 % erreicht, würden dann 800 Mio. Liter Tee-/Kaffegetränke (einschließlich Sportdrinks) und 1 Mrd. Liter Fruchtaromagetränke in PET verpackt werden.
- (145) Trotz der gegenwärtig generell schwachen Verbreitung von PET bei Flüssigmolkereiprodukten und Säften im gesamten EWR-Raum kommt PET bei FMEs und Säften in bestimmten Mitgliedstaaten wie Italien, Belgien, Niederlande, Frankreich und Großbritannien bereits verstärkt zum Einsatz.
- (146) Es steht zu erwarten, dass sich die Verbesserungen bei der Barriertechnik und der keimfreien PET-Abfülltechnik positiv auf die Stellung von PET in allen vier relevanten Produktsegmenten auswirken werden. Die Kommission hat die Vorlagen und Prognosen der Parteien, die unabhängigen Studien Dritter und die Antworten auf die Marktuntersuchung sorgfältig geprüft und eine Bestandsaufnahme der technischen Verbesserungen vorgenommen. Das Fazit lautet somit, dass PET in den nächsten fünf Jahren bei Flüssigmolkereiprodukten und Säften erheblich zunehmen wird.
- (147) Die Kommission hält die Erwartungen, wonach PET bis 2005 bei Frischmilch mindestens 10-15 % und bei aromatisierten und sonstigen Milchgetränken mindestens 25 % ausmachen wird, für realistisch. Hinsichtlich der Verwendung von PET für H-Milch (die zirka 50 % des gesamten Milchmarktes im EWR ausmacht) besteht, obgleich die relevante Lichtbarriertechnik existiert, Ungewissheit. Das Wachstum wird davon abhängen, wie sich die Abfülltechnik für säurearme Produkte entwickelt und ob die Kosten gesenkt werden können. Die Kommission ist der Auffassung, dass PET bei keimfreier Milch zumindest in kleineren, hochwertigen Segmenten, z. B. bei den Einportionspackungen, über ein erhebliches Wachstumspotenzial verfügt. Wenn bis 2005 mindes-

tens 15 % der Frischmilch, 25 % der sonstigen Milchgetränke und nur 1 % der H-Milch in PET-Flaschen verpackt werden, hieße dies, dass zirka 3 Mrd. Liter jährlich in PET-Flaschen abgefüllt würden (das wären rund 9 % aller Flüssigmolkereierzeugnisse im gesamten europäischen Raum).

- (148) Bei Säften erwartet die Kommission ausgehend von der Marktuntersuchung einen weitreichenden Umstieg von Glas auf PET und in geringerem Umfang einen Umstieg von Karton auf PET. Große Getränkehersteller haben bereits Saft in PET-Behältnissen auf den Markt gebracht, darunter die Marken Minute Maid und Tropicana. Die Kommission hält die Prognose für realistisch, wonach der Anteil der PET-Flaschen bis 2005 zumindest 20 % des gesamten Saftmarktes im EWR erreichen wird; dies entspräche einer Abfüllmenge von rund 2 Mrd. Litern. Der Anteil wäre damit immer noch deutlich geringer als in Nordamerika und im australisch-asiatischen Raum.

3.4. Konkurrenz zwischen PET und Karton bei sich überlappenden Produktmärkten

- (149) Die Kommission hat aufgrund der Tatsache, dass Karton und PET technisch gesehen austauschbar sind, d. h. dass mit beiden Materialien dieselben Produkte verpackt werden können, sowie aufgrund der Zunahme von PET-Verpackungen in den gemeinsamen Produktsegmenten, auch die Frage untersucht, ob Karton- und PET-Verpackungssysteme einander so weit ersetzen, dass sie aus wettbewerbsrechtlicher Sicht dem selben Produktmarkt zugeordnet werden können.
- (150) Tetra hat vorgebracht, dass PET- und Kartonverpackungssysteme, auch wenn beide Materialien zur Verpackung derselben Produkte verwendet werden können, getrennte Produktmärkte bilden und dass die Preise des einen Marktes sich nicht zwingend auf die Preise des anderen auswirken. Dies rühre daher, dass die Hauptkriterien bei der Wahl von Verpackungssystemen die Abgrenzung des Endprodukts gegenüber anderen Produkten, das äußere Erscheinungsbild, die Positionierung auf dem Markt sowie die Zielgruppe seien.

3.4.1. Konkurrenz auf den Verbrauchermärkten

- (151) Tetra hat vorgebracht, dass Getränkehersteller dazu tendieren, PET für Qualitätsprodukte zu verwenden, während Karton für Massenprodukte mit niedrigen Gewinnspannen für preisbewusste Verbraucher eingesetzt wird. Infolgedessen beziehen sich PET und Karton, so Tetra, auf unterschiedliche Verbrauchergruppen und stehen auf dem Endverbrauchermarkt nicht in Wettbewerb miteinander. Als Beleg brachte Tetra vor, dass dasselbe unter der Hausmarke eines Supermarktes verkaufte Produkt (Orangensaft oder Apfelsaft) in PET verpackt deutlich teurer sei als das kartonverpackte Produkt.

⁽⁷⁹⁾ Dies wird von Canadean in ihrer der Kommission am 24. August 2001 vorgelegten Studie für Tetra eingeräumt. Canadean kommt zu dem Schluss: „Ja, PET (und HDPE) werden [im FFD-Segment] in den Karton- und Glasanteil vordringen.“ Canadean kommt zu dem Schluss: „PET stellt eine Bedrohung für Karton dar“ im Tee-/Kaffegetränke-Segment.

- (152) Die Marktuntersuchung hat die Ansicht der anmeldenden Partei nur teilweise bestätigt. Die Kommission stellte fest, dass PET als Vermarktungsinstrument zur Einführung von Qualitäts- und Markenprodukten diene. Nach ihren Erkenntnissen wird PET jedoch auch für Produkte mit niedrigen Gewinnspannen wie normale Milch, Frischmilch, die 50 % des gesamten Molkereimarktes im EWR ausmacht, und in begrenzterem Umfang auch für keimfreie Milch verwendet. PET hat bereits 10 % des Frischmilchmarktes in Italien erobert; dort wird diese Milch zum selben Einzelhandelspreis wie kartonverpackte Milch angeboten. Es gibt nichts, was Getränkehersteller davon abhalten könnte, PET in verschiedenen einfacheren Formen für Niedrigpreis-Produkte einzusetzen, sobald PET sich auf dem Markt etabliert hat und die Kosten weiter sinken werden. Tatsächlich kommt ein Analyst zu dem Schluss: „Unsere Analyse des PET-Marktes zeigt deutlich, dass PET auf den Massenverbrauchsmärkten sowohl Vermarktungsvorteile als auch wirtschaftliche Vorteile hat.“⁽⁸⁰⁾
- (153) Überdies hat die Untersuchung gezeigt, dass auch Karton für Qualitäts- und Markenprodukte verwendet wird; hier würde PET vermutlich eine direkte Konkurrenz darstellen. Darüber hinaus hat die technische Entwicklung bei Karton, die noch nicht abgeschlossen ist, dazu geführt, dass Karton in immer mehr verschiedenen Ausführungen zur Verfügung steht, so dass sich hieraus eine unmittelbare Vermarktungsalternative für Qualitäts- und Markenprodukte ergeben könnte. Eisteeerzeugnisse von Twinings werden z. B. derzeit in runden „dosenartigen“ Kartonbehältern verkauft.
- (154) Hieraus folgt, dass sowohl Karton als auch PET, obgleich sie auf Verbraucherebene nicht vollkommen austauschbar sind, dieselben Verbrauchergruppen ansprechen können und in sämtlichen der gemeinsamen Endverwendungssegmente eine brauchbare Alternative darstellen, wobei sich PET in jedem Falle für in der Vergangenheit in Karton abgepackte Qualitätsprodukte eignet.

3.4.2. Elastizität der Nachfrage zwischen PET und Kartonverpackungssystemen

- (155) Tetra hat erklärt, die Wahl der Verpackung hänge von zahlreichen Faktoren ab; dazu gehörten die physikalischen Eigenschaften der Flüssigkeit und der Verpackungen, Verpackungsgröße und Aussehen, Wahrnehmung der Art des Getränks und der Verpackung durch den Verbraucher sowie Vermarktungsstrategien. Diese Vielfalt von Faktoren bringe mit sich, dass Getränke gewöhnlich in mehreren Verpackungsarten auf den Markt gebracht würden, um unterschiedliche Verbraucherbedürfnisse zu befriedigen, und dass des Weiteren die Getränke in unterschiedlichen Verpackungsmaterialien verpackt würden.
- (156) Dies wurde durch die Marktuntersuchung bis zu einem gewissen Grad bestätigt. Der Vortrag der Parteien und die von der Kommission gesammelten Daten zeigen, dass es schwierig ist, den Grad der Austauschbarkeit zwischen den verschiedenen Verpackungsmaterialien genau zu bestimmen, weil dabei viele Parameter in Betracht gezogen werden müssen. Beispielsweise führen Vergleiche der Verpackungskosten je nach verwendeter Verpackungsgröße zu völlig unterschiedlichen Ergebnissen.
- (157) Die relativen Kosten von PET-Verpackungen wurden in Abschnitt IV.3.3.2 bereits erörtert. Tetra hat vorgebracht, dass sich Getränkehersteller bei der Wahl des Verpackungsmaterials ungeachtet der relativen Kosten hauptsächlich von Abgrenzungsstrategien und Verbrauchervorlieben leiten lassen. Die Marktuntersuchung hat die Ansicht der anmeldenden Partei nur teilweise bestätigt. Marktauskunftspersonen wurden z. B. gefragt, ob sie von einem Kartonverpackungssystem auf ein PET-Verpackungssystem umsteigen würden und umgekehrt, sofern die Kosten eines Verpackungssystems dauerhaft um einen kleinen Prozentsatz (5-10 %) ansteigen würden. Die Mehrzahl der Auskunftspersonen bestätigte, dass derart geringe Preisanstiege keinen wesentlichen Einfluss auf ihre Wahl des Verpackungssystems ausüben würden. Dieses Argument hat naturgemäß dann mehr Gewicht, wenn man spezifische Ausrüstungsteile, die nur einen Teil des gesamten Verpackungssystems ausmachen, miteinander vergleicht (z. B. schätzt man, dass die Kosten einer SBM-Maschine 20-40 % der Kosten einer ganzen PET-Abfüllanlage ausmachen).
- (158) Die Marktuntersuchung hat jedoch auch gezeigt, dass die Kosten, auch wenn sie nicht der wichtigste Faktor bei der Wahl des Verpackungssystems sind, insbesondere dann, wenn zwei Verpackungen von den Verbrauchern nicht als hundertprozentig austauschbar angesehen werden, ein wesentlicher Faktor bleiben. Viele Auskunftspersonen gaben zu verstehen, dass für sie ein Preisanstieg von 20 % für eine Umstellung auf das alternative Verpackungssystem ausreichen würde. Die Untersuchung hat auch gezeigt, dass die Umstellung hauptsächlich in einer Richtung ablaufen würde, nämlich von Karton auf PET und nicht umgekehrt. Sofern sämtliche sonstigen Faktoren (einschließlich Preis) gleich bleiben, ist dies nicht weiter verwunderlich, da PET als das modernere Material angesehen wird, das insgesamt von den Verbrauchern bevorzugt wird.

⁽⁸⁰⁾ Pictet Report, Seite 5. In der Analyse geht es um Massenverbrauchsmärkte bei CSDs und Wasser; die Analyse macht jedoch auch deutlich, dass das zukünftige PET-Wachstum auch auf der Verwendung von PET-Flaschen mit verbesserten Barriereigenschaften für sauerstoffempfindliche Produkte basieren werde.

3.4.3. Umstellungskosten

(159) Die Marktuntersuchung hat ergeben, dass die Abnehmer nicht bereit wären, bereits installierte Kartonanlagen zugunsten von neuen PET-Anlagen aufzugeben, solange es keine deutlichen Preisunterschiede (weit über 5-10 %) bzw. keine zwingende Verbrauchernachfrage gibt. Dies gilt nicht bei Anschaffung neuer Anlagen zur Aufstockung der Kapazitäten oder als Ersatz für alte ausgediente Anlagen (normalerweise haben PET- und Kartonanlagen eine Lebensdauer von zirka 7-10 Jahren). Überdies sind die Kosten einer Umstellung nicht untragbar, auch wenn sie relativ hoch sind. Die Installation einer neuen PET-Anlage kostet zwischen zirka 1,5 Mio. EUR für eine Standardanlage und rund 7 Mio. EUR für eine keimfreie Anlage mit hohem Durchsatz.

3.4.4. Austauschbarkeit auf der Angebotsseite

(160) Die Kommission stimmt mit der anmeldenden Partei darin überein, dass die mechanischen Prinzipien von Kartonverpackungsmaschinen und SBM-Maschinen sehr unterschiedlich sind und die Technik nicht übertragbar ist. Eine Kartonverpackungsmaschine kann nicht für die Herstellung von PET-Flaschen umgerüstet werden und umgekehrt. Sowohl Tetra als auch ihr kleinerer Wettbewerber, der Kartondeckungsanbieter SIG, konnten auf dem PET-Markt mehr durch Akquisitionen als durch Nutzbarmachung ihrer eigenen Kartonverpackungstechnik Fuß fassen.

(161) Obgleich die Kommission zustimmt, dass keine hinreichende Austauschbarkeit auf Angebotsseite vorliegt, die von sich aus auf einen einzigen Produktmarkt hinweisen würde, kann sie Tetras Argument nicht folgen, wonach beide Sektoren derart verschieden sind, dass das Know-how in dem einen Sektor von keinerlei Nutzen für den anderen Sektor ist. Dies trifft insbesondere für die keimfreie Technik nicht zu. Tetra bringt vor, dass die keimfreie Technik, obgleich ein wichtiger Erfolgsfaktor bei der Kartonverpackung (die meisten der verwendeten Kartons sind keimfrei), bei PET keinerlei Rolle gespielt habe (weniger als 0,5 % der PET-Verpackungen sind keimfrei). Der Grund dafür, dass die keimfreie Technik bei PET nur eine geringe Rolle spielt, ist der, dass es für Produkte verwendet wurde, die keine keimfreie Abfüllung erfordern (z. B. kohlenstoffhaltige Erfrischungsgetränke). Wenn jedoch PET seine Präsenz in den neuen Produktsegmenten ausbaut, wird die keimfreie Abfüllung zu einem Schlüsselfaktor für dessen Erfolg werden. Know-how im Bereich der keimfreien Abfüllung ist deshalb ein wichtiger Faktor, weil es vom Kartonssektor auf den PET-Sektor übertragbar sein könnte.

3.4.5. Fazit zur Konkurrenz zwischen PET-Verpackungssystemen und anderen Verpackungssystemen

(162) Sowohl PET als auch Kartonmaterialien eignen sich zu Verpackungszwecken in den vier relevanten Produktsegmenten (FME, Säfte, FFDs, Tee-/Kaffegetränke) und werden auch tatsächlich in diesen Segmenten verwendet, wobei diese Produktsegmente nahezu die Gesamtheit der kartonverpackten Produkte ausmachen. Eine künftige Zunahme der Verwendung von PET ist daher wahrscheinlich, wobei PET bis zu einem gewissen Grad Marktanteile von Karton übernehmen wird. Aus den vorstehend ausgeführten Gründen und vor allem wegen der noch fehlenden Kreuzpreiselastizität auf der Nachfrageseite gilt jedoch der Schluss, dass PET und Kartonmaterialien aus wettbewerbsrechtlicher Sicht nicht dem selben Produktmarkt angehören, auch wenn ein geringer wechselseitiger Preisdruck vorhanden zu sein scheint.

(163) Zum Zwecke der Marktdefinition gilt daher, dass Kartonverpackungssysteme und PET-Verpackungssysteme (und somit Kartonverpackungsausrüstungen und PET-Verpackungsausrüstungen) getrennte relevante Produktmärkte bilden. Des Weiteren gilt, dass die Substituierbarkeit zwischen beiden Systemen derzeit zwar nicht so zwingend und unmittelbar ist, wie es für die Definition eines einzigen Marktes erforderlich wäre (d. h. sie sind schwache Substitute), doch kann sich dies künftig ändern, da die Barriertechnologie bei PET-Flaschen Fortschritte macht und sich die Kosten für PET- und Kartonverpackungen einander annähern. Deshalb ist nicht auszuschließen, dass in Zukunft diese Märkte so weit zusammenwachsen, dass sie aus wettbewerbsrechtlicher Sicht als zu ein und demselben Produktmarkt gehörig betrachtet werden müssten. Da beide Systeme dieselben Produktsegmente im Bereich der Flüssignahrungsmittelverpackung bedienen, denselben Kundenkreis ansprechen und in zunehmendem Maße mit aseptischen Technologien arbeiten, bilden beide Verpackungssysteme zwei äußerst eng miteinander verwandte Märkte. Die Wechselwirkungen zwischen beiden Systemen werden in Abschnitt V, wo es um die Frage der Marktbeherrschung geht, einer weitergehenden Analyse unterzogen werden müssen.

(164) Ausgehend von der Feststellung, dass die beiden Verpackungssysteme verschiedenen, jedoch eng benachbarten Produktmärkten angehören, ist ferner zu prüfen, ob es bestimmte relevante Produktmärkte für spezifische Ausrüstungsteile innerhalb der jeweiligen Verpackungssysteme gibt. Der Markt wird insbesondere mit Blick auf die gemeinsamen Endprodukte (FMEs, Säfte, FFDs und Tee-/Kaffegetränke) und die Unterscheidung zwischen keimfreien und nicht keimfreien Techniken untersucht.

4. PET-VERPACKUNGSSYSTEME

4.1. **SBM-Maschinen**

(165) SBM-Maschinen dienen der Umwandlung von PET-Vorformlingen oder PET-Harz zur fertigen PET-Flasche. Sie sind in den unterschiedlichsten Ausführungen erhältlich. Die SBM-Maschinenkapazität wird nach Flaschen pro Stunde gemessen (bph = bottles per hour); sie bewegt sich zwischen 1 000 bis 50 000 bph. Die meisten SBM-Maschinen auf dem Markt sind Standard-SBM-Maschinen, mit denen leere herkömmliche PET-Flaschen aus Vorformlingen hergestellt werden. Es gibt jedoch daneben noch Spezial-SBM-Maschinen, mit denen Vorformlinge hergestellt und dann in einem einzigen Arbeitsgang ausgeblasen werden (einstufige Maschinen), SBM-Maschinen, die PET-Flaschen herstellen, die im Heißabfüllverfahren abgefüllt werden können (Hot-fill-Maschinen; diese Flaschen müssen dickwandiger sein, um der eingefüllten heißen Flüssigkeit standhalten zu können), SBM-Maschinen zur Herstellung von Weithalsflaschen zum Abfüllen von Marmelade und Soßen, Preferential Heating-Maschinen zur Herstellung von Behältnissen für Waschmittel und Shampoo sowie „Kombi“-SBM-Maschinen, die das Ausblasen der Flasche und die Abfüllung in einer Maschine vereinen.

4.1.1. **SBM-Maschinen mit niedrigem und hohem Durchsatz**

(166) Die anmeldende Partei argumentiert, der SBM-Maschinenmarkt könne je nach Anzahl der hergestellten Flaschen pro Stunde (bph) in Maschinen mit niedrigem und hohem Durchsatz eingeteilt werden. SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz verfügen über einen Stundenumsatz von weniger als 8 000 bph, SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz über einen Stundenumsatz von mehr als 8 000 bph. Beide Parteien stellen Maschinen mit niedrigem Durchsatz her, im oberen Segment ist nur Sidel tätig. Tetra ist der Ansicht, dass weitere Unterscheidungen zwischen den beiden Kategorien zum Zwecke der Analyse der Wettbewerbsbedingungen im EWR nicht angemessen bzw. nicht erforderlich seien.

(167) Maschinen mit niedrigem und mit hohem Durchsatz weisen erhebliche Unterschiede auf, was die Kommission zu dem Schluss geführt hat, dass sie verschiedenen Produktmärkten angehören. Von der Nachfrageseite her sind sie für einen Kunden mit einem bestimmten Bedarf auf keinen Fall austauschbar. Maschinen mit hohem Durchsatz können nur mit einer ganz bestimmten Technik arbeiten (der Rundlauftechnik), während bei Maschinen mit niedrigem Durchsatz sowohl die Rundlauf- als auch die weniger komplizierte lineare Technik zum Einsatz kommen kann. ⁽⁸¹⁾ Nicht alle SBM-Maschi-

⁽⁸¹⁾ Bei Streckblasmaschinen mit niedrigem Durchsatz kann die lineare Technik zum Einsatz kommen, bei der eine Serie von PET-Vorformlingen in aufeinander folgenden Schubbewegungen durch die SBM-Maschine geschickt wird. Die Rundlauftechnik ermöglicht einen schnellen und flüssigen Durchlauf der Flaschen aufgrund der computergesteuerten Umlaufbewegung um einen komplizierten Karussellradmechanismus.

nen-Zulieferer können Maschinen für jede Durchsatzmenge liefern. Da Maschinen mit hohem Durchsatz eine weitaus kompliziertere Technik erfordern, besteht de facto keine Austauschbarkeit auf Zuliefererseite. Ein Hersteller von SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz kann keine SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz herstellen. Die Barrieren für den Einstieg in das obere Segment sind aufgrund der technischen Anforderungen sehr viel höher als im unteren Segment, weshalb es weniger Hersteller gibt, die in der Lage sind, Maschinen mit hohem Durchsatz herzustellen.

(168) Die Untersuchungen der Kommission haben die Unterscheidung in Maschinen mit niedrigem und mit hohem Durchsatz bestätigt, da die Behauptung der anmeldenden Partei, beide Segmente würden getrennte Produktmärkte bilden, von der überwältigenden Mehrheit der Auskunftspersonen bekräftigt wurde.

4.1.2. **Einstufige und zweistufige SBM-Maschinen**

(169) Die anmeldende Partei führt an, dass es keine Unterscheidung zwischen einstufigen und zweistufigen Maschinen gebe. Beim einstufigen Verfahren läuft die gesamte PET-Flaschenproduktion, von der Eingabe des Harzes bis zur Ausgabe der fertigen PET-Flasche, in einer einzigen integrierten Maschine ab. Beim zweistufigen Verfahren ist die Produktion zweigeteilt, zunächst erfolgt die Herstellung der PET-Vorformlinge in einer Spritzgießmaschine und dann die Umwandlung (Konversion) der Vorformlinge in die fertige PET-Flasche in einer SBM-Maschine. Einstufige Maschinen werden nur im unteren Segment verwendet. Tetra ist der Ansicht, dass einstufige und zweistufige Maschinen zumindest bei einigen Anwendungen im unteren Maschinensegment miteinander in Wettbewerb stehen. Die Kommission vertritt die Ansicht, dass dieser Unterscheidung im Rahmen der Analyse des vorliegenden Vorhabens keine weitere Bedeutung zukommt.

4.1.3. **Heißabfüll-SBM-Maschinen, Weithalsflaschen-Maschinen und Preferential Heating-Maschinen**

(170) Die anmeldende Partei argumentiert weiter, es gebe keine getrennten Märkte für SBM-Maschinen, mit denen Flaschen für die Heißabfüllung oder Pasteurisierung hergestellt werden. Der Markt im EWR für diese Maschinen sei sehr klein, da die Verfahren kaum angewendet würden. Sidel bietet im Gegensatz zu Tetra eine solche Maschine kommerziell an, hat jedoch in den vergangenen drei Jahren [...] im EWR [...] von insgesamt [...] SBM-Maschinen verkauft. Daher ist die anmeldende Partei nicht der Auffassung, dass SBM-Maschinen für die Heißabfüllung als getrennter Produktmarkt eingestuft werden sollten. Dasselbe gelte für Maschinen zur Herstellung von Weithalsflaschen und Preferential Heating-Maschinen.

(171) Diese Unterscheidungen haben keinen größeren Einfluss auf die Analyse des angemeldeten Vorhabens, da Tetra keine Heißabfüll-, Weithalsflaschen- und Preferential-Heating-Maschinen herstellt und weil diese Maschinen im EWR nur begrenzt eingesetzt werden. Für die Prüfung des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens ist es daher nicht erforderlich, für diese Maschinentypen einen eigenen Markt zu definieren.

4.1.4. Kombi-Maschinen

(172) Die anmeldende Partei argumentiert, es gebe keinen eigenen Markt für Kombi-Maschinen, da sie ein Äquivalent zu einer Kombination aus SBM-Maschine und Abfüllmaschine darstellten, die als „schlüsselfertige“ Lösung von anderen Anbietern erhältlich seien oder vom Kunden selbst montiert werden könnten.

(173) Kombi-Maschinen vereinen den Ausblas-, Abfüll- und Verschleißvorgang in einer einzigen Maschine. Die Weiterbeförderung, Lagerung oder das Ausspülen der Flaschen entfällt. Eine Kombi-Maschine braucht weniger Platz und Personal als eine herkömmliche PET-Anlage, zu der eine eigene SBM-Maschine, Förderband, Abfüll- und Verschlussmaschine gehören. Sidel verfügt über folgende Typen von Kombi-Maschinen: die Kombi SRS für stilles Wasser, die Kombi SRG für kohlenensäurehaltige Erfrischungsgetränke, die Kombi SRU (ultrasauber) für „empfindliche“ Produkte (Säfte und FME) sowie die Kombi SRA für die keimfreie Abfüllung von „empfindlichen“ Produkten.

(174) Bei der Kombi-Maschine handelt es sich um eine 1999 von Sidel auf den Markt gebrachte Innovation. Bisher hat Sidel [...] Kombi-Maschinen und [...] keimfreie Kombi-Maschinen [...] verkauft. In ihrer Antwort weist Tetra darauf hin, dass Sidels Wettbewerber, Krones and Procomac/Sipa, ebenfalls vergleichbare Maschinen entwickelt haben, BLOC und SYNCRO, und dass die Procomac/Sipa-Maschine auch in einer keimfreien Version zur Verfügung steht. Da die Kombi-Maschine eine relativ neue Erfindung ist, lässt sich schwer feststellen, ob die Kunden sie im Verhältnis zu den herkömmlichen PET-Anlagen für so weit austauschbar halten, dass sie als Teil des SBM-Maschinenmarktes und/oder des PET-Abfüllmaschinenmarktes betrachtet werden sollte. Es gibt einige Anhaltspunkte dafür, dass die Kombi einen eigenen Produktmarkt bilden könnte. So bietet die Kombi bestimmte Eigenschaften und Vorteile, die sie für gewisse Kunden zur idealen Lösung machen. Laut Werbebroschüre von Sidel verfügt die Kombi über folgende Vorteile: Platzersparnis (bis zu 50 % weniger Platzverbrauch als eine herkömmliche PET-Anlage), erhebliche Einsparungen bei der Sterilisierung und beim Ausspülen der Flaschen, geringere Arbeitskosten (ein Maschinist kann die gesamte Anlage steuern), deutlich verbesserte Abfüllhygiene, vermindertes Kontaminationsrisiko (kein Kontaminationsrisiko zwischen Ausblasvorgang und Abfüllung). In ihrer Antwort behauptet

Tetra, dass die Maschinen von Krones und Procomac/Sipa im Wesentlichen dieselben Vorteile aufweisen. Tetra bringt vor, eine Kombi-Maschine verfüge im Gegensatz zu einer Standardabfüllanlage, die schneller laufen kann, wenn kleine Flaschen abgefüllt werden, nur über eine Standardgeschwindigkeit in Abhängigkeit von der SBM-Komponente. Laut Tetra ist bei einer Kombianlage bei Ausfall einer Komponente das Risiko größer, dass das ganze System zum Stillstand kommt. Offensicht ist jedoch eine Kombi-Maschine billiger ist als eine Kombination aus getrennter SBM- und Abfüllmaschine. Beispielsweise würden deshalb kleine Preisanstiege bei der Kombi-Maschine die Kunden nicht zum Umstieg auf herkömmliche PET-Anlagen bewegen.

(175) Aus den vorbezeichneten Gründen ergibt sich jedoch der Schluss, dass sich die Definition eines eigenen Marktes für Kombi-Maschinen im vorliegenden Fall erübrigt.

4.1.5. Endproduktabhängige Segmentierungen im SBM-Maschinenmarkt

(176) Die anmeldende Partei lehnt eine Analyse des SBM-Maschinenmarktes, bei der das Endprodukt berücksichtigt wird, strikt ab. Tetra argumentiert, erstens seien SBM-Maschinen nicht endproduktspezifisch, zweitens würden sie an alle Getränkehersteller ungeachtet ihres letzten Verwendungszweckes verkauft und drittens kenne der SBM-Maschinenhersteller die beabsichtigte oder derzeitige Verwendung nicht und wüsste noch nicht einmal, ob die mittels der SBM-Maschine hergestellten Flaschen keimfrei abgefüllt würden oder nicht⁽⁸²⁾.

(177) Die Kommission stimmt Tetras Behauptung nicht zu. Es trifft zwar zu, dass die Mehrzahl der SBM-Maschinen „produktneutral“ sind. Dennoch ist eine PET-Verpackungsanlage, wovon die SBM-Maschine nur eine Komponente darstellt, für gewöhnlich auf die spezifischen vom Kunden abgefüllten Produkte zugeschnitten. Dies gilt noch mehr für die sogenannten empfindlichen Produkte, die Barriereigenschaften und sterilisierte bzw. ultrasaubere Bedingungen erfordern. Außerdem gibt es spezielle SBM-Maschinen für Produkte, die in einer Kombi-Maschine heiß oder keimfrei abgefüllt werden. Vor allem wenn es um empfindliche Produkte geht, die besondere Anforderungen stellen, sind daher die Eigenschaften einer PET-Anlage vorgegeben, weshalb eine Standard-PET-Anlage einen unzureichenden Ersatz für die Bedürfnisse von Herstellern „empfindlicher“ Getränke darstellt. Beispielsweise kann eine Sidel-SRS-G-Kombi-Maschine, die für kohlenensäurehaltige Getränke ausgelegt ist, keine Alternative für einen Getränkehersteller darstellen, der Säfte abfüllen will. Für diese Anwendung wäre der Einsatz einer keimfreien SRA Kombi-Maschine erforderlich.

⁽⁸²⁾ Rdnr. 45 der Antwort.

- (178) In jedem Fall kann eine bestimmte Gruppe von Abnehmern für das jeweilige Produkt einen engeren, eigenen Produktmarkt bilden, wenn diese Gruppe der Preisdiskriminierung unterworfen werden könnte. Dies ist für gewöhnlich dann der Fall, wenn zwei Bedingungen erfüllt sind: a) die Gruppe, zu der ein bestimmter Kunde zu dem Zeitpunkt gehört, zu dem er die relevanten Produkte kauft, kann eindeutig ausgemacht werden und, b) ein Handel unter den Abnehmern oder Arbitrage durch Dritte sind nicht möglich⁽⁸³⁾.
- (179) Diese Voraussetzungen sind hier erfüllt. Tetra bringt beispielsweise in der Anmeldung vor, dass SBM-Hersteller „Maschinen oft nach den Wünschen einzelner Kunden anpassen“.⁽⁸⁴⁾ Tatsächlich arbeiten SBM-Hersteller und vor allem Sidel, das sich seines kundenorientierten Ansatzes rühmt, Hand in Hand mit ihren Kunden zusammen, um PET-Anlagen auf deren ganz spezifische Bedürfnisse zuzuschneiden. Sidel arbeitet beim Entwurf der erforderlichen Gussformen (mittels der die Flasche ihre fertige Gestalt erhält) eng mit dem Kunden zusammen und testet die Flasche unter realen Bedingungen in seinem Testzentrum in Le Havre. Sidels Marketing-Broschüre „The World of PET“ erklärt potenziellen Kunden: „Wenn Sie nach einem Partner suchen, der an Ihrer gesamten PET-Produktionsanlage mitwirkt, dann ist Sidel für Sie die erste Adresse. Unser Konzept lautet: Produktionsanlagenintelligenz auf der Grundlage von Ablaufkontrolle. Das heißt, Sidel bietet Ihnen ausgehend von Ihrem Produkt, seiner Verpackung und der gewünschten Kapazität eine maßgeschneiderte, schlüsselfertige Lösung an.“⁽⁸⁵⁾
- (180) Überdies erfolgen sämtliche SBM-Maschinenbestellungen auf der Grundlage von Ausschreibungen. Jeder Maschinenverkauf ist das Ergebnis individueller Verhandlungen, bei denen bisweilen erhebliche Abschläge gegenüber der Preisliste eingeräumt werden. Die Untersuchung der Kommission hat ergeben, dass Sidel einzelnen Kunden bisweilen Abschläge in Höhe von bis zu [...] auf die Preisliste eingeräumt hat. In ihrer Anmeldung erklärt Tetra, dass der „Preis oftmals anhand der spezifischen Bedürfnisse des einzelnen Kunden für das jeweilige Geschäft ausgehandelt [wird].“⁽⁸⁶⁾ Die Kommission glaubt daher, dass ein SBM-Maschinenanbieter zum Zeitpunkt des Verkaufs sehr genau wissen wird, wie und für welches Endprodukt die Maschine eingesetzt werden wird. Die mit der SBM-Maschine gelieferten und für jeden einzelnen Kunden speziell angefertigten Gussformen sind ebenfalls nicht produktneutral.
- (181) Tatsächlich konnte Sidel im Laufe des Jahres 2001 bei der Mehrheit seiner erfolglosen Gebote für SBM-Maschinen den Verwendungszweck feststellen. Auch
- Tetra war in der Lage, gegenüber der Kommission genau anzugeben, wofür die gelieferten SBM-Maschinen eingesetzt werden. Die Bestimmung des Endproduktes, das mit der Maschine verpackt wird, wird insbesondere dort möglich sein, wo auch Karton als Verpackungsmaterial präsent ist. Abnehmer von SBM-Maschinen, die z. B. flüssige Molkereierzeugnisse oder Saft verpacken wollen, sind leicht zu identifizieren, und die Kommission fand nur wenige Kunden, die beide Endprodukte verpacken. Auch Tetra konnte die Abnehmer von SBM-Maschinen nach dem Verpackungsprodukt bestimmen und übermittelte der Kommission Einzelheiten hierzu⁽⁸⁷⁾.
- (182) Auch Arbitrage ist bei SBM-Maschinen nahezu unmöglich. Die anmeldende Partei bringt vor, es gebe einen Gebrauchtmarkt für SBM-Maschinen, auf dem Arbitrage stattfinden könnte. Die Marktuntersuchung der Kommission ergab jedoch, dass sich der Gebrauchtmarkt für SBM-Maschinen im Allgemeinen auf den Verkauf überholter Technik beschränkt, sehr klein ist und deshalb Preisdiskriminierung nicht verhindern wird. Auf dem Gebrauchtmarkt sind im Wesentlichen Maschinen zu finden, die 10-15 Jahre alt sind und die nach Ost-/Südosteuropa verkauft werden. Vom Standpunkt der Abnehmer aus gesehen liegt deshalb der Schluss nahe, dass für einen SBM-Maschinenhersteller Preisdiskriminierungen je nach Endverwendungszweck möglich sind.
- (183) In Anbetracht der vorbezeichneten Gründe ist die Kommission der Ansicht, dass eine Preisdiskriminierung durch SBM-Maschinenhersteller je nach Verwendungszweck der Maschinen möglich ist. Tetras Wirtschaftsberater versuchten, diese Argumente mittels einer Untersuchung der sich aus der Endverwendung einer SBM-Maschine ergebenden Möglichkeiten einer Preisdiskriminierung durch Sidel zu widerlegen. Sie prüften, ob es in der Vergangenheit nachweislich eine auf der Endverwendung basierende Preisdiskriminierung gegeben habe und gelangten zu dem Schluss, dass nichts darauf hindeute, dass die Gewinnspannen von Sidel bei Maschinen mit hohem Durchsatz in Abhängigkeit von der Endverwendung variiert hätten⁽⁸⁸⁾. Die Kommission hat jedoch die angewandte Regressionsanalyse geprüft und dabei festgestellt, dass die Berechnung nicht stichhaltig ist⁽⁸⁹⁾. Bei ihrer eigenen Berechnung anhand der von den Parteien zur Verfügung gestellten Daten und nach Einsetzung weiterer Erklärungsvariablen⁽⁹⁰⁾, [Informationen
-
- (83) Rdnr. 43 der Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft (ABl. C 372/03).
- (84) Rdnr. 47, Seite 18 der Anmeldung.
- (85) The World of PET, Veröffentlichung von Sidel, Seite 8, Hervorhebung hinzugefügt.
- (86) Siehe Rdnr. 69, Seite 28 der Anmeldung.
- (87) In dem Vertrag mit der Graham Machinery Group über den Verkauf von EBM-Maschinen zur Herstellung von HDPE-Flaschen konnten Tetra und Graham exakt die zulässige Endverwendungszwecke der EBM-Maschinen angeben. [...]*
- (88) Mitteilung der Wirtschaftsberater der anmeldenden Partei vom 30. August 2001.
- (89) Die Eignung des Modells war insgesamt gering, da wichtige Variablen wie z. B. die Kapazität der Maschinen in der Regressionsanalyse nicht berücksichtigt wurden. Die Regression ergab, dass die Gewinnspannen zufällig sind, was eindeutig nicht realistisch ist. Angesichts der Auslassung von Parametern könnte die Fehlervariable mit verwendeten Variablen korreliert werden, was eine mögliche Ursache für fehlende Stichhaltigkeit sein kann.
- (90) Kapazität, Zeitrend, fiktive Variablen für Öl, CSD oder Bier, Wasser, Firmen in Deutschland, Frankreich und Großbritannien.

zu Sidels Preispolitik]*. Nach der mündlichen Anhörung brachten die Parteien weitere Argumente vor. Die Kommission hält jedoch ihre Schlussfolgerung nach wie vor für richtig.

4.1.6. SBM-Durchsatz in den Endverwendungssegmenten

(184) In ihrer Antwort hielt Tetra daran fest, dass die Einteilung nach dem Verwendungszweck, wenn überhaupt, dann auf Maschinen mit niedrigem und mittlerem Durchsatz beschränkt werden müsse. Tetra zufolge müsse die Kommission die Verwendung von SBM-Maschinen in den „empfindlichen“ Getränkesegmenten auf jeden Fall gesondert betrachten. Laut Tetra sind die zur Herstellung von Flaschen für die Abfüllung „empfindlicher“ Getränke verwendeten SBM-Maschinen größtenteils Maschinen mit niedrigem Durchsatz (8 000 bph) oder bestenfalls Maschinen, die mit mittleren Geschwindigkeiten laufen (8 000 bis 15 000 bph). Tetra erklärt diesen Umstand damit, dass „empfindliche“ Getränke derzeit Nischengetränke seien und die Getränkehersteller zur Befriedigung der geringen Nachfrage deshalb Maschinen mit niedrigem Durchsatz verwendeten.

(185) Die Kommission kann der Argumentation von Tetra nicht zustimmen. Die von der anmeldenden Partei in ihrer Antwort⁽⁹¹⁾ vorgelegten Daten zeigen, dass die durchschnittliche Geschwindigkeit der im EWR zwischen 1995-2000 für „empfindliche“ Getränke verwendeten SBM-Maschinen de facto bei mehr als 8 000 bph lag und Maximalgeschwindigkeiten von 19 600 bph erreicht wurden. Infolgedessen sollten diese SBM-Maschinen allesamt als Maschinen mit hohem Durchsatz klassifiziert werden. Die Tatsache, dass Maschinen mit niedrigem Durchsatz von Herstellern „empfindlicher“ Produkte bei erstmaliger Installation einer PET-Verpackungsanlage verwendet werden, bedeutet außerdem nicht, dass bei zunehmender Bedeutung von PET und zunehmender Nachfrage nicht auch Maschinen mit höheren Kapazitäten zum Einsatz kommen können. Tatsächlich verfügt das innovative Kombi System SRA von Sidel, das speziell für keimfrei abgefüllte Produkte mit langer Haltbarkeit (Tee, aromatisiertes Wasser, isotonische Getränke, Säfte und eventuell Milchprodukte mit UV-Barriere-Verpackung) entwickelt wurde, über eine nominale Kapazität von 25 200 bph für 1-Liter-Flaschen, was nahe legt, dass Sidel von einer künftigen Abfüllung dieser Getränke durch Maschinen mit hohem Durchsatz ausgeht.

(186) In Anbetracht der vorbezeichneten Gründe ist die Behauptung, dass nur Maschinen mit niedrigem Durchsatz für „empfindliche“ Getränke verwendet werden, nicht zutreffend. Die Kommission ist der Auffassung, dass die Entscheidung, in eine PET-Abfüllanlage zu investieren, von der Nachfrage abhängt, d. h. dann erfolgen wird,

wenn ein Getränkehersteller einen Verbraucherbedarf bei PET-Verpackungen sieht. Sie kommt deshalb zu dem Schluss, dass je nach Produktmenge, die ein Getränkehersteller abfüllen möchte, sowohl Maschinen mit hohem als auch mit niedrigem Durchsatz für „empfindliche“ Getränke verwendet werden können.

4.1.7. Fazit bezüglich der Marktdefinition für SBM-Maschinen

(187) In Anbetracht der vorbezeichneten Gründe gilt daher folgender Schluss: SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz bilden einen von SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz getrennten Markt. Die Definition gesonderter Märkte für einstufige SBM-Maschinen (die von der Marktanalyse ausgenommen werden und im oberen Maschinensegment sowieso nicht vertreten sind), SBM-Maschinen für die Heißabfüllung und für sog. Weithals-Anwendungen, Preferential-Heating-Maschinen und Kombi-Maschinen erübrigt sich hingegen.

(188) Wegen der spezifischen Eigenschaften der „empfindlichen“ Produkte und der Möglichkeit der Preisdiskriminierung gilt ferner der Schluss, dass jeder Kundenkreis, der die Maschinen einem speziellen Verwendungszweck zuführt, einen gesonderten Produktmarkt bildet. Dies gilt insbesondere für die vier „empfindlichen“ Produktsegmente FMEs, Saft, FFDs und Tee-/Kaffegetränke. Abnehmer, die diese Produkte abfüllen, können leicht identifiziert und vom Hersteller gezielt angesprochen werden.

4.2. Barrieretechnik

(189) Bei PET handelt es sich um ein gasdurchlässiges Material. Damit PET wirksam zur Verpackung von sauerstoff- und CO₂-empfindlichen Produkten verwendet werden kann (CSDs in kleinen Packungen, Bier, Säfte, Tee-/Kaffegetränke und in geringerem Umfang FMEs), müssen die Barriereigenschaften von PET durch spezielle Barriertechniken verbessert werden. Diese Barrieren sollen verhindern, dass Sauerstoff und (in Kunststoff vorhandene) Aldehyde durch die Verpackung dringen und den Inhalt beeinträchtigen und dass Kohlendioxid aus der Verpackung entweicht und somit der Kohlensäuregehalt von Bier, kohlenstoffhaltigem Mineralwasser und von kohlenstoffhaltigen Erfrischungsgetränken abnimmt. Mit Barriertechniken versehene PET-Flaschen verlängern die Haltbarkeit des verpackten Produktes erheblich.

(190) Die anmeldende Partei bringt vor, dass die Barriertechnik einen eigenen relevanten Produktmarkt bilde, zu dem sämtliche Produkte und Verfahren gehören, mittels derer die Barriereigenschaften von PET verbessert werden können.

⁽⁹¹⁾ Antwort, Seite 27.

- (191) Die Barriere-Techniken können in vier Hauptkategorien eingeteilt werden: 1. Mehrschichttechnik (Kombination aus einem Standard-PET-Kunststoff und einem Barriere-material, bisweilen auch in Verbindung mit Oxidationsmitteln), 2. Spritzbeschichtungen (Barrieren, die auf die Außenseite der Flasche in einem separaten Arbeitsgang nach dem Ausblasvorgang aufgespritzt werden), 3. Plasmabeschichtungen (Innen- und Außenbeschichtungen) und 4. Einschicht-PET mit verbesserten Eigenschaften (verbessertes PET-Harz, das die erforderlichen Barriereigenschaften aufweist).
- (192) Mehrschichttechniken sind am längsten auf dem Markt und gelten daher als die gängige Technik. Bei der Mehrschichttechnik wird ein herkömmlicher PET-Kunststoff mit einem Barriere-material und bisweilen zudem mit Oxidationsmitteln kombiniert⁽⁹²⁾. Der Hersteller stellt entweder gleich aus den Rohstoffen einen mehrschichtigen Vorformling her (co-injection) oder überzieht den herkömmlichen Vorformling mit dem Barriere-material (over-injection). Mehrschicht-Vorformlinge werden in einer herkömmlichen SBM-Maschine ausgeblasen.
- (193) Bei der Spritzbeschichtung wird die Barriere durch Besprühen der Außenseite der fertigen PET-Flasche in einem separaten Arbeitsgang nach dem Ausblasvorgang aufgebracht. Für den Überzug der Flaschen ist eine spezielle Maschine erforderlich; zu ihrer Herstellung kommen jedoch nach wie vor herkömmliche SBM-Maschinen zum Einsatz.
- (194) Plasmabeschichtungen sind die neueste Technik. Bei der Plasmabeschichtung wird eine dünne Schicht aus entweder amorphem Kohlenstoff (Sidels Actis) oder Silikonoxid SiOX (Tetras Glaskin) auf die Innenseite oder die Außenseite der Flasche in einem separaten, dem Ausblasvorgang in einer herkömmlichen SBM-Maschine nachgeschalteten Arbeitsgang aufgebracht. Spezielle eigentumsrechtlich geschützte Maschinen sind zur Anbringung der Plasmabeschichtungen auf die fertige Flasche erforderlich. Plasmabeschichtungen sind auf dem Markt noch nicht weit verbreitet.
- (195) Einschichtiges Barriereharz schließlich ist ein verbessertes Harz, das die Barriereigenschaften bereits besitzt und nicht weiter behandelt werden muss. Dieses Material kann für die Herstellung von Standard-Vorformlingen verwendet werden, die anschließend in herkömmlichen SBM-Maschinen zu Flaschen ausgeblasen werden, die die erforderlichen Barriereigenschaften bereits enthalten. Einschichtiges PET wurde noch nicht auf den Markt gebracht, die Markteinführung wird jedoch in Kürze erwartet⁽⁹³⁾.
- (196) Die Parteien sind durch Actis (Sidel) und Glaskin (Tetra) sowohl auf dem Gebiet der Plasmabeschichtungen aktiv als auch dem Gebiet der Mehrschichttechnik durch die Sealica-Technik⁽⁹⁴⁾ (Tetra). Obgleich jede dieser Techniken einen leicht unterschiedlichen Lösungsansatz für das Barriereproblem darstellt, ist die anmeldende Partei der Auffassung, dass es keine Grundlage für eine Definition getrennter Märkte gebe.
- (197) Die Kommission hat eine umfassende Befragung durchgeführt, um festzustellen, ob Barriere-Techniken getrennte Produktmärkte darstellen oder nicht und ob insbesondere Plasmabeschichtungen (hier überschneiden sich die Aktivitäten der Parteien) einen eigenen Produktmarkt bilden können. Die meisten der Marktauskunftspersonen, darunter auch Unternehmen mit großer Erfahrung auf dem Gebiet der Barriere-Technik, sowie unabhängige Studien bestätigten Tetras Behauptung, dass zum gegenwärtigen Zeitpunkt sämtliche Barriere-Techniken von der Nachfrageseite her austauschbar sind, da sie identische oder zumindest vergleichbare Ergebnisse liefern⁽⁹⁵⁾. [...] hat beispielsweise Bier in Mehrschicht-Flaschen auf den Markt gebracht und testet ebenfalls plasmabeschichtete Flaschen. [...] verwendet in einigen Ländern die Mehrschichttechnik und in anderen Ländern die eigene Plasmabeschichtungstechnik. Das Endprodukt kann von den Verbrauchern nicht unterschieden werden.
- (198) Zudem ist die Barriere-Technik ein aufstrebender Markt. Die Marktuntersuchung hat ferner gezeigt, dass bisher keine einzelne Barriere-Technik als klarer „Sieger“ hervorgegangen ist, obgleich einiges darauf hindeutet, dass die — relativ ausgereiften — Plasmatechniken der Parteien über einige Kostenvorteile verfügen. Die Untersuchung der Kommission hat ergeben, dass einige unabhängige Dritte auf dem Gebiet der Barriere-Technik aktiv Forschung betreiben und kurz vor der Vermarktung neuer einschichtiger Techniken stehen, die größere Kostenvorteile als Plasmabeschichtungen bieten und außerdem den Vorteil haben, dass das Material als Standard-PET auf herkömmlichen SBM-Maschinen (d. h. die Technik ist nicht maschinenspezifisch) ohne zusätzlichen Kapitalaufwand verarbeitet werden könnte.
-
- (92) Oxidationsmittel sind aktive chemische Substanzen, die in PET-Flaschen gemeinsam mit Barriere-materialien verwendet werden. Während Barriere-materialien als passiver Schutz gegen Gase von außen fungieren, binden Oxidationsmittel bereits in der Flasche vorhandenen Sauerstoff.
- (93) Die Parteien haben argumentiert, dass andere Materialien, z. B. PEN (Polyethylenphthalat) oder Borex (ein modifiziertes Copolymer), mit zu dieser Kategorie gezählt werden sollten. Diese Materialien sind wesentlich teurer als PET; außerdem kann Borex nicht auf PET-SBM-Maschinen verarbeitet werden. Die Kommission kommt daher zu dem Schluss, dass sie nicht in den relevanten Produktmarkt miteinbezogen werden sollten.
- (94) Tetra hat kürzlich den Einsatz der Sealica-Technik eingestellt.
- (95) Ob jedoch Techniken für andere Kunststoffe als PET (d. h. die HDPE-Mehrschichtenanwendungen und verbesserte Werkstofftechniken wie Borex und die PEN-Techniken) zum selben Markt gehören, wie die Parteien meinen, ist allerdings fraglich, weshalb die Kommission beschlossen hat, sie vom relevanten Produktmarkt auszuschließen. Ein Ausschluss dieser Materialien führt zu einer Vergrößerung des Marktanteils der Parteien, ändert jedoch nichts an der wettbewerbsrechtlichen Würdigung.

(199) Hieraus folgt, dass die PET-Barriertechniken Mehrschichttechnik, Plasmabeschichtung, Barrierebeschichtungen und einschichtige Lösungen Teil ein und desselben Produktmarktes sind. Die Kommission schließt jedoch die Möglichkeit nicht aus, dass eine der Techniken (am wahrscheinlichsten die Einschichttechnik oder die Plasmabeschichtung) in Zukunft aufgrund ihrer technischen Merkmale und Kostenvorteile einen eigenen Produktmarkt bildet.

4.3. **PET-Abfüllmaschinen (keimfrei — nicht keimfrei)**

(200) Die anmeldende Partei hat argumentiert, dass PET-Abfüllmaschinen in zwei unterschiedliche Produktmärkte eingeteilt werden sollten: keimfreie und nicht keimfreie Abfüllmaschinen.

(201) Die Kommission ist zu dem Schluss gelangt, dass keimfreie und nicht keimfreie Verpackungssysteme unterschiedliche Produktmärkte bilden. Die Marktuntersuchung der Kommission hat insbesondere in Bezug auf PET-Abfüllmaschinen bestätigt, dass keimfreie und nicht keimfreie Techniken weder von der Nachfrage- noch von der Angebotsseite her austauschbar sind. Keimfreie Abfüllmaschinen füllen ein Produkt unter sterilen Bedingungen ab, wodurch eine längere Haltbarkeit erzielt wird. Sie sind technisch weitaus komplizierter als nicht keimfreie Abfüllmaschinen und werden gewöhnlich für andere Arten von Produkten, die sogenannten „empfindlichen“ Produkte FME, Säfte, Tee-/Kaffegetränke, eingesetzt. Hieraus wurde der Schluss gezogen, dass keimfreie und nicht keimfreie PET-Abfüllmaschinen zu unterschiedlichen Produktmärkten zählen.

(202) Die anmeldende Partei hat argumentiert, dass keimfreie PET-Abfüllmaschinen nicht mit anderen keimfreien Abfüllmaschinen, insbesondere nicht mit keimfreien HDPE-Abfüllmaschinen und PET-Maschinen für das Heißabfüllverfahren, austauschbar seien. HDPE-Abfüllmaschinen werden fast ausschließlich zur Verpackung von H-Milch verwendet und weisen erhebliche technische Unterschiede auf, die sie von keimfreien PET-Abfüllmaschinen unterscheiden. Nicht alle Hersteller können beide Maschinentypen anbieten. Diese Unterschiede könnten jedoch in Zukunft verschwinden, da einige Marktteilnehmer, darunter Tetra (LFA-20 ON), Maschinen entwickeln, die von keimfreier HDPE-Abfüllung auf keimfreie PET-Abfüllung und umgekehrt umgestellt werden können.

(203) Bei der Heißabfüllung handelt es sich um ein nicht keimfreies Verfahren für Getränke mit hohem Säuregehalt (hauptsächlich Säfte), bei dem die Sterilisierung durch Erhitzung des Getränks auf zirka 80 Grad Celsius und die Abfüllung in die PET-Flaschen bei dieser Temperatur erreicht wird. Die Heißabfüllung erzielt eine ähnlich lange Haltbarkeit wie die keimfreie PET-Abfüllung, wirkt sich jedoch auf den Geschmack des Produkts aus. Die Verbraucher sprechen im Allgemeinen keimfrei

abgefüllten Produkten einen frischeren Geschmack zu. Die Heißabfüllung ist im EWR weniger verbreitet, in Nordamerika dagegen gang und gäbe. Heißabfüllmaschinen verwenden außerdem eine andere Technik, die der einfacheren nicht keimfreien Abfülltechnik näher steht. Die Flaschen müssen aufgrund der erforderlichen Hitzebeständigkeit dickwandiger als herkömmliche PET-Flaschen sein. Die Austauschbarkeit auf der Nachfrage- oder Angebotsseite ist daher gering.

(204) Hieraus folgt, dass keimfreie und nicht keimfreie PET-Abfüllmaschinen zwei unterschiedliche Produktmärkte darstellen.

4.4. **PET-Vorformlinge (PET-Preforms)**

(205) Die anmeldende Partei hat vorgebracht, dass es einen eigenen Markt für Vorformlinge gebe. Bei PET-Vorformlingen handelt es sich um zur Weiterverarbeitung bestimmte Röhren aus PET-Harz, aus denen in der SBM-Maschine die fertige Flasche entsteht. Man unterscheidet zwei Arten von Vorformlingen: herkömmliche Harz-Vorformlinge und Vorformlinge mit verbesserten Barriereigenschaften. Vorformlinge werden gewöhnlich von reinen Flaschenherstellern hergestellt und an Getränkehersteller zur Herstellung von Flaschen verkauft oder von ihnen selbst zu Flaschen weiterverarbeitet. Barriereverbesserte Vorformlinge werden für sauerstoff- und lichtempfindliche Produkte verwendet. Herkömmliche und barriereverbesserte Vorformlinge sind nicht substituierbar; dies gilt sowohl für die Nachfrageseite (ein Standard-Vorformling kann beispielsweise nicht zur Abfüllung eines sauerstoffempfindlichen Produkts verwendet werden) als auch für die Angebotsseite (bei den Standard-Vorformlingen handelt es sich um Massenware, während barriereverbesserte Vorformlinge besondere Techniken verlangen, über die nicht alle Anbieter von herkömmlichen Vorformlingen verfügen.)

(206) Daher gilt der Schluss, dass Vorformlinge einen eigenen Produktmarkt bilden, da anscheinend weder von der Nachfrage- noch von der Angebotsseite her ein Austauschprodukt zur Verfügung steht. Anwender von SBM-Maschinen können zur Herstellung von PET-Flaschen nur PET-Vorformlinge verwenden. Hersteller anderer Kunststoffarten können ihre Produktion nicht auf PET-Vorformlinge umstellen. Darüber hinaus bilden herkömmliche und barriereverbesserte Vorformlinge eigene Teilmärkte.

5. KARTONVERPACKUNGSSYSTEME

(207) Nach Aussage der anmeldenden Partei gibt es vier verschiedene relevante Produktmärkte innerhalb des Kartonverpackungssektors: keimfreie Kartonverpackungsmaschinen, keimfreie Kartons, nicht keimfreie Kartonverpackungsmaschinen und nicht keimfreie Kartons.

- (208) Bei der Kartonverpackung wird vorgefertigtes, jedoch noch nicht gefaltetes („flaches“) Kartonmaterial in eine Kartonabfüllmaschine eingeführt, in der es sowohl gefaltet als auch abgefüllt wird. Das keimfreie und das nicht keimfreie Herstellungsverfahren umfasst zwei Schritte: Produktion und Lieferung des Kartonmaterials und Herstellung und Lieferung der Kartonabfüllmaschinen. Das Kartongrundmaterial wird bedruckt, gefalzt, laminiert und in Rollen oder Rohlinge zugeschnitten. Keimfreier Karton bedarf eines zusätzlichen Verfahrens, bei dem zwischen zwei Polyethylenschichten eine Aluminiumschicht eingeschweißt wird, die als Barriere gegen das Eindringen von Sauerstoff, Geschmacksstoffen und Licht dient. Der Karton wird dann in die Abfüllmaschine eingeführt, wo er an der Unterseite verschlossen, mit der Flüssigkeit gefüllt und anschließend oben verschlossen wird. In keimfreien Maschinen wird der Karton zunächst durch ein steriles Bad geführt und dann mit steriler Luft getrocknet.
- (209) Die Kommission hat den relevanten Kartonverpackungsmarkt in früheren Entscheidungen, die ebenfalls Tetra betrafen, definiert. Diese Definition wurde vom Gericht erster Instanz bestätigt⁽⁹⁶⁾. Die anmeldende Partei bestreitet diese Definition nicht und die Marktuntersuchung hat gezeigt, dass auf dem Kartonverpackungsmarkt keine wesentlichen Veränderungen stattgefunden haben, die eine andere Definition des Kartonausrüstungsmarktes rechtfertigen würden. Somit gilt, dass es vier unterschiedliche Produktmärkte gibt: keimfreie Kartonverpackungsmaschinen, keimfreie Kartons, nicht keimfreie Verpackungsmaschinen und nicht keimfreie Kartons.

C. RELEVANTE GEOGRAFISCHE MÄRKTE

- (210) Die anmeldende Partei vertritt die Ansicht, der relevante geografische Markt für PET-Verpackungsausrüstungen (d. h. SBM-Maschinen, Barriertechniken und Abfüllmaschinen) sowie Vorformlinge erstrecke sich mindestens über den gesamten EWR, da sämtliche Anbieter im gesamten EWR tätig seien und ihre Ausrüstungsgüter grenzüberschreitend lieferten bzw. dazu in der Lage seien.
- (211) Die Untersuchungen und Analysen der Kommission haben die Ansicht weitgehend bestätigt, dass der relevante geografische Markt für PET-Verpackungsausrüstungen und Vorformlinge der EWR ist. Anbieter außerhalb des EWR verfügen über eine äußerst begrenzte Präsenz auf dem EWR-Markt. Dies gilt generell für Anlagen zur Verpackung von Flüssigkeiten und somit auch für Kartonverpackungsausrüstungen⁽⁹⁷⁾.

⁽⁹⁶⁾ Siehe Tetra Pak/Alfa-Laval (zitiert in Fußnote 11).

⁽⁹⁷⁾ Das Gericht erster Instanz befand, dass der Markt für Kartonverpackungsmaschinen sich über die gesamte Gemeinschaft erstreckt (siehe Fall Tetra Pak II (EuGel), (zitiert in Fußnote 11), Rdnm. 86-99). Die Marktuntersuchung der Kommission hat bestätigt, dass es keine wesentlichen Veränderungen innerhalb des Marktes gab und dass deshalb die Einschätzung des Gerichtshofes weiterhin relevant bleibt.

- (212) Hieraus folgt, dass der relevante geografische Markt für sämtliche der vorgenannten Produktmärkte der EWR ist.

D. WETTBEWERBSRECHTLICHE WÜRDIGUNG

- (213) Die Marktuntersuchung und Analyse der Kommission haben ergeben, dass das Zusammenschlussvorhaben Tetras beherrschende Stellung auf dem Markt für keimfreie Kartonverpackungsmaschinen und keimfreie Kartons verstärken und zu einer beherrschenden Stellung auf dem Markt für PET-Verpackungsausrüstungen und insbesondere für SBM-Maschinen (mit niedrigem und hohem Durchsatz) in den „empfindlichen“ Produktsegmenten FMEs, Säfte, FFDs und Tee-/Kaffeetränke, führen könnte.
- (214) Die künftige beherrschende Stellung des fusionierten Unternehmens in zwei unmittelbar benachbarten Märkten, die mit einer beachtlichen Stellung auf einem dritten Markt (EBM-Maschinen und HDPE-Abfüllmaschinen) einhergeht, wird sehr wahrscheinlich dessen Position auf beiden Märkten noch weiter ausbauen, den Markteintritt erschweren, die Bedeutung der Wettbewerber weiter schmälern und zu einer monopolistischen Struktur des Gesamtmarktes für die keimfreie und nicht keimfreie Verpackung „empfindlicher“ Produkte im EWR führen.

1. TETRAS DERZEITIGE BEHERRSCHENDE STELLUNG BEI KEIMFREIEM KARTON UND FÜHRENDE STELLUNG BEI NICHT KEIMFREIEM KARTON

- (215) Über die konzerneigene Gruppe Tetra Pak ist Tetra auf die Entwicklung, Herstellung und den Verkauf von Systemen für die Verarbeitung, Verpackung und den Vertrieb von Flüssignahrungsmitteln spezialisiert. Zum Tetra-Geschäft gehören Kartonverpackungen, wo das Unternehmen Weltmarktführer ist, und seit 1990 auch Kunststoffverpackungen und Prozessanlagen. Tetra stellt insbesondere Kartonverpackungsmaterial (Tetra Brik, Tetra Rex und Tetra Top Kartons für die nicht keimfreie Verpackung und Tetra Brik Aseptic Karton für die keimfreie Verpackung), die dazu gehörigen Abfüllmaschinen und nachgeordnete Anlagen und Maschinen, die die Kartons vertriebsfertig machen, her. Tetra ist das einzige Unternehmen auf der Welt, das in der Lage ist, seine Kunden mit Systemen zu beliefern, die Prozesstechnik mit Verpackungstechnik und Technik, die die Produkte vertriebsfertig machen, verbinden. Zum Kernbereich des Unternehmens gehören flüssige Molkereierzeugnisse, Käse, Getränke und Fertiggerichte⁽⁹⁸⁾. Tetras Jahresabschluss 1999 weist für dieses Jahr folgende Aufteilung für in TetraPak-Verpackungen verpackte Produkte aus: H-Milch [...]*, Säfte und Getränke ohne Kohlensäure [...]*, pasteurisierte Frischmilch [...]* und sonstige Produkte [...]*.

⁽⁹⁸⁾ Jahresbericht der Tetra Laval Gruppe (2000), Seiten 6, 14 und 15.

- (216) In ihrer Entscheidung vom 24. Juli 1991 ⁽⁹⁹⁾ befand die Kommission, dass Tetra auf dem Markt für keimfreie Kartonverpackungsmaschinen und keimfreie Kartons eine beherrschende Stellung einnimmt. Dieses Urteil wurde sowohl vom Gericht erster Instanz ⁽¹⁰⁰⁾ als auch vom Gerichtshof ⁽¹⁰¹⁾ bestätigt. In einer Entscheidung aufgrund der Fusionskontrollverordnung stellte die Kommission ebenfalls eine beherrschende Stellung von Tetra fest (Fall Nr. IV/M.68 — Tetra Pak/Alfa-Laval ⁽¹⁰²⁾). Die Faktoren, welche die Kommission und den Gerichtshof zu diesem Schluss führten, werden nachstehend ausgeführt.
- (217) Der Gerichtshof kam in Bezug auf keimfreie Kartonverpackungsmaschinen und keimfreie Kartons zu dem Schluss, dass Tetras Anteil an diesen Märkten bei jeweils zirka 90 % liegt. Er hielt es für erwiesen, dass ein Marktanteil dieser Größenordnung Tetra Pak zu einer Marktstellung verhilft, die das Unternehmen zu einem unausweichlichen Partner für Verpackungsgesellschaften macht und ihm die für eine beherrschende Stellung charakteristische Handlungsfreiheit gewährt. Die Kommission lag deshalb richtig, wenn sie die Auffassung vertrat, dass derartige Marktanteile in Ermangelung außerordentlicher Umstände an sich schon der Beweis für das Bestehen einer beherrschenden Stellung sind. Der Gerichtshof berücksichtigte auch das Vorhandensein nur eines einzigen Wettbewerbers (PKL, der später mit SIG fusionierte) mit einem Anteil von rund 10 % an diesen Märkten. Er befand ferner, dass die vorhandenen technologischen Schranken und die Existenz von Patenten den Eintritt neuer Wettbewerber in den Markt für keimfreie Maschinen erschweren. Sämtliche dieser Faktoren trugen nach Auffassung des Gerichtshofes zur Erhaltung und weiteren Verstärkung der beherrschenden Stellung von Tetra Pak auf den Märkten für keimfreie Maschinen und keimfreie Kartons bei.
- (218) Die Marktuntersuchung der Kommission bestätigte fast durchweg, dass sich an der Situation im Kartonverpackungssektor während der vergangenen 5 Jahre (bis 2001) nichts geändert hat, was die Kommission dazu veranlassen könnte, ihre Einschätzung bezüglich der Stellung von Tetra auf dem Markt für keimfreie Kartons zu revidieren. Kurzum: Tetra ist bei keimfreiem Karton aufgrund folgender Faktoren weiterhin marktbeherrschend: anhaltend hohe Marktanteile (im Bereich von 80 %), schwache Stellung der Wettbewerber (SIG mit [10-20 %]* und zwei kleinere Wettbewerber, Elopak, International Paper und VarioPak, mit höchstens [0-10 %]*), Komplexität der Technologie und technologische Zutrittsschranken, besonders beim Know-how im keimfreien Bereich, und die Überlegenheit von Tetras Technik (SIG kann mit Tetras Endlos-Rollen-System für keimfreie Kartons nicht mithalten), Patente (viele kurz vor dem Erlöschen, doch kommen jedes Jahr neue hinzu) und schließlich die überragende Bedeutung der dokumentierten Produktionskontrolle bei der keimfreien Verpackung (Kunden verlangen Garantien für die Sterilität des Produkts). Dies alles erschwert den Markteintritt für Wettbewerber außerordentlich. Hinzu kommen die Größe, die Forschungs- und Entwicklungskapazitäten, die Finanzstärke und die internationale Präsenz von Tetra (Service- und Verkaufsstellen in aller Welt), die das Unternehmen zu einem unausweichlichen Geschäftspartner für Hersteller von Flüssignahrungsmitteln machen, die ihre Flüssigkeiten in Karton und insbesondere in keimfreiem Karton verpacken wollen.
- (219) Laut den von der anmeldenden Partei vorgelegten Zahlen entfallen auf Tetra zirka 80 % des EWR-Marktes für die Verpackung von Flüssignahrungsmitteln in keimfreiem Karton (gemessen am Umsatz), während auf die Wettbewerber (International Paper, SIG, Elopak und Variopak) im Jahr 2000 zusammen ungefähr 20 % entfielen. Bemisst man Tetras Marktstellung auf der Grundlage von hergestellten Verpackungen (in Millionen Stück) oder nach verpackten Litern (in Millionen Litern), ergibt sich derselbe Marktanteil. Bei keimfreien Abfüllmaschinen betrug Tetras Marktanteil im EWR nach eigenen Angaben im Jahr 2000 [70-80 %]* ([...]* Anlagen); auf ihre Wettbewerber entfiel damit zusammen ein Anteil von etwa [20-30 %]* ([...]* Anlagen). Tetras Marktanteil bei der keimfreien Verpackung bestimmter Endprodukte im Jahr 2000 sieht wie folgt aus: keimfreie Säfte (einschließlich Tees und FFDs) [60-70 %]*, keimfreie FMEs [80-90 %]*.
- (220) Obgleich Tetras Marktanteil bei keimfreiem Karton derzeit leicht unter dem in einer früheren Entscheidung der Kommission festgestellten Anteil liegt ⁽¹⁰³⁾, war er in den letzten 10 Jahren stets sehr hoch, was in puncto Stabilität eines Marktanteils ein beachtlicher Zeitraum ist.
- (221) Einige Marktteilnehmer machten in ihren Antworten auf das Erscheinen neuer Wettbewerber auf dem Markt in den vergangenen zehn Jahren aufmerksam (Elopak und International Paper). Ein Teil weist darauf hin, dass einige Wettbewerber zwar an die Überlegenheit einiger von Tetras Systemen heranreichen könnten (Qualität der Kartons, Innovationen, Drucktechnik, nicht jedoch Verschlusstechnik), nicht aber an deren umfangreiches Produktsortiment, und dass die starke Stellung Tetras vor allem auf deren wirtschaftlicher Stärke beruhe. Überdies betrachteten die meisten der befragten Marktteilnehmer langjährige nachweisliche Erfahrungen auf dem Gebiet der keimfreien Verpackung als Garantie für die für Kunden so wichtige Sterilität des Endprodukts, was den Markteintritt für neue Anbieter erschwert.

⁽⁹⁹⁾ Tetra Pak II (Kommission) (zitiert in Fußnote 10).

⁽¹⁰⁰⁾ Tetra Pak II (EuGel) (zitiert in Fußnote 10).

⁽¹⁰¹⁾ Tetra Pak II (EuGH) (zitiert in Fußnote 10).

⁽¹⁰²⁾ Tetra Pak/Alfa-Laval (zitiert in Fußnote 11).

⁽¹⁰³⁾ Tetra Pak/Alfa-Laval, (zitiert in Fußnote 11).

- (222) In ihrer Antwort auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission erklärte Tetra, dass „Tetra Laval zu Zwecken dieses Verfahrens die Einschätzung der Kommission [akzeptiere], dass Tetra Laval gegenwärtig eine führende und vermutlich beherrschende Stellung bei der keimfreien Kartonverpackung und bei keimfreien Verpackungsausrüstungen genießt“.
- (223) Hieraus folgt, dass Tetra weiterhin eine beherrschende Stellung auf dem Markt für keimfreie Kartonverpackungsmaschinen und keimfreie Kartons einnimmt und somit weitgehend unabhängig von ihren Wettbewerbern, Kunden und letztlich auch von den Verbrauchern agieren kann.
- (224) Ferner hat der Gerichtshof, was das Verhältnis zwischen einer beherrschenden Stellung auf dem Markt für keimfreien Karton und einer führenden Stellung auf dem Markt für nicht keimfreien Karton anbelangt, im Rahmen der Anwendung von Artikel 82 EG-Vertrag die enge Verknüpfung zwischen den nicht keimfreien Märkten und den keimfreien Märkten berücksichtigt.⁽¹⁰⁴⁾ Der Gerichtshof hielt es in diesem Fall für nicht erforderlich nachzuweisen, dass die Marktmacht, die Tetra Pak aus ihrer führenden Rolle auf den nicht keimfreien Märkten herleitet, mit einer direkt marktbeherrschenden Stellung im Sinne von Artikel 82 gleichzusetzen ist. Da auf Tetra Pak 78 % des gesamten Verpackungsmarktes bei keimfreien und nicht keimfreien Kartons entfällt, befand das Gericht, dass die Kommission mit ihrer Annahme Recht habe, dass Tetra auch auf diesem größeren Gesamtmarkt nach wie vor eine beherrschende Stellung einnimmt.
- (225) In ihrer Antwort erklärte die anmeldende Partei, dass sie der Übertragung der Verknüpfungstheorie in Tetra Pak II auf den Fusionskontrollkontext nicht zustimme, brachte jedoch keine stichhaltigen Argumente vor, weshalb diese Theorie, die im Fall Tetra Pak II vom Gerichtshof bestätigt wurde, fallengelassen werden sollte. Tetra behauptete, dass diese Theorie jedenfalls keine Bedeutung für das vorliegende Verfahren habe, da die Akquisition von Sidel keine Auswirkungen auf den Kartonverpackungsmarkt habe⁽¹⁰⁵⁾, und verzichtete daher auf eine ausführliche Argumentation.
- (226) Die Kommission stimmt Tetra hierin nicht zu und ist der Ansicht, dass Tetra im Kartonverpackungsmarkt als Ganzem beherrschend bleibt. Es besteht kein Anlass, weshalb die Kommission eine vom Gerichtshof bestätigte Theorie bei Vorliegen nahezu identischer Marktbedingungen fallen lassen sollte. Die in Tetra Pak II erwähnte Verknüpfung zwischen den Märkten für keimfreien und nicht keimfreien Karton ergab sich aus der Tatsache, dass die in keimfreiem und nicht keimfreiem Karton verpackten Schlüsselprodukte dieselben sind, sowie aus dem Verhalten der Hersteller und Anwender. Die seinerzeit in Frage stehenden keimfreien und nicht keimfreien Maschinen und Kartons wurden zur Verpackung derselben für den menschlichen Verzehr bestimmten Flüssigprodukte verwendet, vornehmlich Molkereierzeugnisse und Fruchtsaft. Überdies wurde festgestellt, dass ein erheblicher Prozentsatz (35 %) der Kunden von Tetra sowohl im keimfreien als auch im nicht keimfreien Segment tätig sind⁽¹⁰⁶⁾. Schließlich befand der Europäische Gerichtshof, dass die Kommission zutreffend festgestellt habe, dass das Verhalten der wichtigsten Hersteller von Kartonverpackungssystemen die Verbindung zwischen dem keimfreien und dem nicht keimfreien Markt bestätige. Die Kommission hatte ermittelt, dass Tetra und PKL bereits auf allen vier Märkten tätig sind, während der dritte Wettbewerber, Elopak, der im nicht keimfreien Sektor fest etabliert ist, versuchte, sich Zugang zu den keimfreien Märkten zu verschaffen. Der Gerichtshof war der Ansicht, dass die Tatsache, dass auf Tetra Pak nahezu 90 % des Marktanteils im keimfreien Sektor entfielen, darauf schließen lasse, dass Tetra für Hersteller sowohl von frischen als auch von lange haltbaren Flüssignahrungsmitteln nicht nur ein unausweichlicher Lieferant von keimfreien Verpackungssystemen, sondern auch bevorzugter Lieferant von nicht keimfreien Systemen ist.
- (227) Tetra war überdies aufgrund ihrer technischen Überlegenheit und ihres Quasi-Monopols im keimfreien Sektor in der Lage, ihre Wettbewerbsanstrengungen auf die benachbarten nicht keimfreien Märkte zu konzentrieren, wo das Unternehmen bereits fest etabliert war, ohne dabei befürchten zu müssen, im keimfreien Markt plötzlich unter Druck zu geraten. Tetra genoss also Handlungsfreiheit auch im Verhältnis zu den anderen, auf den nicht keimfreien Märkten tätigen Marktteilnehmern. Folglich urteilte der Europäische Gerichtshof, dass aufgrund der Gesamtsituation und nicht aufgrund einzelner Faktoren das Gericht erster Instanz mit seinem Schluss Recht hatte, dass Tetra Pak im Verhältnis zu den anderen auf diesen Märkten tätigen Herstellern Handlungsfreiheit genießt, ohne dass dabei nachgewiesen werden muss, dass die Gesellschaft auch auf den nicht keimfreien Märkten beherrschend ist. Der Europäische Gerichtshof befand, dass „die Quasi-Monopolstellung von Tetra Pak auf den aseptischen Märkten und ihre führende Stellung auf den von diesen verschiedenen, aber eng mit ihnen verbundenen keimfreien Märkten dieses Unternehmen in eine Lage versetzten, die einer beherrschenden Stellung auf der Gesamtheit der relevanten Märkte gleichkomme.“⁽¹⁰⁷⁾

⁽¹⁰⁴⁾ Tetra Pak II (EuGel) (zitiert in Fußnote 10), Rdnr. 118, bestätigt vom Gerichtshof im Fall Tetra Pak II (EuGH), (zitiert in Fußnote 10), Rdnrn. 28-29.

⁽¹⁰⁵⁾ Antwort von Tetra, Rdnr. 41.

⁽¹⁰⁶⁾ Siehe Tetra Pak II (EuGel), Rdnr. 120, und Tetra Pak II (EuGH), Rdnr. 29 (beide zitiert in Fußnote 10).

⁽¹⁰⁷⁾ Siehe Tetra Pak II (EuGH), Rdnr. 31 (zitiert in Fußnote 10).

- (228) Die diesbezüglichen Untersuchungen der Kommission im vorliegenden Fall haben keine Anhaltspunkte für eine grundlegende Veränderung der Marktsituation für nicht keimfreie Kartonverpackungsmaschinen und nicht keimfreien Karton ergeben. Ausgehend von den sich im Besitz der Kommission befindlichen Informationen scheint Tetra weiterhin eine führende Stellung auf den Märkten für nicht keimfreien Karton einzunehmen.
- (229) Tetras eigenen Zahlen zufolge entfiel auf Tetra im Jahr 2000 ein Anteil von [50-60 %]* des nicht keimfreien Kartonverpackungsmarktes für Flüssignahrungsmittel im EWR (gemessen am Wert). Auf den nächstfolgenden Wettbewerber innerhalb dieses Marktes, Elopak, entfiel ein weitaus kleinerer Anteil, gefolgt von SIG, International Paper und Variopak. Misst man die Marktstellung auf der Grundlage von verpackten Litern (in Millionen), bleibt der Marktanteil von Tetra derselbe. Gemessen an der Gesamtanzahl der produzierten Verpackungen (in Millionen) lag Tetras Marktanteil im EWR bei [50-60 %]*. Tetras Marktanteil in einzelnen nicht keimfreien Endverwendungssegmenten im Jahr 2000 sah im Einzelnen folgendermaßen aus: nicht keimfreie Säfte [30-40 %]*, Säfte insgesamt [60-70 %]*; nicht keimfreie FMEs [50-60 %]*; FMEs insgesamt [70-80 %]*.
- (230) Bereits 1987 wurde der Marktanteil von Tetra bei nicht keimfreien Maschinen mit zirka 55 %⁽¹⁰⁸⁾ angegeben. Folglich verfügte Tetra in den letzten 10 Jahren über einen anhaltend hohen Marktanteil, was in Bezug auf die Stabilität eines Marktanteils als langer Zeitraum gilt.
- (231) Die Kommission ist deshalb zu dem Schluss gelangt, dass Tetra nach wie vor eine beherrschende Stellung auf dem Markt für keimfreie Verpackungsmaschinen und Kartons sowie eine führende Stellung auf dem Markt für nicht keimfreie Verpackungsmaschinen und Kartons einnimmt. Da Tetras Anteil am gesamten keimfreien und nicht keimfreien Kartonverpackungsmarkt bei etwa ([60-70 %]*) liegt, hat Tetra auch auf dem Kartonverpackungsmarkt als Ganzem eine beherrschende Stellung inne.
2. SIDELS FÜHRENDE STELLUNG BEI PET-VERPACKUNGS-AUSRÜSTUNGEN
- 2.1. **Sidels führende Marktstellung bei SBM-Maschinen**
- (232) Sidel konzipiert und produziert Verpackungssysteme, wobei der Schwerpunkt auf der Entwicklung von Plastikverpackungen liegt. Die Märkte, auf denen Sidel tätig ist, sind Massenverbrauchsgüter; sie reichen von Getränken (Wasser, Fruchtsäfte, isotonische Getränke und Bier), Nahrungsmitteln wie Milch, Speiseöle und Soßen bis hin zu pharmazeutischen Produkten und Kosmetika (Shampoo, Kosmetikcremes und Zahnpasta)⁽¹⁰⁹⁾.
- (233) Sidel stellt sowohl Maschinen mit niedrigem als auch mit hohem Durchsatz her. Bei SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz hatte Sidel der anmeldenden Partei zufolge im EWR im Jahr 2000 sowohl gemessen an den Kapazitäten als auch an den verkauften Einheiten einen Marktanteil von [30-40 %]*. Der zweitgrößte Marktteilnehmer war Tetra mit einem Marktanteil von [20-30 %]*, der jedoch mit Maschinen von geringerer Qualität erzielt wurde, die eher die lineare und nicht die kompliziertere Rotationstechnik verwenden, wie sie in Sidel-Maschinen zum Einsatz kommt. Andere Wettbewerber sind weitaus kleiner; zu ihnen gehört ADS mit einem Marktanteil von zirka [10-20 %]*, Urola mit [0-10 %]*, Sipa mit [0-10 %]* und SIG mit [0-10 %]*. Zu beachten ist auch, dass es sich bei Sidels Maschinen mit niedrigem Durchsatz um die qualitativ höherwertigen Rotationsmaschinen handelt. Sidels Marktanteil bei Rotationsmaschinen mit niedrigem Durchsatz liegt nach Angaben von Sidel bei [über 70 %]*.
- (234) Bei SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz erfreut sich Sidel sogar einer noch stärkeren Stellung. Sidel war mehr als 10 Jahre lang Vorreiterin und Weltmarktführerin bei der Herstellung von SBM-Maschinen; ein besonderer Schwerpunkt lag dabei auf SBM-Maschinen der Spitzenklasse mit hoher Kapazität. Dies hat unabhängige Analysten von BNP Paribas zu der Aussage veranlasst, dass „Sidel-Maschinen zum Branchenstandard geworden sind“ und dass „Sidel nahezu über ein Monopol im gewinnträchtigen oberen Qualitätssegment verfügt.“⁽¹¹⁰⁾ In den Anhängen zur Anmeldung erklärt Tetra, dass „Sidel eine sehr starke Stellung im oberen Qualitätssegment mit hohen Gewinnspannen genießt. Diese Stellung wird durch Sidels Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen, ihr weltweites Servicenetzwerk und durch den von ihr gesetzten Branchenstandard untermauert.“
- (235) Von Sidel vorgelegten Daten zufolge belief sich der Marktanteil des Unternehmens in einzelnen Endverwendungssegmenten gemessen an den installierten Kapazitäten im Zeitraum von 1995-2000 auf [30-40 %]* bei Frischmilch, [60-70 %]* bei H-Milch (aromatisiert), [60-70 %]* bei FMEs insgesamt, [70-80 %]* bei nicht keimfrei verpackten Säften (einschließlich Heißabfüllung), 50-60 % bei keimfreien Säften und [60-70 %]* bei Säften insgesamt.
- (236) 1999 machten Sidels SBM-Maschinen (sowohl mit niedrigem als auch mit hohem Durchsatz) [60-70 %]* der weltweit installierten und [60-70 %]* der in Europa installierten Ausrüstungen aus. Mehr als eine von zwei PET-Flaschen wurde mit Sidel-Maschinen hergestellt. Auf dem Markt für SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz (d. h. Maschinen, die mehr als 8 000 Flaschen pro Stunde produzieren) ist Sidel klare Marktführerin, eine Stellung, die nicht nur durch Sidels hohen Marktanteil dokumentiert wird, sondern auch durch einige spezifische Stärken, über die das Unternehmen verfügt und die nachstehend näher erläutert werden sollen.

⁽¹⁰⁸⁾ Siehe Tetra Pak II (EuGel), Rdnr. 119 (zitiert in Fußnote 10).

⁽¹⁰⁹⁾ Jahresbericht von Sidel (1999), S. 19.

⁽¹¹⁰⁾ Equity Research von BNP Paribas über Sidel vom 9. Oktober 2000.

- (237) Bei SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz verfügte Sidel im Jahr 2000 im EWR über einen Marktanteil von [60-70 %]* (auf der Grundlage der vorhandenen Kapazitäten) und [60-70 %]* (auf der Grundlage der verkauften Einheiten). Im Vergleich zu SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz, wo eine weniger komplizierte Technik zum Einsatz kommt, ist die Anzahl der Wettbewerber sehr begrenzt: es gibt nur drei auf diesem Markt tätige Wettbewerber. Gemessen am Marktanteil haben sämtliche Wettbewerber von Sidel eine weitaus schwächere Stellung. Krones hat einen Marktanteil von zirka [10-20 %]*, SIG von [10-20 %]* und Sipa von [0-10 %]*. Tetra behauptet, dass historische Marktanteile kein verlässlicher Indikator für den künftigen Erfolg auf dem Markt seien, da sämtliche SBM-Maschinenbestellungen aufgrund von Ausschreibungen getätigt würden. Solange es jedoch keinen spezifischen Anhaltspunkt dafür gibt, dass das vergangene Schema die gegenwärtige Situation nicht mehr wiedergibt, ist die Annahme zulässig, dass der Marktanteil eines Herstellers zumindest einen Hinweis auf seine Stärke darstellt.
- (238) Offenbar hat Sidel seit 1998 etwa [10-20 %]* seines Anteils am Markt für Maschinen mit hohem Durchsatz eingebüßt, dagegen nur [0-10 %]* seines Anteils am Markt für Maschinen mit niedrigem Durchsatz. Dieser Verlust von Marktanteilen wurde dem Wettbewerbsdruck seitens SIG, Krones und Sipa zugeschrieben, wobei kein einzelner dieser Wettbewerber konsequent an Marktanteilen zugelegt hat.
- (239) Im Zeitraum 1998-2000 erlebte das Unternehmen in einigen Regionen Einbußen. Weil man bei Sidel jedoch stark in Forschung und Entwicklung investierte, konnten 1999 beispielsweise die Markteinführungen der Actis-Barriertechnik und der keimfreien Kombi-Techniken erfolgen. Mit diesen Techniken visierte Sidel die „empfindlichen“ Produktsegmente (Bier, Milch und Fruchtsaft) an und versprach sich davon eine Zunahme von etwa [...] Verpackungseinheiten bei einem potenziellen Volumen von 300 Mrd. Einheiten für kohlenensäurehaltige und kohlenäurefreie Flüssigkeiten. Dies spiegelt sich auch in den Aufwendungen für Forschung und Entwicklung im selben Jahr wider, die bei etwa 39,3 Mio. EUR — das sind zirka 4,5 % des Umsatzes von Sidel — lagen. Durch diese Investitionen konnte Sidel an Marktanteil bei Komplettverpackungsanlagen hinzugewinnen und sich neue Märkte bei Molkereierzeugnissen, Fruchtsaft und Bier erschließen⁽¹¹¹⁾.
- (240) Tetra hat argumentiert, dass die Kommission Sidels Marktanteile übertrieben dargestellt habe. Dies ist jedoch nicht zutreffend. Die Marktuntersuchung und die Analyse der Kommission haben bestätigt, dass Sidel über Marktanteile im Bereich von [mehr als 50 %]* verfügt. Sidel neuesten Schätzungen zufolge ist sein Marktanteil weiterhin sehr hoch: er liegt im Bereich von [60-70 %]* gemessen am Umsatz in den ersten drei Quartalen des Jahres 2001 und bei [50-60 %]* gemessen an den installierten Anlagen.
- (241) Die Marktuntersuchung der Kommission hat außerdem bestätigt, dass im SBM-Maschinensegment hohe Gewinnspannen erzielt werden. Ausgehend von den von Sidel und seinen Wirtschaftsberatern vorgelegten Zahlen konnte das Unternehmen in den letzten drei Jahren bei seinen SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz Gewinnspannen in Höhe von zirka [...] erzielen. In ihrer Antwort behauptet Tetra, dass die Gewinnspannen von Sidel in den vergangenen vier Jahren um [...] Prozentpunkte zurückgegangen seien und dass ferner Bruttogewinnspannen in dieser Höhe alles andere als ungewöhnlich, sondern vielmehr notwendig seien, um die riskanten Forschungs- und Entwicklungskosten wieder hereinzubringen und um Personal- und sonstige Kosten zu decken. Die Analyse der Kommission zeigt jedoch, dass die Gewinnspannen von Sidel für die Branche vergleichsweise hoch sind. Der Unterschied zwischen den niedrigeren Gewinnspannen im wettbewerbsintensiveren Markt für Maschinen mit niedrigem Durchsatz und die höheren Gewinnspannen im konzentrierteren Markt für Maschinen mit hohem Durchsatz zeugen gewisserweise von Sidels Marktmacht auf dem Markt für Maschinen mit hohem Durchsatz.
- (242) Sidel wird von sehr vielen Kunden nach wie vor als das Unternehmen angesehen, das die besten SBM-Maschinen in Bezug auf Qualität und technische Unterstützung, Verlässlichkeit, Flexibilität, Langlebigkeit und pünktliche Lieferung anzubieten hat. Dies hat einige der größten Kunden dazu veranlasst, fast ausschließlich Sidel-Maschinen zu kaufen. Sidel ist außerdem das einzige Unternehmen, das einige ganz bestimmte Maschinentypen herstellt, wie z. B. Maschinen mit extrem hoher Kapazität (50 000 bph).
- (243) Überdies entfällt ein wesentlicher Anteil des SBM-Maschinenumsatzes von Sidel (zirka [...]) auf Komplettabfüllanlagen. Um der steigenden Nachfrage seitens der Kunden nach integrierten Serviceleistungen gerecht zu werden, kann Sidel ihren Kunden Serviceleistungen in großem Umfang anbieten. Dazu gehören: umfassende Kenntnisse beim Entwurf der Grundform der Verpackung (Shapes Design Department, Moulds Design Department, Blowing Test Center), automatisierte Systeme zur Kontrolle der Mischung von Produktzutaten (Guérin) zur Verbesserung der Lebensmittelsicherheit, Blasmaschinen erster Güte, innovative Abfüllverfahren (Kombi), Produktablaufmanagement-Lösungen (Gebo), die sich vom Entwurf bis zur Ablieferung eines schlüsselfertigen Systems einschließlich Steuerung der Außenverpackung und Palettierung erstrecken.
- (244) Sidel verfügt weltweit über ein Netzwerk von 25 Serviceorganisationen. Jährlich bietet Sidel seinen Kunden 12 000 Schulungsstunden in sieben Schulungszentren in aller Welt an. Im Jahr 1999 machten Servicedienstleistungen 19 %, Maschinen 63 % und Komplettanlagen 18 % des Gesamtumsatzes von Sidel aus⁽¹¹²⁾.

(111) Jahresbericht von Sidel (1999), S. 3.

(112) Jahresbericht von Sidel (1999), S. 8 u. 27; The World of PET, S. 32.

(245) In ihrer Antwort⁽¹¹³⁾ und bei der mündlichen Anhörung machte Tetra nachdrücklich geltend, dass Sidel im oberen Maschinensegment einem starken Wettbewerbsdruck seitens ihrer drei Wettbewerber ausgesetzt und daher nicht so stark sei, dass die Kommission daraus den Schluss ziehen könnte, Sidel könne unabhängig von seinen Wettbewerbern und Kunden handeln. Sidel nehme daher keine beherrschende Stellung bei SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz ein. Insbesondere argumentierte Tetra, dass der Markt für SBM-Maschinen mit hoher Kapazität durch Innovations- und Imitationszyklen gekennzeichnet sei. In der Branche gebe es keine bedeutenden Patente und den Wettbewerbern sei es in der Vergangenheit gelungen, die Maschinen von Sidel zu kopieren. Viele der Innovationen von Sidel würden innerhalb von 2 bis 3 Jahren nach ihrer Verkaufsfähigkeit nachgebaut. Die drei Wettbewerber von Sidel im oberen Maschinensegment könnten mit Sidel konkurrieren, da sie ähnliche Maschinen mit demselben Durchsatz anbieten können, ausgenommen die Spitzenmaschinen mit einem Ausstoß von 50 000 Flaschen pro Stunde. Tetra legte einen Vergleich zwischen den Maschinen und Servicedienstleistungen von Sidel und denen ihrer Wettbewerber vor und kam zu dem Schluss, dass sich die drei größten Rivalen von Sidel — SIG, Krones und SIPA — in jeder Hinsicht, einschließlich Maschinenleistung und Service, mit Sidel messen können. Die Behauptungen der anmeldenden Partei wurden jedoch durch die Marktuntersuchung nicht bestätigt. Bei der mündlichen Anhörung hatte Tetra z. B. behauptet, dass SIPA Heißabfüll- und Weithals-Maschinen anbieten könne; dies trifft jedoch nicht zu. Tetra spielte auch Sidels Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen herunter. Die Kommission fand jedoch heraus, dass Sidel 1998 [...] für Forschung und Entwicklung ausgegeben hatte, womit das Unternehmen, nach Worten ihres Vorstandsvorsitzenden, Herrn Olivier, „unsere Wettbewerber sehr weit hinter sich lässt.“⁽¹¹⁴⁾

(246) Die Kommission stimmt mit Tetra darin überein, dass Sidel bei SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz keine beherrschende Stellung innehat. Sie ist jedoch zu dem Schluss gelangt, dass die Stellung von Sidel bei SBM-Maschinen im oberen Segment eine sehr starke ist und dass das Unternehmen auf diesem Gebiet im EWR und weltweit führend ist. Sidels Maschinen sind technisch gesehen auf dem neuesten Stand und genießen auf dem Markt einen hervorragenden Ruf; daran besteht nach wie vor kein Zweifel, wie die Marktuntersuchung der Kommission ergab. Kunden von Sidel bestätigten auf Anfrage, dass Sidel seinen Wettbewerbern in punkto Qualität seines Maschinenangebots, Testmöglichkeiten, Fehlerkorrektur, Flaschendesign und Erfahrungsschatz voraus sei.

(247) Technische Zugangsbarrieren auf den Markt für Maschinen im oberen Segment sind für kleinere Unternehmen, die sich im unteren Maschinensegment betätigen, nach wie vor unüberwindbar. Sidel ist noch immer der

einzige Anbieter bestimmter Maschinentypen, z. B. von Maschinen mit einem Ausstoß von 50 000 bph. Schließlich zeigt sich Sidels führende Stellung im SBM-Maschinenmarkt auch an seinem Marktanteil im Vergleich mit seinen Wettbewerbern (Sidel [60-70 %]*, größter Wettbewerber im oberen Maschinensegment [10-20 %]*, Sidel ist das größte Unternehmen im unteren Segment mit einem Marktanteil im Bereich von [über 30 %]*, [über 70 %]* bei Rotationsmaschinen mit niedrigem Durchsatz sowie [60-70 %]* bei Addition der Märkte für SBM-Maschinen mit hohem und mit niedrigem Durchsatz). Die Kombination dieser Faktoren deutet ebenfalls auf Sidels führende Stellung bei SBM-Maschinen hin.

(248) Hieraus folgt, dass Sidel eine führende, jedoch nicht beherrschende Stellung bei SBM-Maschinen im unteren und oberen Segment einnimmt. Sidel ist das einzige Unternehmen, das das gesamte Spektrum von SBM-Maschinen vom niedrigsten bis zum höchsten Durchsatz anbieten kann, wobei in diesen Maschinen jeweils die führende Rotationstechnik zum Einsatz kommt.

2.2. **Sidels umfassende Erfahrung auf dem Gebiet der keimfreien und nicht keimfreien PET-Abfüllung und die innovativen Kombi-Maschinen**

(249) Die effektive Steuerung von Abfüllvorgängen in Kombination mit dem Blasformverfahren ist besonders bei „empfindlichen“ Produkten wie Milch und Fruchtsaft von Bedeutung, wo ein sauberes bzw. ultrasauberes Verpackungsverfahren gewährleistet sein muss.

(250) Sidel stellt sowohl keimfreie (Rémy) als auch nicht keimfreie (Alsim, Girondine) Abfüllmaschinen her. Bei der keimfreien PET-Abfüllung handelt es sich um eine relativ neue Technik, die derzeit ein rapides Wachstum erlebt. Den von Tetra vorgelegten Informationen zufolge nahm die Nachfrage nach keimfreien PET-Abfüllmaschinen in Italien und Frankreich ihren Ausgang, ist jedoch in den vergangenen drei Jahren auch in anderen Ländern des EWR gestiegen. Das Gesamtvolumen an installierten keimfreien PET-Abfüllmaschinen hat zwischen 1998-2000 um [70-80 %]* zugenommen (von [...] Maschinen auf [...] Maschinen), wovon [30-40 %]* allein auf das Jahr 2000 entfielen. Für die nächsten Jahre geht man von einem weiteren Marktwachstum um [20-30 %]* jährlich aus, wobei in den Ländern mit einem derzeit noch geringen Anteil an keimfreien Abfüllmaschinen mit einem besonders starken Wachstum gerechnet wird.

(251) Rémy, 1999 von Sidel übernommen, war einer der ersten Hersteller keimfreier PET-Abfüllmaschinen und außerdem führend bei der keimfreien PET-Technik. Vor 1998 waren nur vier große Anbieter auf diesem Markt tätig: Procomac ([30-40 %]*), Serac ([20-30 %]*), Sidel/Rémy ([30-40 %]*) und Tetra ([0-10 %]*). Zwischen 1998 und 2000 konnten fünf Marktneulinge erfolgreich auf dem Markt Fuß fassen (Krones, SIG, KHS-Kloeckner, Stork und GEA); sie halten zusammen bei der keimfreien PET-Abfüllung einen Marktanteil von [40-50 %]*.

⁽¹¹³⁾ Rdnr. 43 der Antwort.

⁽¹¹⁴⁾ Im französischen Original: „nous placent loin devant nos principaux concurrents“, Interview vom 13.4.1999.

- (252) Im Jahr 2000 lag Sidel's Marktanteil ausgehend von den im EWR installierten Maschinen bei [20-30 %]* (Anzahl der Maschinen) bzw. [10-20 %]* (Flaschen pro Stunde). Der Marktanteil ist niedriger [0-10 %]*, wenn man sich an Sidel's Umsatz an keimfreien PET-Abfüllmaschinen im Zeitraum 1998-2000 orientiert (eine Maschine). Im selben Jahr betrug der Marktanteil von Procomac zirka [30-40 %]*, von Krones [20-30 %]*, von Tetra [10-20 %]*, von SIG [10-20 %]* sowie von KHS-Kloeckner, Stork und GEA jeweils [0-10 %]*.
- (253) Tetra schätzt, dass sich die durchschnittliche Abfüllgeschwindigkeit der von KHS-Kloeckner, Stork und GE sowie seit neuestem von Sidel verkauften Maschinen im Bereich von 12 000-13 000 bph bewegt. Die von Procomac (12 000-20 000 bph) und Krones (20 000 bph) verkauften Maschinen sind schneller, nur die SIG-Maschinen sollen langsamer sein (6 000 bph). Aus Informationen von Sidel geht jedoch hervor, dass Sidel's ultrasaubere und keimfreie PET-Abfülltechnik mit Hilfe des sog. Flowmeter Feeding⁽¹¹⁵⁾ Spitzengeschwindigkeiten von bis zu [...] (fermentierte Milch, 100 ml), [...] (pasteurisierte Vollmilch, 1 l) und [...] (Orangensaft mit Fruchtfleisch, 1 l) erlaubt. Das Flowmeter Feeding ermöglicht eine Abfüllung ohne Düsen-/Verpackungskontakt, wodurch sich das Kontaminationsrisiko verringert.
- (254) Sidel's Technik der keimfreien Abfüllung erfuhr 1999 eine weitere Verbesserung durch den Durchbruch von Sidel's innovativer Kombi-Technik, die eine integrierte Lösung von Blasverfahren, Abfüllung und Verschluss einer PET-Flasche in einer einzigen Maschine bietet. Diese innovative Technik verfährt bei der Herstellung von PET-Flaschen nach einem ähnlichen Muster wie die traditionellen keimfreien Kartonverpackungsmaschinen. Im Vergleich zu einer aus einer SBM-Maschine und einer Abfüllmaschine bestehenden Anlage bietet die Kombi-Maschine für die Kunden den Vorteil eines geringeren Platzverbrauchs und geringerer Kosten. Insbesondere die für „empfindliche“ Produkte wie Säfte und flüssige Molkereierzeugnisse entwickelten Maschinentypen Kombi SRU (nicht keimfrei, ultrasauber) und SRA (keimfrei) bieten Getränkeherstellern die Möglichkeit, „empfindliche“ Produkte in einer einzigen Maschine bei gleichzeitiger Verringerung des Kontaminationsrisikos in PET-Flaschen abzufüllen. Die Kombi SRU, eine Kombi-Maschine, die in einer ultrasauberen, jedoch nicht keimfreien Umgebung arbeitet, verfügt über eine Kapazität von [...] (Formvorgängen), [...] (Formvorgängen) bis zu [...] (Formvorgängen). Der Umsatz an Kombi-Maschinen hat sich von [...] im Jahr 1998 auf [...] im Jahr 1999 erhöht. Sidel hat [...] Kombi-Maschinen im EWR verkauft. Außerdem hat Sidel eine vollständig keimfreie Kombi-Maschine entwickelt, die Kombi SRA, die im EWR bereits auf den Markt gebracht wurde und in der keimfreien Abfüllung von Säften und Molkereierzeugnissen mit langer Haltbarkeit zum Einsatz kommen wird.
- (255) Tetra hat behauptet — und die Untersuchung der Kommission hat dies bestätigt — dass andere Wettbewerber von Sidel ebenfalls angefangen haben, ihre eigenen Kombi-Maschinen anzubieten. Im Moment können drei weitere Anbieter eine Kombi-Maschine anbieten. Allerdings ist nur ein einziger anderer Wettbewerber, Sipa, zusammen mit einem Abfüllunternehmen, Procomac, in der Lage, eine keimfreie Kombi-Maschine zu liefern. Die Kombi von Sidel ist die erste, die im EWR auf den Markt gebracht wurde.

2.3. Sidel's sonstige PET-Aktivitäten

- (256) Neben SBM-Maschinen, Barrieretechniken und Abfüllmaschinen liefert Sidel nach Angaben von Tetra weltweit auch nachgeordnete Anlagen (hauptsächlich Förderbänder), Ausrüstungen, mittels derer einzelne Produkteinheiten für den Vertrieb zusammengepackt werden, und damit verbundene Serviceleistungen für verschiedene Branchen. Im Einzelnen gehören hierzu: Förderbänder (luftbetrieben und mechanisch), die die Behälter zwischen den verschiedenen Verpackungsstadien einer Verpackungsanlage weiterbefördern; Maschinen, mittels derer die gefüllten Behälter für den Versand fertig gemacht werden (Verpackungsmaschinen (sog. Tray Packers), Folienverschweißmaschinen, Palettiermaschinen, Verpackungsroboter (boxing robots) und Klebemaschinen, Ent-Palettiermaschinen, die die Paletten mit den leeren Behältern zur nachfolgenden Abfüllung entnehmen, und Systeme, die die verschiedenen Teile einer Produktionsanlage steuern.
- (257) Die Abnehmer der Sidel-Maschinen kommen aus verschiedenen Branchen; es handelt sich vor allem um Hersteller von Flüssig- und Nicht-Flüssignahrungsmitteln, Gesundheits-/Kosmetikartikeln und Reinigungsmitteln. Sidel's bedeutende Stellung auf diesen Märkten zeigt sich am Marktanteil, der, so Tetra, im Allgemeinen [20-30 %]* nicht übersteigt, dies jedoch könnte, wenn eine enggefaste Marktdefinition zugrunde gelegt würde.
- (258) Die Kommission stellt fest, dass Sidel sehr stark ist bei maßgeschneiderten Lösungen für Produktlinien, die der Beförderung, reihenweisen Anordnung, Verzweigung, Zusammenstellung, Stapelung und Verteilung der Verpackungen dienen, sowie im Servicebereich (Fehlerkontrolle und -beseitigung, Test- und Simulationscenter). Konkurrenz erhält Sidel hauptsächlich durch Krones und diverse kleinere lokale Wettbewerber.

2.4. Fazit

- (259) Hieraus folgt, dass Sidel über eine führende Stellung auf dem Markt für SBM-Maschinen mit hohem und mit niedrigem Durchsatz in sämtlichen Endverwendungssegmenten verfügt sowie über eine starke Stellung bei sonstigen PET-Verpackungsausrüstungen, darunter vor allem keimfreie Abfüllmaschinen, Nebenanlagen und Serviceleistungen.

⁽¹¹⁵⁾ Insbesondere Sidel's 8100-er, 8200-er und 8300-er Serien. Siehe The World of PET, S. 21.

3. BEGRÜNDUNG EINER BEHERRSCHENDEN STELLUNG AUF DEM MARKT FÜR PET-VERPACKUNGS-AUSRÜSTUNGEN, INSBESONDERE SBM-MASCHINEN, SOWIE VERSTÄRKUNG EINER BEHERRSCHENDEN STELLUNG AUF DEM MARKT FÜR KARTONVERPACKUNGSSYSTEME

- (260) Entgegen Tetras Behauptung in der Anmeldung und auch später, allein der PET-Verpackungssektor sei von der Transaktion betroffen (insbesondere SBM-Maschinen, Barrieretechniken und keimfreie Abfüllmaschinen), ist klar, dass das Vorhaben aus den vorbezeichneten Gründen in erster Linie als Zusammenschluss zwischen der beherrschenden Gesellschaft auf dem Gebiet der Kartonverpackungsausrüstung und der führenden Gesellschaft auf dem Gebiet der PET-Verpackungsausrüstung — zwei unmittelbar benachbarten Märkten — mit erheblichen Auswirkungen auf den Verpackungsektor für Flüssignahrungsmittel zu werten ist. Eine große Anzahl von Auskunftspersonen (Wettbewerber und vor allem Abnehmer) bewertete den Zusammenschluss genauso und betrachtete die künftige Marktmacht des fusionierten Unternehmens mit Sorge.
- (261) Der Zusammenschluss würde die beherrschende Stellung des fusionierten Unternehmens bei Kartonverpackungsausrüstungen und Kartons verstärken und ihm eine beherrschende Stellung auf dem Gebiet der PET-Verpackungsausrüstungen und insbesondere bei SBM-Maschinen mit hohem und mit niedrigem Durchsatz verschaffen. Die Kombination dieser beiden beherrschenden Stellungen auf zwei unmittelbar benachbarten Märkten würde es dem fusionierten Unternehmen ermöglichen, seine Stellung bei Anlagen zur Verpackung von Flüssigkeiten und insbesondere „empfindlichen“ Produkten (FMEs, Säfte, FFDs, Tee-/Kaffegetränke) zu verbessern und seine beherrschenden Stellungen zu verstärken.
- (262) Für die Verstärkung und Begründung einer beherrschenden Stellung wären verschiedene Faktoren verantwortlich, u. a. auch horizontale und vertikale Auswirkungen des Zusammenschlusses, und vor allem die strategische Ausnutzung der beherrschenden Stellung bei gleichzeitiger Ausschaltung tatsächlichen und potenziellen Wettbewerbs auf einem benachbarten Markt.

3.1. **Horizontale Folgen auf dem PET-Ausrüstungsmarkt**

- (263) Das angemeldete Vorhaben hat direkte horizontale Auswirkungen, da beide Parteien auf drei eigenständigen Produktmärkten tätig sind: SBM-Maschinen (mit niedrigem Durchsatz), Barrieretechniken und keimfreie PET-Abfüllmaschinen. Die nachstehend beschriebenen horizontalen Folgen würden die Stellung des fusionierten Unternehmens auf diesen drei Märkten verbessern. Ihre Analyse wird daher an den Anfang gestellt, um zu zeigen, dass die ohnehin starke Stellung von Sidel durch

die Fusion umgehend noch weiter verstärkt würde. Durch die Ausnutzung der beherrschenden Stellung des fusionierten Unternehmens bei keimfreien Kartonverpackungsausrüstungen und keimfreiem Karton würde hieraus eine beherrschende Stellung werden.

3.1.1. **SBM-Maschinen**

- (264) Die Kommission ist zu dem Schluss gelangt, dass der Markt für SBM-Maschinen allgemein in SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz (Kapazität > 8 000 bph) und SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz (Kapazität < 8 000 bph) eingeteilt werden kann.

3.1.1.1. *SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz*

- (265) Der Zusammenschluss würde nicht zu einer unmittelbaren Verbesserung der führenden Position von Sidel auf dem Markt für SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz aufgrund horizontaler Folgen führen, da Tetra in diesem Segment des Marktes nicht aktiv ist. Die Fusion würde jedoch Tetra als potenziellen Wettbewerber auf dem Markt für SBM-Maschinen mit hoher Kapazität ausschalten. Tetra bietet derzeit keine Maschinen in diesem Segment an. Durch den Kauf von Sidel würde Tetra als potenzieller Neuanbieter von SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz und als Wettbewerber in anderen PET-Ausrüstungssegmenten entfallen und die führende Gesellschaft im Bereich SBM-Maschinen mit der am weitesten entwickelten Technik und dem umfangreichsten Produktsortiment erwerben. Damit würde Tetra sicherstellen, dass es keine eigene PET-Technik entwickeln muss.

3.1.1.2. *SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz*

- (266) Auf dem Markt für SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz gibt es erhebliche horizontale Überschneidungen. Die Transaktion würde zu einem gemeinsamen Marktanteil in Höhe von [50-60 %]* ([30-40 %]* für Sidel⁽¹¹⁶⁾ und [20-30 %]* für Tetra) gemessen an der zwischen 1998-2000 verkauften Maschinenkapazität führen. Die wichtigsten Wettbewerber auf diesem Markt sind ADS mit einem ungefähren Marktanteil von [10-20 %]*, Urola mit [0-10 %]*, Sipa mit [0-10 %]* und SIG mit [0-10 %]*.

⁽¹¹⁶⁾ Sidels jüngsten Schätzungen zufolge (August 2001) lag Sidels Marktanteil im unteren SBM-Maschinensegment höher: [40-50 %]* auf der Grundlage des Umsatzes 2001. Nach Schätzungen von Tetra und der eigenen Analyse der Kommission zufolge bleibt Tetras Marktanteil auf der Grundlage des Umsatzes im Jahr 2001 bei [20-30 %]*.

- (267) Tetra bringt vor, dass diese horizontale Überschneidung im unteren Maschinensegment keine Wettbewerbsprobleme mit sich bringen würde: Die Maschinen von Sidel und Tetra in diesem Segment seien nicht zu 100 % austauschbar, da es große Unterschiede in punkto Technik, Preis und Kundenwahrnehmung gebe; die Parteien verfügten über keinen einzigen gemeinsamen Kunden im EWR und beteiligten sich nicht an denselben Ausschreibungen. Das untere Segment sei durch die Präsenz vieler Wettbewerber gekennzeichnet, die auf eine Preiserhöhung durch Tetra/Sidel reagieren und Marktanteile erobern könnten, und Kapazitätsengpässe oder größere Marktzutrittsschranken seien nicht erkennbar.
- (268) Die Marktuntersuchung und die Analyse der Kommission haben Tetras Behauptungen nur zum Teil bestätigt. Es scheint, dass die SBM-Maschinen von Sidel und Tetra mit niedrigem Durchsatz nicht den höchsten Grad an Austauschbarkeit aufweisen, zumindest was Kundenwahrnehmung, Prestige und technische Qualität angeht. Die Marktuntersuchung ergab, dass Sidels Maschinen (die im Gegensatz zu Tetras Maschinen, die die lineare Technik verwenden, mit der Rundlauftechnik arbeiten) bei den Kunden in dem Ruf stehen, komplexer, qualitativ besser und im Allgemeinen teurer zu sein als die Tetras Maschinen⁽¹¹⁷⁾, die als Einstiegsstufe in den SBM-Maschinenmarkt für einfachere Anwendungen mit marginalen Auswirkungen auf den gesamten SBM-Maschinenmarkt angesehen werden. Entgegen Tetras wiederholter Behauptung, die Parteien würden nicht bei denselben Ausschreibungen aufeinander treffen, hat Sidel seit 1998 in [...] von [...] Fällen, bei denen Sidels Angebot nicht erfolgreich war, Tetra als die Gesellschaft identifizieren können, die den Zuschlag erhalten hat. Obgleich unter diesen [...] Angeboten auch solche sein können, bei denen Sidel vom Kunden nicht einmal zur Teilnahme aufgefordert wurde, deutet die genaue Auflistung der Angebote darauf hin, dass Sidel und Tetra zumindest gelegentlich Angebote für dieselben Kunden abgaben. Es ist daher unzutreffend zu sagen, dass Tetra und Sidel in diesem Segment im EWR überhaupt nicht miteinander konkurrieren. Überdies haben die Parteien zugegeben, dass sie außerhalb des EWR über gemeinsame Kunden für ihr unteres Maschinensegment verfügen.

3.1.1.3. Fazit

- (269) Hieraus folgt, dass der Markt für SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz in Folge des Zusammenschlusses eine Konzentration erfahren würde. Während es derzeit keinen einzelnen Anbieter mit einem Marktanteil von über [30-40 %]* gibt, wären Tetra und Sidel nach der Fusion bei weitem der größte Marktteilnehmer mit Marktanteilen um die 60 %. Es würden zwar mehrere Wettbewerber auf dem Markt verbleiben, doch wären ihre Marktanteile mit höchstens [10-20 %]* gering.

⁽¹¹⁷⁾ Den Zahlen der Parteien zufolge sind die Maschinen von Sidel tatsächlich durchweg teurer als die von Tetra. Der Preisunterschied ist jedoch nicht so hoch, als dass die beiden Maschinen allein deshalb an entgegengesetzten Enden des unteren Maschinensegments eingeordnet werden müssten.

- (270) Nach der Fusion würde Tetra/Sidel sowohl im oberen als auch im unteren Maschinensegment über Marktanteile von [60-70 %]* oder darüber verfügen. Tetra/Sidel wäre mit Abstand die führende Gesellschaft im gesamten SBM-Maschinenspektrum, angefangen bei den einfachsten Maschinen mit niedrigem Durchsatz bis hin zu den leistungsfähigsten und technisch am weitesten entwickelten Maschinen.

3.1.2. Barrieretechniken

- (271) Wie im Abschnitt über die Marktdefinition dargelegt, gibt es derzeit mehrere verschiedene Barrieretechniken, die eine Lösung für das Sauerstoffbarriereproblem bei PET anbieten. Bereits auf dem Markt befindet sich die Mehrschichttechnik, wobei eine erhebliche Anzahl von Mehrschichtflaschen sowohl durch die Getränkehersteller selbst als auch durch reine Flaschenhersteller hergestellt werden, insbesondere für Saft, FMEs und in begrenztem Umfang auch für Bier. Auch die Plasmatechnik wurde bereits auf dem Markt eingeführt, sie befindet sich jedoch noch in einem frühen Stadium der Vermarktung. Einschichttechniken (verbesserte PET-Harze) sind noch nicht marktgängig, ihre Markteinführung wird jedoch für nächstes Jahr erwartet.
- (272) Beide Parteien sind auf dem Gebiet der Plasmatechnik tätig. Die Plasmatechnik wird mittels spezieller eigentumsrechtlich geschützter Maschinen in einem separaten Arbeitsgang nach dem Ausblasen der PET-Flaschen angewandt.
- (273) Sidel hat vor kurzem sein Actis-Sortiment auf den Markt gebracht. Bei Actis handelt es sich um eine Technik auf Kohlenstoffbasis, bei der eine bräunlich getönte Schicht auf der Innenseite der Flasche angebracht wird. Actis arbeitet mit der Rundlauftechnik und kann Geschwindigkeiten von bis zu 10 000 Flaschen pro Stunde erreichen. Das Verfahren hat in den USA die Genehmigung durch die FDA (Food and Drug Administration = Nahrungs- und Arzneimittelbehörde) erhalten und befindet sich bereits auf der Stufe der Vermarktung. Entgegen Sidels optimistischen Erwartungen jedoch, die von einem Umsatz von mehreren hundert Actis-Maschinen ausgegangen waren, hat das Unternehmen bis dato [...] [...] Maschinen verkauft. Sidel hat außerdem eine weitere Version ihrer Actis-Technik entwickelt, Actis Lite. Bei Actis Lite handelt es sich um eine hellere, fast unsichtbare Gelbfärbung, die sich somit eher für Säfte eignet.
- (274) Tetra ist bei Plasmabeschichtungen durch ihre Glaskin-Technik und bei der Mehrschichttechnik durch ihre mehrschichtigen, barrierenverbesserten Sealica-Vorformlinge vertreten. Bei Tetras Glaskin handelt es sich um eine klare SiOX-Verbindung, mit der die Innenseite der Flasche beschichtet wird. Die Maschine kann Geschwindigkeiten von bis zu 12 000 Flaschen pro Stunde erreichen. Die Technik befindet sich in einer frühen Phase der Vermarktung. Bei Sealica handelt es sich um eine Mehrschichttechnik, bei der mittels des

Überspritzungsverfahrens (over-injection method) barrierenverbesserte Vorformlinge produziert werden. Die Vorformlinge werden dann auf herkömmlichen SBM-Maschinen ausgeblasen. Sealica befindet sich ebenfalls in einer frühen Phase der Vermarktung. Tetra hat kürzlich die wirtschaftliche Entscheidung getroffen, Sealica aufzugeben ⁽¹¹⁸⁾.

(275) Auf dem Gesamtmarkt für Barriertechniken ergäbe die Kombination der Techniken der Parteien für das fusionierte Unternehmen einen Marktanteil von zirka [10-20 %]* gemessen an den im Jahr 2000 hergestellten barrierenverbesserten Flaschen.

(276) Einige der Marktteilnehmer, die auf die Erhebung der Kommission antworteten, drückten ihre Besorgnis hinsichtlich der Kombination der Plasmatechniken der Parteien aus und äußerten diese auch bei der mündlichen Anhörung. Sie sehen in Plasmabeschichtungen die derzeit am weitesten entwickelte und kostengünstigste verfügbare Barriertechnik. Ein Marktteilnehmer beispielsweise erklärte im Rahmen der Marktuntersuchung der Kommission, dass Plasma langfristig die einzige kosteneffektive Technik sein werde und die einzige Technik sei, die sich für Hochgeschwindigkeitsanlagen eigne und dabei attraktive finanzielle Konditionen biete. Ein Unternehmen, das auf dem Gebiet der Barriertechnik tätig ist, erklärte, dass „technisch gesehen die Verpackung von flüssigen Molkereierzeugnissen und Säften in den nächsten zwei bis drei Jahren mit Hilfe der PET-Barriertechnik möglich sein wird. Da die Kosten mit wachsender Absatzmenge sinken werden, wird es wahrscheinlich eine Zunahme von PET-Behältern auf Kosten der Kartonverpackung geben. Neben der Wirtschaftlichkeit und Leistungsfähigkeit des Produkts wird von der Recycelbarkeit der PET-Behältnisse abhängen, inwieweit PET-Verpackungen auf dem Markt für Milch und Säfte in Einwegpackungen Fuß fassen werden. Die beiden von Sidel und Tetra Laval angebotenen Barriertechniken sind die einzigen Techniken, die sich innerhalb der bestehenden PET-Strömungen als recycelbar erwiesen haben. Eine Analyse des Kosten-/Leistungsverhältnisses für Säfte/Milch zeigt, dass diese technischen Plattformen die kostengünstigsten und umweltfreundlichsten Lösungen für die PET-Verpackungsindustrie darstellen.“

(277) Die Wirtschaftlichkeit der Plasmabeschichtungen, insbesondere von Sidels Actis, das bereits auf den Markt gebracht wurde, ist verlockend. Die Kosten einer Actis-Maschine liegen bei [...] EUR. Dies ist keine große Investition für den Kunden. Sidel berechnet den Anwendern eine Lizenzgebühr für die Nutzung der Maschine. Die Lizenzgebühr ist wichtig, da „sie Sidel ein langfristiges, stabiles Einkommen sichert, das unabhängig vom zyklischen Ertragsstrom aus Maschinenlieferungen fortbesteht.“ ⁽¹¹⁹⁾ „... Wenn Actis erfolgreich ist, müsste aus

den Lizenzträgen für die fest installierten Maschinen ein stetiger, rentabler Einkommensstrom erzeugt werden. Modell hierfür könnte ... die keimfreie Kartonverpackungsindustrie sein, ... in der Maschinen mit geringer (oder sogar ohne) Gewinnmarge an die Kunden verkauft werden. Die Gewinne ergeben sich dann aus den langfristigen Serviceleistungs- oder Materiallieferverträgen, die an den ursprünglichen Maschinenverkauf gebunden sind.“ ⁽¹²⁰⁾

(278) Einige Marktteilnehmer bestätigten jedoch die Auffassung der Parteien, wonach Plasmabeschichtungen auch erhebliche Nachteile hätten, da die Entwicklung noch immer nicht abgeschlossen sei und nach wie vor erhebliche technische Probleme mit sich bringe, wie z. B. das Abblättern unter Wärmeeinwirkung. Sidels Actis-Technik hat außerdem den technischen Nachteil, dass sie mit Pigmentierungen arbeitet (dunkelbraun), was sie zwar für Bierflaschen, nicht jedoch für andere Anwendungen geeignet macht.

(279) Die Parteien haben wiederholt hervorgehoben, dass eine Kombination der Actis-Maschine von Sidel mit Tetras Glaskin-Plasma (das durchsichtig ist) nicht möglich sei und dass folglich eine Kombination der Techniken der Parteien nicht zu einer verbesserten „siegereichen“ Plasmabarriere führen würde. Aufgrund der technischen Komplexität dieses Marktes war weder eine Bestätigung noch die Führung eines Gegenbeweises zu dieser Behauptung möglich.

(280) Auf einem anderen Plasmamarkt sind die Parteien die beiden größten Akteure, aber nach wie vor der Konkurrenz vor allem durch Krones/Coca Cola (mit einer bereits etablierten Technik, Bestpet) und andere Wettbewerber ausgesetzt, die dabei sind, in diesen Markt von außerhalb des EWR einzudringen. Tetra erbrachte in ihrer Mitteilung der Beschwerdepunkte den Nachweis, dass [...] über ein Plasmabarriereverfahren in der Versuchsphase und ein anderes Unternehmen, [...] über eine patentierte Technik auf Plasmabasis verfügt.

(281) Schließlich besteht in der Branche die weitverbreitete Ansicht, dass die Entwicklung eines verbesserten einschichtigen PET letztlich die siegreiche Technik wäre. Dieses verbesserte Harz würde zur Herstellung von Standard-Vorformlingen verwendet, die die erforderlichen Barriereeigenschaften bereits enthielten und in herkömmlichen SBM-Maschinen ausgeblasen werden könnten. Die Marktuntersuchung der Kommission hat bestätigt, dass einschichtige Techniken sowohl aus technischer als auch aus wirtschaftlicher Sicht besonderes attraktiv wären. Die Untersuchung hat ergeben, dass solche Techniken wahrscheinlich in naher Zukunft auf den Markt kommen werden.

⁽¹¹⁸⁾ Rdnr. 59 der Antwort.

⁽¹¹⁹⁾ Siehe JP Morgan London, 20. Februar 2001, Company Update Sidel, Seite 12.

⁽¹²⁰⁾ Ebd., Seite 13.

Fazit

- (282) Hieraus folgt, dass sich durch die Verbindung der Plasma- und Mehrschichttechniken der Parteien die Stellung des fusionierten Unternehmens auf dem Markt für Barriertechniken erheblich verbessern würde (das fusionierte Unternehmen würde über zwei fortschrittliche und anpassungsfähige Plasmatechniken verfügen), jedoch nicht in dem Maße, dass dadurch eine beherrschende Stellung auf dem Gebiet der Barriertechnik entstünde.

3.1.3. Keimfreie Abfüllmaschinen

- (283) Sowohl Tetra als auch Sidel stellen keimfreie PET-Abfüllmaschinen her; es besteht daher eine direkte horizontale Überschneidung zwischen den Aktivitäten der Parteien innerhalb dieses Marktes.

- (284) Tetra legte den Grundstein zu ihrem PET-Abfüllmaschinengeschäft 1999 durch den Kauf der entsprechenden Technik von einer italienischen Maschinenbaugesellschaft. Die Maschinen werden in Italien hergestellt; der Verkauf der Maschinen erfolgt über die allgemeinen Vertriebskanäle von Tetra in den einzelnen Ländern, die teilweise über Mitarbeiter verfügen, die sich auf Abfüllmaschinen für Plastikflaschen spezialisiert haben. Tetras keimfreie PET-Abfüllmaschine, die RFA-40, kann für Flaschen von 0,2 bis 1,5 Litern verwendet werden und hat einen Durchsatz von 12 000 Flaschen pro Stunde. Die RFA-40 ist eher für Getränke mit hohem Säuregehalt (Säfte) geeignet, wurde jedoch in Asien auch für die Abfüllung von Teegetränken mit niedrigem Säuregehalt erfolgreich eingesetzt. Tetra zufolge ist die RFA-40 nicht für die Abfüllung von FMEs geeignet. Tetra hat im EWR [...] Maschinen verkauft und erwirtschaftete im Jahr 2000 im EWR einen Umsatz von zirka [...]. Weltweit sind [...] Maschinen installiert.

- (285) Sidel betätigt sich auf dem Gebiet keimfreier PET-Abfüllmaschinen über seine Tochtergesellschaft Rémy, einem führenden Unternehmen im Bereich keimfreie PET-Technik mit Sitz in Frankreich (Octeville-sur-Mer). Rémy war eines der ersten auf dem Markt der keimfreien PET-Abfüllung operierenden Unternehmen, ist dort fest etabliert und profitiert von einem ausgezeichneten Ruf und einem ausgezeichneten Markenimage. Rémy wurde im Jahr 2000 in Sidels zentrales Vertriebsnetz für SBM-Maschinen integriert. In den letzten drei Jahren hat Sidel im EWR [...] keimfreie Abfüllmaschinen verkauft. Außerdem hat Sidel eine keimfreie Kombi-Maschine, die Kombi SRA, auf den Markt gebracht, die die Verfahren des Ausblasens, der Abfüllung und des Verschlusses einer PET-Flasche in einer einzigen Maschine vereint. Sidel hat im Jahr 2001 im EWR [...] keimfreie Kombi-Maschinen verkauft.

- (286) Bei der keimfreien PET-Abfüllung handelt es sich um eine relativ neue Technik, die den Parteien zufolge im EWR nunmehr in eine Phase rapiden Wachstums

eingetreten ist. In der Anmeldung erklärte Tetra, dass die Gesamtanzahl der installierten keimfreien PET-Abfüllmaschinen im EWR im Jahr 2000 bei [40-50]* Maschinen gelegen habe. Der Anmeldung zufolge hat die Zahl der installierten Maschinen deutlich zugenommen, im Zeitraum 1997-2000 um [70-80 %]*. Es werde mit einem jährlichen Zuwachs von [20-30 %]* gerechnet. Auf dem Markt für keimfreie PET-Abfüllung sind mehrere Unternehmen tätig, die wichtigsten sind (außer den Parteien) Procomac, Serac und Kronos.

- (287) Angesichts der geringen Größe des Marktes (nur [40-50]* installierte Maschinen im EWR) kann die Berechnung von Marktanteilen auf Grundlage des Jahresumsatzes irreführend sein. Tetra hat eine Berechnung der Marktanteile anhand der installierten Maschinen und des durchschnittlichen Umsatzes zwischen 1998 und 2000 vorgeschlagen.

- (288) Den in der Anmeldung vorgelegten Daten zufolge lag Tetras Anteil an der installierten Basis im EWR nach Kapazitäten bei [0-10 %]* und Sidels Anteil bei [10-20 %]*. Das fusionierte Unternehmen hätte damit einen Marktanteil von [20-30 %]* gemessen an der installierten Basis (sowie von [10-20 %]* gemessen am Absatzvolumen zwischen 1998 und 2000). Procomacs Anteil liegt bei [30-40 %]* der installierten Basis, Seracs Anteil bei [10-20 %]* und der von Kronos bei [10-20 %]*. Am Umsatz zwischen 1998 und 2000 haben die Wettbewerber einen Anteil von jeweils [30-40 %]*, [0-10 %]* und [30-40 %]*. Tetra zufolge sind seit 1998 mehrere Neuanbieter auf den Markt vorgedrungen, die fast [40-50 %]* der Neuverkäufe zwischen 1998 und 2000 für sich verbuchen konnten.

- (289) Obgleich die Kommission die Tatsache anerkennt, dass gemessen an der Zahl der nach 1998 verkauften Maschinen neue Teilnehmer auf den Markt vorgedrungen sind, ist die Anzahl sämtlicher verkaufter Maschinen so gering, dass den anhand der Jahresumsätze errechneten Marktanteilen schwerlich eine besondere Bedeutung zuzumessen ist⁽¹²¹⁾. Zu beachten ist ferner, dass Sidels Kombi-Maschine, die ein besonders innovatives Produkt darstellt, erst vor kurzem auf den Markt gebracht wurde und sich noch nicht voll auf den Markt hat auswirken können. Überdies drückt Tetra in internen Dokumenten, die der Kommission zusammen mit der Anmeldung

⁽¹²¹⁾ Zum Beispiel legte Sidel in seiner Antwort auf das Auskunftsverlangen nach Artikel 11 vom 17. August 2001 neue Zahlen zum weltweiten Markt für keimfreie Abfüllung vor. Sidels Berechnungen zufolge wurden im Jahr 2001 weltweit [20-30]* Maschinen verkauft. Sidel verkaufte davon [...]*, Serac [...] und Procomac [...] Maschinen. Gemessen an diesen wenigen Verkäufen in 2001 ist Procomac mit [20-30 %]* klarer Marktführer, während Sidel und Tetra über Anteile von [10-20 %]* bzw. [0-10 %]* verfügen (Tetra hat in den ersten beiden Quartalen des Jahres 2001 noch überhaupt keine Maschinen verkauft).

vorgelegt wurden, die Ansicht aus, der Markt für keimfreie Abfüllmaschinen sei noch immer stark aufgefächert und weise keinen eindeutig etablierten Marktführer auf. [...]*(122).

- (290) Die Kommission kommt daher zu dem Ergebnis, dass das fusionierte Unternehmen über eine starke Stellung bei keimfreien PET-Abfüllmaschinen verfügen würde, da es mit [30-40 %]* der installierten Basis, seinem führenden Know-how in der keimfreien PET-Abfülltechnik, seinem hohen Markenimage und seinem internationalen Vertriebssystem eines der drei größten im Bereich keimfreie PET-Abfüllmaschinen operierenden Unternehmen wäre.

3.2. Vertikale Folgen

- (291) Die Fusion hätte auch erhebliche vertikale Folgen. Sie würde zur vertikalen Integration der fusionierten Einheit in drei Verpackungssystemen führen (Karton, PET und HDPE) und könnte den vertikalen Wettbewerbsausschluss unabhängiger Flaschenhersteller nach sich ziehen.
- (292) Die Fusion würde zu einer Marktstruktur führen, bei der unabhängige Flaschenhersteller auf folgende Weise vom Markt ausgeschlossen werden könnten: i) die fusionierte Einheit wäre das einzige Unternehmen mit einer vertikalen Integration bei der Verpackung von Flüssignahrungsmitteln in Karton (Kartonverpackungsmaschinen und Kartonrollen), in HDPE (EBM-Maschinen und HDPE-Flaschen) und in PET (SBM-Maschinen, Barriertechnik, keimfreie Abfüller, Vorformlinge und Flaschen); ii) die duale Stellung der fusionierten Einheit als Zulieferer und Wettbewerber von Flaschenherstellern würde wahrscheinlich auf dem Markt einen Versorgungskonflikt („channel-conflict“) auslösen. Unter Ausnutzung ihrer starken Marktstellung als Lieferant von SBM-Maschinen an Flaschenhersteller, die in gewissem Umfang von Sidel abhängig sind, könnte das Unternehmen nach der Fusion in der Lage sein, die Kosten der Flaschenhersteller anzuheben und sie damit als Anbieter von Vorformlingen und schlüsselfertigen Installationen an den Rand des Marktes zu drängen. Tetra/Sidel könnte möglicherweise analog zu Tetras erfolgreicher Geschäftsstrategie bei Karton SBM-Maschinen und Vorformlinge zusammen anbieten, d. h. die SBM-Maschinen zu einem niedrigen Preis abgeben und die Kosten durch langfristige Kopplungsverträge über die Lieferung von herkömmlichen und barriereverbesserten Vorformlingen wieder hereinholen. Das fusionierte Unternehmen könnte außerdem seinen Kunden schlüsselfertige Installationen unter Umgehung von Flaschenherstellern anbieten.

3.2.1. Vertikale Integration der fusionierten Einheit bei Karton, PET und HDPE

- (293) Sidel ist kein vertikal integriertes Unternehmen, sondern lediglich ein Ausrüstungshersteller, der Sondermaschinen liefert, die von Verpackungsgesellschaften zur Herstellung leerer PET-Flaschen (SBM-Maschinen) und HDPE-Flaschen (EBM-Maschinen) sowie zur Abfüllung der Flaschen mit Flüssigkeiten (keimfreie und nicht keimfreie PET- und HDPE-Abfüllmaschinen) verwendet werden. Sidel stellt keine Verbrauchsgüter (Vorformlinge) oder fertige Flaschen her. Sämtliche PET-Ausrüstungsanbieter (auch die Sidel- Hauptwettbewerber Sipa, SIG und Krones) verfahren nach demselben Unternehmenskonzept mit überwiegender Konzentration auf die Ausrüstung und nicht auf vertikal integrierte Angebote. Das bedeutet nicht, dass Ausrüstungshersteller keine Kompletanlagen schlüsselfertig anbieten; sie tun dies auf Anfrage ihrer Kunden sogar in zunehmendem Maße. Die Parteien schätzen (und dies wurde durch die Marktuntersuchung bestätigt), dass [20-30 %]* des Umsatzes auf schlüsselfertige Kompletanlagen entfallen. Kompletanlagen umfassen jedoch nur Ausrüstungsgüter wie SBM-Maschinen (und Gussformen), Abfüllmaschinen, Förderbänder, Etikettiermaschinen usw. Verbrauchsgüter wie Vorformlinge sind nicht Teil des Angebots. Anbieter von PET-Ausrüstungsgütern sind auf dem nachgeordneten Verpackungsmarkt nicht tätig, d. h. sie verkaufen keine fertigen Flaschen.
- (294) Infolge der Marktstruktur nehmen unabhängige Anbieter (Flaschenhersteller) auf dem Markt eine Sonderstellung ein. Flaschenhersteller kaufen SBM-Maschinen und Gussformen von Ausrüstungsanbietern (hauptsächlich von Sidel) und verwenden sie zur Herstellung leerer PET- und HDPE-Flaschen, die sie anschließend an ihre Kunden, die Getränkehersteller, verkaufen. Sie stellen auch Vorformlinge her, die sie an Getränkehersteller verkaufen, die über hauseigene Anlagen verfügen. Der Verkauf von Vorformlingen macht das Hauptgeschäft der unabhängigen Flaschenhersteller aus. Diese Branchenstruktur hat es den Getränkeherstellern ermöglicht, ihren Verpackungsbedarf durch eine Vielzahl von Quellen zu decken, indem sie ihre Ausrüstung von verschiedenen Anbietern oder bisweilen auch fertige Flaschen von Flaschenherstellern kaufen.
- (295) Im Gegensatz dazu ist Tetra eine vertikal integrierte Gesellschaft. Tatsächlich ist Tetra das „einzige Unternehmen auf der Welt, das der Lebensmittelindustrie einen ‚One-Stop-Shop‘ für Verfahrens- und Verpackungsausrüstung anbieten kann.“(123) Tetra liefert sowohl

(122) Internes Dokument von Tetra, der Anmeldung gemäß Rdnr. 5.4 des Formblattes CO als Anhang 3 beigefügt.

(123) Tetra Lavals Jahresbericht 2000, auf Seite 15.

Prozess- und Verpackungsmaschinen als auch Verpackungen (das Kartonmaterial in Rollen oder PET-Vorformlinge und fertige Flaschen). Tetras vorgeschaltete (Vorformlinge) und nachgeordnete Aktivitäten (Verpackungen oder fertige Flaschen) werden im Folgenden dargestellt.

3.2.1.1. Kartonverpackungen

- (296) Hier ist Tetra Marktführer mit einem Marktanteil im Bereich von 80 % bei keimfreien und 50 % bei nicht keimfreien Kartonverpackungen. Tetra verfolgt ein Unternehmenskonzept, bei dem den Kunden integrierte Lösungen für Maschinen und Kartons (Rollen oder Rohlinge) angeboten werden.

3.2.1.2. HDPE-Flaschen

- (297) Tetra liefert fertige HDPE-Flaschen hauptsächlich an Molkereien in Großbritannien. Diese Flaschen dienen zur nicht keimfreien Abfüllung von pasteurisierter und länger haltbarer Milch (ESL milk = extended shelf life milk)⁽¹²⁴⁾. Sidel betätigt sich als Anbieter von EBM-Maschinen, jedoch nicht als nachgeordneter Anbieter von HDPE-Flaschen. Auf diesem nachgeordneten Markt fungiert Tetra als ein „converter“. Tetras Flaschen werden im Rahmen sogenannter „Hole-through-the-wall“-Verbindungen geliefert. Tetra produziert die Flaschen unter Verwendung von Maschinen der Graham Engineering Corporation [...]*. Tetras Marktanteil auf diesem nachgeordneten Markt der Versorgung mit nicht keimfreien HDPE-Flaschen in Großbritannien liegt bei [20-30 %]* (der Marktführer ist Nampak, ein Converter, mit einem Marktanteil von [60-70 %]*). Seit kurzem bietet Tetra auch in Belgien HDPE-Flaschen an. Die Marktuntersuchung der Kommission hat ergeben, dass zwischen Tetra und Graham Engineering eine [...]*-Verbindung bezüglich der Verwendung der EBM-Maschinen von Graham Engineering im EWR besteht. Dritte äußerten die Sorge, dass Sidel's Stellung bei EBM-Maschinen in Verbindung mit der Stellung von Tetra/Graham zu Wettbewerbsproblemen führen könnte, da Tetra/Sidel nach der Fusion im EWR über eine sehr

starke Stellung auf dem Markt für EBM-Maschinen verfügen würde⁽¹²⁵⁾.

3.2.1.3. PET-Vorformlinge, Flaschen und Plastikverschlüsse

- (298) Tetra ist der weltweit drittgrößte unabhängige Anbieter von Vorformlingen mit einem Marktanteil von [10-20 %]*⁽¹²⁶⁾. Die größten auf diesem Markt operierenden Unternehmen sind Konverter wie Schmalbach (Marktführer mit [30-40{START_ENTITY}nbsp;%]*) und Alpla. Überdies hat sich Tetra eine eigene Barriertechnik für die Herstellung und den Verkauf von barriereverbesserten Vorformlingen patentieren lassen (Sealica). Tetra hat verlauten lassen, dass sie die Sealica-Technik aufgegeben habe. Außerdem plant Tetra, hauptsächlich im Rahmen von „Hole-through-the-wall“-Verbindungen, in begrenzter Anzahl Glaskin-barriereverbesserte fertige PET-Flaschen herzustellen⁽¹²⁷⁾. Darüber hinaus stellt Tetra über ihre Tochtergesellschaft Novemba (1999 erworben) auch Verschlüsse für Plastikgetränkeflaschen her⁽¹²⁸⁾. Nach Angaben von Tetra verfügte Novemba im Jahr 2000 im EWR über einen Marktanteil von [10-20 %]*.

- (299) Tetra/Sidel könnte nach der Fusion mit seinen Produkten den gesamten PET-Produktionsprozess abdecken, wie aus Tabelle 8 hervorgeht.

⁽¹²⁵⁾ Im Verlauf der Marktuntersuchung der Kommission wies eine große Molkerei darauf hin, dass die Parteien im EWR die einzige Bezugsquelle für EBM-Maschinen zur Herstellung von HDPE-Flaschen mit Griffen sind, die insbesondere für Großpackungen bei Milch verwendet werden. Die Untersuchung der Kommission ergab, dass mit den Graham-Maschinen, für die Tetra die einzige Bezugsquelle im EWR darstellt, [...]*, und der neuen Sidel [...]* tatsächlich keimfreie HDPE-Flaschen mit Griffen hergestellt werden können. Die Untersuchung ergab jedoch auch, dass zwei weitere Anbieter, Bekum und Techne, ebenfalls Maschinen für die Herstellung keimfreier HDPE-Flaschen mit Griffen anbieten können. Die Kommission beschloss am 24. September 2001, der anmeldenden Partei eine ergänzende Mitteilung mit Beschwerdepunkten unter anderem in Bezug auf EBM-Maschinen zu übermitteln. Die Mitteilung ergänzte die ursprüngliche Mitteilung durch eine genauere Beschreibung der Aktivitäten der Parteien im Bereich HDPE. Anhand von Tetras Antwort vom 1. Oktober 2001 und aufgrund ihrer eigenen Analyse gelangte die Kommission zu dem Schluss, dass die Stellung zweier weiterer auf dem Gebiet operierender Unternehmen so ist, dass die Bedenken hinsichtlich einer möglichen beherrschenden Stellung bei der Herstellung keimfreier HDPE-Flaschen mit Griffen als weitestgehend ausgeräumt gelten können.

⁽¹²⁶⁾ In ihrer Antwort behauptet Tetra, dass ihr Marktanteil der Berechnungsmethode der Kommission zufolge (offener Markt) eher bei [0-10 %]* und bei Berücksichtigung der hausinternen Produktion sogar bei [0-10 %]* liege.

⁽¹²⁷⁾ Rdnr. 172 der Anmeldung.

⁽¹²⁸⁾ Verschlüsse sind luft-/wasserdichte Verschlüsse für verpackte Produkte, welche die Verschließ- und Wiederverschließbarkeit der Verpackung ermöglichen. Sie werden getrennt von der Verpackung hergestellt.

⁽¹²⁴⁾ Bei länger haltbarer Milch (extended shelf life (ESL)) handelt es sich um frische pasteurisierte Milch, deren Haltbarkeit bei zirka 90 Tagen liegt. Sie liegt damit zwischen (keimfreier) H-Milch und Frischmilch mit kurzer Haltbarkeit.

Tabelle 8

Gesamtes PET-Produktspektrum

Markt	Tetra	Sidel	Tetra + Sidel
Vorformlinge	[10-20 %]*	Nicht tätig	[10-20 %]*
SBM (niedriger Durchsatz)	[20-30 %]*	[30-40 %]*	[50-60 %]*
SBM (hoher Durchsatz)	Nicht tätig	[60-70 %]*	[60-70 %]*
Barriertechniken	Tätig	Tätig	[10-20 %]*
Keimfreie PET-Abfüller	[0-10 %]*	[10-20 %]*	[20-30 %]*
Nicht keimfreie PET-Abfüller	Nicht tätig	Tätig	< 10 %
Nebenanlagen und Endverpackungsmaschinen ⁽¹²⁹⁾	Nicht tätig	Tätig	< 25 %
Plastikflaschenverschlüsse	[10-20 %]*	Nicht tätig	[10-20 %]*

(300) Durch die Zusammenlegung der Aktivitäten der Parteien würde ein vertikal integriertes Unternehmen bei Karton (Tetra), HDPE (Sidels EBM-Maschinen und Tetras Flaschenproduktion sowie die [...]*-Vereinbarung mit Graham Engineering in Bezug auf EBM-Maschinen) und bei PET (Tetras Vorformlinge und Flaschengeschäft sowie die Ausrüstung von Sidel) entstehen. Keine anderes Unternehmen auf dem Gebiet der Flüssignahrungsmittelverpackung ist auf diese Art und Weise integriert.

3.2.2. Versorgungskonflikt („channel-conflikt“) — möglicher Wettbewerbsausschluss von unabhängigen Flaschenherstellern („Konverter“)

(301) Die vertikale Integration des fusionierten Unternehmens wird wahrscheinlich auf dem Markt zu einem Versorgungskonflikt führen, da die fusionierte Einheit sowohl Zulieferer als auch Wettbewerber von unabhängigen PET-Flaschenherstellern wäre. Ein Flaschenhersteller erklärte in seiner Antwort auf die Marktuntersuchung der Kommission, dass „die Verbindung von Tetra Lavals Kapazitäten bei Vorformlingen sowie deren Erfahrung im Bereich keimfreier Verpackung zusammen mit Sidels Blas-/Abfüll-/Verschlusskapazitäten auf dem Markt für das hausinterne Ausblasen und Abfüllen der Flaschen beherrschend werden könnte und möglicherweise wird, und zwar für sämtliche Produkte, für die PET-Flaschen verwendet werden können (angefangen von Milch über

isotonische Getränke bis hin zu Säften usw.)... Alle PET-Flaschenhersteller werden diese ernststen Bedenken teilen.“ ⁽¹³⁰⁾

(302) Der „Versorgungskonflikt“, in den die unabhängigen PET-Flaschenhersteller wahrscheinlich dadurch gerieten, dass sie gleichzeitig Kunden (Sidel) und Wettbewerber (Tetra) des fusionierten Unternehmens sind, ist nicht einfach nur die Folge von Tetras Betätigung auf dem Markt für Vorformlinge, auch wenn er durch Tetras Geschäftstätigkeiten in diesem Bereich besonders direkt zu Tage tritt. Tetras Aktivitäten als Verpackungsgesellschaft (nicht als Hersteller von Verpackungsausrüstungen) auf den Gebieten Karton und HDPE machen das Unternehmen für Konverter bei all ihren Tätigkeiten zu einem indirekten Wettbewerber. Beispielsweise arbeiten die PET-Flaschenhersteller derzeit mit Sidel an der Herstellung innovativer PET-Designs, die speziell auf den FME- und Saftmarkt abzielen, wo Tetra bei Karton und HDPE stark vertreten ist. Bei der Neueinführung von Produkten auf dem Markt müssen die Flaschenhersteller sehr eng mit Sidel zusammenarbeiten, da das End-Design auf einer Sidel-Maschine ausgeblasen wird; sie müssen sich auf eine Leistungsbeschreibung einigen und gesicherte Produktionsergebnisse erzielen. Daher wurde die Sorge laut, dass „jedes zukünftige Projekt, sei es ein neuer Kunde, ein verbessertes Werkzeug oder ein verbessertes Design, unweigerlich an einen Wettbewerber weitergegeben würde — eine unmögliche Situation mit einer düsteren Geschäftsperspektive.“ ⁽¹³¹⁾

⁽¹²⁹⁾ Zu den Nebenanlagen gehören hauptsächlich Förderbänder; Endverpackungsmaschinen sind Maschinen, die die einzelnen Produkteinheiten für vertriebsfertig verpacken.

⁽¹³⁰⁾ Antwort vom 8. Juni 2001 auf die Marktuntersuchung der Kommission.

⁽¹³¹⁾ Antwort eines Dritten vom 8. Juni 2001.

3.2.2.1. *Abhängigkeit der unabhängigen Flaschenhersteller (Konverter) von Sidel*

- (303) Das Unternehmenskonzept eines Flaschenherstellers besteht aus zwei Komponenten. Zum einen kaufen Flaschenhersteller SBM-Maschinen und Gussformen von Ausrüstungsanbietern für ihre eigene Produktion und verkaufen die fertigen PET-Flaschen an ihre Kunden, die Getränkehersteller, zur Abfüllung. Zum anderen stellen sie auch Vorformlinge her, die sie an Getränkehersteller verkaufen, die über eine hauseigene PET-Flaschenproduktion verfügen. Dies hat es den Getränkeherstellern ermöglicht, ihren Verpackungsbedarf durch verschiedene Bezugsquellen zu decken; es bringt jedoch auch mit sich, dass die Flaschenhersteller eng mit dem SBM-Maschinenhersteller zusammenarbeiten müssen, um ihre Vorformlinge und Gussformen zu testen und Ausrüstungsgüter zu erwerben, mit denen sie ihre Kunden beliefern.
- (304) Durch Sidels Stellung als herausragender Anbieter von SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz und Spezialist für viele Anwendungen und — noch wichtiger — durch seinen kundenorientierten Ansatz mit speziellen Design- und Testcentern, die dazu dienen, auf den Kundenbedarf zugeschnittene PET-Lösungen anzubieten, ist das Unternehmen der größte und wichtigste Verpackungspartner für unabhängige Flaschenhersteller geworden.
- (305) Einige Flaschenhersteller haben erklärt, dass sie aufgrund ihres Geschäftsumfangs über sehr spezielle Bedürfnisse in Bezug auf ihre PET-Flaschenproduktion verfügen. Flaschenhersteller sind tatsächlich die größten Kunden von Sidel. [...] der [...] größten Kunden von Sidel sind Flaschenhersteller. Letztere haben nach eigener Aussage in großem Umfang in Sidel-Maschinen und -Gussformen (das geformte Metallstück, das in die Maschine eingeführt wird, um der fertigen Flasche ihre Gestalt zu geben) investiert. Deshalb sei es ihnen wirtschaftlich unmöglich, ihren Bedarf durch andere Anbieter zu decken, selbst wenn diese Maschinen von einer Art und Qualität anbieten könnten, die denen von Sidel in nichts nachstehen; was jedoch nicht der Fall ist. Einer der großen Flaschenhersteller im EWR erklärte, dass er mehr als [...] Sidel-Maschinen in Betrieb habe und nur [...] SBM-Maschinen von anderen Anbietern. Er sagte außerdem aus, dass er im Allgemeinen mit der Leistung der von ihm betriebenen SBM-Maschinen anderer Anbieter nicht zufrieden sei.
- (306) Die Flaschenhersteller, die auf die Marktuntersuchung der Kommission antworteten, erklärten, dass es ihnen bezüglich des Großteils ihrer Produktionserfordernisse nicht möglich sei, zu anderen SBM-Maschinenherstellern überzuwechseln. Als Begründung hierfür nannten sie die Geschwindigkeit, Verlässlichkeit und Qualität der Sidel-Maschinen. Zu beachten ist, dass die Marktzutrittschranken im oberen SBM-Maschinensegment angesichts der technischen Komplexität, des notwendigen Know-hows und des Investitionsbedarfs besonders hoch sind. Ein Flaschenhersteller führte aus, dass Maschi-

nen anderer Anbieter weder die Geschwindigkeit noch die Verlässlichkeit und Qualität von Sidel-Maschinen erreichen. In einem Fall gab ein Flaschenhersteller die SBM-Maschine eines anderen Anbieters aufgrund der schlechten Qualität und häufiger Ausfälle zurück. Dazu ist anzumerken, dass für einen reibungslosen Betrieb von SBM-Maschinen die Serviceüberwachung von äußerster Wichtigkeit ist. Das Geschäft von Flaschenherstellern ist charakterisiert durch den niedrigen Wert der produzierten Ware, die jedoch in großen Stückzahlen hergestellt wird („low-value high-volume business“), weshalb ein reibungsloser und effizienter Output sehr wichtig ist. Die Flaschenhersteller gaben an, dass nur Sidel die kurzen Reaktionszeiten einhalten könne, die für ihren Servicebedarf erforderlich seien.

- (307) Die Flaschenhersteller erklärten außerdem, dass sie für die Erprobung und Entwicklung ihrer Vorformlinge, Gussformenentwürfe und Flaschen von Sidel abhängig seien. Flaschenhersteller arbeiten auf der Forschungs- und Entwicklungsstufe eng mit Sidel zusammen, um Leistungsbeschreibungen und gesicherte Produktionsergebnisse zu erreichen. Sie teilen mit Sidel vertrauliche und geschützte Designs/Entwürfe und Projekte. Auf diese Weise hat Sidel ein unschätzbare Wissen aus erster Hand über die nachgeordneten Verpackungsmärkte erworben und verfügt über eine riesige Ansammlung von vertraulichen Zeichnungen, Vorformlingen und alten Designs/Entwürfen. Eine Auskunftsperson erklärte beispielsweise, dass „ein PET-Flaschenhersteller, um Erfolg zu haben, eng mit dem Maschinenhersteller, z. B. Sidel, zusammenarbeiten muss; dazu gehört der Austausch von Geschäftsgeheimnissen und geschütztem Wissen. Dies gilt nicht nur in Bezug auf die Serviceüberwachung von Maschinen und Ausrüstung, sondern auch für die gemeinsame Entwicklung neuer Designs oder Techniken.“⁽¹³²⁾
- (308) Diese Faktoren führten die Kommission in der Mitteilung der Beschwerdepunkte zu dem einstweiligen Schluss, dass es angemessen wäre, einen eigenen Markt für hochwertige Maschinen mit hohem Durchsatz und Serviceleistungen für Flaschenhersteller zu definieren. In ihrer schriftlichen Antwort und bei der mündlichen Anhörung legte Tetra weitere Belege zur Untermauerung der Behauptung vor, dass sich die Flaschenhersteller gegenüber Sidel nicht in einer Position der Abhängigkeit befänden. Flaschenhersteller seien nicht auf hochwertige Maschinen mit hohem Durchsatz angewiesen. Die Vorliebe der Flaschenhersteller für Sidel sei schlicht auf wirtschaftliche Gründe und nicht auf bestimmte, spezifische Bedürfnisse zurückzuführen, die nur von Sidel befriedigt werden könnten⁽¹³³⁾. Das gelegentliche schlechte Abschneiden von Maschinen von Wettbewerbern sei zufallsbedingt und dürfe nicht mit in Betracht gezogen werden. Tetra zufolge verwendeten Flaschenhersteller „viele Maschinen von Sidel-Konkurrenten und

⁽¹³²⁾ Antwort vom 8. Juni 2001 auf die Marktuntersuchung.

⁽¹³³⁾ Die anmeldende Partei legte beispielsweise Belege dafür vor, dass Konverter keinen speziellen Bedarf an hochwertigen Maschinen mit hohem Durchsatz (z. B. mehr als 40 000 Flaschen pro Stunde) hätten, der nur durch Sidel gedeckt werden könnte.

scheinen keine Probleme damit zu haben.“⁽¹³⁴⁾ Darüber hinaus behauptete Tetra, dass es keine Rolle spiele, ob Flaschenhersteller in großem Umfang in Sidel-Maschinen investiert hätten, da sie dennoch ohne weiteres auf die Maschinen anderer Anbieter umsteigen könnten. So habe beispielsweise ein großer Flaschenhersteller im EWR im Jahr 2000 drei Maschinen von Krones gekauft. Tetra behauptete außerdem, die Flaschenhersteller seien für die Erprobung und den Entwurf von Gussformen und Vorformlingen nicht von Sidel abhängig. Die Investition in Gussformen stellt der anmeldenden Partei zufolge kein wesentliches Hindernis für einen Wechsel dar, da Gussformen aufgrund periodischer Änderungen der Flaschenformen alle drei Jahre ersetzt werden müssten. Überdies hätten Anbieter wie SIG ihre SBM-Maschinen so entworfen, dass auch Sidel-Gussformen eingesetzt werden können; dies gebe ihnen die Möglichkeit, leichter in den Kundenbestand von Sidel einzudringen.

(309) Die Flaschenhersteller äußerten dennoch weiterhin die Sorge, Sidel könne nach der Fusion als ein unabhängiger Anbieter von Maschinen verloren gehen und das fusionierte Unternehmen könnte in der Lage sein, die Flaschenhersteller vom PET-Verpackungsmarkt zu verdrängen, und zwar durch ihr Angebot an schlüsselfertigen Lösungen, Vorformlingen und fertigen PET-Flaschen. Für das fusionierte Unternehmen bestehe kein Anreiz, Flaschenherstellern Ausrüstungen und effiziente Serviceleistungen zur Verfügung zu stellen, da es die Flaschenhersteller einfach umgehen und ihren Kunden komplette Anlagen (von den Vorformlingen bis hin zu Abfüllmaschinen) anbieten könne. Um schlüsselfertige Angebote machen zu können, sind Flaschenhersteller beim Einkauf von SBM-Ausrüstungsgütern von Sidel abhängig.

(310) Die Kommission ist der Auffassung, das Flaschenhersteller bis zu einem gewissen Grad von Sidel abhängig sind und auch von dem fusionierten Unternehmen weiterhin weiter abhängig sein würden. Sie können zwar offensichtlich für den Kauf neuer Maschinen und den Entwurf und die Erprobung von Vorformlingen zu anderen Anbietern von SBM-Maschinen wechseln, doch wird aufgrund der Kosten dieses Umstiegs und des notwendigen Weiterbetriebs der bereits gekauften Sidel-Maschinen der derzeitige Grad der Abhängigkeit von Sidel noch länger erhalten bleiben.

3.2.2.2. Mögliche Folgen des Versorgungskonfliktes

(311) Die sich aus der Fusion ergebende Marktstruktur wird wahrscheinlich zu einem Versorgungskonflikt führen. Ein fusioniertes Unternehmen Tetra/Sidel könnte in der Lage sein, die Belieferung mit Ausrüstungsgütern zu verweigern oder zu Preisdiskriminierungen oder sonstigen diskriminierenden Praktiken übergehen, um ihr eigenes integriertes Geschäft zum Nachteil von reinen Flaschenherstellern zu begünstigen. So könnte Tetra/Sidel zum Beispiel ihre Ausrüstungspreise für Flaschen-

hersteller erhöhen und Getränkeherstellern günstigere Preise anbieten, die mit langfristigen Zahlungsmodalitäten oder, was wahrscheinlicher ist, mit langfristigen Vorformling-Lieferverträgen gekoppelt sind. Auf diese Weise könnte die enge Zusammenarbeit von Flaschenherstellern mit Sidel beim Entwurf und bei der Erprobung von Vorformlingen, die dazu dient, Getränkeherstellern innovative neue Produkte anbieten zu können, möglicherweise zum Erliegen kommen.

(312) Als vertikal integriertes Unternehmen mit einer führenden Stellung auf dem Markt für SBM-Maschinen könnte Tetra/Sidel in der Lage sein, die Flaschenhersteller an den Rand des Marktes zu drängen, indem es seinen Kunden sowohl Paketlösungen aus SBM-Maschinen und Vorformlingen als auch schlüsselfertige Anlagen anbietet.

(313) Tetra verfährt bei ihrem Kartongeschäft nach demselben Muster: Lieferung von Maschinen mit langfristiger Finanzierung, deren Kosten über die Lieferung von Kartonmaterial wieder hereingeholt werden. Tetra ist der Ansicht, dass dieses Unternehmenskonzept auf den Plastiksektor übertragen werden kann. In internen Dokumenten vertritt Tetra die Auffassung, es gebe in der Plastikindustrie im Vergleich zur Kartonindustrie eine wesentlich schwächere Bindung zwischen der Belieferung mit Abfüllmaschinen und der Belieferung mit Verpackungsmaterial. [...]*(¹³⁵).

(314) Tatsächlich hat sich Tetra in der Vergangenheit häufig dieser Praktiken (Kopplungsverkauf von Kartonausrüstung und Kartonverpackungen oder SBM-Ausrüstung mit Vorformlingen) mit großem Erfolg bedient. Die Marktuntersuchung hat ergeben, dass eine erhebliche Anzahl von SBM-Maschinen-Ausschreibungen, für die Tetra den Zuschlag erhielt, aufgrund der Kombination von SBM-Maschinen mit Vorformlingen vergeben wurden, womit die Wettbewerber (darunter große Gesellschaften wie Sidel) nicht konkurrieren konnten. Tetra bietet die SBM-Maschinen in der Regel zu einem relativ niedrigen Preis an (d. h. sie unterbietet ihre Wettbewerber) und bindet die Kunden mit langfristigen Verträgen über den Kauf von Vorformlingen. Aus Unterlagen von Sidel geht hervor, dass Tetra den Zuschlag vielfach deshalb erhielt, weil das Unternehmen eine Kombination aus Vorformlingen und SBM-Maschinen anbieten konnte. Diese Strategie hat es Tetra ermöglicht, trotz der geringen Qualität ihrer Maschinen und ihrer geringen Präsenz auf dem SBM-Maschinenmarkt insgesamt einen hohen Marktanteil im unteren SBM-Segment zu erlangen (zweitgrößter Marktteilnehmer in 4 Jahren). Zusammen mit Sidel als führendem Anbieter von SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz könnte Tetra in der Lage sein, ihre wirtschaftlich erfolgreiche Strategie der Kombination von SBM-Maschinen und Vorformlingen weiterzuführen und dadurch den Marktanteil des fusionierten Unternehmens sowohl bei SBM-Maschinen als auch bei Vorformlingen auszubauen und Flaschenhersteller an den Rand des Marktes zu drängen.

⁽¹³⁴⁾ Antwort, Seite 34.

⁽¹³⁵⁾ Internes Dokument von Tetra, das als Anhang 3 der Anmeldung beigefügt wurde.

- (315) Was schlüsselfertige Anlagen anbelangt, so steht Kunden (insbesondere Kunden mit wenig Erfahrung) diesbezüglich die Möglichkeit offen, sich an Flaschenhersteller oder andere unabhängige Berater zu wenden. Der unabhängige Berater stellt dann eine PET-Anlage zusammen, zu der SBM-Maschinen von Sidel, Abfüllmaschinen oder Nebenanlagen anderer Anbieter und die eigenen Vorformlinge des Kunden gehören könnten. Auch Sidel bietet schlüsselfertige Anlagen an, allerdings ohne Vorformlinge, da Sidel auf diesem Gebiet nicht tätig ist. Somit hat der Getränkehersteller als Kunde derzeit die Möglichkeit, eine Sidel-SBM-Maschine direkt von Sidel zu beziehen oder aber von Konvertern, die überdies auch Vorformlinge liefern.
- (316) Tetra hat die zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch relativ offene Struktur des PET-Verpackungssektors kurz wie folgt beschrieben: „... Kunden können sich an unabhängige PET-Berater wenden, die sich auf die Zusammenstellung von speziell auf den Kunden zugeschnittenen Kompletanlagen nach dem Baukastensystem spezialisiert haben. So kann sich auch der unerfahrenste Kunde das erforderliche Fachwissen und die notwendige Nachfragemacht verschaffen, um sich seine Kompletanlage aus den geeignetsten Einzelkomponenten zusammenzustellen.“⁽¹³⁶⁾
- (317) Ein Kunde der Parteien⁽¹³⁷⁾ erklärte: „Bei Sidel handelt es sich um einen Maschinenanbieter, bei Tetra um einen Maschinen- und Verpackungsanbieter. Es besteht das Risiko, dass nach der Fusion die Ausrüstung zur Herstellung von Verpackungen auf dem Markt nicht mehr frei verfügbar ist, sondern nur noch die mit dieser Ausrüstung hergestellte Verpackung. Somit richten sich unsere Bedenken hauptsächlich gegen die vertikale Integration eines Ausrüstungsherstellers und eines Anbieters von Verpackungsmaterial.“
- (318) Es gibt somit Befürchtungen, dass Tetra/Sidel nach der Fusion in der Lage sein könnte, die Marktposition von Konvertern in diesen Bereichen auf ein Minimum zu reduzieren, indem die Lieferung von SBM-Maschinen verweigert wird oder indem man die Kosten erhöht und das eigene integrierte Geschäft begünstigt. Dies könnte dazu führen, dass einige Merkmale des markenspezifischen Wettbewerbs beim Verkauf von Sidel-SBM-Maschinen verloren gehen.

3.2.2.3. *Tetras Entscheidung, aus dem Markt für Vorformlinge auszusteigen*

- (319) Tetra hat eingeräumt, dass als Folge der Fusion ein Versorgungskonflikt entstehen könnte, und hält diesen in geschäftlicher Hinsicht für schädlich, da er einige von Tetras Kunden gegen das Unternehmen aufbringen würde. Tetra ist jedoch nicht der Auffassung, dass dieser Konflikt zur Schaffung oder Verstärkung einer

beherrschenden Stellung führen würde. Das fusionierte Unternehmen sei praktisch nicht in der Lage, unabhängige Flaschenhersteller vom Markt auszuschließen: Erstens seien Flaschenhersteller Tetras wichtigste Abnehmer, die man nicht verärgern wolle; zweitens könnten Flaschenhersteller sowohl für die Herstellung und den Entwurf von Vorformlingen als auch das Ausblasen der Flaschen zu anderen Anbietern wechseln; drittens handele es sich bei Vorformlingen um Massenware; viertens seien Tetras Aktivitäten zum gegenwärtigen Zeitpunkt derart begrenzt ([0-10 %]* Marktanteil im Jahr 2000), dass das Unternehmen den Markt für Vorformlinge unmöglich beherrschen könne; fünftens könnten Wettbewerber ebenfalls Vorformling-Geschäfte erwerben und schließlich könnten die Wettbewerber ebenfalls schlüsselfertige Anlagen in Konkurrenz zum fusionierten Unternehmen anbieten.

- (320) Die Marktuntersuchung und die Marktanalyse der Kommission führten zu Ergebnissen, die die Argumente der anmeldenden Partei teilweise bestätigen.
- (321) Erstens muss die Tatsache, dass Flaschenhersteller die größten Kunden des fusionierten Unternehmens sind, genauer erläutert werden. Entgangene Verkäufe an Flaschenhersteller könnten durch direkte Verkäufe an deren Kunden (die Getränkehersteller) wettgemacht werden, und zwar mit dem zusätzlichen Vorteil gekoppelter Lieferungen von Vorformlingen, was die möglicherweise niedrigeren Gewinnspannen bei den SBM-Maschinenverkäufen ausgleichen würde. Zweitens erklärten die Flaschenhersteller, dass sie zur Deckung ihres Bedarfs an SBM-Maschinen und für den Entwurf und die Erprobung von Vorformlingen zu anderen Anbietern überwechseln könnten. Dies scheint zutreffend zu sein, obgleich die Kommission der Ansicht ist, dass sie in Bezug auf ihre bereits installierte Maschinenbasis von Sidel abhängig bleiben werden⁽¹³⁸⁾. Drittens kann es sich bei Standard-Vorformlingen um Massenware handeln, bei barriereverbesserten Vorformlingen werden jedoch höhere Gewinnspannen erzielt⁽¹³⁹⁾. Tetra hat jedoch erklärt, sie habe vor kurzem die Seolica-Technik aufgegeben. Viertens bewegt sich Tetras Marktanteil auf dem offenen Markt (d. h. die hauseigene Produktion ausgenommen), wo das Unternehmen mit den Flaschenherstellern konkurriert, im Bereich von [10-20 %]* und nicht im Bereich

⁽¹³⁶⁾ Vorlage der anmeldenden Partei vom 8. Juni 2001.

⁽¹³⁷⁾ Antwort eines Dritten, bei dem es sich um ein großes Unternehmen handelt, auf die Marktuntersuchung der Kommission.

⁽¹³⁸⁾ Die Behauptung der anmeldenden Partei bezüglich der Herstellung von Vorformlingen ist zutreffend. Weder Tetra noch Sidel liefern Maschinen, mit denen Vorformlinge hergestellt werden. Diese werden von unabhängigen Unternehmen wie der kanadischen Gesellschaft Husky (das führende Unternehmen) geliefert. Deshalb sind Flaschenhersteller für ihre Produktion von Vorformlingen nicht von Sidel abhängig und werden auch künftig nicht von Tetra/Sidel abhängig sein. Dieser Bereich ist nicht Teil des „Versorgungskonflikts“, der durch die gleichzeitige Präsenz der fusionierten Einheit auf dem Maschinenmarkt und dem Verpackungsmarkt, d. h. als Lieferant und Wettbewerber von Flaschenherstellern, entsteht.

⁽¹³⁹⁾ Auch Karton ist ein Massengut, verbesserter mehrschichtiger Karton, der Aluminiumfolie als Sauerstoffbarriere enthält, jedoch nicht. Dies ist jedoch die Art Karton, die Tetra durchgehend an ihre Kunden verkauft.

von [0-10 %]*. Die Marktuntersuchung hat gezeigt, dass Tetra diese Stellung innerhalb von 3-4 Jahren erlangen konnte, und zwar auch ohne über den Vorteil einer überlegenen Technik und einer führenden Stellung bei SBM-Maschinen zu verfügen (wie dies nach der Fusion der Fall wäre). Tetra könnte problemlos ihre Kapazitäten ausbauen. Die Marktuntersuchung hat gezeigt, dass Tetra mit einer (für Tetra Laval) mäßigen Investition in Höhe von [...] EUR (weniger als [...] des Wertes, den Tetra willens ist, für die Sidel-Aktien zu zahlen) ihre Kapazitäten bei Vorformlingen verdoppeln könnte. Fünftens verfügen derzeit keine Wettbewerber über ein Geschäft mit Vorformlingen und sind reine Ausrüstungsanbieter. Der Eintritt in den Markt für Vorformlinge ist relativ leicht, so dass Wettbewerber tatsächlich Vorformlinge zusammen mit kompletten PET-Ausrüstungen anbieten könnten. Wettbewerber haben außerdem die Möglichkeit, sich für die Lieferung von Vorformlingen mit Flaschenherstellern zusammenzuschließen, wenn dies die für sie wirtschaftlich attraktivere Lösung ist. Der Eintritt in den Markt für barriereverbesserte Vorformlinge ist hingegen wesentlich schwieriger. Was schließlich schlüsselfertige Anlagen anbelangt, so können die größten Wettbewerber des fusionierten Unternehmens im oberen Maschinensegment komplette PET-Ausrüstungsanlagen anbieten (mit Ausnahme von Vorformlingen).

(322) Die Kommission ist deshalb der Ansicht, dass, solange Sidel bei SBM-Maschinen nicht beherrschend ist, der Wettbewerb zwischen den einzelnen Marken nicht sonderlich beeinträchtigt wird. Würde jedoch Sidel bei SBM-Maschinen, insbesondere für die „empfindlichen“ Produktsegmente beherrschend, könnte dies dazu führen, dass das fusionierte Unternehmen in der Lage wäre, den Markt für Vorformlinge zu beherrschen, insbesondere bei barriereverbesserten Vorformlingen, die für „empfindliche“ Produkte verwendet werden, und zwar dadurch, dass man sich der vorstehend beschriebenen Praktiken bedient und vor allem reine Flaschenhersteller ausgrenzt und Kombipakete aus SBM-Maschinen und Vorformlingen anbietet.

(323) Angesichts der von Tetra zugegebenen nachteiligen Auswirkungen des Versorgungskonfliktes für das eigene Geschäft hat das Unternehmen die wirtschaftliche Entscheidung getroffen, sich aus dem Markt für Vorformlinge zurückzuziehen, um so die von den Flaschenherstellern (Konvertern) erhobenen Bedenken auszuräumen. Tetra erwartet sich hiervon eine Verbesserung ihrer Geschäftsbeziehungen mit den Flaschenherstellern. De facto dürfte sich Sidel dadurch seine starke Stellung beim Verkauf von SBM-Maschinen an Flaschenhersteller bewahren. Tetra hat diese wirtschaftliche Entscheidung in öffentlichen Presseerklärungen bekannt gegeben und sie in ihrer Antwort auf das Auskunftsverlangen und nochmals bei der mündlichen Anhörung wiederholt. Das Unternehmen hat gegenüber der Kommission angeboten, sich zur Veräußerung des Vorformling-Geschäfts zu verpflichten. Darauf wird im nachstehenden Abschnitt über Verpflichtungszusagen noch ausführlich eingegangen werden.

3.2.2.4. Fazit

(324) Die vorstehenden Ausführungen lassen den Schluss zu, dass das Zusammenschlussvorhaben dazu führen würde, dass Tetra/Sidel bei drei Verpackungssystemen vertikal integriert wäre: Karton, HDPE und PET. Dies kann zu einem Versorgungskonflikt im Verhältnis zu unabhängigen Flaschenherstellern mit möglichen wettbewerbswidrigen Auswirkungen vor allem in Form der Beschränkung des markenspezifischen Wettbewerbs bei Sidel-Maschinen, und, falls Sidel bei SBM-Maschinen für „empfindliche“ Endprodukte beherrschend wird, zur Entstehung einer beherrschenden Stellung auf dem Markt für barriereverbesserte Vorformlinge führen. Nach Ansicht der Kommission lässt sich jedoch aus den Bedenken im Zusammenhang mit der vertikalen Integration allein noch nicht auf eine beherrschende Stellung bei PET-Ausrüstungen oder Vorformlingen schließen.

3.3. *Strategische Ausnutzung einer bestehenden beherrschenden Stellung und Ausschaltung potenziellen Wettbewerbs*

(325) Die anmeldende Partei hat argumentiert⁽¹⁴⁰⁾, dass Karton- und PET-Verpackungen nicht nur zu Zwecken der wettbewerbsrechtlichen Analyse zwei getrennte Märkte bilden, sondern dass zwischen ihnen überdies eine so lose Verbindung besteht, dass weder wettbewerbswidrige Auswirkungen noch wettbewerbswidrige ökonomische Nutzeffekte aus der Verbindung zwischen der beherrschenden Gesellschaft im Bereich Kartonverpackung und der führenden Gesellschaft im Bereich PET-Ausrüstungen (insbesondere SBM-Maschinen) hervorgehen können. Zu den ökonomischen Nutzeffekten erklärte Tetra in ihrer Antwort, dass „das Management von Tetra Laval keine erheblichen Synergien durch Sidel erwarte, sondern eher davon ausgehe, dass Sidels PET-Geschäft unter Führung eines soliden Managements florieren und solide Gewinne abwerfen könne.“⁽¹⁴¹⁾

(326) Tetra behauptet⁽¹⁴²⁾, die fehlenden wettbewerbsrelevanten Auswirkungen auf beiden Märkten ergäben sich aus folgenden Faktoren: i) die beiden Märkte stellten getrennte und eigene Produktmärkte dar; ii) die beiden Märkte seien nicht eng miteinander „verflochten“; iii) die Kommission habe es versäumt, den Wettbewerbseinfluss anderer Verpackungsmaterialien wie Glas, Dosen und HDPE zu analysieren⁽¹⁴³⁾; (iv) die Argumente der Kommission beruhten auf der Annahme, dass Sidel bei SBM-Maschinen beherrschend sei und über ein vertikal integriertes PET-Angebot verfügen werde. Tetra behauptet außerdem, dass eine etwaige strategische Ausnutzung der eigenen Marktposition keinen Einfluss auf den Wettbewerb hätte⁽¹⁴⁴⁾.

⁽¹⁴⁰⁾ Vorlage der anmeldenden Partei vom 21. Juni 2001 und andere Vorlagen, einschließlich der Antwort der anmeldenden Partei auf das Auskunftsverlangen, Rdnr. 77 ff.

⁽¹⁴¹⁾ Rdnr. 5 der Antwort.

⁽¹⁴²⁾ Rdnrn. 77-81 der Antwort.

⁽¹⁴³⁾ Rdnrn. 38-39 der Antwort.

⁽¹⁴⁴⁾ Vorlage der Wirtschaftsberater der anmeldenden Partei vom 26. September 2001.

- (327) Die Bedenken der Kommission zu den strategischen Vorteilen werden nachstehend ausführlich dargestellt, wobei auf Tetras Argumentation es gebe weder wettbewerbswidrige Auswirkungen noch wirtschaftliche Vorteile aus Kopplungsgeschäften auf diesem Markt, eingegangen wird. Es sei jedoch vorausgeschickt, dass die vorstehenden vier Argumente der anmeldenden Partei, die suggerieren, es könne auf diesen beiden Märkten keine wettbewerbswidrigen Auswirkungen geben, nicht zutreffen bzw. nicht ausreichen, um die Bedenken der Kommission auszuräumen.
- (328) Erstens ist die Kommission tatsächlich zu dem Schluss gelangt, dass die beiden Märkte (Karton- und PET-Verpackungsausrüstungen) getrennte Märkte darstellen. Zweitens ist die Kommission jedoch der Auffassung, dass diese Märkte eng miteinander verflochten sind. Drittens gründet sich die Analyse der Kommission angesichts dieser Trennung der Märkte nach Verpackungsmaterial (die von Tetra nicht bestritten wird) sowie angesichts der fehlenden beherrschenden Stellung von Tetra auf den Nicht-Kartonmärkten nicht auf die Auswirkungen auf andere Märkte wie Glas, Dosen oder HDPE, obgleich die Kommission diese Märkte ebenfalls untersucht und berücksichtigt hat⁽¹⁴⁵⁾. Karton ist derzeit das wichtigste Verpackungsmaterial für FMEs und Säfte und wird dies auch bleiben. Für die Unvereinbarkeit des Vorhabens mit dem Gemeinsamen Markt genügt es deshalb, wenn das beherrschende Kartonverpackungsunternehmen die Möglichkeit hat, aus seiner Stellung auf dem Kartonmarkt strategische Vorteile auf dem PET-Ausrüstungsmarkt zu erzielen, um somit auch den PET-Ausrüstungsmarkt für „empfindliche“ Produkte zu beherrschen. Schließlich ist Tetras Argument falsch, die Bedenken der Kommission in Bezug auf die strategischen Vorteile gründeten sich auf Sidel's beherrschende Stellung bei SBM-Maschinen. Nach den Erkenntnissen der Kommission nimmt Sidel derzeit keine beherrschende Stellung auf dem SBM-Maschinenmarkt ein. Sidel ist jedoch die führende Gesellschaft auf diesem Markt. Die Bedenken der Kommission gründen sich somit auf Tetras beherrschende Stellung innerhalb des Kartonmarktes.
- (329) Die Kommission kann die Auffassung der anmeldenden Partei nicht teilen, wonach die beiden getrennten Märkte für Karton- und PET-Ausrüstungen so lose miteinander verbunden sind, dass hinsichtlich der Fusion keine Wettbewerbsbedenken entstehen können. Beide Märkte gehören derselben Branche an, nämlich Verpackung von Flüssignahrungsmitteln. Bei PET handelt es sich um ein Material, das sich auch zur Verpackung der wichtigsten kartonverpackten Produkte FMEs, Säfte, FFDs und Tee-/Kaffegetränke eignet. PET kann Karton in diesen Endverwendungssegmenten technisch gesehen ersetzen und in kommerzieller Hinsicht als „schwaches Substitut“ von Karton betrachtet werden. Die drei wichtigsten Kartonanbieter, Tetra, SIG und Elopak⁽¹⁴⁶⁾, sind allesamt im PET-Geschäft tätig. Es gibt bereits eine Vielzahl von Kunden, die sowohl Karton- als auch SBM-Maschinen benötigen, und dieser Trend wird sich in Zukunft angesichts der erwarteten Zunahme von PET in den gemeinsamen Endverwendungssegmenten (siehe Abschnitt über die Definition des Marktes) unweigerlich weiter fortsetzen.
- (330) Angesichts dieser Situation würde durch den Zusammenschluss eine Marktstruktur entstehen, die aufgrund der gleichzeitigen beherrschenden (Karton) und führenden (PET-Ausrüstung) Stellung des fusionierten Unternehmens viel Raum für wettbewerbswidrige Auswirkungen lässt. Durch die Übernahme von Sidel würde Tetra sicherstellen, dass ihre beherrschende Stellung bei keimfreiem Karton erhalten bliebe und gestärkt würde, indem der Wettbewerbsdruck durch Sidel entfiel. Überdies hätte Tetra/Sidel durch die Ausnutzung ihrer beherrschenden Stellung bei Karton die Möglichkeit, einen bestimmten Grad von Marktbeherrschung bei PET-Ausrüstungen und insbesondere bei SBM-Maschinen mit hohem und niedrigem Durchsatz in den relevanten Endverwendungssegmenten zu erlangen.
- (331) Dies soll in vier Schritten erklärt werden. Erstens zeigt die Analyse der Kommission trotz der Erkenntnis, dass PET und Karton derzeit nicht zu ein und demselben Produktmarkt gehören (siehe Abschnitt über die Definition des Marktes), dass es sich dabei um eng verwandte Produktmärkte mit einem gemeinsamen Kundenbestand handelt. Die Marktuntersuchung der Kommission hat nämlich ergeben, dass sowohl PET als auch Karton in sämtlichen gemeinsamen PET-Karton-Endverwendungssegmenten (FMEs, Säfte, FFDs, Tee-/Kaffegetränke) zum Einsatz kommen werden, da sich Getränkehersteller zunehmend eine Mischung aus verschiedenen Verpackungsmaterialien wünschen. Man geht davon aus, dass PET seinen Marktanteil auf Kosten von Karton ausweiten und in einigen Segmenten sogar mit Karton konkurrieren wird. Zweitens zeigt die Analyse der Kommission, dass Tetra/Sidel angesichts des künftigen Wachstums von PET innerhalb der neuen „empfindlichen“ Produktsegmente durch die Fusion in die Lage versetzt würde, seine beherrschende Stellung auf dem Gebiet der Kartonverpackung auszunutzen und auf PET auszuweiten. Dazu wäre das fusionierte Unternehmen in der Lage, da es den eigenen Kundenstamm beeinflussen könnte und gleichzeitig über hohe Marktanteile verfügen würde, außerdem über eine beispiellose Produktpalette und ein beispielloses Angebot an Techniken sowie über eine unübertroffene internationale Präsenz. Drittens zeigt die Analyse der Kommission, dass sich mit der

⁽¹⁴⁵⁾ Es sei angemerkt, dass Canadean in der für Tetra angefertigten, der Kommission am 24. August 2001 vorgelegten Studie behauptet, dass auf dem Markt für FMEs „Glas der Hauptverlierer ist, während Dosen ihren Abwärtstrend fortsetzen“.

⁽¹⁴⁶⁾ Elopak stellt keine PET-Ausrüstungen her, ist jedoch aufgrund der Einsicht, seinen Kunden sowohl Karton als auch PET anbieten zu müssen, Allianzen mit Herstellern von PET-Ausrüstungen eingegangen, um so den Bedürfnissen ihrer Kunden entgegenzukommen.

voraussichtlichen Zunahme von PET Tetras beherrschende Stellung bei Karton durch die Übernahme von Sidel ebenfalls verstärken würde. Ohne die Fusion müsste Tetra nämlich mittels Innovationen (neuen Kartonformen und Lösungen) und bisweilen über drastische Preissenkungen einen rigorosen Wettbewerb betreiben, um nicht Marktanteile an PET zu verlieren. Durch die Fusion würde dieser Wettbewerb ausgeschaltet und Tetra könnte jede Umstellung von Karton auf PET kontrollieren und vorwegnehmen. Viertens würde die Verbindung der beiden beherrschenden Stellungen im Ergebnis zu einer Konsolidierung der Stellung des fusionierten Unternehmens bei der Verpackung „empfindlicher“ Flüssignahrungsmittel, vor allem in keimfreier Form, führen, und beide beherrschende Stellungen somit weiter verstärken.

3.3.1. Parallele Verwendung von PET und Karton durch Getränkehersteller (Produkt- und Kundenüberschneidung)

(332) Entgegen Tetras Behauptung⁽¹⁴⁷⁾ teilen sich Karton und PET gemeinsame Produktsegmente, die nahezu die Gesamtheit der in Karton verpackten Produkte abdecken. Karton und PET sind technisch austauschbar, da die relevanten Endverwendungssegmente in beiden Materialien verpackt werden können. Außerdem können Karton und PET in kommerzieller Hinsicht als „schwache Substitute“ gelten.

(333) Die Marktuntersuchung der Kommission hat die Auffassung bestätigt, wonach Getränkehersteller sowohl PET als auch Karton zur Verpackung ihrer Produkte benötigen und verwenden werden. Die Wahl der Verpackung durch den Hersteller des Endprodukts wird in erster Linie von absatzstrategischen Überlegungen bestimmt, obgleich auch die Kosten der gewählten Verpackung nicht außer Acht gelassen werden können. Tetra hat wiederholt erklärt, dass „absatzstrategische Überlegungen bei der Entscheidung eines Getränkeherstellers, welche Verpackung verwendet werden soll, eine weitaus größere Rolle spielen als relative Unterschiede bei den Verpackungskosten. Getränkehersteller wissen genau, dass gewisse Verpackungsarten von den Verbrauchern mit einem bestimmten Image oder mit einem bestimmten Anlass verbunden werden.“⁽¹⁴⁸⁾

(334) Wie im Abschnitt über die Definition des Marktes bereits dargelegt, wurde von Dritten vielfach die Ansicht vertreten, dass die schlagenden Vorteile von PET mit der Zeit zu einer vermehrten Verwendung von PET führen werden. Tetra ist der Ansicht, dass es „auf dem Markt offenkundig ist, dass ein Großteil des Wachstums des Verpackungsmarktes für Flüssignahrungsmittel de facto

oder potenziell den Kunststoffverpackungen zuwachsen wird. Plastik ist die am häufigsten gewählte Behälterart, wenn Kunden von Glas, Dosen oder Kartonverpackungen umstellen.“⁽¹⁴⁹⁾

(335) Die Kommission ist aufgrund der von ihr im Verlauf ihrer Untersuchung gesammelten Informationen außerdem der Auffassung, dass in Zukunft mehr Produkte in PET verpackt werden (siehe Abschnitt über die Definition des Marktes in Bezug auf das PET-Wachstum (Abschnitt IV.3.3)). Dies bedeutet jedoch nicht, dass Karton ein Auslaufmodell ist. Die beiden Verpackungsarten werden vielmehr gezielt für spezifische Konsumumgebungen und Konsumanlässe (möglicherweise in demselben Einzelhandelsgeschäft) eingesetzt. Auch in der für Tetra angefertigten Canadean-Studie wurde dies so gesehen:

„Weil Massenmärkte sich in viele verschiedene Segmente aufteilen, ist die Wahl der Verpackung für eine bestimmte Marke nicht einfach nur eine Entscheidung zwischen PET oder Karton, noch beruht sie ausschließlich auf einem Kostenvergleich zwischen den verschiedenen Verpackungsarten.“

Der Marketingfachmann ... trifft bei der Auswahl der Verpackung für eine Getränkemarkte selten eine einzige Wahl. Viel öfter hat das Team dabei eine Vielzahl von Verpackungsarten und Größen im Auge, um so die auf dem Markt vorhandenen verschiedenen Kernsegmente, Absatzorte und Konsumanlässe anzusprechen.“⁽¹⁵⁰⁾

(336) Es ist scheint demnach so zu sein, dass Karton und PET in Zukunft zur Verpackung derselben Produkte verwendet werden. Teils werden sich PET- und Karton-Verpackungen ergänzen, teile werden sie beim Konsumenten auf dem Markt miteinander konkurrieren. Verbrauchern könnte eine größere Auswahl an Produktverpackungen zur Verfügung stehen, die auf einen bestimmten Verwendungszweck, einen bestimmten Anlass und/oder eine bestimmte Verbrauchergruppe zugeschnitten sind. Z. B. könnte PET besser für den Verzehr unterwegs geeignet sein, während Karton sich eher für den Verbrauch zuhause eignet, wo die zusätzlichen Vorteile von PET, namentlich Verzehr direkt aus der Flasche und Wiederverschließbarkeit, nicht erforderlich sind. Für große Behälter könnten sowohl Karton als auch PET für dieselbe Verbraucherzielgruppe verwendet werden.

(337) Die Kommission ist daher der Ansicht, dass sich PET auf den Märkten für „empfindliche“ Produkte schon jetzt sowohl zu einer wichtigen Alternative als auch zu einer komplementären Lösung für Kartonverpackungen entwickelt und dass die Bedeutung von PET weiter

⁽¹⁴⁷⁾ Rdnrn. 95-99 der Antwort.

⁽¹⁴⁸⁾ Vorlage der anmeldenden Partei vom 18. Juli 2001.

⁽¹⁴⁹⁾ Internes als Anhang 3 der Anmeldung beigefügtes Tetra-Dokument.

⁽¹⁵⁰⁾ Canadean-Studie, die der Kommission am 24. August 2001 vorgelegt wurde: „The Growth of Pet Bottles for Selected Beverages in Western Europe“ (Die Zunahme von PET-Flaschen für bestimmte Getränke in Westeuropa), S. 66-67.

zunehmen wird. Möglich wird dies insbesondere durch die fortschreitende Entwicklung wirksamerer Barriertechniken und durch den technischen Fortschritt, der dazu führt, dass keimfreie Abfülltechniken wirtschaftlicher werden. Sidel selbst sieht nach den Worten des Vorstandsvorsitzenden Olivier in Zukunft eine Zunahme der Überschneidung im Kundenbestand: „Ich schätze, dass wir in zehn Jahren ein Verhältnis von etwa 50 % Karton und 50 % PET haben werden.“⁽¹⁵¹⁾

- (338) Angesichts der Überschneidungen in den Endverwendungssegmenten und dem erwarteten Wachstum von PET in diesen Produktsegmenten gibt es einen gemeinsamen Bestand an Abnehmern, die, hauptsächlich aus Vermarktungsgründen, sowohl Karton als auch PET zur Befriedigung der Bedürfnisse ihrer verschiedenen Kunden benötigen werden. Die Parteien haben festgestellt, dass sich ihre Abnehmer von SBM-Maschinen bzw. Kartonmaschinen vielfach überschneiden. Fast [...] der Verkäufe von Sidel-SBM-Maschinen⁽¹⁵²⁾ erfolgten an Tetras Kartonkunden⁽¹⁵³⁾. Damit sind nur die gemeinsamen Kunden der Parteien erfasst und nicht alle Kunden, die parallel eine Karton- und SBM-Maschine verwenden. Abgesehen von den Überschneidungen bei den Tetra- und Sidel-Kunden hat Tetra auch festgestellt, dass [...] Kunden sowohl Karton- als auch SBM-Maschinen von Tetra gekauft haben. Tetras eigene Berechnungen zeigen, dass Tetra zwischen 1996 und 2000 (einem Zeitraum, in dem die Verwendung von PET im EWR in den relevanten Produktsegmenten minimal war) insgesamt [...] SBM-Maschinen verkauft hat. [...] dieser Maschinen bzw. [...] wurden an gemeinsame Kunden verkauft.
- (339) Die Kommission hat festgestellt, dass die parallele Verwendung von PET und Karton bei vielen Kunden bereits gängige Praxis ist. So zeigte z. B. die Umfrage der Kommission bei italienischen Molkereien, dass zirka die Hälfte derer, die auf die Umfrage antworteten (darunter auch die beiden größten Molkereien in Italien), schon jetzt sowohl Karton als auch PET zur Verpackung ihrer Milch verwenden und dass die überwältigende Mehrheit der übrigen Molkereien (die derzeit nur Karton verwenden) am Einsatz von PET interessiert sind oder diesbezügliche Pläne haben. Auch Einzelhändler erklärten, dass sie PET- und kartonverpackte Produkte am Lager haben, die sie denselben Verbrauchergruppen anbieten. Es gibt mehrere Beispiele von Marken-Flüssignahrungsmitteln, die sowohl in Karton als auch in PET abgepackt werden, so z. B. Minute Maid Orangensaft, Stassano-Milch, Nesquick-Milch und andere. Canadean, die Consultant-Firma der anmeldenden Partei, hat eine ganze Reihe von Unternehmen ausgemacht, die derzeit

sowohl Karton- als auch PET-Anlagen im EWR betreiben⁽¹⁵⁴⁾.

- (340) Überdies steht fest, dass in Bezug auf einige spezifische PET-Ausrüstungsteile wie keimfreie PET-Abfüllmaschinen oder ultrasaubere/keimfreie Kombi-SBM-Maschinen der sich überschneidende Produkt- bzw. Kundenbestand bei 100 % liegen könnte. Dies liegt daran, dass keimfreie PET-Ausrüstungen ihrem Wesen nach endproduktspezifisch sind, d. h. für FMEs, Säfte, FFDs und Tee-/Kaffegetränke eingesetzt werden, wo derzeit Karton das absolut vorherrschende Verpackungsmaterial darstellt. Gleiches gilt für ganze PET-Abfüllanlagen, wovon die SBM-Maschine nur einen Teil ausmacht. Eine keimfreie PET-Verpackungsanlage ist auf die Abfüllung „empfindlicher“ Getränke ausgelegt. In diesen Fällen kann die Kundenüberschneidung wiederum bei 100 % liegen.
- (341) Schließlich ist auch zu beachten, dass selbst bei einem geringen Vordringen von PET auf den Gesamtmarkt für FMEs und Säfte die Zahl der gemeinsamen Kunden relativ groß sein wird. Das liegt daran, dass, auch wenn ein Kunde, wie Tetra behauptet, PET nur für Nischenprodukte oder Spitzenqualitätsprodukte verwendet, für den Großteil seiner Produktion jedoch Karton, er nach wie vor ein PET-Karton-Kunde ist, der zu den gemeinsamen Kunden zählt. Daher steht zu erwarten, dass eine wachsende Zahl von Herstellern in ihren Werken sowohl Kartonanlagen als auch PET-Anlagen im Einsatz haben wird, weshalb die Kommission davon ausgeht, dass der Anteil von gemeinsamen Kunden in Zukunft zunehmen wird. Die gegenwärtigen Entwicklungen in Italien sind kein Einzelfall, weshalb prognostiziert wird, dass der Anteil der gemeinsamen Kunden zumindest das in Italien beobachtete Niveau erreichen wird. Dies hat einige der Auskunftspersonen im Rahmen der Untersuchung der Kommission zu der Aussage veranlasst, es sei nicht von der Hand zu weisen, dass „jeder Kartonkunde von Tetra ein potenzieller PET-Kunde ist ...“⁽¹⁵⁵⁾.

3.3.2. Auswirkungen auf den PET-Ausrüstungssektor: Entstehung einer beherrschenden Stellung bei PET-Verpackungs- und insbesondere bei SBM-Maschinen durch strategische Ausnutzung der beherrschenden Stellung bei der keimfreien Kartonverpackung

- (342) Tetras beherrschende Stellung bei der Kartonverpackung in Kombination mit Sidels führender Stellung bei PET-Verpackungsausrüstungen und insbesondere SBM-

⁽¹⁵¹⁾ PET Planet Insider Bd. 2 N04+5/01. Francis Oliver, Vorsitzender von Sidel France: „Innovation is my added value to the company.“

⁽¹⁵²⁾ Zirka [...] Kunden, die etwa [...] aller Sidel-Kunden in sämtlichen Endproduktsegmenten ausmachen.

⁽¹⁵³⁾ Vorlage der anmeldenden Partei vom 21. Juni 2001.

⁽¹⁵⁴⁾ Laut Canadean verwenden (bereits im Jahr 2000) die folgenden Unternehmen sowohl PET als auch Karton. Im Saftsegment: Del Monte; Pepsi; Joker; Eckes Granini; Coca-Cola; Gerber; Emig; Conserve Italia; Parmalat. FFDs: Britvic; Schweppes; Garcia Carron; Chaudfontaine; Glaxo (Ribena); Parmalat. Eistee: Liptons; San Benedetto; Nestle/Coca-Cola; Migros. FME: Campina; Parmalat; Granarolo; Cooperlat; Friesland; NOM; Bergland Milch.

⁽¹⁵⁵⁾ Antwort eines Dritten auf den Fragebogen der Kommission vom 8. Juni 2001.

Maschinen würde zur Bildung einer Marktstruktur führen, die das fusionierte Unternehmen in die Lage versetzen würde, ihre beherrschende Stellung bei der keimfreien Kartonverpackung auf den PET-Verpackungsmarkt und insbesondere die für „empfindliche“ Produkte verwendeten SBM-Maschinen (mit niedrigem und mit hohem Durchsatz) zu übertragen. So würde der momentan im Vergleich zum Kartonausrüstungssektor offenere und wettbewerbsintensivere PET-Ausrüstungssektor eine zunehmende Konzentration erfahren.

3.3.2.1. Eine strategische Maßnahme

- (343) Bei Tetras Übernahme von Sidel scheint es sich um eine strategische Maßnahme zu handeln, die Tetra nach eigener Einschätzung in die Lage versetzt, „das weltweit führende Unternehmen im Bereich der Verarbeitung und Verpackung von Flüssignahrungsmitteln“ zu werden und zu bleiben [...] (156). Durch die Übernahme von Sidel würde Tetra diese Ziele erreichen, indem sie ihre beherrschende Stellung bei Kartonverpackungsmaschinen auf den PET-Verpackungsmarkt ausdehnen könnte.

3.3.2.2. Tetra behauptet, eine marktübergreifende Wirkung sei nicht möglich

- (344) Tetra hat erklärt, dass „sich die getrennten Märkte für PET- und Kartonverpackungsmaschinen für eine Bündelung nicht eignen“. (157) Tetra beruft sich dabei auf folgende Faktoren: i) begrenzte Kundenüberschneidung; ii) Nachfragemacht der gemeinsamen Kunden; iii) getrennter Bezug von PET- und Kartonausrüstungen; iv) fehlende Komplementarität von Karton- und PET-Ausrüstungen; v) Neutralisierung eventueller Bündlungsstrategien durch SIG, das Gleiches zu bieten hat wie das fusionierte Unternehmen.

- (345) Die Untersuchungen der Kommission haben nicht zu einer Bestätigung der Behauptungen der anmeldenden Partei geführt. Erstens weist die Kundenüberschneidung der Parteien bereits ein erhebliches Ausmaß auf und wird künftig so weit zunehmen, dass jeder Kartonkunde auch ein potenzieller PET-Kunde sein dürfte. Zweitens handelt es sich bei der Mehrheit der Molkereien und Safthersteller nicht um große und mächtige Kunden mit beträchtlicher Nachfragemacht, sondern um kleinere und mittlere Unternehmen, die traditionell für ihren Kartonverpackungsbedarf von Tetra abhängig waren. In jedem Fall entfallen selbst auf die größten Kunden der Parteien nicht mehr als [...] des Umsatzes. Drittens hat die Marktuntersuchung der Kommission gezeigt, dass selbst beim gegenwärtigen Stand der PET-Verwendung einige Kunden bereits heute Karton- und PET-Ausrüstun-

gen gleichzeitig beziehen und gemeinsame Serviceleistungen und Garantien verlangen. Auf jeden Fall ließe sich nicht verhindern, dass das fusionierte Unternehmen Kunden dazu zu überreden sucht, ihre Ausrüstung gleichzeitig und vom selben Anbieter zu beziehen, was die Art des Geschäfts völlig verändern würde. Viertens muss es sich bei Karton und PET nicht um „Komplementärgüter“ im wirtschaftlichen Sinne handeln (d. h. um Produkte, die zusammen in einem bestimmten Verhältnis zueinander verbraucht oder produziert werden (158)), um den Verkauf von Produkten zu koppeln oder zu bündeln oder die Kunden zur Abnahme vollständiger Produktionsanlagen zu bewegen. Vielmehr wird dadurch, dass es sich bei PET und Karton nicht um „Komplementärgüter“ im wirtschaftlichen Sinne, sondern eher um technische Substitute handelt, der wirtschaftliche Anreiz, die beherrschende Stellung auf den andern Markt auszudehnen, noch erhöht. Darauf wird in einem nachstehenden Abschnitt mit dem Titel „Fähigkeit und Anreiz zur Ausnutzung der beherrschenden Stellung“ noch näher eingegangen werden. Schließlich könnten sich SIG und andere Wettbewerber in punkto Produktumfang, Kundenkontakte sowie Finanz- und Marktstärke mit dem fusionierten Unternehmen nicht messen (der Marktanteil von SIG beträgt gerade einmal [10-20 %]* und SIG verfügt derzeit über keine PET-Barriertechniken).

3.3.2.3. Fähigkeit zur Diskriminierung

- (346) Tetra brachte vor, dass eine marktübergreifende Ausnutzung ihrer beherrschenden Stellung nicht möglich sei, da das fusionierte Unternehmen nicht über die Möglichkeit der Preisdiskriminierung verfüge und somit keine Kundengruppen gezielt ansprechen könne (159). Tetra gründet ihre Behauptung auf drei Argumente: SBM-Maschinen seien produktneutral; SBM-Maschinenanbieter würden den beabsichtigten Verwendungszweck von SBM-Maschinen nicht kennen und es gebe keine Anhaltspunkte für Preisdiskriminierungen durch Sidel in der Vergangenheit.
- (347) Die Kommission kann Tetras Argumentation nicht folgen. Sie hat festgestellt, dass Tetras Behauptung nicht zutrifft und dass Preisdiskriminierung im Gegenteil möglich ist (160). Die Mehrzahl der SBM-Maschinen sind tatsächlich insoweit produktneutral, dass mit ihnen leere Flaschen hergestellt werden. PET-Anlagen, wovon SBM-Maschinen einen Teil darstellen, sind jedoch nicht verwendungsneutral, sondern werden auf die Abfüllung ganz bestimmter Flüssigkeiten eingestellt.

(156) Internes der Anmeldung als Anhang 3 beigefügtes Tetra-Dokument.

(157) Vorlage der anmeldenden Partei vom 21. Juni 2001 und nachfolgende Vorlagen.

(158) Komplementärgüter im wirtschaftlichen Sinne sind Produkte, die zusammen verbraucht werden, z. B. Milch und Kaffee oder Becken/Ausguss und Wasserhahn, oder die zusammen produziert werden wie Benzin und Dieselmotoren.

(159) Rdnr. 106 der Antwort.

(160) Siehe Abschnitt IV.4.1.5 über die Definition des Marktes — SBM-Maschinen.

- (348) Anbieter von SBM-Maschinen sind gut über den vom Kunden beabsichtigten Verwendungszweck informiert und arbeiten bei der Erstellung der Leistungsbeschreibung eng mit dem Kunden zusammen. SBM-Maschinenanbieter besuchen das Werk des Kunden, wenn sie im Rahmen des normalen Geschäftsvorgangs Serviceleistungen erbringen oder Ersatzteile liefern. Die Parteien legten der Kommission eine nach Endprodukten aufgeschlüsselte Liste sämtlicher Maschinenverkäufe vor, woraus hervorgeht, dass sie über sehr genaue Kenntnisse hinsichtlich des jeweiligen Verwendungszwecks verfügten. Außerdem erfolgt der Verkauf von SBM-Maschinen hauptsächlich auf der Grundlage von Ausschreibungen und individuellen Verhandlungen. Dadurch werden Preisdiskriminierungen möglich.
- (349) Schließlich fand die Kommission anhand der von Sidel vorgelegten Daten Belege für eine Preisdiskriminierung in der Vergangenheit.
- (350) Die Wirtschaftsberater der anmeldenden Partei wollten durch eine Untersuchung von Sidels Gewinnspannen zeigen, dass es keine Anhaltspunkte für eine Preisdiskriminierung entsprechend dem Verwendungszweck einer SBM-Maschine gebe. Sie gelangten zu dem Schluss, es gebe keinen Beleg dafür, dass Sidels Gewinnspannen bei Maschinen mit hohem Durchsatz je nach Verwendungszweck unterschiedlich ausgefallen seien⁽¹⁶¹⁾.
- (351) In der Regressionsanalyse der anmeldenden Partei war Sidels Verkaufsgewinnspanne bei SBM-Maschinen mit hohem Durchsatz die abhängige Variable. Die in dieser Regression verwendeten erklärenden Variablen waren a) eine Serie von Stellvertretervariablen („dummy variables“)⁽¹⁶²⁾ „Jahr“, b) eine Stellvertretervariable „neue Generation“ zur Berücksichtigung möglicher Gewinnspannendifferenzen bei „Maschinen der Serie 2“ und c) eine Serie von Stellvertretervariablen für den Verwendungszweck, die die Art des vom Kunden verpackten Flüssignahrungsmittels wiedergeben. Die anmeldende Partei gelangte zu der Feststellung, dass keine der den Verwendungszweck wiedergebenden Variablen von statistischer Bedeutung sei. Die Kommission hat die angewandte Regressionsanalyse untersucht und festgestellt, dass die Berechnung nicht stichhaltig ist⁽¹⁶³⁾. Sie
- führte ihre eigene Berechnung basierend auf von Tetra vorgelegten Daten und unter Einbeziehung weiterer erklärender Variablen durch.⁽¹⁶⁴⁾ In der Regressionsanalyse der Kommission wurde als abhängige Variable der Preis der verkauften Maschine und nicht die Verkaufsgewinnspanne verwendet. Die erklärenden Variablen waren der Durchsatz der Maschine, einen Zeittrend, drei stellvertretende Ländervariablen und drei stellvertretende Variablen für den Verwendungszweck (Öl, Wasser und kohlenensäurehaltige Erfrischungsgetränke). [Informationen zur Preispolitik von Sidel]*.
- (352) Bei der mündlichen Anhörung brachte Tetra vor, die Analyse der Kommission sei absolut fehlerhaft, da damit nicht das Vorliegen einer Preisdiskriminierung geprüft werde. Tetra argumentiert, dass zur Feststellung einer Preisdiskriminierung sichergestellt werden müsse, dass sich die Verkäufe auf dasselbe Produkt bezögen. Tetra behauptete, dass die Kommission bei ihrer Analyse nicht ausdrücklich auf die Kosten abstelle. Zwar könne auch der Durchsatz bis zu einem gewissen Grad Aufschluss über die Unterschiede bei den jeweiligen Geschäftsabschlüssen geben, doch sei er eine sehr schwache Kontrollvariable für Unterschiede bei den Spezifikationen, da sich die Geschäfte nicht allein nur nach dem Durchsatz der Maschinen unterscheiden. Tetra ist der Auffassung, dass sich die Auswirkungen, die die unterschiedliche Beschaffenheit der jeweiligen Geschäfte auf die Preise haben können, mit den Kosten weitaus besser nachprüfen lassen.
- (353) Tetra hat deshalb die Regression der Kommission, allerdings unter Einbeziehung der Kosten als erklärender Variable, erneut berechnet, mit dem Ergebnis, dass die stellvertretenden Variablen für den Verwendungszweck wiederum statistisch nicht signifikant waren. Tetra gelangt daher zu dem Schluss, dass nichts dafür spricht, dass Sidel in der Lage gewesen sei, gegenüber Käufern je nach Verwendungszweck Diskriminierungen vorzunehmen.
- (354) Bezüglich der Frage, ob der Durchsatz einer Maschine kostenerheblich ist, hat die Kommission festgestellt, dass die Verwendung des Durchsatzes als erklärende Variable gerechtfertigt ist, da er eindeutig die Kosten entscheidend mitbestimmt. Die Regression der Kosten nach Durchsatz, Verwendungszweck und Standort ergibt einen Anpassungsgrad („goodness-of-fit“) von 64 %, wobei sämtliche Variablen signifikant sind, was darauf schließen lässt, dass die Kosten in starkem Maße vom Durchsatz der Maschine abhängig sind.

⁽¹⁶¹⁾ Vermerk der Wirtschaftsberater der anmeldenden Partei an die Kommission vom 30. August 2001.

⁽¹⁶²⁾ Nach A Guide to Econometrics (Peter Kennedy, Blackwells, 1992) handelt es sich bei einer Stellvertretervariable (engl.: Dummy variable) um „eine künstliche Variable, die bei Vorkommen des qualitativen Phänomens, das sie repräsentiert, die Werteinheit annimmt und andernfalls gleich Null ist. Dummy-Variablen werden wie andere erklärende Variablen verwendet.“

⁽¹⁶³⁾ Die „Goodness-of-fit“ des Modells war insgesamt gering, da wichtige Variablen wie z. B. der Durchsatz der Maschine nicht in die Regression eingebracht wurden. Die Regression ergab, dass die Gewinnspannen rein zufällig sind, was eindeutig nicht realistisch ist. Angesichts der Auslassung von Parametern könnte die Fehlervariable mit den verwendeten erklärenden Variablen korreliert werden, was ein Grund für die fehlende Stichhaltigkeit sein könnte.

⁽¹⁶⁴⁾ Kapazität, Zeittrend, Scheinvariablen für Öl, CSDs oder Bier, Wasser, Firmen mit Standorten in Deutschland, Frankreich und Großbritannien.

(355) Tetras letzte Regression verwendet sowohl die Kosten als auch den Durchsatz als erklärende Variablen. Dies führt zu einer Multikollinearität⁽¹⁶⁵⁾ (was bedeutet, dass die Koeffizienten sehr hohe Standardfehler sowie einen geringen Aussagewert aufweisen können)⁽¹⁶⁶⁾ und zur Fehlerhaftigkeit der Ergebnisse in statistischer Hinsicht.

(356) Die ursprüngliche Gleichung der Kommission ist deshalb statistisch signifikant, weil sie den Preis mit dem Durchsatz sowie verwendungs- und standortspezifischen Variablen erklärt. Wenn die Gewinnspanne die Differenz zwischen Preis und Kosten ist, dann sollten diese Variablen (Verwendungszweck und Standort) ebenfalls für die Erklärung der Gewinnspanne von Bedeutung sein. Dies war jedoch in Tetras erster Gleichung nicht der Fall. Hierzu ist zu sagen, dass die Gewinnspanne das Ergebnis von Einflüssen auf der Nachfrage- und auf der Angebotsseite ist; ohne zusätzliche Informationen, die diese Einflüsse voneinander trennen, lässt sich daher nicht auf das Bestehen bzw. Fehlen einer Preisdiskriminierung schließen.

(357) Diese zusätzlichen Informationen sind in der Heteroskedastizität von Residuen⁽¹⁶⁷⁾ zu finden, die in sämtlichen der bisher erörterten Gleichungen zu entdecken sind. Heteroskedastizität tritt dann auf, wenn die Regressionsresiduen Varianzen aufweisen, die im Verlauf der Beobachtungen nicht konstant sind. Insbesondere die Residuen in Tetras ursprünglicher Regression sind nicht rein zufällig. Eine Regression auf die quadrierten Residuen gegen die Variablen „Durchsatz“ und andere Variablen zeigt, dass Durchsatz und Standort eine signifikante Auswirkung auf die Varianz von Residuen haben.

(358) Heteroskedastizität ist daher ein Beleg für Preisdiskriminierung, wobei sich zeigte, dass die kundenspezifischen Einflüsse die Varianz von Sidels Gewinnspannen steuern. Nach dem Heteroskedastizitätstest sind sowohl Tetras ursprüngliche Regression als auch die ursprüngliche Regression der Kommission insofern richtig, als beide zeigen, dass eine Preisdiskriminierung stattfindet.

⁽¹⁶⁵⁾ Tabelle 8, Spalte 5 der Wirtschaftlichen Analyse der anmeldenden Partei vom 26. September 2001.

⁽¹⁶⁶⁾ Nach A Guide to Econometrics (Peter Kennedy, Blackwells, 1992) handelt es sich bei Multikollinearität um eine annähernde (approximative) lineare Beziehung zwischen einigen der Regressionskoeffizienten. Die Folge ist, dass die Varianzen der kollinearen Variablen ziemlich groß sind. Sie entstehen, weil dem Schätzungsverfahren keine ausreichenden Freiheitsgrade zur Verfügung stehen, um seine Auswirkung auf die abhängige Variable zuverlässig zu berechnen. Infolge dessen sind die Schätzungen nicht präzise und liefern keine verlässlichen Ergebnisse.

⁽¹⁶⁷⁾ Tabelle 8 der Wirtschaftlichen Analyse der Parteien vom 26. September 2001.

3.3.2.4. Fähigkeit und Anreiz zur Ausnutzung der beherrschenden Stellung

(359) Die Analyse der Kommission hat bestätigt, dass sich die Marktstruktur nach der Fusion ganz besonders dazu eignet, um aus der beherrschenden Stellung auf dem einen Markt Nutzen für den anderen Markt zu ziehen.

Es würde einen gemeinsamen Kundenbestand geben, der sowohl Karton als auch PET-Verpackungssysteme zur Verpackung „empfindlicher“ Flüssigkeiten benötigt.

Tetras beherrschende Stellung bei der keimfreien Kartonverpackung ist mit einem Marktanteil von [80-90 %]* und einem abhängigen Kundenbestand besonders stark.

Tetra/Sidel könnte auf einer starken führenden Stellung bei PET-Verpackungssystemen und insbesondere bei SBM-Maschinen mit einem Marktanteil im Bereich von [60-70 %]* aufbauen.

Tetra/Sidel hätte die Möglichkeit, gezielt bestimmte Kunden oder bestimmte Kundengruppen anzusprechen, da die Struktur des Marktes Preisdiskriminierungen erlaubt.

Tetra/Sidel hätte einen starken wirtschaftlichen Anreiz, seine Stellung marktübergreifend auszunutzen. Da Karton und PET technisch austauschbar sind, gelten Kunden, die auf PET umstellen, auf der Kartonseite des Geschäfts als verlorene Kunden, entweder weil sie teilweise von Karton auf PET umgestellt haben oder weil sie einen Teil der Produktion nicht von anderen Verpackungsmaterialien auf Karton umgestellt haben. Dadurch entsteht ein zusätzlicher Anreiz, den Kunden für das PET-Geschäft zu gewinnen, um den Verlust auszugleichen. Durch die Ausnutzung ihrer derzeitigen Marktstellung im Bereich Karton würde Tetra/Sidel nicht nur ihren Marktanteil auf der PET-Seite erhöhen, sondern auch einem möglichen Verlust auf der Kartonseite entgegenwirken oder ihn kompensieren.

Die Wettbewerber von Tetra/Sidel auf den Karton- und PET-Ausrüstungsmärkten wären weitaus kleiner; der größte unter ihnen würde über einen Anteil von höchstens [10-20 %]* des Marktes für Kartonverpackungsmaschinen bzw. SBM-Maschinen verfügen.

(360) Angesichts dieser besonderen Lage der Dinge ist bei der Analyse der Auswirkungen von Zusammenschlüssen auf dem Markt besondere Wachsamkeit angezeigt⁽¹⁶⁸⁾.

⁽¹⁶⁸⁾ Siehe Entscheidung der Kommission im Fall Tetra Pak/Alfa Laval (zitiert in Fußnote 11). Hier erklärte die Kommission: „TetraPak verfügt über eine sehr starke Marktposition. ... Die Kommission muss bei einer derartigen Vormachtstellung besonders wachsam sein, da in einer solchen Situation selbst ein sehr geringer Zuwachs an Marktmacht unverhältnismäßig große nachteilige Auswirkungen auf die Wettbewerbsbedingungen auf dem Markt haben kann.“ Im selben Fall, der von der Kommission genehmigt wurde, verlieh der Beratende Ausschuss seiner Auffassung Ausdruck, dass „Zusammenschlüsse zwischen marktbeherrschenden Unternehmen mit sehr hohen Marktanteilen besonders kritisch auf eine mögliche Verstärkung der Marktbeherrschung hin beurteilt werden sollten.“

3.3.2.5. Art der strategischen Ausnutzung

- (361) Aufgrund ihrer beherrschenden Stellung auf dem Gebiet der keimfreien Kartonverpackung deckt Tetras Kundenbestand nahezu die gesamte Molkerei- und Saftgetränkindustrie ab. Die Marktuntersuchung der Kommission hat bestätigt, dass Tetra für Molkereien und Safthersteller im EWR ein unausweichlicher Geschäftspartner ist.
- (362) Des Weiteren hat Tetra eine sehr enge Beziehung zu ihren Kunden. Die engen Bindungen, die Tetra mit ihren Kunden unterhält, sind charakteristisch für ihr Geschäft und einer ihrer größten wirtschaftlichen Vorteile. Tetra ist in der Tat nicht nur ein einfacher Ausrüstungshersteller, der Maschinen an seine Kunden verkauft und dann seine Verbindungen zu ihnen abbricht. Viele der Kunden werden von Tetra auf langfristiger Basis mit Verbrauchsgütern (keimfreie Kartonrollen oder nicht keimfreie Kartonrohlinge) versorgt⁽¹⁶⁹⁾.
- (363) Durch die Fusion hätte Tetra/Sidel beim Eintritt in diese Märkte gegenüber PET-Ausrüstungswettbewerbern, die nicht über diesen etablierten Kundenbestand in den traditionellen Kartonendverwendungssegmenten verfügen, einen einmaligen Vorteil. Das fusionierte Unternehmen wüsste genau, welche Kunden eine Umstellung auf PET planen, und könnte aufgrund seiner Kenntnis der Bedürfnisse der Kunden aus dem Kartongeschäft diesen rechtzeitig maßgeschneiderte PET-Lösungen nahe legen, mittels derer sie nahtlos mit nur einem Lieferanten von Karton auf PET umstellen können.
- (364) Durch die auf mehrere Arten mögliche Ausnutzung seiner beherrschenden Stellung bei keimfreiem Karton wäre Tetra/Sidel in der Lage, Wettbewerber zu verdrängen und den PET-Ausrüstungsmarkt zu beherrschen, insbesondere im Bereich SBM-Maschinen. Tetra/Sidel hätte die Möglichkeit, den Verkauf von Kartonverpackungsausrüstungen und Verbrauchsgütern mit PET-Verpackungsausrüstungen und eventuell Vorformlingen (vor allem barriereverbesserte Vorformlinge) zu koppeln. Das Unternehmen könnte außerdem Druck ausüben oder Anreize schaffen (z. B. durch Preiskriege oder Treuerabatte), um zu erreichen, dass seine Kartonkunden PET-Ausrüstungsgüter und eventuell auch Vorformlinge von Tetra/Sidel und nicht von Tetra/Sidels Wettbewerbern oder von unabhängigen Flaschenherstellern beziehen.
- (365) Viele Kunden, die weiterhin für einen Teil ihrer Produktion Kartonverpackungen benötigen, könnten dazu gezwungen oder durch Anreize dazu bewegt werden, ihren Bedarf an Karton- und PET-Ausrüstungen von einem einzigen Hersteller zu beziehen. Kunden, die sich zur Deckung ihres Bedarfs an Kartonverpackungen langfristig an Tetra gebunden haben, werden besonders schutzlos sein. Tetra könnte ihnen einen neuen Vertrag anbieten, der es ihnen erlaubt, einen Teil ihrer Produktion auf PET umzustellen unter der Voraussetzung, dass

sie ihre PET-Ausrüstung und Serviceleistungen von Sidel beziehen. Die Kunden könnten auch durch langfristige Vereinbarungen an Tetra gebunden werden (die meisten Kunden werden nicht komplett von Karton auf PET umstellen, d. h. sie bleiben bei Karton auf jeden Fall von Tetra abhängig). Somit würde sich Sidels Stellung bei PET-Ausrüstungen und insbesondere bei SBM-Maschinen in sämtlichen neuen PET-Segmenten (FMEs, Säfte, kohlenstofffreie Getränke und Tee-/Kaffeegetränke) verbessern.

3.3.2.6. Auswirkungen der strategischen Vorteile

- (366) Die anmeldende Partei bringt vor, dass die vorerwähnten Praktiken keine wettbewerbswidrigen oder marktabschottenden Auswirkungen haben würden⁽¹⁷⁰⁾. Tetras Vorbringen konzentriert sich lediglich auf zwei mögliche Praktiken, auf den „Paketverkauf“ („mixed bundling“) und die „Zwangskopplung“ („forced bundling“), die laut Tetra keine Auswirkungen auf den Verpackungsmarkt haben werden. Der „Paketverkauf“ sei, so Tetra, nicht bedenklich, da „die Summe der SBM-Maschinenverkäufe, die durch eine Strategie des Verkaufs im Paket von den Wettbewerbern abgelenkt werden könnte, im Verhältnis zur Gesamtnachfrage nach SBM-Maschinen relativ klein ist“, weil die Wettbewerber weiterhin ihre SBM-Maschinen an die große Mehrheit derjenigen Kunden verkaufen könnten, die nur SBM-Maschinen benötigen, wie Hersteller von kohlenstoffhaltigen Erfrischungsgetränken (CSDs) und Wasser. Eine Strategie der „Kopplung“ würde laut Tetra darauf hinauslaufen, die beiden Maschinen (Karton- und SBM-Maschine) nur zusammen zu verkaufen. Eine solche Strategie wäre unrentabel, da viele nicht an PET interessierte Kunden das Paket nicht haben wollten und sich somit an Wettbewerber wenden würden. Überdies könnten Wettbewerber keinen Schaden nehmen, da sie ihre SBM-Maschinen in anderen Endverwendungssegmenten (in denen Karton nicht verwendet wird) — z. B. CSDs und Wasser — weiterhin verkaufen könnten.
- (367) Die Kommission kann die Argumentation von Tetra nicht teilen. Es ist nicht einsichtig, weshalb das fusionierte Unternehmen nur die Wahl zwischen „Paketverkauf“ und der von den Wirtschaftsexperten der anmeldenden Partei erwähnten begrenzten Form der Kopplung haben soll. Angesichts der ihr offen stehenden Möglichkeit der Preisdiskriminierung ist es tatsächlich äußerst unwahrscheinlich, dass die fusionierte Einheit dazu übergeht, Kartonverpackungsmaschinen und PET-Verpackungsausrüstungen ausschließlich im Paket anzubieten. Stattdessen wäre es vernünftiger, wenn das fusionierte Unternehmen den Kunden, die nicht in der Lage sind, Karton zu verwenden (z. B. Hersteller von CSDs oder Bier), seine PET-Verpackungsausrüstung weiterhin unabhängig anbietet, und umgekehrt.

⁽¹⁶⁹⁾ Gleiches gilt für das Tetra-Geschäft mit PET-Vorformlingen.

⁽¹⁷⁰⁾ Rdnrn. 93-107 der Antwort und Vorlage der anmeldenden Partei vom 26. September 2001, S. 14-17.

(368) Die anmeldende Partei behauptet, die strategische Ausnutzung ihrer Stellung könne keine wettbewerbswidrigen Auswirkungen haben, da Wettbewerber keinen Schaden nehmen bzw. nicht vom Markt ausgeschlossen werden könnten. Sie stützt sich dabei auf das Argument, dass die Wettbewerber weiterhin über Großabnehmer für ihre SBM-Maschinen in den Endverwendungssegmenten verfügen, in denen Karton nicht das Hauptverpackungsmaterial darstellt (Wasser, kohlenensäurehaltige Getränke). Dabei wird jedoch ein wesentlicher Punkt übersehen. Völlig unabhängig davon, ob Wettbewerber in den Segmenten Wasser, CSDs oder Bier nun ausgeschlossen werden oder nicht, bleibt die Tatsache bestehen, dass Tetra, wenn es ihr gelingt, die Wettbewerber aus dem Saft- und FME-Segment ganz oder nahezu zu verdrängen, eine Stellung einnehmen wird, die sie in Bezug auf die Kunden auf diesen Märkten ausnutzen kann.

(369) In jedem Fall ist eine Abschottung des Marktes gegenüber Wettbewerbern aus folgenden Gründen wahrscheinlich:
 a) Ob Wettbewerber weiterhin in den nicht gemeinsamen Produktsegmenten (z. B. Wasser oder CSDs) verkaufen können, ist irrelevant, solange die Möglichkeit der Preisdiskriminierung und Anvisierung bestimmter Kundengruppen besteht, die zu einer Segmentierung der relevanten Märkte nach dem Endverwendungszweck führt. b) Die „empfindlichen“ Produktsegmente bestehen aus äußerst anspruchsvollen Flüssigkeiten, die sehr spezifische PET-Anlagen mit den entsprechenden Barriertechniken und keimfreien Abfüllmaschinen oder keimfreie Kombi-SBM-Maschinen erfordern. Wettbewerber hätten keinen ausreichenden Anreiz, in diese hochtechnisierten Gebiete der PET-Ausrüstung zu investieren und Tetra/Sidel dort Konkurrenz zu machen. Bei der mündlichen Anhörung erklärten die Wettbewerber Sipa und SIG, dass ihre Möglichkeiten und ihr Anreiz zur Durchführung von Forschung und Entwicklung sowie zum Wettbewerb auf den PET-Märkten der „neuen Ära“ (d. h. bei den „empfindlichen“ Getränken) durch die Fusion stark eingeschränkt würden. Die Wettbewerber würden daher von den PET-Märkten der sogenannten „zweiten Ära“⁽¹⁷¹⁾ ausgeschlossen.

(370) Außer von diesen Märkten könnten die Wettbewerber auch vom übrigen SBM-Maschinenmarkt verdrängt werden. Selbst unter den jetzigen wettbewerbsintensiveren Bedingungen nimmt Sidel mit einem Marktanteil von [60-70 %]* bei SBM-Maschinen eine führende Stellung ein (unabhängig von der Endverwendung). Den Wettbewerbern verbleibt damit der kleinere Teil des Marktes. Darüber hinaus sind die traditionellen nicht empfindlichen Produktmärkte gesättigt, wo ein weitaus geringeres Wachstum erwartet wird. Diese Sichtweise vertritt

⁽¹⁷¹⁾ Sidel erklärt in seinem Jahresbericht 1999, dass jetzt, wo die traditionellen Märkte für CSD und Wasser sich weiterentwickelt hätten, PET in eine zweite Ära eintrete, die sich auf die „empfindlichen“ Produkte konzentriere.

auch Sidel in seinem Jahresbericht 1999, wenn es erklärt, dass PET nunmehr in die „zweite Ära“ eintrete. BNP Paribas erklärt, dass angesichts der nahezu völligen Sättigung der traditionellen PET-Märkte für nicht empfindliche Produkte „Sidel, um weiterhin viele Blasformmaschinen zu verkaufen, nunmehr die ‚empfindlichen‘ Getränke anvisiert.“⁽¹⁷²⁾ Wahrscheinlich ist deshalb der Ausschluss der Wettbewerber von dem Teil des Marktes, der ein höheres Wachstum und höhere Gewinnspannen aufweist.

3.3.2.7. Schwache Stellung der Wettbewerber

(371) Überdies sind die Wettbewerber von Tetra/Sidel sowohl auf dem Kartonverpackungsmarkt als auch auf dem SBM-Maschinenmarkt wesentlich kleiner als das fusionierte Unternehmen. Allein der Vergleich des Jahresumsatzes von Tetra/Sidel nach der Fusion mit dem seines größten Wettbewerbers, der SIG-Gruppe, zeigt, dass Tetra/Sidel fast um das Zehnfache größer wäre.

(372) Vor allem jedoch lässt Tetra bei ihrer Behauptung, die drei Wettbewerber von Sidel im oberen Maschinensegment seien in der Lage, mit Sidels Angeboten mithalten, einen entscheidenden Punkt außer Acht: Diese Wettbewerber verfügen nicht über die beherrschende Stellung des fusionierten Unternehmens im Bereich Kartonverpackung. Die SIG-Gruppe, der einzige der drei Wettbewerber, der sowohl im Karton- als auch im PET-Sektor aktiv ist, verfügt über Marktanteile in Höhe von höchstens [10-20 %]* bei Kartonverpackungsmaschinen und SBM-Maschinen. Außerdem hat SIG nicht, wie das fusionierte Unternehmen, das volle Spektrum an PET-Ausrüstung zu bieten, da SIG derzeit ein wesentliches Element für das künftige Vordringen in die neuen PET-Produktsegmente fehlt, nämlich die Barriertechnik. Kein anderer Hersteller von Verpackungsausrüstungen wird in der Lage sein, sowohl Karton- als auch PET-Verpackungsausrüstung anzubieten.

3.3.2.7.1. Marktanteile der Wettbewerber

(373) Tetra/Sidel würde unabhängig von möglichen Unterscheidungen nach dem Endverwendungszweck über den mit Abstand höchsten Marktanteil verfügen, und zwar sowohl bei SBM-Maschinen mit hohem als auch mit niedrigem Durchsatz. Auf Tetra/Sidel entfielen mehr als [60-70 %]* des Marktes im oberen Maschinensegment und zirka 60 % des Marktes im unteren Segment. Sidel schätzt, dass sein Anteil am SBM-Maschinenmarkt im oberen Segment bei [60-70 %]* im Milchsektor und bei [60-70 %]* im Saftsektor liegt.

⁽¹⁷²⁾ Equity Research von BNP Paribas über Sidel vom 9. Oktober 2000, S. 3.

- (374) Der zweitgrößte Wettbewerber wird mit einem Marktanteil von [10-20 %]* (SIG und Krones bei Maschinen im oberen Segment und ADS bei Maschinen im unteren Segment) vergleichsweise wesentlich kleiner sein. Zu beachten ist auch, dass der Marktanteil der fusionierten Einheit über einen langen Zeitraum relativ konstant auf einem sehr hohen Niveau geblieben ist (im Bereich von 60 %).
- (375) Das fusionierte Unternehmen würde auch im Bereich keimfreie Kartonverpackungsmaschinen und keimfreie Kartons eine beherrschende Stellung einnehmen (mit durchweg hohen Marktanteilen [von 80-90 %]*); dazu käme eine führende Stellung bei nicht keimfreier Kartonverpackung, was ihm insgesamt eine beherrschende Stellung auf dem Gesamtmarkt für Kartonverpackungsausrüstungen und Kartonverbrauchsgüter verleihen würde.

3.3.2.7.2. Technische Überlegenheit

- (376) Tetra/Sidel hätte auch einen klaren technologischen Vorteil gegenüber seinen Wettbewerbern. Sidel ist ein Vorreiter auf dem SBM-Maschinenmarkt. Die Marktuntersuchung der Kommission hat bestätigt, dass die Mehrheit der Kunden Sidel gerade wegen der technischen Qualität seiner Maschinen sehr hoch einstuft. Das geht soweit, dass einige große Kunden in Bezug auf ihre PET-Flaschenproduktion ihren Bedarf ausschließlich über Sidel decken.
- (377) Sidel ist selbstverständlich sehr stolz auf seine technischen Fähigkeiten. In seinem Jahresbericht 1999 erklärt Sidel: „Sidels Führungsposition beruht auf beispielloser technischer Kompetenz bei Maschinen mit hohem Durchsatz, profunder Kenntnis der Verpackungsmaterialien und konsequent schnellem Service in aller Welt. Sidels vollständige Beherrschung der PET-Blasformtechnik ermöglicht es dem Unternehmen, dieser steigenden Nachfrage gerecht zu werden.“ Sidel zufolge haben „die technischen Fortschritte der SBO-Serie 2 die Maschinenproduktivität um 25 % gesteigert. Es ist genau diese Fähigkeit zur Innovation ... zusammen mit den Komplettangeboten und Serviceleistungen, die es Sidel ermöglichen, seine weltweite Führung auszubauen: 65 % der weltweit produzierten PET-Verpackungen stammen aus Maschinen von Sidel.“⁽¹⁷³⁾
- (378) Das fusionierte Unternehmen hätte ein weitaus größeres Produktsortiment auf dem PET-Verpackungssektor im Angebot als sämtliche seiner Wettbewerber. Es würde über ein beispielloses SBM-Maschinensortiment verfügen, welches das gesamte bestehende Sepktrum von Maschinen im untersten Sortiment mit linearer Technik (Dynaplast) über Rotationsmaschinen mit niedrigem Durchsatz (Sidel) bis hin zu den Maschinen mit der weltweit höchsten Kapazität (Sidels SBO 50 000 bph) abdecken würde. Ferner könnte es führende innovative Produkte wie die Kombi-Maschine, SBM-Maschinen für

die Heißabfüllung und Maschinen mit Preferential Heating anbieten. Der unabhängige Analyst Pictet kam in seinem Branchenbericht im September 2000 zu dem Schluss: „Mit seinem beispiellosen Sortiment verfügt Sidel über die richtige Maschine für jeden Herstellungszweck, mit einem Output, der exakt den Produktionszielen der Kunden entspricht.“⁽¹⁷⁴⁾

- (379) Das fusionierte Unternehmen stünde mit der Kombination der beiden Plasmabarrieretechniken, Actis (Sidel) und Glaskin, auch bei neuen Techniken an der Spitze. Es besteht kein Zweifel, dass die Kombination der beiden führenden Plasmatechniken und die einmalige keimfreie Abfülltechnik (Kombi) Tetra/Sidel eine extrem starke Stellung bei der Verpackung von sauerstoffempfindlichen Produkten in PET — einem der Gebiete mit besonderen Wachstumsmöglichkeiten für PET zum möglichen Schaden von Karton — verleihen würden.
- (380) Tetra/Sidel wäre auch der einzige voll integrierte PET-Ausrüstungshersteller, der das gesamte Spektrum von PET-Produkten und Ausrüstungen, von Vorformlingen bis hin zur fertigen Flasche samt Plastikverschlüssen, im Angebot hätte. Dies und Sidels beispiellose Erfahrung und Sachkenntnis beim Design von Gussformen und Flaschen und bei Vorformling- und Durchführbarkeitstests in seinen eigens dafür eingerichteten Testcentern in Frankreich würde dem fusionierten Unternehmen zu einer Stellung verhelfen, mit der sich seine Wettbewerber nicht messen könnten.

3.3.2.7.3. Know-how in der keimfreien Technik

- (381) Damit ein PET-Ausrüster von dem, was Sidel „die zweite Ära der PET-Verpackung“⁽¹⁷⁵⁾ nennt, d. h. die Verpackung „empfindlicher“ Produkte wie Saft, flüssige Molkereierzeugnisse und isotonische Getränke (Getränke die traditionell in Karton verpackt wurden), profitieren kann, muss er über eine geeignete Barriere-technik und — wichtiger noch — über eine geeignete keimfreie Abfülllösung verfügen. Dieser Tatsache ist man sich in der Branche allgemein bewusst. Ein unabhängiger Analyst kommt zu dem Schluss: „Da Verbraucher zunehmend PET-Verpackungen für Milch, Säfte und Soßen verlangen, ist es von äußerster Wichtigkeit, über eine keimfreie Abfülllösung für PET-Flaschen zu verfügen.“⁽¹⁷⁶⁾
- (382) Die Fusion würde zu einer Verbindung der beiden führenden Namen im Bereich keimfreie Abfüllung mit einem Drittel der installierten keimfreien PET-Abfüllmaschinen im EWR führen: TetraPak (Tetra) und Rémy (Sidel). Keimfreies Know-how und nachweisliche langjährige Erfahrung ist für Kunden aufgrund der schwerwiegenden Folgen jeglicher Art von Unsterilität beim Endprodukt von größter Wichtigkeit. Die Mehrzahl

⁽¹⁷³⁾ Sidels Jahresbericht 1999, S. 38.

⁽¹⁷⁴⁾ Pictet Report, S. 31.

⁽¹⁷⁵⁾ Sidel Jahresbericht 1999, S. 5.

⁽¹⁷⁶⁾ Pictet Report, S. 5.

der Getränkehersteller, die auf die Marktuntersuchung der Kommission antworteten, betonten, dass nachweisliche Erfahrungen und Fachkenntnisse in der keimfreien Technik als Garant für Sterilität von größter Bedeutung seien.

- (383) Das fusionierte Unternehmen wäre in den Bereichen keimfreie Abfüllung in Karton, PET und HDPE aktiv. Es würde von Tetras einmaligem Know-how und Ruf im keimfreien Bereich profitieren, wozu ein ganzes Sortiment an Verfahrenstechnik gehört, z. B. Separatoren, Wärmeaustauscher, Homogenisierer, Evaporatoren, keimfreie Verfahrenssysteme und Fördersysteme. Große Wettbewerber wie die SIG-Gruppe verfügen nicht über die notwendige Präsenz bei keimfreien PET- oder HDPE-Verpackungen und sind auch bei der keimfreien Kartonverpackung, insbesondere bei den äußerst „empfindlichen“ flüssigen Molkereierzeugnissen, nur schwach vertreten. Kein anderer Verpackungshersteller verfügt über profunde Kenntnisse im Bereich der keimfreien Prozesstechnik. Somit würden das Ansehen des fusionierten Unternehmens im Bereich der keimfreien Verpackung, seine nachweisliche langjährige Erfahrung und seine Fähigkeit, die Sterilität des Endprodukts zu garantieren, für bereits vorhandene und neue Wettbewerber auf dem Markt eine große Hürde darstellen.

3.3.2.7.4. Serviceleistungen und Absatzorganisation

- (384) Die Marktuntersuchung der Kommission hat bestätigt, dass die Fähigkeit, überall auf der Welt eine schnelle und effektive Kundenunterstützung anbieten zu können, Präsenz vor Ort verlangt und vor allem für jene Kunden wichtig ist, die selbst verpacken und daher zuverlässige Anlagen brauchen. Tetra und Sidel verfügen bereits über das größte weltweite Service- und Verkaufsnetz und übertreffen hierin ihren größten Wettbewerber sowohl im Karton- als auch im PET-Sektor um ein Vielfaches. Nach der Fusion wäre der Vorsprung der fusionierten Einheit uneinholbar und der potenzielle Wettbewerb zwischen den beiden größten am Markt tätigen Unternehmen entfiel.

3.3.2.7.5. Forschung und Entwicklung

- (385) Auch die Forschungs- und Entwicklungskapazitäten des fusionierten Unternehmens würden erweitert und ihm eine Stellung verschaffen, mit der sich kein Wettbewerber messen könnte. Tetra/Sidel hätte mindestens zweimal so viele Mitarbeiter und doppelt so viel Mittel für Forschung und Entwicklung zur Verfügung wie der nächstfolgende Wettbewerber, die SIG-Gruppe. Tetra hat [...] * Forschungs- und Entwicklungszentren in aller Welt, in denen [...] * Mitarbeiter in zahlreichen Forschungs- und Entwicklungsprojekten arbeiten⁽¹⁷⁷⁾.

- (386) Das massive gebündelte Forschungs- und Entwicklungspotenzial des fusionierten Unternehmens würde dessen klare Führung gegenüber seinen Wettbewerbern zementieren und den Wettbewerb zwischen Tetra und Sidel bei Innovation, Forschung und Entwicklung zunichte machen, der ohne die Fusion stattgefunden hätte. Tetra bringt es in ihrem Jahresbericht 2000 auf den Punkt: „Für Tetra Pak sind Forschung, die sich auf die Bedürfnisse der Kunden und des Marktes konzentriert, sowie die stetige Entwicklung von Verarbeitungs-, Verpackungs- und Vertriebssystemen das beste Mittel, um sich die führende Position auf dem Weltmarkt zu sichern.“⁽¹⁷⁸⁾

3.3.2.7.6. Finanzstärke und Größe

- (387) Die anmeldende Partei behauptet, sie verfüge über keine wesentlich größere Finanzkraft als ihre Wettbewerber⁽¹⁷⁹⁾. Die der Kommission vorliegenden Daten bestätigen Tetras Behauptung nicht. Das fusionierte Unternehmen wäre in punkto Gesamtzahl der Mitarbeiter, Zahl der in der Forschung und Entwicklung tätigen Mitarbeiter, Absatzorganisation, internationale Präsenz, Umsatz und Rentabilität um vieles größer als seine Wettbewerber. Zum Beispiel überträfe der Umsatz des fusionierten Unternehmens den seines nächstgrößten Wettbewerbers um nahezu das 10fache.

3.3.2.8. Fehlende Nachfragemacht

- (388) Kunden des fusionierten Unternehmens in den gemeinsamen Produktsegmenten (FMEs, Säfte, FFDs, Tee-/Kaffegetränke) könnten diesem keine nennenswerte Nachfragemacht entgegensetzen. Der Kundenbestand im FME- und Saftsegment setzt sich überwiegend aus vielen kleineren und mittleren Betrieben zusammen. So entfallen auf Sidels größten Kunden im EWR (einen Flaschenhersteller) zirka [...] * und auf den größten Kunden, der kein Flaschenhersteller ist (ein multinationaler Getränkehersteller), weniger als [...] * des Umsatzes von Sidel. Tetras Kundenbestand ist ähnlich fragmentiert.

3.3.2.9. Fazit

- (389) Diese Ausführungen führen zu dem Schluss, dass durch den Zusammenschluss der beherrschenden Gesellschaft im Bereich Kartonverpackung, Tetra, und der führenden Gesellschaft im Bereich PET-Verpackungsausrüstungen, Sidel, eine Marktstruktur entstehen würde, die das fusionierte Unternehmen dazu verleiten könnte und ihm die Möglichkeit geben würde, aus seiner führenden Stellung im Bereich PET-Verpackungsausrüstungen und insbesondere bei SBM-Maschinen für die „empfindlichen“ Produktsegmente (mit hohem und mit niedrigem Durchsatz) eine beherrschende Stellung zu machen.

⁽¹⁷⁷⁾ Tetras Jahresbericht 2000, S. 17.

⁽¹⁷⁸⁾ Tetras Jahresbericht 2000, S. 17.

⁽¹⁷⁹⁾ Rdnr. 92 der Antwort.

Dadurch würde sich die Stellung von Tetra/Sidel auf dem gesamten SBM-Maschinenmarkt insgesamt verbessern, so dass wettbewerbswidrige Auswirkungen zu befürchten wären.

3.3.3. Auswirkungen im Bereich Karton: Verstärkung einer beherrschenden Stellung

(390) Das Zusammenschlussvorhaben würde eine Marktstruktur schaffen, mit der Tetra ihre derzeitige beherrschende Stellung im Bereich Kartonverpackung durch die Ausschaltung einer Quelle erheblichen Wettbewerbs verstärken könnte.

(391) Dies könnte schwerwiegende nachteilige Folgen für den Kartonverpackungssektor haben. Die Kommission erklärte 1991 in ihrer Entscheidung über den Zusammenschluss von TetraPak mit Alfa Laval⁽¹⁸⁰⁾: „TetraPak verfügt über eine sehr starke Marktposition. ... Die Kommission muss bei einer solchen Vormachtstellung besonders wachsam sein, da in einer solchen Situation selbst ein sehr geringer Zuwachs an Marktmacht unverhältnismäßig große nachteilige Auswirkungen auf die Wettbewerbsbedingungen auf dem Markt haben kann.“

3.3.3.1. PET als Instrument des Wettbewerbs: Verlust von Wettbewerbsdruck durch einen unmittelbar benachbarten Markt

(392) Die Ergebnisse der Marktuntersuchung der Kommission belegen, dass Karton als Verpackungsmaterial traditionell auf dem Milch- und Saftmarkt vorherrschend war, vor allem bei der keimfreien Verpackung. Über 80 % der keimfrei abgefüllten Produkte wurden 1999 in Karton verpackt, vor allem wegen des Kontaminationsrisikos während des Verpackungsprozesses, der eine bewährte keimfreie Technik und eine ultrasaubere oder keimfreie Abfüllung erfordert, die die Kartonverpackung garantieren kann.

(393) Wie im Abschnitt über die Definition des Marktes dargelegt, ist PET bereits in einige kleinere Kartonendverwendungssegmente wie FFDs und Tee-/Kaffegetränke eingedrungen und auch in den größeren Endverwendungssegmenten wie FMEs und Säfte, die traditionell in Karton verpackt wurden, wird mit einer deutlichen Zunahme von PET gerechnet. Der Zuwachs von PET-Verpackungen bei FMEs, Säften, FFDs und Tee-/Kaffegetränken wird zwangsläufig bis zu einem gewissen Grad auf Kosten von Karton erfolgen.

(394) Unternehmen, die sich auf dem Gebiet der PET-Verpackung betätigen, darunter insbesondere Sidel und Flaschenhersteller, verfolgen eindeutig Geschäftsstrategien, die auf eine stärkere Verwendung von PET auf Kosten von Karton abzielen. Die Marktuntersuchung der Kommission hat eine Reihe von unabhängigen Studien

und Geschäftsanalysen der Parteien zu Tage befördert, die sich mit diesem Wettbewerbswachstum von PET beschäftigen. Die Pariser Börse, CDC Bourse, erteilte folgende Informationen über Sidel: „Kartonverpackung verliert gegenwärtig Marktanteile an die PET-Verpackung.“⁽¹⁸¹⁾ In seiner Publikation „The Sidel Saga 1961-1998+“ erklärt Sidel: „Jetzt, da die TetraPak-Kartonverpackung an Boden verliert, besteht die Chance, dass Plastikflaschen Marktanteile von Karton erobern.“⁽¹⁸²⁾ Sidels neue Zielmärkte sind „Fruchtsäfte und New-Age-Getränke ... Plastik erobert gewisse Marktanteile, die der Kartonfaltpackung gehörten ...“ Tatsächlich plante Sidel den Einstieg in die Märkte für „empfindliche“ Produkte und die Eroberung von Kartonmarktanteilen. JP Morgan erklärt in einer Analyse zu Sidel, dass die Gesellschaft Akquisitionen mit dem Ziel eines Einstiegs in den Milch- und Fruchtsaftmarkt getätigt habe. „Sidel wollte sein Know-how auf dem Gebiet der keimfreien Verpackung von Milch und Fruchtsäften erweitern ... die Wahl der Verpackung für diese Produkte fiel traditionell auf Karton von TetraPak oder SIG. In Rémy will Sidel Maschinen entwickeln, mit denen PET auf diesen Märkten eingeführt werden kann ...“ .

(395) Dritte machten geltend, ohne die Fusion würde der größte Anbieter von PET-Verpackungsausrüstungen (Sidel) zusammen mit unabhängigen Flaschenherstellern auf einem unmittelbar benachbarten Markt erheblichen Wettbewerbsdruck auf den Kartonverpackungsmarkt ausüben, indem innovative Lösungen auf den Markt kämen und Tetra ihrerseits zu Innovationen und Preisenkungen bei der Kartonverpackung gezwungen wäre. Nach der angemeldeten Fusion ginge dieser Wettbewerbsdruck verloren.

(396) In ihrer Antwort behauptete Tetra, nach der Fusion nicht in der Lage zu sein, die Verbrauchernachfrage auf diese Art und Weise zu kontrollieren. Tetra beruft sich dabei darauf, dass PET-Verpackungsausrüstungen und insbesondere SBM-Maschinen nur einen extrem kleinen Teil des Einzelhandelspreises des Endprodukts ausmachen. Laut Tetra müsste das fusionierte Unternehmen die Preise für SBM-Maschinen um 2 000 % erhöhen, um einen Preisanstieg des Endproduktes im Einzelhandel von 10 % zu bewirken und somit Kunden zum Umstieg von PET auf Kartonverpackungen zu veranlassen. Tetra zufolge ist dies absolut unrealistisch.

(397) Tetra hat es versäumt, auf die Bedenken der Kommission einzugehen, die sich auf die Auswirkungen auf die Kartonpreise und nicht auf die SBM-Maschinenpreise richteten. Wie Tetra hervorhebt, kam die Kommission zu dem Schluss, dass Karton- und PET-Verpackungssysteme verschiedene, jedoch eng benachbarte Produktmärkte bilden, die einen gewissen Wettbewerbsdruck aufeinander ausüben. Karton und PET sind insofern technisch

⁽¹⁸⁰⁾ Siehe Tetra Pak/Alfa-Laval, (zitiert in Fußnote 11).

⁽¹⁸¹⁾ CDC Bourse über Sidel vom 30. November 2000, S. 1.

⁽¹⁸²⁾ „The Sidel Saga 1961-1998+“, Sidel Communication, S. 2 und 3.

austauschbar, als mit ihnen dieselben Endprodukte verpackt werden können. In wirtschaftlicher Hinsicht könnten sie überdies als „schwache Substitute“ gelten. Die Marktgegebenheiten sehen so aus, dass jeder Wechsel zwischen den beiden Materialien vornehmlich auf absatzstrategischen Überlegungen beruht und dass es hauptsächlich einen einseitigen Wechsel von Karton (der alten herkömmlichen Technik) zu PET (der neuen modernen Technik) geben wird. Wie im Abschnitt über die Definition des Marktes ausgeführt, haben viele befragte Dritte eindeutig ausgesagt, dass sie bereits auf PET umgestellt haben oder auf PET umstellen würden, obgleich PET teurer ist, und dies auch tun würden, selbst wenn die Kartonpreise völlig unverändert blieben. Dies zeigt, dass einige Kunden von Karton auf PET umstellen würden, selbst wenn die Kartonpreise gar nicht ansteigen würden. Die preisbewussteren Kunden gaben jedoch an, dass sie eine Umstellung von Karton auf PET nur dann in Erwägung ziehen würden, wenn die Preise für Karton deutlich, d. h. um 20 % oder mehr ansteigen würden. Dieselben preisbewussten Kunden würden vermutlich von einer Umstellung von Karton auf PET absehen, wenn durch die Reduzierung der Kartonpreise die Preisdifferenz zwischen einer Karton- und einer PET-Verpackungsanlage größer würde. Außerdem lässt Tetra bei dem Argument, Sidel könne lediglich den Preis der Ausrüstung (SBM-Maschinen) beeinflussen, die einen sehr geringen Anteil an den Gesamtverpackungskosten hat, außer Acht, dass es selbst die Kosten der Kartonverpackung beeinflussen kann. Tetra ist nämlich in der Lage, sowohl den Preis von Kartonmaschinen als auch von Karton zu beeinflussen.

- (398) Ohne die Fusion wäre von einem intensiven Wettbewerb der PET-Unternehmen um die Erlangung von Karton-Marktanteilen auszugehen. Tetra würde wahrscheinlich ihre Stellung durch Verbesserung ihrer Kartonverpackungslösungen, Innovationen, bessere Kartontechnik, neue Kartondesigns und Verschlüsse sowie in einigen Fällen durch Preissenkungen um jeden Preis zu halten suchen. Tetra war schon rührig und hat neue Kartonverpackungen mit verbraucherfreundlicheren Eigenschaften entwickelt, so z. B. die Karton-Gable-Top-Packung mit Schraubverschluss.
- (399) Nach der Fusion müsste Tetra keinen derart ausgeprägten Wettbewerb mehr betreiben. Tetra/Sidel wäre imstande, den Umstieg von Karton zu PET durchaus wirksam zu kontrollieren. Das fusionierte Unternehmen könnte das derzeit hohe Niveau seiner Kartonverpackungspreise für jene Kunden bzw. für jene Teile der Produktion seiner Kunden aufrechterhalten, die aufgrund von Verbrauchervorlieben, Umstellungskosten und langfristigen Verträgen PET nicht verwenden können. Bei den Kunden, die auf PET umstellen wollen, könnte Tetra/Sidel auf die Wahl der Verpackungsmaschinen Einfluss nehmen, beispielsweise durch das Timing der Umstellung und die Bereitstellung schneller, maßgeschneiderter Lösungen und dadurch seinen Marktanteil bei PET-Ausrüstungen vergrößern [...] ⁽¹⁸³⁾. Somit würde durch die Ausschal-

tung von Sidel als Wettbewerber auf einem eng benachbarten Markt, der zunehmend Druck auf Tetra ausüben könnte, Tetras Stellung im Bereich der Kartonverpackung gestärkt.

- (400) Gleichzeitig würde Tetra ihrem größten Wettbewerber, der SIG-Gruppe, ihren Hauptvorteil streitig machen, da die SIG-Gruppe die bisher einzige weitere Gesellschaft auf der Welt ist, die sowohl Karton- als auch PET-Verpackungsausrüstungen herstellt.

3.3.3.2. Fazit

- (401) Die Kommission ist daher zu dem Schluss gelangt, dass Tetras derzeitige Quasi-Monopolstellung bei keimfreiem Karton im EWR durch das Zusammenschlussvorhaben eine weitere Verstärkung erfahren könnte.

3.3.4. Die beherrschende Stellung des fusionierten Unternehmens bei Karton und PET-Verpackungsausrüstungen und seine Präsenz im Bereich HDPE würde weiter verstärkt und zur Errichtung von Marktzutrittsschranken führen

- (402) Zu betonen ist, dass Tetra zum gegenwärtigen Zeitpunkt bei Verpackung von Flüssignahrungsmitteln und vor allem bei der keimfreien Verpackung beherrschend ist. Dies rührt von Tetras außerordentlich starker Stellung im Bereich der keimfreien Kartonverpackung her. Tetras Marktanteil bei der keimfreien Kartonverpackung liegt bei nahezu 80 %, was zirka 60 % des gesamten keimfreien Verpackungssektors ausmacht (d. h. sämtliche keimfrei abgefüllte Flüssigkeiten). Dies kommt daher, dass Karton bei der keimfreien Abfüllung bis zum heutigen Tage eine starke Stellung einnimmt und nur einem sehr begrenzten Wettbewerb seitens anderer Materialien ausgesetzt ist.
- (403) Tetra war bis vor kurzem eine Ein-Produkt-Organisation, die lediglich Kartonlösungen anbot (Tetra Brik System). In den letzten Jahren hat sich Tetra um die Ausweitung ihrer Verpackungslösungen bemüht, um eine „komplettere“ Verpackungsgesellschaft zu werden. In ihrem Jahresbericht 1999 präsentiert sich Tetra als führendes Nahrungsmittelverpackungsunternehmen mit Multiproduktlösungen. „Die Kunden von Tetra Pak haben nunmehr den Vorteil, ihre gesamten Bedürfnisse aus ein und derselben Bezugsquelle zu decken, mit passender Ausrüstung auf jeder Stufe. Tetra Pak ist der einzige Anbieter auf dem Markt, der die volle Verantwortung für einen ununterbrochenen Produktionsablauf übernimmt ... Tetra Pak bietet überdies nicht weniger als elf Verpackungssysteme [hauptsächlich verschiedene Kartonverpackungen] für pasteurisierte und aseptisch verpackte Produkte an.“ Ein gutes PET-Angebot war das

⁽¹⁸³⁾ Internes als Anhang 3 der Anmeldung vorgelegtes Tetra-Dokument.

einziges Element, das Tetra im Rahmen ihres Multiproduktangebotes bisher noch fehlte; Tetras PET-Aktivitäten waren aufgrund der derzeit noch beschränkten Möglichkeiten von Tetras SBM-Maschinenteknik begrenzt.

- (404) Nach der Fusion würde die Ausrüstung des Unternehmens sämtliche einschlägigen Maschinen in den Bereichen Karton, PET und HDPE abdecken. Tetra/Sidel wäre in der Lage, technisch erstrangige keimfreie und nicht keimfreie Kartonverpackungsmaschinen und Kartons, SBM-Maschinen mit hohem und niedrigem Durchsatz und SBM-Kombi-Maschinen, keimfreie und nicht keimfreie PET-Abfüllmaschinen, HDPE-Abfüllmaschinen, EBM-Maschinen und Kombi-HDPE-Maschinen sowie das erforderliche Zubehör wie Plastikverschlüsse anzubieten. Da das fusionierte Unternehmen beherrschende Stellungen auf zwei unmittelbar benachbarten Märkten (Karton- und PET-Verpackungsausrüstung) innehatte und auch auf einem dritten Markt (HDPE) über eine beachtliche Präsenz verfügen würde, könnte es bei der Verpackung der relevanten Endverwendungsprodukte (FMEs, Säfte, FFDs, Tee-/Kaffegetränke) eine herausragende Rolle spielen.
- (405) Karton, PET und HDPE sind die wichtigsten Verpackungsmaterialien für FMEs, Säfte, FFDs und Teegetränke sowie für sämtliche keimfrei abgefüllten Flüssigkeiten. Zirka 96 % aller keimfrei abgefüllten Flüssigkeiten wurden 1999 in Karton, PET und HDPE verpackt⁽¹⁸⁴⁾. Die Analyse der Kommission hat bestätigt, dass Dosen und Glas als Verpackungsmaterialien für diese Produkte Grenzen gesetzt sind: Dosen sind von der Form her beschränkt und im Allgemeinen teurer, Glas ist als Verpackungsmaterial auf Qualitätsprodukte beschränkt und die keimfreie Abfüllung in Glas stellt laut Tetra eine „ausgediente, im EWR nicht gebräuchliche Technik“⁽¹⁸⁵⁾ dar. Unabhängige Analysten stellten fest, dass Plastikflaschen (PET und HDPE) das stärkste Wachstum erlebt haben, und prognostizieren, dass diese Verpackungsart bei der keimfreien Verpackung in den nächsten drei Jahren am schnellsten wachsen wird⁽¹⁸⁶⁾.
- (406) Selbst wenn man sämtliche Verpackungsmaterialien berücksichtigt, die zur Verpackung der relevanten „empfindlichen“ Produkte (FMEs, Säfte, FFDs und Tee-/Kaffegetränke) verwendet werden, wäre die Stellung von Tetra/Sidel in allen Endverwendungssegmenten extrem stark. Der Anteil von Tetra/Sidel am gesamten Saftverpackungsmarkt läge im Bereich von 50 %, bei flüssigen Molkereiprodukten betrüge er [50-60 %]* und bei der keimfreien Verpackung insgesamt ungefähr 60 %, wobei

auf Sidel in allen diesen Endverwendungssegmenten ein Marktanteil von insgesamt [0-10 %]* entfiel⁽¹⁸⁷⁾.

- (407) Aus den vorstehenden Zahlen geht hervor, dass Tetra schon jetzt starke Stellung bei der Verpackung der „empfindlichen“ Produkte (insbesondere keimfrei abgefüllte Flüssigkeiten) durch die Fusion gestärkt würde. Die relativ geringen Zuwächse bei den hauptsächlich in Karton verpackten Produkten gehen auf Sidels derzeit begrenzte Präsenz in den Endverwendungssegmenten Milch und Saft zurück. Man geht jedoch davon aus, dass die Präsenz von PET in den gemeinsamen Produktsegmenten in Zukunft erheblich zunehmen wird. Die Stellung des fusionierten Unternehmens in diesen Endverwendungssegmenten würde daher weiterhin sehr stark bleiben.
- (408) Angesichts der insgesamt starken Präsenz in den relevanten Segmenten dürfte der Marktzutritt damit erschwert werden. Um in einen gleichberechtigten Wettbewerb eintreten zu können, müssten die Wettbewerber mit der starken Position des fusionierten Unternehmens in sämtlichen einschlägigen Segmenten, und auch mit seinem umfassenden Produktangebot, seinem überlegenen Know-how in der keimfreien und Barrieretechnik, seinem Zugang zu aktuellen und potenziellen Kunden und seiner Finanzstärke mithalten können. Deshalb ist es wahrscheinlich, dass infolge der Fusion die Stellung von Tetra/Sidel bei der Verpackung der „empfindlichen“ Produkte zu einer Marginalisierung der Wettbewerber und zur Errichtung von Marktzutrittsschranken führen würde. Somit brächte die Fusion eine Verstärkung der beherrschenden Stellung auf den relevanten Märkten für Karton- und PET-Verpackungsausrüstungen für „empfindliche“ Produkte — vor allem bei SBM-Maschinen — mit sich.

V. VERPFLICHTUNGSZUSAGEN

- (409) Am 25. September 2001 bot Tetra Verpflichtungszusagen an, um die Bedenken auszuräumen, die von der Kommission in ihrer Tetra am 1. September 2001 zugestellten Mitteilung der Beschwerdepunkte festgestellt worden waren. Dazu gehörte auch die Veräußerung

⁽¹⁸⁴⁾ Warrick Report.

⁽¹⁸⁵⁾ Anmeldung, S. 65.

⁽¹⁸⁶⁾ Warrick Report.

⁽¹⁸⁷⁾ Sämtliche Berechnungen basieren auf von der anmeldenden Partei vorgelegten Canadean-Zahlen. Soweit es um Karton geht, basiert Tetras Anteil am jeweiligen Markt auf ihrem Anteil am Markt für Kartonverpackungsausrüstung. Die Berechnung der Anteile bei PET und HDPE ist komplizierter, da das PET-Verpackungsverfahren im Gegensatz zur Kartonverpackung, die in einem einzigen Ablauf erfolgt, in verschiedene Segmente unterteilt ist (Blasformverfahren: SBM-Maschine; Abfüllung: PET-Abfüllmaschine). Deshalb und weil das Vorhaben wahrscheinlich primär im SBM-Sektor Bedenken hervorrufen würde, wurden die PET-Marktanteile anhand einer vorsichtigen Berechnung von Sidels Anteil am SBM-Maschinenumsatz ermittelt, der nach Kapazität bei Sidel im Bereich von 60 % und bei Tetra im Bereich von [0-10 %]* liegt. Sidels HDPE-Anteil dürfte bei [10-20 %]* und Tetras HDPE-Anteil bei [0-10 %]* liegen.

von Tetras SBM- und Vorformling-Geschäft. Am 9. Oktober 2001 legte Tetra eine neue Reihe von Verpflichtungszusagen vor, die an die Stelle der Verpflichtungszusagen vom 25. September 2001 traten. Das Angebot erfolgte in voller Kenntnis der Tatsache, dass es bei der Kommission liegt zu entscheiden, ob sie eine, mehrere oder alle Verpflichtungszusagen annimmt.

- (410) Die Verpflichtungszusagen sind im Anhang dargelegt. Sie bestehen aus i) der Veräußerung von Tetras SBM-Geschäft, ii) der Veräußerung von Tetras PET-Vorformling-Geschäft, iii) der Weiterführung Sidel als von den TetraPak-Gesellschaften getrenntes Unternehmen und der Aufrechterhaltung der Abhilfemaßnahmen nach Artikel 82 EG-Vertrag sowie iv) der Vergabe einer Lizenz für den Verkauf von SBM-Maschinen von Sidel an Kunden, die „empfindliche“ Produkte abfüllen, sowie an Flaschenhersteller.

A. ZUSAMMENFASSENDE DARSTELLUNG DER VERPFLICHTUNG SZUSAGEN

1. VERÄUSSERUNG VON TETRAS SBM-GESCHÄFT

- (411) Tetra verpflichtet sich zur Veräußerung ihres SBM-Maschinengeschäfts („SBM-Geschäft“) an einen unabhängigen Dritten. Das SBM-Geschäft besteht aus folgenden Komponenten, es sei denn, deren Veräußerung ist durch geltende Gesetze ausgeschlossen oder wird vom Käufer des SBM-Geschäfts nicht verlangt: a) Vermögenswerte und Ausrüstung, die Tetra derzeit im Wesentlichen zur Herstellung und Entwicklung ihrer SBM-Maschinen einsetzt, b) dem SBM-Geschäft zugeordnetes technisches Verkaufs-, Produktions- und Verwaltungspersonal, c) sämtliche Verkaufs- oder Serviceverträge für im Rahmen des SBM-Geschäfts hergestellte SBM-Produkte, die zum Zeitpunkt der Verpflichtung bestehen und bis zum Abschluss des Verkaufs des SBM-Geschäfts noch abgeschlossen werden, d) sämtliche geistigen Eigentumsrechte, die derzeit ausschließlich im Rahmen des SBM-Geschäfts verwertet werden, und e) eine nicht übertragbare, unwiderrufliche, nicht ausschließliche Lizenz für die geistigen Eigentumsrechte von Tetra, die derzeit im Rahmen des SBM-Geschäfts und anderer Geschäfte von Tetra Laval wirtschaftlich verwertet werden.

(412) [...]*.

2. VERÄUSSERUNG VON TETRAS VORFORMLING-GESCHÄFT

- (413) Tetra verpflichtet sich zur Veräußerung ihres Vorformling-Geschäfts („PET-Vorformling-Geschäft“) an einen unabhängigen Dritten. Zum PET-Vorformling-Geschäft gehören: a) Vermögenswerte und Ausrüstung, die Tetra derzeit im Wesentlichen zur Herstellung und Entwicklung ihrer PET-Vorformlinge einsetzt, b) dem PET-Vorformling-Geschäft zugeordnetes Verkaufs-, Produktions- und Verwaltungspersonal, c) sämtliche Verträge über den Verkauf von im Rahmen des PET-Vorformling-Geschäfts hergestellten PET-Vorformlingen, die zum

Zeitpunkt der Verpflichtung bereits bestehen und bis zum Abschluss des Verkaufs des PET-Vorformling-Geschäfts noch abgeschlossen werden, d) sämtliche geistigen Eigentumsrechte, die derzeit ausschließlich im Rahmen des PET-Vorformling-Geschäfts verwertet werden, und e) eine nicht übertragbare, unwiderrufliche, nicht ausschließliche Lizenz auf geistige Eigentumsrechte von Tetra, die derzeit im Rahmen des PET-Vorformling-Geschäfts und anderer Geschäfte von Tetra Laval wirtschaftlich verwertet werden.

(414) [...]*.

(415) [...]*.

- (416) Überdies hat Tetra die Anwendung der Seolica-Barrieretechnik eingestellt und ihre Exklusivrechte aus dem Lizenzvertrag vom 29. Oktober 1999 erlöschen lassen.

3. TRENNUNG SIDELS VON TETRA UND VERPFLICHTUNG SZUSAGE NACH ARTIKEL 82 EG-VERTRAG

- (417) Tetra verpflichtet sich zur strukturellen Trennung Sidel von sämtlichen Tetra Pak-Gesellschaften („Tetra Pak“) für einen Zeitraum von [...]* Jahren [...]*. Sidel wird als eigenständige juristische Person geführt werden. Die Aktien von Sidel werden nicht von Tetra Pak oder Tochtergesellschaften von Tetra Pak, sondern von einer separaten zur Tetra Laval Gruppe gehörigen Gesellschaft gehalten Tetra kann jedoch Sidel derzeitige Gesellschaftsform ändern.

- (418) Sidel wird von einem Vorstand geleitet, der jedoch in bestimmten Fragen die Zustimmung des Sidel-Aufsichtsrats und des Tetra Laval-Konzernvorstands einholen muss und ihnen gegenüber berichtspflichtig ist. Der Vorstandsvorsitzende des Tetra Laval-Konzerns ist gleichzeitig auch der Vorsitzende des Aufsichtsrates von Sidel. Kein Sidel-Aufsichtsrat- oder Vorstandsmitglied und kein leitender Angestellter oder Mitarbeiter von Sidel darf gleichzeitig Mitglied im Aufsichtsrat oder Vorstand einer Tetra-Pak-Gesellschaft oder dort leitender Angestellter oder Mitarbeiter sein.

- (419) Vermarktung, Verkauf, Schulungsdienste, technische Kundenunterstützung und technische Serviceleistungen werden allesamt durch Sidel eigene Abteilungen oder Außendienstmitarbeiter durchgeführt, die von den entsprechenden Abteilungen oder Außendiensten der Tetra-Pak-Gesellschaften durch wirksame und geeignete Schutzmechanismen getrennt sind. Tetra Paks Kartonprodukte werden nicht zusammen mit SBM-Maschinen von Sidel angeboten. Sidel akzeptiert die stimmrechtslose Teilnahme des bestellten Treuhänders an den Aufsichtsratsitzungen von Sidel. Gemäß der Verpflichtung hat Tetra nach [...]* Jahren das Recht, von der Kommission überprüfen zu lassen, ob diese Verpflichtung noch weiter aufrechterhalten werden muss.

(420) Außerdem ersucht Tetra die Kommission, Tetras frühere Verpflichtungen gegenüber der Kommission, die auf die Entscheidung der Kommission Tetra Pak II zurückgehen, und insbesondere die Verpflichtung in Artikel 3 Nummer 3 der Entscheidung zur Kenntnis zu nehmen, worin es heißt:

„Tetra Pak verpflichtet sich, keinen Verdrängungswettbewerb und keine Diskriminierung über den Preis zu betreiben und den Kunden keine Rabatte oder günstigere Zahlungsbedingungen ohne objektive Gegenleistung einzuräumen“.

4. LIZENZ FÜR DEN VERKAUF VON SIDEL-MASCHINEN AN ABFÜLLER „EMPFINDLICHER“ PRODUKTE UND FLASCHENHERSTELLER

(421) Tetra verpflichtet sich, einem unabhängigen Dritten eine zeitlich unbefristete Lizenz für den Verkauf von Sidel-Maschinen an Abfüller „empfindlicher“ Produkte und an unabhängige Flaschenhersteller (die „Lizenz“) zu erteilen. Im Rahmen der Lizenz hat der Lizenznehmer das Recht zur Herstellung und zum Verkauf von SBM-Maschinen an i) Flaschenhersteller in sämtlichen Endverwendungssegmenten und ii) an sämtliche sonstigen Kunden unter der Bedingung, dass sie diese Maschinen zum Ausblasen von PET-Flaschen zur Abfüllung „empfindlicher“ Produkte im gegenwärtigen EWR verwenden („Abfüller empfindlicher Produkte“).

(422) Der Lizenznehmer ist zum Verkauf der Maschinen unter folgenden Bedingungen berechtigt:

- Die Lizenz ist auf den „derzeitigen“ EWR beschränkt⁽¹⁸⁸⁾.
- Der Lizenznehmer kann nur das in Anhang 3 der Verpflichtungszusagen festgelegte Sortiment an Sidel-Maschinen verkaufen („bestehendes Sortiment“). Hiervon sind bestimmte Typen existierender SBM-Maschinen von Sidel⁽¹⁸⁹⁾ oder anderer Anbieter (z. B. Dynaplast) ausgenommen. Der Lizenznehmer darf keine SBM-Maschinen aus Sidels neuer Produktion verkaufen und kann nicht von Verbesserungen profitieren, die Sidel an ihrem bestehenden Sortiment an SBM-Maschinen vornimmt.
- Der Lizenznehmer darf nur an Abfüller „empfindlicher“ Produkte sowie an unabhängige Flaschenhersteller in sämtlichen Endverwendungssegmenten verkaufen.
- Für eine anfängliche Frist von [...] Jahren darf nur der Lizenznehmer Abfüller empfindlicher Produkte mit Sidel-Maschinen versorgen, d. h. Sidel darf sein in Anhang 3 der Verpflichtungszusagen aufgelistetes bestehendes Sortiment an SBM-Maschinen nicht

an diesen Personenkreis verkaufen. Er darf jedoch an Flaschenhersteller und während der [...]*-Frist außerdem neue⁽¹⁹⁰⁾ SBM-Maschinen an Abfüller empfindlicher Produkte zu gleich welchem Zweck verkaufen.

- Der Lizenznehmer muss sicherstellen, dass seine Kunden (ausgenommen Flaschenhersteller) die SBM-Maschinen ausschließlich für „empfindliche“ Produkte und nicht für andere Zwecke verwenden und entsprechende Garantien einholen. Tetra/Sidel kann entscheiden, ob diese Garantien ausreichen oder nicht.
- Die Lizenz ist nicht mit einem Transfer von wichtigem technischen oder Servicepersonal oder Vermögenswerten verbunden. Zu der von Sidel erteilten Lizenz gehört eine Schulung in den ersten 6 Monaten der Lizenzlaufzeit.
- Die Lizenz verbietet einen Kontrollerwerb des Lizenznehmers (d. h. dass eine andere Gesellschaft mindestens 50 % des Lizenznehmers erwirbt).
- Die finanziellen Modalitäten sind noch nicht geregelt, doch soll offenbar von einer Vorauszahlung oder Lizenzgebühr abgesehen werden und statt dessen eine Pauschalgebühr erhoben werden, die zu einem späteren Zeitpunkt in Abhängigkeit von der Größe des Marktes für „empfindliche“ Produkte zu zahlen ist.

B. PRÜFUNG DER VERPFLICHTUNGSZUSAGEN

(423) Die anmeldende Partei macht nach wie vor geltend, dass das Zusammenschlussvorhaben ohne Verpflichtungszusagen genehmigt werden sollte und dass die vorgelegten Verpflichtungszusagen in jedem Fall den von der Kommission festgestellten wettbewerbsrechtlichen Bedenken ausreichend Rechnung tragen. Nach Ansicht der anmeldenden Partei beseitigt die Veräußerung von Dynaplast sämtliche möglichen horizontalen Bedenken bezüglich des Marktes für SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz und die Veräußerung von Tetras Vorformling-Geschäft sämtliche möglichen vertikalen Bedenken, die sich aus dem Versorgungskonflikt des fusionierten Unternehmens gegenüber unabhängigen Flaschenherstellern ergibt. Was die strategische Ausnutzung und Verstärkung von Tetras beherrschender Stellung im Bereich der Kartonverpackung betrifft, so bringt die anmeldende Partei vor, dass durch das Paket der Verpflichtungszusagen sämtliche möglichen wettbewerbsrechtlichen Bedenken ausgeräumt würden. Nach Ansicht der anmeldenden

⁽¹⁸⁸⁾ D. h. die derzeitigen Unterzeichnerstaaten des EWR-Vertrages.

⁽¹⁸⁹⁾ In Anhang 3 der Verpflichtungszusagen findet sich eine Auflistung von SBM-Maschinen von Sidel, die von der Lizenz erfasst werden. [...]*

⁽¹⁹⁰⁾ Neue Maschinen werden in den Verpflichtungszusagen definiert als Maschinen, die „auf der Grundlage eines neuen Maschinendesigns hergestellt werden, das mehr als eine bloße Verbesserung der bestehenden Technik darstellt, indem eine oder mehrere Techniken zum Einsatz kommen, die zu einer fundamentalen Änderung an einer Komponente oder eines grundlegenden Prozesses in der Maschine führen, die wiederum eine Leistungssteigerung bewirkt, die über eine normale Nachbesserung des gegenwärtigen Konstruktionsmusters hinausgeht.“

Partei schwächen die beiden Veräußerungen (Dynaplast und Vorformling-Geschäft) die Stellung des fusionierten Unternehmens auf dem Markt für PET-Ausrüstungen, da sie dessen Marktanteil bei SBM-Maschinen begrenzen und Vorformlinge aus dem PET-Sortiment herausfallen. Die Lizenz würde sicherstellen, dass Sidel für einen Zeitraum von [...] Jahren nicht mehr auf dem SBM-Maschinenmarkt für „empfindliche“ Produkte tätig ist und Tetra/Sidel somit die Vorteile seiner beherrschenden Stellung nicht zur Erlangung einer beherrschenden Stellung bei PET-Verpackungsausrüstungen und insbesondere SBM-Maschinen für „empfindliche“ Produkte ausnutzen könnte. Überdies würden bestimmte Verhaltensweisen, zu denen sich Tetra verpflichtet hat, Tetra/Sidel davon abhalten, wettbewerbswidrige Praktiken anzuwenden. Die Lizenz würde die Bedenken hinsichtlich der Verstärkung von Tetras beherrschender Stellung im Bereich Kartonverpackung ausräumen, da vom Lizenznehmer (besonders dann, wenn er auch das Dynaplast-Geschäft kaufen würde) für Tetras Kartongeschäft ein ausreichender Wettbewerb ausginge. Schließlich würde die Beschränkung des Angebots des fusionierten Unternehmens in der genannten Form dessen Stellung bei den Abfüllern „empfindlicher“ Produkte insgesamt mindern.

(424) Nach Ansicht der Kommission reichen die von der anmeldenden Partei vorgelegten Verpflichtungszusagen nicht aus, um die wichtigsten bezüglich der Märkte für PET-Verpackungsausrüstungen und Kartonverpackung festgestellten Wettbewerbsbedenken auszuräumen. Die beiden Veräußerungen werden minimale Auswirkungen auf die Stellung des fusionierten Unternehmens haben. Die Lizenz ist nicht nur unzureichend, um die Wettbewerbsbedenken der Kommission aus dem Weg zu räumen, sondern scheint zudem keine gangbare Option zu sein, weil dadurch komplexe Mechanismen auf dem Markt entstehen können, die zu einer künstlichen Regulierung führen würden. Schließlich sind die beiden verhaltensbezogenen Verpflichtungen als solche unzureichend, um die Bedenken hinsichtlich der durch die Fusion entstehenden Marktstruktur auszuräumen.

(425) Dennoch unterzogen die Kommissionsdienststellen die strukturellen Verpflichtungszusagen und die vorgeschlagene Lizenzvergabe einem Markttest, um zu prüfen, ob diese das Kriterium der Rentabilität und der Eigenständigkeit der Vermögenswerte erfüllen. Abgesehen davon, dass die durch das Zusammenschlussvorhaben verursachten wettbewerbsrechtlichen Bedenken insgesamt nur unzureichend widerlegt werden konnten, zeigt das Ergebnis dieser Prüfung, dass die vorgeschlagenen strukturellen Maßnahmen das grundlegende Kriterium der Rentabilität der zur Veräußerung entstehenden Geschäfte nicht erfüllen.

1. VERÄUSSERUNG VON TETRAS SBM-GESCHÄFT

(426) Der Markt für SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz (< 8 000 bph) würde infolge des Zusammenschlusses eine Konzentration erfahren. Während es bisher keinen

einzelnen Anbieter gibt, der hier über einen Marktanteil von mehr als [30-40 %]* verfügt, wäre Tetra/Sidel nach der Fusion das mit Abstand größte Unternehmen am Markt mit Marktanteilen von ca. 60 % ([30-40 %]* für Sidel⁽¹⁹¹⁾ und [20-30 %]* für Tetra). Mehrere Wettbewerber verblieben zwar am Markt, hätten jedoch nur Marktanteile von höchstens [10-20 %]*.

(427) Die vorgeschlagene Veräußerung von Tetras SBM-Maschinengeschäft (Dynaplast) hätte zur Folge, dass sich die Tätigkeiten der Parteien auf dem Markt für SBM-Maschinen mit niedrigem Durchsatz nicht mehr überschneiden. Sie räumt jedoch die wesentlichen Bedenken im Zusammenhang mit der Fusion, die sich aus der strategischen Ausnutzung der beherrschenden Stellung ergeben, nicht aus. Sidel bliebe weiterhin Marktführerin bei SBM-Maschinen sowohl im unteren als auch im oberen Maschinensegment und würde in der gesamten Branche über das umfangreichste Sortiment und die beste Qualität verfügen. Dieser Schluss wurde durch den Markttest bestätigt, bei dem die Stellung von Dynaplast auf dem gesamten SBM-Maschinenmarkt als wirtschaftlich bedeutungslos eingestuft wurde. Schließlich ist anzumerken, dass die Verstärkung von Tetras beherrschender Stellung im Bereich Kartonverpackung von dieser Veräußerung offensichtlich unberührt bliebe.

2. VERÄUSSERUNG VON TETRAS VORFORMLING-GESCHÄFT

(428) Die Veräußerung von Tetras Vorformling-Geschäft und die von Tetra angekündigte Aufgabe von Sealica hätten die Beendigung von Tetras Aktivitäten auf dem Markt für Vorformlinge zur Folge. Sie ist deshalb geeignet, die von unabhängigen Flaschenherstellern erhobenen Bedenken hinsichtlich eines möglichen Versorgungskonfliktes zwischen ihnen und dem fusionierten Unternehmen auszuräumen, nicht jedoch die Bedenken der Kommission hinsichtlich der Ausnutzung und Verstärkung der beherrschenden Stellung des fusionierten Unternehmens im Bereich Kartonverpackung, die nicht auf der Fähigkeit der fusionierten Einheit beruhen, Vorformlinge liefern zu können. Die Stellung des fusionierten Unternehmens würde weder im Bereich SBM-Maschinen noch im Bereich Kartonverpackung geschwächt. Genau genommen führt die Beseitigung des Versorgungskonfliktes wohl eher zur Aufrechterhaltung von Sidels starker Stellung beim Verkauf von SBM-Maschinen an unabhängige Flaschenhersteller, da damit die Bedenken entfallen, die sie davon abhalten könnten, Maschinen von Tetra/Sidel zu kaufen. Dieser Schluss wurde durch den Markttest bestätigt.

⁽¹⁹¹⁾ Sidels jüngsten Schätzungen zufolge (August 2001) liegt sein Marktanteil bei SBM-Maschinen mit niedriger Kapazität höher: bei [40-50 %]* gemessen am Umsatz in 2001. Tetras Schätzungen und der eigenen Analyse der Kommission zufolge bleibt Tetras Marktanteil anhand des Umsatzes im Jahr 2001 [bei 20-30 %]* (er könnte auch bei [40-50 %]* liegen).

3. TRENNUNG SIDELS VON TETRA UND VERPFLICHTUNGSZUSAGEN NACH ARTIKEL 82

(429) Die Absichtserklärung, Sidel von Tetra Pak trennen zu wollen, in Verbindung mit der Bestätigung früherer Verpflichtungen nach Artikel 82 erfolgt vor allem angesichts der Bedenken, die sich aus der Fähigkeit des fusionierten Unternehmens ergeben, seine beherrschende Stellung im Bereich Kartonverpackung auf den PET-Ausrüstungssektor auszudehnen. Diese und die früheren Verpflichtungen nach Maßgabe von Artikel 82 sind jedoch reine verhaltensbezogene Zusagen und als solche nicht zur dauerhaften Wiederherstellung wirksamen Wettbewerbs⁽¹⁹²⁾ geeignet, da sie das die Bedenken auslösende Problem der durch das Zusammenschlussvorhaben bewirkten dauerhaften Änderung der Marktstruktur nicht beheben.

(430) Die „Trennung“ Sidels von Tetra Pak ändert nichts an der Tatsache, dass Sidels Vorstand, wie in der Verpflichtungszusage selbst ausdrücklich angegeben, „dem Vorstand des Tetra Laval-Konzerns direkt rechenschaftspflichtig ist.“ Es steht kaum zu erwarten, dass Sidel durch eine solche Trennung davon abgehalten wird, die Geschäftsstrategie der Tetra Laval Gruppe zu übernehmen. Überdies könnte Sidels rechtlicher Status geändert und Sidel wie Tetra Laval in eine Personengesellschaft umgewandelt werden, wodurch die Kontrolle der Abschottungsmaßnahmen praktisch unmöglich würde.

(431) Die Zusage, Verkäufe nicht zu „bündeln“, und die Bestätigung der früheren Verpflichtungszusagen nach Maßgabe von Artikel 82 stellen bloße Versprechen dar, nicht auf eine bestimmte Art und Weise zu handeln, d. h. im Grunde nicht gegen das Gemeinschaftsrecht zu verstoßen. Derartige Versprechen stehen im Widerspruch zu der erklärten Politik der Kommission in Bezug auf Abhilfemaßnahmen und zum eigentlichen Zweck der Fusionskontrollverordnung⁽¹⁹³⁾ und lassen sich nur schwer oder gar nicht wirksam überwachen.

(432) Abgesehen davon, dass ihre Durchführung und Überwachung problematisch ist, sind diese Verpflichtungszusagen nicht geeignet, die festgestellten Wettbewerbsprobleme wirksam zu beseitigen.

4. LIZENZ FÜR SIDELS SBM-MASCHINEN FÜR ABFÜLLER EMPFINDLICHER PRODUKTE UND UNABHÄNGIGE FLASCHENHERSTELLER

(433) Die anmeldende Partei behauptet, die vorgeschlagene Lizenz würde die Bedenken der Kommission ausräumen

⁽¹⁹²⁾ Mitteilung der Kommission über im Rahmen der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates und der Verordnung (EG) Nr. 447/98 der Kommission zulässige Abhilfemaßnahmen, ABl. C 68 vom 1.3.2001, S. 3-11, Rdnr. 6.

⁽¹⁹³⁾ Gericht erster Instanz, Urteil vom 25. März 1999 im Fall T-102/96 Gencor gegen Kommission, Slg. 1999, II-753, Rdnr. 316; Rdnr. 9 der Mitteilung der Kommission über Abhilfemaßnahmen.

und zwar dadurch, dass a) Tetra dann der Anreiz und die Fähigkeit fehle, ihre beherrschende Stellung im Bereich Karton auf den PET-Bereich zu übertragen, b) neue Konkurrenz für Tetra entstünde und Tetra daher ihre beherrschende Stellung im Bereich Karton nicht verstärken könne, und c) die Stellung des fusionierten Unternehmens im Bereich der Verpackung „empfindlicher“ Produkte insgesamt geschwächt werde.

(434) Die Kommission ist der Ansicht, dass die vorgeschlagene Lizenzregelung die Bedenken der Kommission weder allein noch im Verbund mit den Veräußerungen des Dynaplast-Geschäfts und des Vorformling-Geschäfts ausräumt und keine gangbare Lösung darstellt.

4.1. Keine Ausräumung der Wettbewerbsbedenken

(435) Nach Auffassung der Kommission ist die vorgeschlagene Verpflichtungszusage in Bezug auf die festgestellten Wettbewerbsbedenken unzureichend, vor allem was die Möglichkeit der Ausnutzung und Verstärkung von Tetras bestehender Stellung im Bereich der Kartonverpackung betrifft.

(436) Die Stellung des fusionierten Unternehmens in den Bereichen Kartonverpackung und SBM-Maschinen würde durch die Lizenz allein bzw. im Verbund mit den Veräußerungen von Dynaplast und des Vorformling-Geschäfts nicht ausreichend geschwächt. Tetra würde im Bereich Kartonverpackung und Sidel im Bereich SBM-Maschinen weiterhin führend bleiben, und das fusionierte Unternehmen hätte weiterhin die Möglichkeit und den Anreiz, seine Stellung zu seinen Gunsten auszunutzen.

(437) Außerdem bietet die Lizenz keine Garantie dafür, dass das fusionierte Unternehmen aus dem relevanten Markt ausscheidet. Selbst wenn die Lizenzregelung durchführbar wäre, würde sie Sidel nicht am Verkauf ihres bestehenden Sortiments an SBM-Maschinen an Abfüller empfindlicher Produkte außerhalb des EWR oder an unabhängige Flaschenhersteller innerhalb oder außerhalb des EWR hindern. Außerdem könnte Sidel bestimmte Arten von SBM-Maschinen, die nicht Gegenstand der Lizenz sind, weiterhin verkaufen [...]*.

(438) Ferner hindert die Lizenz Sidel generell nicht am Verkauf neuer Maschinen oder am Abschluss von Leasing- oder „Hole-through-the-wall“-Vereinbarungen. Bei der Einführung eines neuen Sortiments an SBM-Maschinen ist Innovation ein Schlüsselfaktor, und da Sidel in der Vergangenheit in der Forschung und Entwicklung stets Großes geleistet hat und mit seinen Innovationen Erfolg hatte, ist mit der Markteinführung neuer bzw. erheblich verbesserter SBM-Maschinen zu rechnen. Diese neuen oder verbesserten Maschinen können der Definition „neuer“ Maschinen im Sinne der Lizenzregelung genügen. So wie der Begriff in der Lizenz definiert ist, würde es der Kommission oder dem Lizenznehmer schwer fallen nachzuprüfen, ob sich Sidel an die Lizenzbedingungen hält; hierzu wäre eine komplizierte konstante Überwachung erforderlich. Die Wirksamkeit der Lizenzvereinbarung wäre damit in Frage gestellt.

- (439) Selbst wenn die Verpflichtungszusage eine gangbare Lösung wäre, könnte der Lizenznehmer nicht dasselbe Ausmaß an Wettbewerbsdruck auf Tetras Kartongeschäft ausüben, wie es Sidel ohne die Fusion hätte ausüben können. Der Lizenznehmer wird ein kleineres Unternehmen sein, das nicht über das Ansehen, die Erfahrung, die Absatzorganisation und die Forschungs- und Entwicklungskapazitäten von Sidel verfügen würde.
- (440) Außerdem würde sie in diesem Fall lediglich die Bedenken der Kommission um [...] Jahre nach hinten verlagern. Nach [...] Jahren hätte die Verpflichtungszusage nichts an Tetras beherrschender Stellung im Bereich Karton geändert, und Tetra hätte dann die Möglichkeit und den Anreiz, ihre Stellung zu ihren Gunsten auszunutzen. Überdies würde nach Ablauf dieser Frist der gemeinsame Kundenbestand noch größer sein, da immer mehr Kunden auf PET umstellen werden. Da das Unternehmen außerhalb des EWR auf diesem Markt aktiv geblieben wäre, wäre es ihm ein Leichtes, erneut in den EWR-Markt einzusteigen.
- (441) Schließlich konzentriert sich die Verpflichtungszusage allein auf SBM-Maschinen. Nicht inbegriffen ist eine Lizenz für andere Kern-PET-Ausrüstungen wie keimfreie Abfüllmaschinen und Barrieretechniken, die das fusionierte Unternehmen den Abfüllern empfindlicher Produkte nach der Fusion wird anbieten können.
- 4.2. Die Verpflichtungszusage enthält erhebliche Einschränkungen und dürfte praktisch undurchführbar sein**
- (442) Die Kommission ist der Ansicht, dass die Verpflichtungszusage mit derartigen Einschränkungen verbunden ist, dass es aller Wahrscheinlichkeit nach nicht zur Bildung eines lebensfähigen neuen Unternehmens kommen würde. Dies wurde durch die Marktuntersuchung weitestgehend bestätigt, in die Kunden, Flaschenhersteller und Wettbewerber einbezogen wurden.
- (443) Die Lizenz ist auf den EWR beschränkt. Dem Lizenznehmer wären daher große Wirtschaftsräume und somit ein größerer Kundenbestand versperrt. Überdies hielten einige weltweit operierende Kunden den geografischen Geltungsbereich der Lizenz für viel zu klein, da er sie im Falle eines Kaufs von SBM-Maschinen beim Lizenznehmer auf den EWR einschränken würde. Das alleinige Nutzungsverrecht besteht nur für einen Zeitraum von [...] Jahren und nur in Bezug auf Abfüller empfindlicher Produkte. Dies könnte zu wenig sein, um Lizenznehmer dazu zu bewegen, sich auf das Risiko des Aufbaus eines neuen Geschäftes einzulassen. Der eingeschränkte Abnehmerkreis, d. h. ausschließlich Abfüller empfindlicher Produkte, sowie der Umstand, dass der Markt unmittelbar nach der Fusion relativ begrenzt sein wird, könnten sich auf die wirtschaftliche Existenzfähigkeit des Lizenznehmers auswirken. Andere Unternehmen könnten sowohl auf traditionellen als auch auf neuen Märkten verkaufen, während der Lizenznehmer auf die neuen Märkte beschränkt bliebe, es sei denn, er verkauft andere SBM-Maschinen (d. h. keine SBM-Maschinen von Sidel), zum Beispiel seine eigenen bereits existierenden SBM-Maschinen oder, sofern er auch das Dynaplast-Geschäft gekauft hat, die SBM-Maschinen von Dynaplast.
- (444) Die Lizenz umfasst keinen Transfer von technischem oder Servicepersonal, sondern nur einen Kurs von 54 Mannwochen während der ersten sechs Monate der Laufzeit der Lizenz. Da Kunden Serviceleistungen und Personal als einen entscheidenden Faktor beim Kauf einer SBM-Maschine betrachten, ist dies ein großer Nachteil. Marktteilnehmer zweifelten daran, dass der Lizenznehmer im Rahmen dieser Regelung überhaupt Maschinen herstellen könne, und bestätigten, dass sie in seine Serviceleistungen wenig Vertrauen hätten. Es herrschte die Ansicht vor, dass Sidels langjährige Erfahrungen mit der Herstellung dieser Maschinen von keinem Lizenznehmer erreicht werden könne.
- (445) Sidel wird lediglich am Verkauf seines bestehenden Maschinensortiments an Abfüller von empfindlichen Produkten gehindert. Stellt Sidel, wie oben dargelegt, ein neues Sortiment an SBM-Maschinen her, kann es diese neuen Maschinen in Konkurrenz zum Lizenznehmer verkaufen. Der Lizenznehmer hat nicht das Recht auf die Verwertung von technischen Verbesserungen. Da Sidel weiterhin an reine Flaschenhersteller verkaufen darf, ist es unwahrscheinlich, dass sich der Lizenznehmer bei ihnen angesichts ihres Bedarfs an Service- sowie Konstruktions- und Testleistungen durchsetzt.
- (446) Der Lizenznehmer ist verpflichtet, sich zu vergewissern, dass seine Kunden die SBM-Maschinen allein für die Abfüllung „empfindlicher“ Produkte im EWR verwenden. Außerdem muss er dafür sorgen, dass die lizenzierte Technik vertraulich bleibt, und entsprechende Garantien einholen. Bei Verstoß gegen diese Lizenzbedingungen droht dem Lizenznehmer eine Konventionalstrafe. Tetra/Sidel hat das Recht, selbst darüber zu befinden, ob gegen die Lizenzbedingungen verstoßen wurde.
- (447) Die Lizenz gilt nicht für keimfreie Abfüllmaschinen oder Barrieretechniken, denen bei der Abfüllung „empfindlicher“ Getränke eine Schlüsselrolle zukommt. Der Lizenznehmer könnte dadurch, dass es ihm verwehrt ist, Kompletanlagen anzubieten, massive Nachteile haben, es sei denn, er ist selbst auf dem Gebiet der keimfreien Technik und der Barrieretechnik bewandert.
- (448) Eine Reihe von Marktteilnehmern äußerten auch Bedenken hinsichtlich der Rentabilität des vorgeschlagenen Preismechanismus, der keine Vorauszahlung oder Lizenzgebühr vorsieht, sondern eine in Abhängigkeit von der Größe des Marktes für „empfindliche“ Produkte zahlbare Pauschalgebühr.
- (449) Die meisten Auskunftspersonen erklärten angesichts der vorbenannten Einschränkungen, dass sie eine solche Lizenzvereinbarung nicht interessieren würde. Eine Auskunftsperson bekundete unverbindliches Interesse an der vorgeschlagenen Lizenzvereinbarung, allerdings vorbehaltlich einer weiteren Prüfung der Bedingungen und Einschränkungen der vorgeschlagenen Regelung.

(450) Die Kommission ist nicht zuletzt der Auffassung, dass die vorgeschlagene Verpflichtungszusage zu einer künstlichen und dauerhaften Marktregulierung führen könnte. Die Lizenz könnte Sidel für eine bestimmte Zeit vom Markt für „empfindliche“ Produkte fern halten, wodurch Kunden, die Maschinen von Sidel kaufen möchten, in Schwierigkeiten gerieten. Der Verkauf von SBM-Maschinen im Rahmen der Lizenz unterläge verschiedenen künstlichen Einschränkungen des Einsatzbereichs und würde eine dauerhafte Überwachung erfordern. Statt einen ernstzunehmenden neuen Wettbewerber auf dem Markt zu schaffen, könnte die Verpflichtungszusage im Falle eines Erfolges de facto zu einer zeitlich begrenzten Abtretung bestimmter bestehender oder künftiger Sidel-Kunden (namentlich solcher, die die Sidel-Technik für „empfindliche“ Produkte innerhalb des EWR einsetzen) und somit zu einer künstlichen Aufteilung des Marktes führen. Die Durchführung der Fusion mit den vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen könnte daher zu einem erheblichen Maß an künstlicher Marktregulierung innerhalb dieser bereits hochgradig konzentrierten Branche führen.

5. FAZIT BEZÜGLICH DER VERPFLICHTUNGSZUSAGEN

(451) Die Kommission gelangt daher zu dem Schluss, dass die vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen wegen fehlender Wirtschaftlichkeit und ihrer allgemeinen Unzulänglichkeit im Hinblick auf die Ausräumung der durch das Zusammenschlussvorhaben hervorgerufenen Wettbewerbsbedenken keine Grundlage für eine Positiventscheidung darstellen.

VI. SCHLUSSFOLGERUNG

(452) Die Kommission kommt daher insgesamt zu dem Schluss, dass der angemeldete Zusammenschluss zu einer beherrschenden Stellung auf dem Markt für PET-Verpackungsausrüstungen und insbesondere für SBM-Maschinen führen würde, die in den „empfindlichen“

Produktsegmenten zum Einsatz kommen, und dass er eine beherrschende Stellung in den Bereichen keimfreie Kartonverpackungsausrüstungen und keimfreie Kartonverpackungen im EWR verstärken würde, wodurch wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen Markt und im EWR erheblich behindert würde. Die vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen reichen für eine Vereinbarkeit des Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen nicht aus und können somit keine Grundlage für eine Positiventscheidung bilden. Der Zusammenschluss ist deshalb gemäß Artikel 8 Absatz 3 der Fusionskontrollverordnung sowie gemäß Artikel 57 EWR-Abkommen für mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar zu erklären

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Der am 18. Mai 2001 von Tetra Laval B.V. („Tetra“) bei der Kommission angemeldete Zusammenschluss, durch den Tetra die alleinige Kontrolle über das Unternehmen Sidel S.A. erhielt, wird für mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen unvereinbar erklärt.

Artikel 2

Diese Entscheidung ist gerichtet an:

Tetra Laval B.V.
Amsteldijk 166
1071 LH Amsterdam
Niederlande

Brüssel, den 30. Oktober 2001

Für die Kommission

Mario MONTI

Mitglied der Kommission

ANHANG

Der vollständige Originaltext der Bedingungen und Verpflichtungen kann auf folgender Website der Kommission eingesehen werden:

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