

Ausgabe
in deutscher Sprache

Rechtsvorschriften

Inhalt

I *Veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte*

- ★ **Verordnung (EG) Nr. 498/96 des Rates vom 19. März 1996 über den Abschluß des Protokolls zur Festlegung der Fangmöglichkeiten und der finanziellen Beteiligung nach dem Abkommen zwischen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und der Regierung der Republik Madagaskar über die Fischerei vor der Küste Madagaskars für die Zeit vom 21. Mai 1995 bis zum 20. Mai 1998** 1
- Protokoll zur Festsetzung der Fangmöglichkeiten und der finanziellen Beteiligung nach dem Abkommen zwischen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und der Regierung der Republik Madagaskar über die Fischerei vor der Küste Madagaskars für die Zeit vom 21. Mai 1995 bis zum 20. Mai 1998 2
- ★ **Verordnung (EG) Nr. 499/96 des Rates vom 19. März 1996 zur Eröffnung und Verwaltung von Gemeinschaftszollkontingenten für einige Fischereierzeugnisse sowie lebende Pferde mit Ursprung in Island** 8
- ★ **Verordnung (EG) Nr. 500/96 der Kommission vom 22. März 1996 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1203/95 zur Eröffnung und Verwaltung von Zollkontingenten für hochwertiges frisches, gekühltes oder gefrorenes Rindfleisch und gefrorenes Büffelfleisch für den Zeitraum vom 1. Juli 1995 bis zum 30. Juni 1996** 13
- Verordnung (EG) Nr. 501/96 der Kommission vom 22. März 1996 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 393/96 über die Lieferung von Getreide im Rahmen der Nahrungsmittelhilfe 15
- Verordnung (EG) Nr. 502/96 der Kommission vom 22. März 1996 zur Bestimmung des Umfangs, in dem den Ausfuhrlicenzanträgen für Erzeugnisse des Sektors Geflügelfleisch stattgegeben wird 16
- Verordnung (EG) Nr. 503/96 der Kommission vom 22. März 1996 zur Änderung der Verordnung (EWG) Nr. 2219/92 mit Durchführungsbestimmungen zur Sonderregelung für die Versorgung Madeiras mit Milcherzeugnissen bezüglich der Beihilfen 17
- Verordnung (EG) Nr. 504/96 der Kommission vom 22. März 1996 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2993/94 zur Festsetzung der Beihilfen für die Versorgung der Kanarischen Inseln mit Milcherzeugnissen gemäß den Artikeln 2 bis 4 der Verordnung (EWG) Nr. 1601/92 des Rates 22

Inhalt (Fortsetzung)	Verordnung (EG) Nr. 505/96 der Kommission vom 22. März 1996 zur Festlegung pauschaler Einfuhrwerte für die Bestimmung der im Sektor Obst und Gemüse geltenden Einfuhrpreise	34
	Verordnung (EG) Nr. 506/96 der Kommission vom 22. März 1996 zur Änderung der im Zuckersektor für bestimmte Erzeugnisse geltenden repräsentativen Preise und zusätzlichen Einfuhrzölle.....	36

II *Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte*

Kommission

96/222/EG:

- * **Entscheidung der Kommission vom 14. November 1995 über die Vereinbarkeit eines Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt und der Funktionsweise des EWR-Abkommens (Sache Nr. IV/M. 603 — Crown Cork & Seal/CarnaudMetalbox) ⁽¹⁾**
- 38

⁽¹⁾ Text von Bedeutung für den EWR

I

(Veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

VERORDNUNG (EG) Nr. 498/96 DES RATES

vom 19. März 1996

über den Abschluß des Protokolls zur Festlegung der Fangmöglichkeiten und der finanziellen Beteiligung nach dem Abkommen zwischen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und der Regierung der Republik Madagaskar über die Fischerei vor der Küste Madagaskars für die Zeit vom 21. Mai 1995 bis zum 20. Mai 1998

DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf Artikel 43 in Verbindung mit Artikel 228 Absatz 2 Satz 1 und Absatz 3 Unterabsatz 1,

auf Vorschlag der Kommission⁽¹⁾,

nach Stellungnahme des Europäischen Parlaments⁽²⁾,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Gemäß dem Abkommen zwischen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und der Regierung der Republik Madagaskar über die Fischerei vor der Küste Madagaskars⁽³⁾ haben die Vertragsparteien Verhandlungen darüber geführt, welche Änderungen oder Zusätze am Ende des Anwendungszeitraums der ersten Protokolle in dieses Abkommen aufgenommen werden sollen.

Im Anschluß an diese Verhandlungen wurde am 18. Mai 1995 ein neues Protokoll zur Festlegung der Fangmöglichkeiten und der finanziellen Beteiligung nach dem genannten Abkommen für die Zeit vom 21. Mai 1995 bis zum 20. Mai 1998 paraphiert.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Geschehen zu Brüssel am 19. März 1996.

Im Namen des Rates

Der Präsident

W. LUCHETTI

Die Genehmigung dieses Protokolls liegt im Interesse der Gemeinschaft —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Das Protokoll zur Festlegung der Fangmöglichkeiten und der finanziellen Beteiligung nach dem Abkommen zwischen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und der Regierung der Republik Madagaskar über die Fischerei vor der Küste Madagaskars für die Zeit vom 21. Mai 1995 bis zum 20. Mai 1998 wird im Namen der Gemeinschaft genehmigt.

Der Wortlaut des Protokolls ist dieser Verordnung beige-fügt.

Artikel 2

Der Präsident des Rates ist ermächtigt, die Personen zu bestellen, die befugt sind, das Protokoll rechtsverbindlich für die Gemeinschaft zu unterzeichnen⁽⁴⁾.

Artikel 3

Diese Verordnung tritt am dritten Tag nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften* in Kraft.

⁽¹⁾ ABl. Nr. C 201 vom 8. 8. 1992, S. 19.

⁽²⁾ ABl. Nr. C 65 vom 4. 3. 1996.

⁽³⁾ ABl. Nr. L 73 vom 18. 3. 1986, S. 26.

⁽⁴⁾ Der Zeitpunkt des Inkrafttretens des Protokolls wird auf Veranlassung des Generalsekretariats des Rates im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften* veröffentlicht.

PROTOKOLL

zur Festsetzung der Fangmöglichkeiten und der finanziellen Beteiligung nach dem Abkommen zwischen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und der Regierung der Republik Madagaskar über die Fischerei vor der Küste Madagaskars für die Zeit vom 21. Mai 1995 bis 20. Mai 1998

Artikel 1

Gemäß Artikel 2 des Abkommens werden 42 Thunfischfrostern/Wadenfängern und 16 Oberflächen-Langleinenfischern für einen Zeitraum von drei Jahren, beginnend am 21. Mai 1995, Lizenzen zur Ausübung des gleichzeitigen Fischfangs in der Fischereizone Madagaskars gewährt.

Daneben können auf Antrag der Gemeinschaft auch anderen Kategorien von Fischereifahrzeugen unter Bedingungen, die von dem in Artikel 9 des Abkommens genannten Gemischten Ausschuß festzulegen sind, einzelne Fanggenehmigungen erteilt werden.

Artikel 2

Der Betrag der in Artikel 7 des Abkommens genannten Beteiligung wird für die Laufzeit des Protokolls pauschal auf 1 350 000 ECU festgesetzt, zahlbar in drei gleichen Jahresraten. Dieser Betrag deckt den Fang von jährlich 9 000 Tonnen Thunfisch in den Gewässern Madagaskars; übersteigen die von den Fischereifahrzeugen der Gemeinschaft in der Fischereizone Madagaskars getätigten Thunfischfänge diese Menge, so wird der vorgenannte Betrag entsprechend erhöht.

Artikel 3

(1) Die Gemeinschaft beteiligt sich ferner während des in Artikel 1 genannten Zeitraums mit einem Betrag von 375 000 ECU an der Finanzierung eines wissenschaftlichen Programms Madagaskars, das der eingehenderen Erforschung der weitwandernden Arten in dem Madagaskar einschließenden Teil des Indischen Ozeans dient.

Diese Beteiligung kann auf Antrag der Regierung Madagaskars in Form eines Beitrags zu den Kosten für internationale Tagungen geleistet werden, die der eingehenderen Erforschung der genannten Arten sowie der Bewirtschaftung der Fischereiresourcen dienen.

(2) Die zuständigen Behörden Madagaskars übermitteln der Kommission einen kurzen Bericht über die Verwendung dieser Mittel.

(3) Der Beitrag der Gemeinschaft zu dem wissenschaftlichen Programm wird auf ein von den Behörden Madagaskars bezeichnetes Konto überwiesen.

Artikel 4

(1) Die Vertragsparteien kommen überein, daß eine Erweiterung des Fachwissens und der Kenntnisse der in der Seefischerei tätigen Personen wesentlich für den Erfolg ihrer Zusammenarbeit ist. Die Gemeinschaft wird daher madagassischen Staatsbürgern den Zugang zu den Einrichtungen ihrer Mitgliedstaaten erleichtern und zu diesem Zweck Stipendien für Studien oder praktische Ausbildungsgänge mit einer Laufzeit von höchstens fünf Jahren in den unterschiedlichen wissenschaftlichen, technischen und wirtschaftlichen Fachrichtungen sowie den hiermit verbundenen und von der Regierung Madagaskars für notwendig erachteten Tätigkeiten zur Entwicklung des Fischereisektors einschließlich Aquakultur zur Verfügung stellen. Die Gesamtkosten dieser Stipendien dürfen 450 000 ECU nicht übersteigen. Diese Stipendien können auch in jedem anderen, durch ein Kooperationsabkommen mit der Gemeinschaft verbundenen Staat genutzt werden.

(2) Der in Absatz 1 genannte Betrag wird entsprechend der Verwendung dieser Mittel ausgezahlt.

Artikel 5

Leistet die Gemeinschaft die in den Artikeln 2 und 3 genannten Zahlungen nicht, so kann dies die Aussetzung des Fischereiabkommens zur Folge haben.

Artikel 6

Der Anhang zu dem Abkommen zwischen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und der Regierung der Republik Madagaskar über die Fischerei vor der Küste Madagaskars wird aufgehoben und durch den Anhang zu diesem Protokoll ersetzt.

Artikel 7

Dieses Protokoll tritt am Tag seiner Unterzeichnung in Kraft.

Es gilt mit Wirkung vom 21. Mai 1995.

ANHANG

BEDINGUNGEN FÜR DIE AUSÜBUNG DES FISCHFANGS DURCH FISCHEREIFAHRZEUGE DER GEMEINSCHAFT IN DER FISCHEREIZONE MADAGASKARS**1. Lizenzanträge und Lizenzerteilung**

Die Lizenzen, die Fischereifahrzeuge der Gemeinschaft zum Fischfang in den Gewässern Madagaskars berechtigen, werden wie folgt beantragt und erteilt:

- a) Die Europäische Kommission unterbreitet den zuständigen Behörden Madagaskars über den Vertreter der Kommission auf Madagaskar für jedes Schiff, das im Rahmen des Fischereiabkommens eine Fangtätigkeit ausüben wünscht, mindestens 20 Tage vor Beginn des gewünschten Gültigkeitszeitraums einen Lizenzantrag des betreffenden Reeders. Für den Antrag ist das hierzu von Madagaskar vorgesehene Formular zu verwenden (siehe das als Anlage 1 beigefügte Muster); außerdem ist ein Zahlungsnachweis über die vom Reeder zu entrichtende Vorauszahlung beizufügen.
- b) Die Lizenz wird auf den Namen eines bestimmten Schiffes ausgestellt und ist nicht übertragbar.

Auf Antrag der Europäischen Kommission jedoch kann im Fall höherer Gewalt die Lizenz eines Schiffes durch eine Lizenz für ein anderes Schiff mit ähnlichen Merkmalen wie das zu ersetzende Schiff ersetzt werden. Der Reeder des zu ersetzenden Schiffes gibt die ungültige Lizenz über die Delegation der Kommission der Europäischen Gemeinschaften auf Madagaskar zurück an das für Fischerei zuständige Ministerium Madagaskars.

Die neue Lizenz enthält folgende Angaben:

- das Ausstellungsdatum,
- den Hinweis, daß diese Lizenz die Lizenz des vorangehenden Schiffes ungültig werden läßt und diese ersetzt.

Für die verbleibende Geltungsdauer sind keine Gebühren gemäß Artikel 5 des Abkommens zu entrichten.

- c) Die Lizenz wird dem Vertreter der Kommission der Europäischen Gemeinschaften auf Madagaskar von den Behörden Madagaskars ausgehändigt.
- d) Die Lizenz ist jederzeit an Bord mitzuführen. Gleich nach Eingang der Mitteilung der Europäischen Kommission an die Behörden Madagaskars, daß die Vorauszahlung geleistet wurde, wird das Schiff auf eine Liste der zum Fischfang berechtigten Schiffe gesetzt, die den madagassischen Fischereikontrollbehörden übermittelt wird. Per Fax kann eine Kopie der fraglichen Lizenz angefordert werden, so lange die Lizenz selbst noch nicht vorliegt. Diese Kopie wird an Bord aufbewahrt.
- e) Die Reeder von Thunfischfängern sind verpflichtet, sich von einem Konsignatar in Madagaskar vertreten zu lassen.
- f) Die Behörden Madagaskars teilen vor Inkrafttreten des Abkommens alle erforderlichen Bankangaben für die Überweisung der Gebühren mit.

2. Geltungsdauer der Lizenzen und Zahlung der Lizenzgebühren

- a) Die Lizenzen gelten für die Dauer eines Jahres. Sie können verlängert werden.
- b) Die Gebühren sind auf 20 ECU je Tonne in den Gewässern unter der Gerichtsbarkeit Madagaskars gefangenen Thunfisch festgesetzt. Die Lizenzen werden gegen die vorherige Zahlung an die madagassische Staatskasse von pauschal 1 500 ECU pro Jahr und Thunfischwadenfänger und 500 ECU pro Jahr und Oberflächen-Langleinenfischer ausgehändigt.
- c) Die Endabrechnung der für ein Wirtschaftsjahr fälligen Gebühren wird am Ende eines jeden Kalenderjahres von der Europäischen Kommission anhand der Fangmeldungen erstellt, die jeder Reeder übermittelt und die von den für die Überprüfung der Fangangaben zuständigen wissenschaftlichen Instituten bestätigt werden — ORSTOM, IEO (Spanisches ozeanographisches Institut) und USTA (Amt für Thunfischstatistiken von Antsiranana). Diese Abrechnung wird den Seefischereidienststellen Madagaskars und den Reedern gleichzeitig zugestellt. Ausstehende Zahlungen müssen die Reeder gegenüber den Fischereidienststellen Madagaskars binnen 30 Tagen nach Zustellung der Endabrechnung begleichen.

Fällt die Endabrechnung hingegen niedriger aus als der als Vorauszahlung geleistete Betrag, so wird die Differenz dem Reeder nicht erstattet.

3. Fangmeldungen

- a) Die im Rahmen des Abkommens zum Fischfang in der Fischereizone Madagaskars berechtigten Schiffe müssen ihre Fangangaben den für Seefischerei zuständigen Dienststellen mit Durchschrift an die Delegation der Europäischen Kommission der Europäischen Gemeinschaften auf Madagaskar wie folgt übermitteln:

Die Thunfisch-Wadenfänger und die Oberflächen-Langleinensfischer füllen für jeden Fangeinsatz in der Fischereizone Madagaskars eine Fangmeldung nach dem Muster in Anlage 2 aus. Dieses Formular wird den zuständigen Behörden binnen 45 Tagen nach Abschluß der Fangtätigkeit in der Fischereizone Madagaskars zugestellt.

Die Formulare sind leserlich auszufüllen und vom Schiffskapitän zu unterzeichnen.

- b) Bei Nichtbeachtung dieser Vorschriften behalten sich die Behörden Madagaskars das Recht vor, die Lizenz des gegen die Vorschriften verstoßenden Fischereifahrzeugs bis zur Erfüllung sämtlicher Formalitäten auszusetzen. In diesem Fall wird die Delegation der Kommission der Europäischen Gemeinschaften in Madagaskar hiervon unverzüglich in Kenntnis gesetzt.

4. Funkverbindung

Der Kapitän teilt über die Küstenfunkstation Antsiranana oder über Fernschreiben oder Fax mindestens 24 Stunden im voraus seine Absicht mit, in die Fischereizone Madagaskars einzufahren.

Die Frequenzen der Funkstation sowie die Fernschreib- und Faxnummern sind in der Lizenz angegeben.

5. Beobachter

Auf Antrag der Behörden Madagaskars nehmen die Thunfischfänger einen Beobachter an Bord, der wie ein Offizier behandelt wird. Die Dauer der Anwesenheit des Beobachters an Bord wird von den Behörden Madagaskars festgesetzt, überschreitet in der Regel jedoch nicht die für die Erfüllung seiner Aufgaben erforderliche Zeit.

Der Reeder oder sein Konsignatar und die Behörden Madagaskars legen einvernehmlich die Bedingungen für die Übernahme des Beobachters an Bord fest.

Der Reeder zahlt an die Regierung Madagaskars über seinen Konsignatar einen Betrag von 10 ECU für jeden Tag, den ein Beobachter an Bord eines Thunfischfängers verbringt.

Falls ein Thunfischfänger die Fischereizone Madagaskars mit einem madagassischem Beobachter an Bord verläßt, trifft er alle Maßnahmen, um auf seine Kosten die Rückkehr des Beobachters nach Madagaskar innerhalb kürzester Zeit zu gewährleisten.

6. Anheuern von Seeleuten

In der Flotte der Thunfischwadenfänger werden für die Dauer des Fischwirtschaftsjahres mindestens zwei madagassische Seeleute ständig beschäftigt.

Werden diese Seeleute nicht angemustert, so sind die Reeder verpflichtet, die Heuer des oder der nicht angemusterten Seeleute vollständig zu zahlen; dieses Geld kommt der Ausbildung von madagassischem Fischern zugute und wird auf ein dem Konsignatar mitgeteiltes Konto überwiesen.

Die Heuerverträge dieser Seeleute werden zwischen den Konsignataren und den Beteiligten geschlossen.

7. Fanggebiete

Die den Fischereifahrzeugen der Gemeinschaft zugänglichen Fanggebiete sind sämtliche Gewässer unter madagassischer Gerichtsbarkeit außerhalb des Küstenstreifens von zwei Seemeilen.

Falls die Behörden Madagaskars beschließen, versuchsweise Fichsammelstellen mit entsprechenden Vorrichtungen einzurichten, so teilen sie dies der Kommission der Europäischen Gemeinschaften sowie den Konsignataren der betreffenden Reeder unter Angabe der geographischen Koordinaten dieser Sammelstellen mit.

Ab dem 30. Tag nach dieser Mitteilung ist es untersagt, sich diesen Vorrichtungen weiter als 1,5 Meilen zu nähern. Jeglicher Abbau von Vorrichtungen für Fichsammelstellen ist beiden Parteien unverzüglich mitzuteilen.

8. Inanspruchnahme der Hafenanlage

Die Behörden Madagaskars legen im Einvernehmen mit den Benutzern die Bedingungen für die Benutzung der Hafeneinrichtungen fest.

9. Kontrollbesuche und Überwachung der Fangtätigkeit

Die Fischereifahrzeuge im Besitz einer Lizenz gestatten und erleichtern jedem madagassischem Beamten, der mit der Inspektion der Fänge bzw. der Kontrolle der Fischereitätigkeit beauftragt ist, das An-Bord-Kommen und die Erfüllung seiner Aufgaben.

10. Umladen von Fisch

Wird Fisch umgeladen, so übergeben die Hochsee-Thunfischfroster die Mengen, die sie nicht an Bord behalten, einer von den zuständigen Fischereibehörden Madagaskars benannten Gesellschaft oder Organisation.

11. Dienstleistungen

Die in der Fischereizone Madagaskars tätigen Gemeinschaftsreeder bemühen sich, bevorzugt madagassische Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen (Überholung von Schiffen, Laden und Löschen, Schiffsbedarf, Konsignation usw. ...).

Anlage 1

ANTRAGSFORMULAR

- 1. Erstantrag oder Verlängerung:
- 2. Schiffsname und Flaggenstaat:
- 3. Geltungsdauer: bis
- 4. Name des Reeders:
- 5. Anschrift des Reeders:
.....
- 6. Name und Anschrift des Befrachters (sofern nicht dieselben wie unter 4 und 5):
.....
- 7. Name und Anschrift des offiziellen Vertreters in Madagaskar:
.....
- 8. Name des Schiffskapitäns:
- 9. Schiffstyp:
- 10. Registriernummer:
- 11. Äußere Kennbuchstaben und -ziffern des Schiffes:
- 12. Registrierhafen und -land:
- 13. Länge und Breite des Schiffes über alles:
- 14. Brutto- und Nettoraumzahl des Schiffes:
- 15. Marke und Leistung der Hauptmaschine:
- 16. Gefrierkapazität (Tonnen/Tag):
- 17. Laderaumkapazität (m³):
- 18. Rufzeichen:
- 19. Sonstige Fernmeldegeräte (Fernschreiber, Fax):
- 20. Fangtechnische Geräte:
.....
- 21. Besatzungsmitglieder nach Staatszugehörigkeit:
.....
- 22. Fanglizenznummer (bei Verlängerungsantrag Lizenz beifügen):
.....

Der Unterzeichnete,, haftet für die Richtigkeit der vorstehenden Angaben.

Stempel und Unterschrift des Reeders

Datum

.....

VERORDNUNG (EG) Nr. 499/96 DES RATES

vom 19. März 1996

zur Eröffnung und Verwaltung von Gemeinschaftszollkontingenten für einige Fischereierzeugnisse sowie lebende Pferde mit Ursprung in Island

DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf Artikel 113,

auf Vorschlag der Kommission,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Zwischen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und der Republik Island ist ein Abkommen⁽¹⁾ geschlossen worden.

Aufgrund des Beitritts Österreichs, Finnlands und Schwedens muß das genannte Abkommen angepaßt werden; insbesondere sind die Handelsregelungen zu berücksichtigen, die für Fischereierzeugnisse bereits zwischen Österreich, Finnland und Schweden einerseits und Island andererseits bestanden.

Zu diesem Zweck wurden zwischen der Gemeinschaft und Island ein Zusatzprotokoll zu dem genannten Abkommen sowie ein Abkommen in Form eines Briefwechsels geschlossen und mit den Beschlüssen 96/147/EG⁽²⁾ bzw. 95/582/EG⁽³⁾ genehmigt. Darin hat sich die Gemeinschaft unter bestimmten Bedingungen zur Eröffnung von zollfreien Gemeinschaftszollkontingenten für einige Erzeugnisse mit Ursprung in diesem Land verpflichtet, und zwar für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember eines jeden Jahres.

Die Geltungsdauer dieser vorgesehenen Gemeinschaftszollkontingente ist nicht befristet; aus Gründen der Effizienz und Vereinfachung sollte diese Verordnung deshalb für mehrere Jahre erlassen werden.

Zur Vereinfachung ist vorzusehen, daß notwendige Ergänzungen und technische Anpassungen dieser Verordnung, die sich aus Änderungen der Kombinierten Nomenklatur oder des Taric ergeben, die Verlängerung von Tarifmaßnahmen, die Anpassungen, die wegen des Abschlusses von Protokollen oder Briefwechseln erforderlich sind, Änderungen dieser Verordnung, die aus anderen im Rahmen des genannten Abkommens erlassenen Rechtsakten folgen, sowie die sich aus Entscheidungen des Rates ergebenden Änderungen der Kontingentmengen, -zeiträume oder -zollsätze von der Kommission nach Stellungnahme des Ausschusses für den Zollkodex vorgenommen werden können.

Es ist vor allem sicherzustellen, daß alle betroffenen Marktteilnehmer der Gemeinschaft gleichen und kontinuierlichen Zugang zu diesem Zollkontingent haben und daß die Kontingentzollsätze fortlaufend auf sämtliche Einfuhren der betreffenden Waren in allen Mitglied-

staaten bis zur Ausschöpfung des Kontingents angewandt werden, und zwar während der gesamten Gültigkeitsdauer der Abkommen mit Island.

Es obliegt der Gemeinschaft, in Ausführung ihrer internationalen Verpflichtungen über die Eröffnung von Zollkontingenten zu beschließen. Es ist jedoch nichts dagegen einzuwenden, im Interesse einer wirksamen gemeinsamen Verwaltung dieser Zollkontingente vorzusehen, daß die Mitgliedstaaten die ihren tatsächlichen Einfuhren entsprechenden notwendigen Mengen aus den Kontingenten ziehen können. Diese Art der Verwaltung erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten und der Kommission, die vor allem die Möglichkeit haben muß, den Stand der Ausnutzung der Kontingentmengen zu verfolgen, und die die Mitgliedstaaten davon unterrichten muß —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

(1) Vom 1. Januar bis zum 31. Dezember jedes Jahres werden die Einfuhrzölle für die in dieser Verordnung bezeichneten Waren mit Ursprung in Island im Rahmen der jeweils angegebenen Gemeinschaftszollkontingente ausgesetzt.

(2) Bei Einfuhren von Fischereierzeugnissen wird der Kontingentzollsatz nur dann gewährt, wenn der Freigrenze-Preis gemäß Artikel 22 der Verordnung (EWG) Nr. 3759/92 des Rates vom 17. Dezember 1992 über die gemeinsame Marktorganisation für Fischereierzeugnisse und Erzeugnisse der Aquakultur⁽⁴⁾ mindestens dem für die betroffenen Waren oder Warenkategorien von der Gemeinschaft gegebenenfalls festgesetzten Referenzpreis entspricht.

(3) Das zum Abkommen zwischen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und der Republik Island gehörende Protokoll Nr. 3 über die Begriffsbestimmung für Ursprungserzeugnisse sowie über die Methoden der Zusammenarbeit der Verwaltungen, zuletzt geändert durch die Entscheidung Nr. 1/94 des Gemischten Ausschusses EG-Island⁽⁵⁾, findet Anwendung.

Artikel 2

Die Zollkontingente nach Artikel 1 werden von der Kommission verwaltet, die alle für ihre wirksame Verwaltung erforderlichen Verwaltungsmaßnahmen treffen kann.

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 301 vom 31. 12. 1972, S. 2.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 34 vom 13. 2. 1996, S. 33.

⁽³⁾ ABl. Nr. L 327 vom 30. 12. 1995, S. 17.

⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 388 vom 31. 12. 1992, S. 1. Verordnung zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 3318/94 (AbI. Nr. L 350 vom 31. 12. 1994, S. 15).

⁽⁵⁾ ABl. Nr. L 204 vom 6. 8. 1994, S. 62.

Artikel 3

Legt ein Importeur in einem Mitgliedstaat eine Anmeldung zur Abfertigung zum zollrechtlich freien Verkehr vor, die einen Antrag auf Gewährung der Zollbegünstigung für eine unter diese Verordnung fallende Ware enthält, und wird diese Anmeldung von den Zollbehörden angenommen, so nimmt der betreffende Mitgliedstaat durch Mitteilung an die Kommission die Ziehung einer seinem Bedarf entsprechenden Menge auf das Kontingent vor.

Die Ziehungsanträge sind der Kommission zusammen mit der Angabe, wann die Anmeldungen angenommen wurden, unverzüglich zu übermitteln.

Die Ziehungen werden von der Kommission entsprechend der zeitlichen Reihenfolge gewährt, in der die Zollbehörden des betreffenden Mitgliedstaats die Anmeldungen zur Abfertigung zum zollrechtlich freien Verkehr angenommen haben, soweit die Restmenge ausreicht.

Nutzt ein Mitgliedstaat die gezogenen Mengen nicht aus, so hat er sie so bald wie möglich auf das entsprechende Kontingent zurückzübertragen.

Sind die beantragten Mengen höher als die verfügbare Restmenge des Kontingents, so erfolgt die Zuteilung anteilig im Verhältnis der Anträge. Die Mitgliedstaaten werden von der Kommission über die vorgenommenen Ziehungen unterrichtet.

Artikel 4

Die Mitgliedstaaten garantieren den Importeuren der betreffenden Waren gleichen und kontinuierlichen Zugang zu den Kontingenten, soweit der Rest der Kontingentsmenge ausreicht.

Artikel 5

(1) Die erforderlichen Bestimmungen zur Durchführung dieser Verordnung, und zwar insbesondere

- a) die Änderungen und technischen Anpassungen, die aufgrund von Änderungen der Kombinierten Nomenklatur oder der Taric-Codes erforderlich sind,
- b) die erforderlichen Anpassungen, die sich aus dem Abschluß von Protokollen oder Briefwechseln zwischen der Gemeinschaft und Island durch den Rat im Rahmen des in dieser Verordnung genannten Abkommens ergeben,
- c) die Verlängerung der Tarifmaßnahmen gemäß den Bestimmungen des in dieser Verordnung genannten Abkommens,
- d) die notwendigen Anpassungen der Kontingentsmengen, -zeiträume und -zollsätze, die sich aus Entscheidungen des Rates ergeben, und
- e) Änderungen dieser Verordnung, die für die Umsetzung anderer Rechtsakte im Rahmen des in dieser Verordnung genannten Abkommens notwendig sind,

werden nach dem Verfahren des Artikels 6 Absatz 2 erlassen.

(2) Die nach Absatz 1 erlassenen Bestimmungen ermächtigen die Kommission nicht,

- die Präferenzmengen von einem Zeitraum auf einen anderen zu übertragen,
- die in den Abkommen oder Protokollen vorgesehenen Zeitpläne zu ändern,
- Mengen von einem Zollkontingent auf ein anderes zu übertragen,
- sich aus neuen Abkommen ergebende Zollkontingente zu eröffnen oder zu verwalten,
- Vorschriften zur Verwaltung der Zollkontingente, für die Einfuhrlicenzen gelten, zu erlassen.

Artikel 6

(1) Die Kommission wird von dem mit Artikel 247 der Verordnung (EWG) Nr. 2913/92⁽¹⁾ eingesetzten Ausschuß für den Zollkodex unterstützt.

(2) Der Vertreter der Kommission unterbreitet dem Ausschuß einen Entwurf der zu treffenden Maßnahmen. Der Ausschuß gibt seine Stellungnahme zu diesem Entwurf innerhalb einer Frist ab, die der Vorsitzende unter Berücksichtigung der Dringlichkeit der betreffenden Frage festsetzen kann. Die Stellungnahme wird mit der Mehrheit abgegeben, die in Artikel 148 Absatz 2 des Vertrages für die Annahme der vom Rat auf Vorschlag der Kommission zu fassenden Beschlüsse vorgesehen ist. Bei der Abstimmung im Ausschuß werden die Stimmen der Vertreter der Mitgliedstaaten gemäß dem vorgenannten Artikel gewogen. Der Vorsitzende nimmt an der Abstimmung nicht teil.

Die Kommission erläßt die Maßnahmen, die unmittelbar gelten. Stimmen sie jedoch mit der Stellungnahme des Ausschusses nicht überein, so teilt die Kommission sie sofort dem Rat mit. In diesem Fall gilt folgendes:

- Die Kommission verschiebt die Durchführung der von ihr beschlossenen Maßnahmen vom Zeitpunkt dieser Mitteilung an gerechnet um drei Monate;
- der Rat kann innerhalb des im ersten Gedankenstrich genannten Zeitraums mit qualifizierter Mehrheit einen anderslautenden Beschluß fassen.

(3) Der Ausschuß kann alle die Anwendung dieser Verordnung betreffenden Fragen erörtern, die der Vorsitzende von sich aus oder auf Initiative eines Mitgliedstaats unterbreitet.

Artikel 7

Die Mitgliedstaaten und die Kommission arbeiten im Hinblick auf die Einhaltung dieser Verordnung eng zusammen.

Artikel 8

Diese Verordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften* in Kraft.

Sie gilt mit Wirkung vom 1. Januar 1995.

(¹) ABl. Nr. L 302 vom 19. 10. 1992, S. 1. Verordnung geändert durch die Beitrittsakte von 1994.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Geschehen zu Brüssel am 19. März 1996.

Im Namen des Rates

Der Präsident

W. LUCHETTI

ANHANG

Lfd. Nr.	KN-Code	Taric-Code	Warenbezeichnung	Kontingents- menge (t)	Kontingents- zollsatz (%)
09.0791	0101 19 10 0101 19 90	— —	Pferde, lebend	100 Stück	0
09.0793	0302 12 00 0304 10 13 0304 20 13	— — —	Lachs, frisch oder gekühlt Filets vom Lachs, frisch oder gekühlt Fischfilets vom Lachs, gefroren	50	0
09.0794	0302 23 00 0302 29 0302 69 85 0303 32 00 0303 79 96 0304 10 19 0304 10 33 0304 10 35 ex 0304 10 38 0304 10 98 0304 20 19 0304 90 35 0304 90 38 0304 90 39 0304 90 41 0304 90 47 0304 90 59 ex 0304 90 97	— — — — — — — — 0304 10 38 *10 *20 *50 *90 — — — — — — — — — — — 0304 90 97 *31 *39 *50 *60 *70 *80 *90	Seezungen, frisch oder gekühlt Scheefschnut und andere Plattfische, frisch oder gekühlt Blauer Wittling, frisch oder gekühlt Schollen oder Goldbutt, gefroren Andere Seefische, gefroren Filets von anderen Süßwasserfischen, frisch oder gekühlt Filets vom Köhler, gekühlt oder gefroren Filets vom Rotbarsch, Goldbarsch oder Tiefen- barsch, frisch oder gekühlt Filets von anderen Seefischen, ausgenommen Heringe und Makrelen, frisch oder gekühlt Fischfleisch von anderen Seefischen, frisch oder gekühlt Fischfilets von anderen Süßwasserfischen, gefroren Fischfleisch von Kabeljau der Art <i>Gadus</i> <i>macrocephalus</i> , gefroren Fischfleisch vom Kabeljau der Art <i>Gadus</i> <i>morhua</i> , gefroren Fischfleisch vom Kabeljau der Art <i>Gadus</i> <i>ogac</i> und von Fischen der Art <i>Boreogadus</i> <i>saida</i> , gefroren Fischfleisch vom Köhler, gefroren Fischfleisch von Seehechten der <i>Merluccius</i> - Arten, gefroren Fischfleisch vom Blauen Wittling, gefroren Fischfleisch von anderen Seefischen ausge- nommen Makrelen, gefroren	250	0
09.0795	0305 61 00	—	Heringe, gesalzen, jedoch weder getrocknet noch geräuchert, und Heringe in Salzlake	1 750	0
09.0796	0306 19 30	—	Kaisergranate (<i>Nephrops norvegicus</i>), gefroren	50	0

Lfd. Nr.	KN-Code	Taric-Code	Warenbezeichnung	Kontingents- menge (t)	Kontingents- zollsatz (%)
09.0797	1604 12 91	—	Andere Heringe, zubereitet oder haltbar gemacht, in luftdicht verschlossenen Behältnissen	2 400	0
	1604 12 99	—	Andere Heringe, zubereitet oder haltbar gemacht		
09.0798	1604 19 98	—	Andere Fische, zubereitet oder haltbar gemacht, ganz oder in Stücken	50	0
	ex 1604 20 90	1604 20 90 *20/80 *30/80 *35/80 *50/80 *90/80	Fischfleisch von anderen Fischen, zubereitet oder haltbar gemacht, ausgenommen Heringe und Makrelen		

VERORDNUNG (EG) Nr. 500/96 DER KOMMISSION

vom 22. März 1996

zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1203/95 zur Eröffnung und Verwaltung von Zollkontingenten für hochwertiges frisches, gekühltes oder gefrorenes Rindfleisch und gefrorenes Büffel Fleisch für den Zeitraum vom 1. Juli 1995 bis zum 30. Juni 1996

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 3379/94 des Rates vom 22. Dezember 1994 zur Eröffnung und Verwaltung von Gemeinschaftszollkontingenten für bestimmte landwirtschaftliche Erzeugnisse und für Bier (1995)⁽¹⁾, geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 2857/95⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 5 Absatz 1,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 3093/95 des Rates vom 22. Dezember 1995 zur Festlegung der nach dem Beitritt Österreichs, Finnlands und Schwedens zur Europäischen Union in den Verhandlungen gemäß Artikel XXIV Absatz 6 des GATT vereinbarten und von der Gemeinschaft anzuwendenden Zollsätze⁽³⁾, insbesondere auf Artikel 5,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Die Verordnung (EG) Nr. 1203/95 der Kommission⁽⁴⁾ regelt die Einfuhr von hochwertigem Rindfleisch im Rahmen des Präferenzzollkontingents 1995/96. Anhang III der Verordnung (EG) Nr. 3093/95 sieht für die Einfuhr von hochwertigem Rindfleisch aus Australien und Neuseeland zusätzliche Mengen vor.

Die Verordnung (EG) Nr. 2857/95 eröffnet für die Zeit vom 1. Juli bis 31. Dezember 1995 ein autonomes Gemeinschaftszollkontingent für die Einfuhr von 200 Tonnen hochwertigem Rindfleisch. Da wegen der verspäteten Annahme und Veröffentlichung dieser Verordnung bis zum Ende des genannten Jahres keine Durchführungsbestimmungen erlassen werden konnten, sollte die betreffende Menge in den ersten sechs Monaten des Jahres 1996 eingeführt werden.

Die in dieser Verordnung vorgesehenen Maßnahmen entsprechen der Stellungnahme des Verwaltungsausschusses für Rindfleisch —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die Verordnung (EG) Nr. 1203/95 wird wie folgt geändert:

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 366 vom 31. 12. 1994, S. 3.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 300 vom 13. 12. 1995, S. 1.

⁽³⁾ ABl. Nr. L 334 vom 30. 12. 1995, S. 1.

⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 119 vom 30. 5. 1995, S. 13.

1. In Artikel 1 Absatz 1 wird die Zahl „54 300“ durch die Zahl „55 650“ ersetzt.

2. In Artikel 2

a) Buchstabe b) wird die Zahl „5 000“ durch die Zahl „6 000“ ersetzt;

b) Buchstabe e) wird die Zahl „10 000“ durch die Zahl „10 200“ ersetzt;

c) wird der nachstehende Buchstabe f) angefügt:

„f) 150 Tonnen Erzeugnisgewicht Fleisch der KN-Codes 0201 20 90, 0201 30 00, 0202 20 90, 0202 30, 0206 10 95 und 0206 29 91, das folgender Begriffsbestimmung entspricht:

„Ausgewählte Teilstücke von Fleisch, gekühlt oder gefroren, ausschließlich von Weidetieren mit nicht mehr als vier Dauer-Schneidezähnen, deren Schlachtkörper 325 kg nicht überschreiten, die gedungen aussehen, eine helle und einheitliche Farbe sowie eine angemessene, nicht übermäßige Fettschicht aufweisen. Sie sind unter Vakuum mit der Aufschrift ‚Fleisch hochwertiger Qualität‘ verpackt.“

3. In Artikel 8 erhält Absatz 1 folgende Fassung:

„(1) Die Einfuhr der in Artikel 2 Buchstaben a), b), c), d) und f) und in Artikel 1 Absatz 1 zweiter Gedankenstrich genannten Mengen setzt voraus, daß bei der Abfertigung zum zollrechtlich freien Verkehr eine gemäß Artikel 4 Buchstaben c) und d) sowie gemäß Absatz 2 erteilte Einfuhrlizenz vorgelegt wird.“

4. In Anhang II wird der nachstehende Gedankenstrich angefügt:

„— NEW ZEALAND MEAT PRODUCERS BOARD:

für Fleisch mit Ursprung in Neuseeland, das der in Artikel 2 Buchstabe f) genannten Begriffsbestimmung entspricht.“

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am dritten Tag nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften* in Kraft.

Sie gilt mit Wirkung vom 1. Januar 1996.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Brüssel, den 22. März 1996

Für die Kommission
Franz FISCHLER
Mitglied der Kommission

VERORDNUNG (EG) Nr. 501/96 DER KOMMISSION
vom 22. März 1996
zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 393/96 über die Lieferung von Getreide
im Rahmen der Nahrungsmittelhilfe

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN
GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen
Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 3972/86 des Rates
vom 22. Dezember 1986 über die Nahrungsmittelhilfepo-
litik und -verwaltung⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die
Verordnung (EWG) Nr. 1930/90⁽²⁾, insbesondere auf
Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c),

in Erwägung nachstehender Gründe:

Mit der Verordnung (EG) Nr. 393/96 der Kommission⁽³⁾
wurde eine Ausschreibung durchgeführt über die Liefe-
rung von 24 951 Tonnen Getreide im Rahmen der
Nahrungsmittelhilfe. Es ist angezeigt, bestimmte Bedin-
gungen des Anhangs I der genannten Verordnung zu
ändern —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Der Vermerk⁽⁷⁾ des Anhangs I der Verordnung (EG) Nr.
393/96 erhält folgende Fassung:

„⁽⁷⁾ Der Zuschlagsempfänger überreicht dem
Empfänger oder seinem Vertreter bei der Liefe-
rung folgende Dokumente:

- pflanzengesundheitliches Zeugnis (Partien A
+ B1: + Haltbarkeitsdatum),
- Partie A: Zeugnis über Begasung (Getreide/
Getreideerzeugnisse müssen vor dem
Verschiffen mit Magnesiumphosphid (minde-
stens 2 g/m³) begast werden, wobei zwischen
dem Einfüllen und Absaugen des Begasungs-
mittels mindestens fünf (5) Tage liegen
müssen. Eine geeignete Bescheinigung ist zum
Zeitpunkt des Verschiffens vorzulegen).“

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am Tag ihrer Veröffentlichung im
Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften in Kraft.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem
Mitgliedstaat.

Brüssel, den 22. März 1996

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 370 vom 30. 12. 1986, S. 1.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 174 vom 7. 7. 1990, S. 6.

⁽³⁾ ABl. Nr. L 54 vom 5. 3. 1996, S. 1.

VERORDNUNG (EG) Nr. 502/96 DER KOMMISSION

vom 22. März 1996

zur Bestimmung des Umfangs, in dem den Ausfuhrlicenzanträgen für Erzeugnisse des Sektors Geflügelfleisch stattgegeben wird

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 1372/95 der Kommission vom 16. Juni 1995 mit Durchführungsbestimmungen für die Ausfuhrlicenzen im Sektor Geflügelfleisch ⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 180/96 ⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 3 Absatz 4,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Nach der Verordnung (EG) Nr. 1372/95 sind Sondermaßnahmen anzuwenden, wenn die Ausfuhrlicenzanträge Mengen betreffen, welche die unter Berücksichtigung der in Artikel 8 Absatz 11 der Verordnung (EWG) Nr. 2777/75 des Rates ⁽³⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 2916/95 der Kommission ⁽⁴⁾, genannten Beschränkungen normal abgesetzten Mengen und/oder die dazugehörigen Ausgaben überschreiten oder zu überschreiten drohen.

Auf dem Markt für bestimmte Erzeugnisse des Sektors Geflügelfleisch stellen sich Probleme. Die bevorstehende Änderung der diesbezüglichen Erstattungen hat zur Folge,

daß Ausfuhrlicenzen für spekulative Zwecke beantragt werden. Die Erteilung von Lizenzen für die vom 18. bis 20. März 1996 beantragten Mengen könnte außerdem zur Folge haben, daß die Mengen überschritten werden, die für einen normalen Absatz erforderlich wären. Es sind deshalb die Anträge abzulehnen, für welche noch keine Ausfuhrlicenzen erteilt sind. Zusätzlich müßte der in bestimmten Fällen anzuwendende Verringerungsprozentsatz festgesetzt werden —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Unerledigte, gemäß Verordnung (EG) Nr. 1372/95 im Sektor Geflügelfleisch gestellte Ausfuhrlicenzanträge, welche die in Anhang I der vorstehenden Verordnung genannte Kategorien 3, 4, 5, 6, 7 und 8 betreffen und für die ab 25. März 1996 Ausfuhrlicenzen erteilt werden müßten, werden abgelehnt.

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am 25. März 1996 in Kraft.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Brüssel, den 22. März 1996

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 133 vom 17. 6. 1995, S. 26.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 25 vom 1. 2. 1996, S. 27.

⁽³⁾ ABl. Nr. L 282 vom 1. 11. 1975, S. 77.

⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 305 vom 19. 12. 1995, S. 49.

VERORDNUNG (EG) Nr. 503/96 DER KOMMISSION

vom 22. März 1996

zur Änderung der Verordnung (EWG) Nr. 2219/92 mit Durchführungsbestimmungen zur Sonderregelung für die Versorgung Madeiras mit Milcherzeugnissen bezüglich der Beihilfen

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 1600/92 des Rates vom 15. Juni 1992 zum Erlaß von Sondermaßnahmen für bestimmte landwirtschaftliche Erzeugnisse zugunsten der Azoren und Madeiras⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 2537/95⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 10,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Mit der Verordnung (EWG) Nr. 1696/92 der Kommission⁽³⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EWG) Nr. 2596/93⁽⁴⁾, wurden insbesondere die Durchführungsbestimmungen zur Sonderregelung für die Versorgung der Azoren und Madeiras mit bestimmten Agrarerzeugnissen festgelegt.In Anhang II der Verordnung (EWG) Nr. 2219/92 der Kommission vom 30. Juli 1992 mit Durchführungsbestimmungen zur Sonderregelung für die Versorgung Madeiras mit Milcherzeugnissen und zur Erstellung der Bedarfsvorausschätzung⁽⁵⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 326/96⁽⁶⁾, wurden die für Milcherzeugnisse zu gewährenden Beihilfen festgesetzt.Mit der Verordnung (EG) Nr. 2996/95 der Kommission vom 19. Dezember 1995 zur Änderung der Verordnung (EWG) Nr. 3846/87 zur Erstellung einer Nomenklatur der landwirtschaftlichen Erzeugnisse für Ausfuhrerstattungen⁽⁷⁾ wurde die Nomenklatur angepaßt, welche für die Erstattungen bei der Ausfuhr von bestimmten Milcherzeugnissen gilt. Für diese Erzeugnisse wurden die Erstattungen mit der Verordnung (EG) Nr. 468/96 der Kommission vom 14. März 1996 zur Festsetzung der Ausfuhrerstattungen im Sektor Milch und Milcherzeugnisse⁽⁸⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 497/96⁽⁹⁾, festgesetzt. Anhang II der Verordnung (EWG) Nr. 2219/92 ist deshalb entsprechend anzupassen —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Anhang II der geänderten Verordnung (EWG) Nr. 2219/92 wird durch den Anhang zur vorliegenden Verordnung ersetzt.

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am 23. März 1996 in Kraft.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Brüssel, den 22. März 1996

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission⁽¹⁾ ABl. Nr. L 173 vom 27. 6. 1992, S. 1.⁽²⁾ ABl. Nr. L 260 vom 31. 10. 1995, S. 10.⁽³⁾ ABl. Nr. L 179 vom 1. 7. 1992, S. 6.⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 238 vom 23. 9. 1993, S. 24.⁽⁵⁾ ABl. Nr. L 218 vom 1. 8. 1992, S. 75.⁽⁶⁾ ABl. Nr. L 45 vom 23. 2. 1996, S. 29.⁽⁷⁾ ABl. Nr. L 312 vom 23. 12. 1995, S. 31.⁽⁸⁾ ABl. Nr. L 65 vom 15. 3. 1996, S. 8.⁽⁹⁾ ABl. Nr. L 74 vom 22. 3. 1996, S. 4.

ANHANG

„ANHANG II

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0401	Milch und Rahm, weder eingedickt noch mit Zusatz von Zucker oder anderen Süßmitteln (!):			
0401 10	– mit einem Milchfettgehalt von 1 GHT oder weniger:			
0401 10 10	– – in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger	0401 10 10 000	(¹)	4,748
0401 10 90	– – andere	0401 10 90 000	(¹)	4,748
0401 20	– mit einem Milchfettgehalt von mehr als 1 bis 6 GHT:			
	– – mit einem Milchfettgehalt von 3 GHT oder weniger:			
0401 20 11	– – – in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger:			
	– mit einem Milchfettgehalt von höchstens 1,5 GHT	0401 20 11 100	(¹)	4,748
	– mit einem Milchfettgehalt von über 1,5 GHT	0401 20 11 500	(¹)	7,340
0401 20 19	– – – andere:			
	– mit einem Milchfettgehalt von höchstens 1,5 GHT	0401 20 19 100	(¹)	4,748
	– mit einem Milchfettgehalt von über 1,5 GHT	0401 20 19 500	(¹)	7,340
	– – mit einem Milchfettgehalt von mehr als 3 GHT:			
0401 20 91	– – – in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger:			
	– mit einem Milchfettgehalt von höchstens 4 GHT	0401 20 91 100	(¹)	9,775
	– mit einem Milchfettgehalt von über 4 GHT	0401 20 91 500	(¹)	11,39
0401 20 99	– – – andere:			
	– mit einem Milchfettgehalt von höchstens 4 GHT	0401 20 99 100	(¹)	9,775
	– mit einem Milchfettgehalt von über 4 GHT	0401 20 99 500	(¹)	11,39
0401 30	– mit einem Milchfettgehalt von mehr als 6 GHT:			
	– – mit einem Milchfettgehalt von 21 GHT oder weniger:			
0401 30 11	– – – in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger:			
	– mit einem Milchfettgehalt von:			
	– höchstens 10 GHT	0401 30 11 100	(¹)	14,62
	– über 10 bis 17 GHT	0401 30 11 400	(¹)	22,55
	– über 17 GHT	0401 30 11 700	(¹)	33,87
0401 30 19	– – – andere:			
	– mit einem Milchfettgehalt von:			
	– höchstens 10 GHT	0401 30 19 100	(¹)	14,62
	– über 10 bis 17 GHT	0401 30 19 400	(¹)	22,55
	– über 17 GHT	0401 30 19 700	(¹)	33,87
	– – mit einem Milchfettgehalt von mehr als 21 bis 45 GHT:			
0401 30 31	– – – in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger:			
	– mit einem Milchfettgehalt von:			
	– höchstens 35 GHT	0401 30 31 100	(¹)	40,34
	– über 35 bis 39 GHT	0401 30 31 400	(¹)	63,00
	– über 39 GHT	0401 30 31 700	(¹)	69,47

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0401 30 39	--- andere: - mit einem Milchfettgehalt von: - höchstens 35 GHT - über 35 bis 39 GHT - über 39 GHT	0401 30 39 100 0401 30 39 400 0401 30 39 700	(¹) (¹) (¹)	40,34 63,00 69,47
0401 30 91	-- mit einem Milchfettgehalt von mehr als 45 GHT: --- in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger: - mit einem Milchfettgehalt von: - höchstens 68 GHT - über 68 bis 80 GHT - über 80 GHT	0401 30 91 100 0401 30 91 400 0401 30 91 700	(¹) (¹) (¹)	79,18 116,37 135,80
0401 30 99	--- andere: - mit einem Milchfettgehalt von: - höchstens 68 GHT - über 68 bis 80 GHT - über 80 GHT	0401 30 99 100 0401 30 99 400 0401 30 99 700	(¹) (¹) (¹)	79,18 116,37 135,80
ex 0402	Magermilchpulver mit einem Fettgehalt von höchstens 1,5 Gewichtshundertteilen	0402 10 11 000 0402 10 19 000	(²)	49,00
ex 0402	Vollmilchpulver mit einem Fettgehalt von höchstens 27 Gewichtshundertteilen	0402 21 11 900 0402 21 19 900	(²)	98,05
ex 0405	Butter und andere Fettstoffe aus der Milch; Milchstreichfette:			
0405 10	- Butter: - mit einem Fettgehalt von 85 GHT oder weniger: - natürliche Butter:			
0405 10 11	--- in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 1 kg oder weniger: --- mit einem Fettgehalt von: --- 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT --- 82 GHT oder mehr	0405 10 11 500 0405 10 11 700		156,10 160,00
0405 10 19	--- andere: --- mit einem Fettgehalt von: --- 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT --- 82 GHT oder mehr	0405 10 19 500 0405 10 19 700		156,10 160,00
0405 10 30	--- rekombinierte Butter: --- in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 1 kg oder weniger: --- mit einem Fettgehalt von: --- 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT --- 82 GHT oder mehr --- andere: --- mit einem Fettgehalt von: --- 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT --- 82 GHT oder mehr	0405 10 30 100 0405 10 30 300 0405 10 30 500 0405 10 30 700		156,10 160,00 156,10 160,00

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0405 10 50	— — — Molkenbutter: — — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 1 kg oder weniger: — — — — — mit einem Fettgehalt von: — — — — — — 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT — — — — — — 82 GHT oder mehr — — — — — andere: — — — — — mit einem Fettgehalt von: — — — — — — 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT — — — — — — 82 GHT oder mehr	0405 10 50 100 0405 10 50 300		156,10 160,00
0405 10 90	— — andere	0405 10 90 000		165,85
ex 0405 20	— Milchstreichfette:			
0405 20 90	— — mit einem Fettgehalt von mehr als 75 GHT, jedoch weniger als 80 GHT: — — — mit einem Fettgehalt von: — — — — mehr als 75 GHT, jedoch weniger als 78 GHT — — — — 78 GHT oder mehr	0405 20 90 500 0405 20 90 700		146,34 152,20
0405 90	— andere:			
0405 90 10	— — mit einem Fettgehalt von 99,3 GHT oder mehr und einem Wassergehalt von nicht mehr als 0,5 GHT	0405 90 10 000		205,00
0405 90 90	— — andere	0405 90 90 000		160,00
ex 0406	Käse:			
0406 90 23	Edamer	0406 90 23 900		90,00
0406 90 25	Tilsiter	0406 90 25 900		99,59
0406 90 76	— — — — — Danbo, Fontal, Fontina, Fynbo, Havarti, Maribo und Samsø	0406 90 76 100		81,52
0406 90 78	— — — — — Gouda — — — — — anderer, mit einem Wassergehalt in der fettfreien Käsemasse von:	0406 90 78 100		77,40
0406 90 79	Esrom, Italice, Kernhem, St. Nectaire, St. Paulin, Taleggio	0406 90 79 900		84,39
0406 90 81	Cantal, Cheshire, Wensleydale, Lancashire, Double Gloucester, Blarney, Colby, Monterey	0406 90 81 900		95,66
0406 90 86	— — — — — mehr als 47 bis 52 GHT: — aus Molke hergestellt — anderer: — mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse: — unter 5 GHT — von 5 GHT oder mehr, jedoch weniger als 19 GHT — von 19 GHT oder mehr, jedoch weniger als 39 GHT — ab 39 GHT	0406 90 86 100 0406 90 86 200 0406 90 86 300 0406 90 86 400 0406 90 86 900		— (³) 65,84 (³) 72,20 (³) 81,52 (³) 95,66

VERORDNUNG (EG) Nr. 504/96 DER KOMMISSION

vom 22. März 1996

zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2993/94 zur Festsetzung der Beihilfen für die Versorgung der Kanarischen Inseln mit Milcherzeugnissen gemäß den Artikeln 2 bis 4 der Verordnung (EWG) Nr. 1601/92 des Rates

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 1601/92 des Rates vom 15. Juni 1992 zum Erlaß von Sondermaßnahmen für bestimmte landwirtschaftliche Erzeugnisse zugunsten der Kanarischen Inseln⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 2537/95⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 3 Absatz 4,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Mit der Verordnung (EG) Nr. 2790/94 der Kommission⁽³⁾, geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 2883/94⁽⁴⁾, wurden insbesondere die Durchführungsbestimmungen zur Sonderregelung für die Versorgung der Kanarischen Inseln mit bestimmten Agrarerzeugnissen festgelegt.

Die Kommission hat mit der Verordnung (EG) Nr. 2993/94 der Kommission⁽⁵⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 327/96⁽⁶⁾, die Beihilfen für die Versorgung mit Milcherzeugnissen festgesetzt.

Mit der Verordnung (EG) Nr. 2996/95 der Kommission vom 19. Dezember 1995 zur Änderung der Verordnung

(EWG) Nr. 3846/87 zur Erstellung einer Nomenklatur der landwirtschaftlichen Erzeugnisse für Ausfuhrerstattungen⁽⁷⁾ wurde die Nomenklatur angepaßt, welche für die Erstattungen bei der Ausfuhr von bestimmten Milcherzeugnissen gilt. Für diese Erzeugnisse wurden die Erstattungen mit der Verordnung (EG) Nr. 468/96 der Kommission vom 14. März 1996 zur Festsetzung der Ausfuhrerstattungen im Sektor Milch und Milcherzeugnisse⁽⁸⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 497/96⁽⁹⁾, festgesetzt. Der Anhang der Verordnung (EG) Nr. 2993/94 ist deshalb entsprechend anzupassen —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Der Anhang der geänderten Verordnung (EG) Nr. 2993/94 wird durch den Anhang zur vorliegenden Verordnung ersetzt.

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am 23. März 1996 in Kraft.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Brüssel, den 22. März 1996

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 173 vom 27. 6. 1992, S. 13.
⁽²⁾ ABl. Nr. L 260 vom 31. 10. 1995, S. 10.
⁽³⁾ ABl. Nr. L 296 vom 17. 11. 1994, S. 23.
⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 304 vom 29. 11. 1994, S. 18.
⁽⁵⁾ ABl. Nr. L 316 vom 9. 12. 1994, S. 11.
⁽⁶⁾ ABl. Nr. L 45 vom 23. 2. 1996, S. 29.

⁽⁷⁾ ABl. Nr. L 312 vom 23. 12. 1995, S. 31.
⁽⁸⁾ ABl. Nr. L 65 vom 15. 3. 1996, S. 8.
⁽⁹⁾ ABl. Nr. L 74 vom 22. 3. 1996, S. 4.

ANHANG

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0401	Milch und Rahm, weder eingedickt noch mit Zusatz von Zucker oder anderen Süßmitteln ⁽¹⁾ :			
0401 10	– mit einem Milchfettgehalt von 1 GHT oder weniger:			
0401 10 10	– – in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger	0401 10 10 000	(¹)	4,748
0401 10 90	– – andere	0401 10 90 000	(¹)	4,748
0401 20	– mit einem Milchfettgehalt von mehr als 1 bis 6 GHT:			
	– – mit einem Milchfettgehalt von 3 GHT oder weniger:			
0401 20 11	– – – in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger:			
	– mit einem Milchfettgehalt von höchstens 1,5 GHT	0401 20 11 100	(¹)	4,748
	– mit einem Milchfettgehalt von über 1,5 GHT	0401 20 11 500	(¹)	7,340
0401 20 19	– – – andere:			
	– mit einem Milchfettgehalt von höchstens 1,5 GHT	0401 20 19 100	(¹)	4,748
	– mit einem Milchfettgehalt von über 1,5 GHT	0401 20 19 500	(¹)	7,340
	– – mit einem Milchfettgehalt von mehr als 3 GHT:			
0401 20 91	– – – in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger:			
	– mit einem Milchfettgehalt von höchstens 4 GHT	0401 20 91 100	(¹)	9,775
	– mit einem Milchfettgehalt von über 4 GHT	0401 20 91 500	(¹)	11,39
0401 20 99	– – – andere:			
	– mit einem Milchfettgehalt von höchstens 4 GHT	0401 20 99 100	(¹)	9,775
	– mit einem Milchfettgehalt von über 4 GHT	0401 20 99 500	(¹)	11,39
0401 30	– mit einem Milchfettgehalt von mehr als 6 GHT:			
	– – mit einem Milchfettgehalt von 21 GHT oder weniger:			
0401 30 11	– – – in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger:			
	– mit einem Milchfettgehalt von:			
	– höchstens 10 GHT	0401 30 11 100	(¹)	14,62
	– über 10 bis 17 GHT	0401 30 11 400	(¹)	22,55
	– über 17 GHT	0401 30 11 700	(¹)	33,87
0401 30 19	– – – andere:			
	– mit einem Milchfettgehalt von:			
	– höchstens 10 GHT	0401 30 19 100	(¹)	14,62
	– über 10 bis 17 GHT	0401 30 19 400	(¹)	22,55
	– über 17 GHT	0401 30 19 700	(¹)	33,87
	– – mit einem Milchfettgehalt von mehr als 21 bis 45 GHT:			
0401 30 31	– – – in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger:			
	– mit einem Milchfettgehalt von:			
	– höchstens 35 GHT	0401 30 31 100	(¹)	40,34
	– über 35 bis 39 GHT	0401 30 31 400	(¹)	63,00
	– über 39 GHT	0401 30 31 700	(¹)	69,47

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0401 30 39	— — — andere: — mit einem Milchfettgehalt von: — höchstens 35 GHT — über 35 bis 39 GHT — über 39 GHT	0401 30 39 100 0401 30 39 400 0401 30 39 700	(¹) (¹) (¹)	40,34 63,00 69,47
0401 30 91	— — — mit einem Milchfettgehalt von mehr als 45 GHT: — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Inhalt von 2 l oder weniger: — mit einem Milchfettgehalt von: — höchstens 68 GHT — über 68 bis 80 GHT — über 80 GHT	0401 30 91 100 0401 30 91 400 0401 30 91 700	(¹) (¹) (¹)	79,18 116,37 135,80
0401 30 99	— — — andere: — mit einem Milchfettgehalt von: — höchstens 68 GHT — über 68 bis 80 GHT — über 80 GHT	0401 30 99 100 0401 30 99 400 0401 30 99 700	(¹) (¹) (¹)	79,18 116,37 135,80
0402	Milch und Rahm, eingedickt oder mit Zusatz von Zucker oder anderen Süßmitteln:			
0402 10	— in Pulverform, granuliert oder in anderer fester Form, mit einem Milchfettgehalt von 1,5 GHT oder weniger (?): — — ohne Zusatz von Zucker oder anderen Süßmitteln (?):			
0402 10 11	— — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger	0402 10 11 000	(²)	49,00
0402 10 19	— — — andere — — — andere (?):	0402 10 19 000	(²)	49,00
0402 10 91	— — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger	0402 10 91 000	(²)	0,4900
0402 10 99	— — — andere — in Pulverform, granuliert oder in anderer fester Form, mit einem Milchfettgehalt von mehr als 1,5 GHT (?):	0402 10 99 000	(²)	0,4900
0402 21	— — ohne Zusatz von Zucker oder anderen Süßmitteln (?): — — — mit einem Milchfettgehalt von 27 GHT oder weniger:			
0402 21 11	— — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger: — mit einem Milchfettgehalt von: — höchstens 11 GHT — über 11 bis 17 GHT — über 17 bis 25 GHT — über 25 GHT	0402 21 11 200 0402 21 11 300 0402 21 11 500 0402 21 11 900	(²) (²) (²) (²)	49,00 86,53 91,16 98,05
0402 21 17	— — — — — andere: — — — — — mit einem Milchfettgehalt von bis 11 GHT	0402 21 17 000	(²)	49,00
0402 21 19	— — — — — mit einem Milchfettgehalt von mehr als 11 bis 27 GHT: — bis 17 GHT — über 17 bis 25 GHT — über 25 GHT	0402 21 19 300 0402 21 19 500 0402 21 19 900	(²) (²) (²)	86,53 91,16 98,05
	— — — mit einem Milchfettgehalt von mehr als 27 GHT:			

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0402 21 91	<p>— — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger:</p> <p>— mit einem Milchfettgehalt von:</p> <p>— höchstens 28 GHT</p> <p>— über 28 bis 29 GHT</p> <p>— über 29 bis 41 GHT</p> <p>— über 41 bis 45 GHT</p> <p>— über 45 bis 59 GHT</p> <p>— über 59 bis 69 GHT</p> <p>— über 69 bis 79 GHT</p> <p>— über 79 GHT</p>	<p>0402 21 91 100</p> <p>0402 21 91 200</p> <p>0402 21 91 300</p> <p>0402 21 91 400</p> <p>0402 21 91 500</p> <p>0402 21 91 600</p> <p>0402 21 91 700</p> <p>0402 21 91 900</p>	<p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p>	<p>98,77</p> <p>99,45</p> <p>100,67</p> <p>107,61</p> <p>110,00</p> <p>119,21</p> <p>124,61</p> <p>130,71</p>
0402 21 99	<p>— — — — andere:</p> <p>— mit einem Milchfettgehalt von:</p> <p>— höchstens 28 GHT</p> <p>— über 28 bis 29 GHT</p> <p>— über 29 bis 41 GHT</p> <p>— über 41 bis 45 GHT</p> <p>— über 45 bis 59 GHT</p> <p>— über 59 bis 69 GHT</p> <p>— über 69 bis 79 GHT</p> <p>— über 79 GHT</p>	<p>0402 21 99 100</p> <p>0402 21 99 200</p> <p>0402 21 99 300</p> <p>0402 21 99 400</p> <p>0402 21 99 500</p> <p>0402 21 99 600</p> <p>0402 21 99 700</p> <p>0402 21 99 900</p>	<p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p> <p>(²)</p>	<p>98,77</p> <p>99,45</p> <p>100,67</p> <p>107,61</p> <p>110,00</p> <p>119,21</p> <p>124,61</p> <p>130,71</p>
ex 0402 29	<p>— — andere (³):</p> <p>— — — mit einem Milchfettgehalt von 27 GHT oder weniger:</p> <p>— — — — andere:</p>			
0402 29 15	<p>— — — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger:</p> <p>— mit einem Milchfettgehalt von:</p> <p>— höchstens 11 GHT</p> <p>— über 11 bis 17 GHT</p> <p>— über 17 bis 25 GHT</p> <p>— über 25 GHT</p>	<p>0402 29 15 200</p> <p>0402 29 15 300</p> <p>0402 29 15 500</p> <p>0402 29 15 900</p>	<p>(³)</p> <p>(³)</p> <p>(³)</p> <p>(³)</p>	<p>0,4900</p> <p>0,8653</p> <p>0,9116</p> <p>0,9805</p>
0402 29 19	<p>— — — — — andere:</p> <p>— mit einem Milchfettgehalt von:</p> <p>— höchstens 11 GHT</p> <p>— über 11 bis 17 GHT</p> <p>— über 17 bis 25 GHT</p> <p>— über 25 GHT</p> <p>— — — mit einem Milchfettgehalt von mehr als 27 GHT:</p>	<p>0402 29 19 200</p> <p>0402 29 19 300</p> <p>0402 29 19 500</p> <p>0402 29 19 900</p>	<p>(³)</p> <p>(³)</p> <p>(³)</p> <p>(³)</p>	<p>0,4900</p> <p>0,8653</p> <p>0,9116</p> <p>0,9805</p>

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0402 29 91	— — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger: — mit einem Milchfettgehalt von: — höchstens 41 GHT — über 41 GHT	0402 29 91 100 0402 29 91 500	(²) (²)	0,9877 1,0761
0402 29 99	— — — — andere: — mit einem Milchfettgehalt von: — höchstens 41 GHT — über 41 GHT	0402 29 99 100 0402 29 99 500	(²) (²)	0,9877 1,0761
0402 91	— — ohne Zusatz von Zucker oder anderen Süßmitteln (²): — — — mit einem Milchfettgehalt von 8 GHT oder weniger:			
0402 91 11	— — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger: — mit einer fettfreien Milchtrockenmasse: — unter 15 GHT und mit einem Milchfettgehalt von: — höchstens 3 GHT — über 3 GHT — ab 15 GHT und einem Milchfettgehalt von: — höchstens 3 GHT — über 3 bis 7,4 GHT — über 7,4 GHT	0402 91 11 110 0402 91 11 120 0402 91 11 310 0402 91 11 350 0402 91 11 370	(²) (²) (²) (²) (²)	4,748 9,775 16,36 20,06 24,39
0402 91 19	— — — — andere: — mit einer fettfreien Milchtrockenmasse: — unter 15 GHT und mit einem Milchfettgehalt von: — höchstens 3 GHT — über 3 GHT — ab 15 GHT und einem Milchfettgehalt von: — höchstens 3 GHT — über 3 bis 7,4 GHT — über 7,4 GHT	0402 91 19 110 0402 91 19 120 0402 91 19 310 0402 91 19 350 0402 91 19 370	(²) (²) (²) (²) (²)	4,748 9,775 16,36 20,06 24,39
0402 91 31	— — — — mit einem Milchfettgehalt von mehr als 8 bis 10 GHT: — — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger: — mit einer fettfreien Milchtrockenmasse: — unter 15 GHT — ab 15 GHT	0402 91 31 100 0402 91 31 300	(²) (²)	19,31 28,83
0402 91 39	— — — — andere: — mit einer fettfreien Milchtrockenmasse: — unter 15 GHT — ab 15 GHT	0402 91 39 100 0402 91 39 300	(²) (²)	19,31 28,83
0402 91 51	— — — — mit einem Milchfettgehalt von mehr als 10 bis 45 GHT: — — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger	0402 91 51 000	(²)	22,55
0402 91 59	— — — — andere	0402 91 59 000	(²)	22,55

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	— — — mit einem Milchfettgehalt von mehr als 45 GHT:			
0402 91 91	— — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger	0402 91 91 000	(²)	79,18
0402 91 99	— — — — andere	0402 91 99 000	(²)	79,18
0402 99	— — andere:			
	— — — mit einem Milchfettgehalt von 9,5 GHT oder weniger:			
0402 99 11	— — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger:			
	— mit einer fettfreien Milchtrockenmasse unter 15 GHT und einem Milchfettgehalt von (³):			
	— höchstens 3 GHT	0402 99 11 110	(³)	0,0475
	— über 3 bis 6,9 GHT	0402 99 11 130	(³)	0,0978
	— über 6,9 GHT	0402 99 11 150	(³)	0,1562
	— mit einer fettfreien Milchtrockenmasse ab 15 GHT und einem Milchfettgehalt von (⁴):			
	— höchstens 3 GHT	0402 99 11 310	(⁴)	18,88
	— über 3 bis 6,9 GHT	0402 99 11 330	(⁴)	22,65
	— über 6,9 GHT	0402 99 11 350	(⁴)	30,11
0402 99 19	— — — — andere:			
	— mit einer fettfreien Milchtrockenmasse unter 15 GHT und einem Milchfettgehalt von (³):			
	— höchstens 3 GHT	0402 99 19 110	(³)	0,0475
	— über 3 bis 6,9 GHT	0402 99 19 130	(³)	0,0978
	— über 6,9 GHT	0402 99 19 150	(³)	0,1562
	— mit einer fettfreien Milchtrockenmasse ab 15 GHT und einem Milchfettgehalt von (⁴):			
	— höchstens 3 GHT	0402 99 19 310	(⁴)	18,88
	— über 3 bis 6,9 GHT	0402 99 19 330	(⁴)	22,65
	— über 6,9 GHT	0402 99 19 350	(⁴)	30,11
	— — — mit einem Milchfettgehalt von mehr als 9,5 bis 45 GHT:			
0402 99 31	— — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger:			
	— mit einem Milchfettgehalt von höchstens 21 GHT:			
	— mit einer fettfreien Milchtrockenmasse unter 15 GHT (³)	0402 99 31 110	(³)	0,2094
	— mit einer fettfreien Milchtrockenmasse ab 15 GHT (⁴)	0402 99 31 150	(⁴)	31,35
	— mit einem Milchfettgehalt von über 21 GHT bis 39 GHT (³)	0402 99 31 300	(³)	0,4034
	— mit einem Milchfettgehalt von über 39 GHT (³)	0402 99 31 500	(³)	0,6947

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0402 99 39	— — — — andere: — mit einem Milchfettgehalt von höchstens 21 GHT: — mit einer fettfreien Milchtrockenmasse unter 15 GHT ⁽³⁾ — mit einer fettfreien Milchtrockenmasse ab 15 GHT ⁽⁴⁾ — mit einem Milchfettgehalt von über 21 GHT bis 39 GHT ⁽³⁾ — mit einem Milchfettgehalt von über 39 GHT ⁽³⁾ — — — mit einem Milchfettgehalt von mehr als 45 GHT:			
		0402 99 39 110	⁽³⁾	0,2094
		0402 99 39 150	⁽⁴⁾	31,35
		0402 99 39 300	⁽³⁾	0,4034
		0402 99 39 500	⁽³⁾	0,6947
0402 99 91	— — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 2,5 kg oder weniger ⁽³⁾	0402 99 91 000	⁽²⁾	0,7918
0402 99 99	— — — — andere ⁽³⁾	0402 99 99 000	⁽²⁾	0,7918
ex 0405	Butter und andere Fettstoffe aus der Milch; Milchstreichfette:			
0405 10	— Butter: — — mit einem Fettgehalt von 85 GHT oder weniger: — — — natürliche Butter:			
0405 10 11	— — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 1 kg oder weniger: — — — — — mit einem Fettgehalt von: — — — — — 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT — — — — — 82 GHT oder mehr	0405 10 11 500 0405 10 11 700		156,10 160,00
0405 10 19	— — — — andere: — — — — — mit einem Fettgehalt von: — — — — — 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT — — — — — 82 GHT oder mehr	0405 10 19 500 0405 10 19 700		156,10 160,00
0405 10 30	— — — rekombinierte Butter: — — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 1 kg oder weniger: — — — — — mit einem Fettgehalt von: — — — — — 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT — — — — — 82 GHT oder mehr — — — — — andere: — — — — — mit einem Fettgehalt von: — — — — — 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT — — — — — 82 GHT oder mehr	0405 10 30 100 0405 10 30 300 0405 10 30 500 0405 10 30 700		156,10 160,00 156,10 160,00
0405 10 50	— — — Molkenbutter: — — — — in unmittelbaren Umschließungen mit einem Gewicht des Inhalts von 1 kg oder weniger: — — — — — mit einem Fettgehalt von: — — — — — 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT — — — — — 82 GHT oder mehr — — — — — andere: — — — — — mit einem Fettgehalt von: — — — — — 80 GHT oder mehr, jedoch weniger als 82 GHT — — — — — 82 GHT oder mehr	0405 10 50 100 0405 10 50 300 0405 10 50 500 0405 10 50 700		156,10 160,00 156,10 160,00
0405 10 90	— — — — andere	0405 10 90 000		165,85

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ex 0405 20	– Milchstreichfette:			
0405 20 90	– – mit einem Fettgehalt von mehr als 75 GHT, jedoch weniger als 80 GHT:			
	– – – mit einem Fettgehalt von:			
	– – – – mehr als 75 GHT, jedoch weniger als 78 GHT	0405 20 90 500		146,34
	– – – – 78 GHT oder mehr	0405 20 90 700		152,20
0405 90	– andere:			
0405 90 10	– – mit einem Fettgehalt von 99,3 GHT oder mehr und einem Wassergehalt von nicht mehr als 0,5 GHT	0405 90 10 000		205,00
0405 90 90	– – andere	0405 90 90 000		160,00
0406	Käse:			
0406 30	– Schmelzkäse, weder gerieben noch in Pulverform (*):			
0406 30 10	– – hergestellt aus einer Mischung unter ausschließlicher Verwendung von Emmentaler, Greyerzer und Appenzeller, die als Zusatz Glarner Kräuterkäse (sog. Schabziger) enthalten kann, in Aufmachungen für den Einzelverkauf, mit einem Fettgehalt im Trockenstoff von 56 GHT oder weniger:			
	– – – hergestellt aus einer Mischung unter ausschließlicher Verwendung von Emmentaler und Greyerzer, mit einem Fettgehalt im Trockenstoff von 56 GHT oder weniger:			
	– – – – mit einem Milchfettgehalt von 36 GHT oder weniger und einem Fettgehalt im Trockenstoff von:			
	– – – – – 48 GHT oder weniger:			
	– mit einem Trockenstoff:			
	– unter 27 GHT	0406 30 10 100		—
	– ab 27 bis unter 33 GHT	0406 30 10 150		13,95
	– ab 33 bis unter 38 GHT	0406 30 10 200		29,75
	– ab 38 bis unter 43 GHT und einem Fettgehalt im Trockenstoff:			
	– unter 20 GHT	0406 30 10 250		29,75
	– ab 20 GHT	0406 30 10 300		43,65
	– ab 43 GHT und einem Fettgehalt im Trockenstoff:			
	– unter 20 GHT	0406 30 10 350		29,75
	– ab 20 bis unter 40 GHT	0406 30 10 400		43,65
	– ab 40 GHT	0406 30 10 450		63,51
	– – – – – mehr als 48 GHT:			
	– mit einem Trockenstoff:			
	– unter 33 GHT	0406 30 10 500		—
	– ab 33 bis unter 38 GHT	0406 30 10 550		29,75
	– ab 38 bis unter 43 GHT	0406 30 10 600		43,65

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0406 30 10 (Forts.)	— ab 43 bis unter 46 GHT	0406 30 10 650		63,51
	— ab 46 GHT und einem Fettgehalt im Trockenstoff:			
	— unter 55 GHT	0406 30 10 700		63,51
	— ab 55 GHT	0406 30 10 750		75,33
	— — — — mit einem Fettgehalt von mehr als 36 GHT	0406 30 10 800		75,33
	— — — — andere	0406 30 10 900		—
	— — — — andere:			
	— — — — mit einem Milchfettgehalt von 36 GHT oder weniger und einem Fettgehalt im Trockenstoff von:			
0406 30 31	— — — — 48 GHT oder weniger:			
	— mit einem Trockenstoff:			
	— unter 27 GHT	0406 30 31 100		—
	— ab 27 bis unter 33 GHT	0406 30 31 300	(⁹)	13,95
	— ab 33 bis unter 38 GHT	0406 30 31 500	(⁹)	29,75
	— ab 38 bis unter 43 GHT und einem Fettgehalt im Trockenstoff:			
	— unter 20 GHT	0406 30 31 710	(⁹)	29,75
	— ab 20 GHT	0406 30 31 730	(⁹)	43,65
	— ab 43 GHT und einem Fettgehalt im Trockenstoff:			
	— unter 20 GHT	0406 30 31 910	(⁹)	29,75
	— ab 20 bis unter 40 GHT	0406 30 31 930	(⁹)	43,65
	— ab 40 GHT	0406 30 31 950	(⁹)	63,51
0406 30 39	— — — — mehr als 48 GHT:			
	— mit einem Trockenstoff:			
	— unter 33 GHT	0406 30 39 100		—
	— ab 33 bis unter 38 GHT	0406 30 39 300	(⁹)	29,75
	— ab 38 bis unter 43 GHT	0406 30 39 500	(⁹)	43,65
	— ab 43 bis unter 46 GHT	0406 30 39 700	(⁹)	63,51
	— ab 46 GHT und einem Fettgehalt im Trockenstoff:			
	— unter 55 GHT	0406 30 39 930	(⁹)	63,51
	— ab 55 GHT	0406 30 39 950	(⁹)	75,33
0406 30 90	— — — mit einem Fettgehalt von mehr als 36 GHT	0406 30 90 000	(⁹)	75,33
0406 90 23	— — — Edamer:			
	— mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse:			
	— unter 39 GHT	0406 90 23 100		—
	— ab 39 GHT	0406 90 23 900	(⁹)	90,00
0406 90 25	— — — Tilsiter:			
	— mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse:			
	— unter 39 GHT	0406 90 25 100		—
	— ab 39 GHT	0406 90 25 900	(⁹)	99,59

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0406 90 27	-- -- Butterkäse: -- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse: -- unter 39 GHT	0406 90 27 100		—
	-- ab 39 GHT	0406 90 27 900	(⁹)	84,39
0406 90 76	-- -- -- -- -- Danbo, Fontal, Fontina, Fynbo, Havarti, Maribo und Samsø: -- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse unter 39 GHT	0406 90 76 100	(⁹)	81,52
	-- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse ab 39 GHT oder mehr, jedoch weniger als 55 GHT	0406 90 76 300	(⁹)	99,59
	-- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse ab 55 GHT	0406 90 76 500	(⁹)	99,59
0406 90 78	-- -- -- -- -- Gouda: -- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse unter 39 GHT	0406 90 78 100	(⁹)	77,40
	-- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse ab 39 GHT oder mehr, jedoch weniger als 55 GHT	0406 90 78 300	(⁹)	94,50
	-- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse ab 55 GHT	0406 90 78 500	(⁹)	94,50
	-- -- -- -- -- anderer, mit einem Wassergehalt in der fettfreien Käsemasse von:			
0406 90 79	-- -- -- -- -- Esrom, Italice, Kernhem, St. Nectaire, St. Paulin, Taleggio: -- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse unter 39 GHT	0406 90 79 100		—
	-- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse ab 39 GHT	0406 90 79 900	(⁹)	84,39
0406 90 81	-- -- -- -- -- Cantal, Cheshire, Wensleydale, Lancashire, Double Gloucester, Blarney, Colby, Monterey: -- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse unter 39 GHT	0406 90 81 100		—
	-- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse ab 39 GHT	0406 90 81 900	(⁹)	95,66
0406 90 86	-- -- -- -- -- mehr als 47 bis 52 GHT: -- aus Molke hergestellt	0406 90 86 100		—
	-- anderer: -- mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse: -- unter 5 GHT	0406 90 86 200	(⁹)	65,84
	-- von 5 GHT oder mehr, jedoch weniger als 19 GHT	0406 90 86 300	(⁹)	72,20
	-- von 19 GHT oder mehr, jedoch weniger als 39 GHT	0406 90 86 400	(⁹)	81,52
	-- ab 39 GHT	0406 90 86 900	(⁹)	95,66

(in ECU/100 kg Nettogewicht, ausgenommen andere Angaben)

KN-Code	Warenbezeichnung	Produktcode	Vermerke	Betrag der Beihilfen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
0406 90 87	----- mehr als 52 bis 62 GHT:			
	— aus Molke hergestellt	0406 90 87 100		—
	— anderer:			
	— mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse:			
	— unter 5 GHT	0406 90 87 200	(¹)	65,84
	— von 5 GHT oder mehr, jedoch weniger als 19 GHT	0406 90 87 300	(¹)	72,20
	— von 19 GHT oder mehr, jedoch weniger als 39 GHT	0406 90 87 400	(¹)	81,52
	— ab 39 GHT:			
	— Idiazabal, Manchego und Roncal, ausschließlich aus Schafsmilch hergestellt	0406 90 87 951	(¹)	119,48
	— Maasdam	0406 90 87 971	(¹)	99,59
	— Manouri, mit einem Fettgehalt ab 30 GHT	0406 90 87 972	(¹)	37,95
	— andere	0406 90 87 979	(¹)	99,59
0406 90 88	----- mehr als 62 bis 72 GHT:			
	— aus Molke hergestellt	0406 90 88 100		—
	— anderer:			
	— mit einem Fettgehalt in der Trockenmasse:			
	— von 5 GHT und einer Trockenmasse ab 32 GHT	0406 90 88 200	(¹)	65,84
	— ab 5 GHT oder mehr, jedoch weniger als 19 GHT und einem Fettgehalt in der Trockenmasse ab 32 GHT	0406 90 88 300	(¹)	72,20
	— andere	0406 90 88 900		—

(¹) Handelt es sich bei dem unter diese Position (Unterposition) fallenden Erzeugnis um eine Mischung, die Zusätze von Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat enthält, so wird keine Beihilfe gewährt.

Bei der Erfüllung der Zollförmlichkeiten hat der Antragsteller in der diesbezüglichen Erklärung anzugeben, ob dem Erzeugnis Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat zugesetzt wurden.

(²) Bei der Berechnung des Fettgehalts in GHT bleibt das Gewicht der Zusätze von milchfremden Bestandteilen, Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat unberücksichtigt.

Handelt es sich bei dem unter diese Unterpositionen fallenden Erzeugnis um eine Mischung, die Zusätze von Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat enthält, so bleibt der auf diese Zusätze entfallende Bestandteil bei der Berechnung der Beihilfebeträge unberücksichtigt.

Bei der Erfüllung der Zollförmlichkeiten hat der Antragsteller in der diesbezüglichen Erklärung anzugeben, ob Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat zugesetzt wurden, und gegebenenfalls einzutragen:

- den tatsächlichen Gewichtsgehalt der Zusätze von Molke, Laktose, Kasein bzw. Kaseinat je 100 kg Enderzeugnis sowie
- den Laktosegehalt der zugesetzten Molke.

(³) Bei der Berechnung des Fettgehalts in GHT bleibt das Gewicht der Zusätze von milchfremden Bestandteilen, Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat unberücksichtigt.

Die Höhe der Beihilfe für 100 kg unter diese Unterposition fallende Erzeugnisse ergibt sich aus der Summe folgender Werte:

a) angegebener Betrag je kg, multipliziert mit dem Gewicht des Milchbestandteils in 100 kg Erzeugnis.

Im Falle des Zusatzes von Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat wird der angegebene Betrag je kg jedoch mit dem Gewicht des Milchbestandteils in 100 kg Erzeugnis ohne die Zusätze von Molke, Laktose, Kasein bzw. Kaseinat multipliziert;

- b) nach Artikel 2 Absatz 3 der Verordnung (EWG) Nr. 1098/68 der geänderten Kommission (ABl. Nr. L 184 vom 29. 7. 1968, S. 10) berechneter Wert.
Bei der Erfüllung der Zollförmlichkeiten hat der Antragsteller in der diesbezüglichen Erklärung anzugeben, ob Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat zugesetzt wurden, und gegebenenfalls einzutragen:
- den tatsächlichen Gewichtsgehalt der Zusätze von Molke, Laktose, Kasein bzw. Kaseinat je 100 kg Enderzeugnis sowie
 - den Laktosegehalt der zugesetzten Molke.
- (4) Die Höhe der Beihilfe je 100 kg unter diese Unterpositionen fallender Erzeugnisse ergibt sich aus der Summe folgender Werte:
- a) angegebener Betrag je 100 kg.
Im Falle des Zusatzes von Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat wird der angegebene Betrag je 100 kg jedoch
- mit dem Gewicht des Milchbestandteils in 100 kg Erzeugnis ohne die Zusätze von Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat multipliziert und
 - durch das Gewicht des Milchbestandteils in 100 kg Erzeugnis dividiert;
- b) nach Artikel 2 Absatz 3 der Verordnung (EWG) Nr. 1098/68 berechneter Wert.
Bei der Erfüllung der Zollförmlichkeiten hat der Antragsteller in der diesbezüglichen Erklärung anzugeben, ob Molke, Laktose, Kasein oder Kaseinat zugesetzt wurden, und gegebenenfalls einzutragen:
- den tatsächlichen Gewichtsgehalt der Zusätze von Molke, Laktose, Kasein bzw. Kaseinat je 100 kg Enderzeugnis sowie
 - den Laktosegehalt der zugesetzten Molke.
- (5) Die Beihilfe für Käse in unmittelbaren Umschließungen mit Flüssigkeiten zur Haltbarmachung, insbesondere Salzlake, wird auf das Nettogewicht, d. h. abzüglich des Gewichts dieser Flüssigkeiten, gewährt.
- (6) Enthält das Erzeugnis Kasein und/oder Kaseinat, bleibt der Anteil von zugesetztem Kasein und/oder Kaseinat bei der Berechnung der Beihilfe unberücksichtigt.
Bei Erfüllung der Zollförmlichkeiten hat der Antragsteller in der diesbezüglichen Erklärung anzugeben, ob Kasein und/oder Kaseinat zugesetzt worden sind und welches der tatsächliche Gewichtsgehalt des zugesetzten Kaseins und/oder Kaseinats je 100 kg Enderzeugnis ist.
- (7) Für gefrorene Kondensmilch gilt die der Unterposition 0402 91 oder 0402 99 entsprechende Erstattung.
-

VERORDNUNG (EG) Nr. 505/96 DER KOMMISSION
vom 22. März 1996
zur Festlegung pauschaler Einfuhrwerte für die Bestimmung der im Sektor Obst
und Gemüse geltenden Einfuhrpreise

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN
GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen
Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 3223/94 der
Kommission vom 21. Dezember 1994 mit Durchfüh-
rungsbestimmungen zu der Regelung der Einfuhr von
Obst und Gemüse ⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die Verord-
nung (EG) Nr. 2933/95 ⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 4
Absatz 1,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 3813/92 des
Rates vom 28. Dezember 1992 über die Rechnungseinheit
und die im Rahmen der gemeinsamen Agrarpolitik anzu-
wendenden Umrechnungskurse ⁽³⁾, zuletzt geändert durch
die Verordnung (EG) Nr. 150/95 ⁽⁴⁾, insbesondere auf
Artikel 3 Absatz 3,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Die in Anwendung der Ergebnisse der multilateralen
Handelsverhandlungen der Uruguay-Runde von der

Kommission festzulegenden, zur Bestimmung der
pauschalen Einfuhrwerte zu berücksichtigenden Kriterien
sind in der Verordnung (EG) Nr. 3223/94 für die in
ihrem Anhang angeführten Erzeugnisse und Zeiträume
festgelegt.

In Anwendung der genannten Kriterien sind die im
Anhang zur vorliegenden Verordnung ausgewiesenen
pauschalen Einfuhrwerte zu berücksichtigen —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die in Artikel 4 der Verordnung (EG) Nr. 3223/94
genannten pauschalen Einfuhrwerte sind in der Tabelle
im Anhang zur vorliegenden Verordnung festgesetzt.

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am 23. März 1996 in Kraft.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem
Mitgliedstaat.

Brüssel, den 22. März 1996

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 337 vom 24. 12. 1994, S. 66.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 307 vom 20. 12. 1995, S. 21.

⁽³⁾ ABl. Nr. L 387 vom 31. 12. 1992, S. 1.

⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 22 vom 31. 1. 1995, S. 1.

ANHANG

zu der Verordnung der Kommission vom 22. März 1996 zur Festlegung pauschaler Einfuhrwerte für die Bestimmung der im Sektor Obst und Gemüse geltenden Einfuhrpreise

(ECU/100 kg)			(ECU/100 kg)			
KN-Code	Drittland-Code (¹)	Pauschaler Einfuhrpreis	KN-Code	Drittland-Code (¹)	Pauschaler Einfuhrpreis	
0702 00 15	052	86,2	0805 30 20	052	132,2	
	060	80,2		204	88,8	
	064	59,6		220	74,0	
	066	41,7		388	78,7	
	068	62,3		400	61,7	
	204	70,6		512	54,8	
	208	44,0		520	66,5	
	212	46,9		524	100,8	
	624	166,1		528	100,6	
	999	73,1		600	71,1	
	0707 00 15	052		104,3	0808 10 51, 0808 10 53, 0808 10 59	624
053		156,2	999	83,3		
060		61,0	052	64,0		
066		53,8	064	78,6		
068		69,1	388	118,0		
204		144,3	400	80,1		
624		87,1	404	66,7		
999		96,5	508	121,3		
0709 10 10		220	76,5	512		83,1
		999	76,5	524		108,5
0709 90 73	052	104,3	528	102,9		
	204	77,5	624	86,5		
	412	54,2	728	107,3		
	624	241,0	800	78,0		
	999	119,3	804	21,0		
0805 10 01, 0805 10 05, 0805 10 09	052	41,6	0808 20 31	999	85,8	
	204	43,3		039	90,4	
	208	58,0		052	86,2	
	212	47,7		064	72,5	
	220	53,3		388	76,1	
	388	40,5		400	99,8	
	400	40,1		512	63,3	
	436	41,6		528	67,9	
	448	26,1		624	79,0	
	600	43,1		728	115,4	
	624	52,7		800	55,8	
	999	44,4		804	112,9	
				999	83,6	

(¹) Nomenklatur der Länder gemäß Verordnung (EG) Nr. 3079/94 der Kommission (ABl. Nr. L 325 vom 17. 12. 1994, S. 17). Der Code „999“ steht für „Verschiedenes“.

VERORDNUNG (EG) Nr. 506/96 DER KOMMISSION
vom 22. März 1996
zur Änderung der im Zuckersektor für bestimmte Erzeugnisse geltenden
repräsentativen Preise und zusätzlichen Einfuhrzölle

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN
GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen
Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 1785/81 des
Rates vom 30. Juni 1981 über die gemeinsame Markt-
organisation für Zucker⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die
Verordnung (EG) Nr. 1101/95⁽²⁾,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 1423/95 der
Kommission vom 23. Juni 1995 mit Durchführungsbe-
stimmungen zur Einfuhr von Erzeugnissen des Zucker-
sektors außer Melasse⁽³⁾, geändert durch die Verordnung
(EG) Nr. 2528/95⁽⁴⁾, insbesondere auf Artikel 1 Absatz 2
zweiter Unterabsatz und Artikel 3 Absatz 1,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Die bei der Einfuhr von Weißzucker, Rohzucker und
bestimmtem Sirup zu berücksichtigenden repräsentativen
Preise und zusätzlichen Einfuhrzölle wurden durch die
Verordnung (EG) Nr. 1568/95 der Kommission⁽⁵⁾, zuletzt

geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 487/96⁽⁶⁾, fest-
gesetzt.

Die Anwendung der mit der Verordnung (EG)
Nr. 1423/95 erlassenen Festsetzungsbestimmungen auf
die Angaben, die der Kommission vorliegen, hat die
Änderung der geltenden Beträge gemäß dem Anhang zur
vorliegenden Verordnung zur Folge —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die bei der Einfuhr der in Artikel 1 der Verordnung (EG)
Nr. 1423/95 genannten Erzeugnisse anzuwendenden
repräsentativen Preise und zusätzlichen Zölle sind im
Anhang festgesetzt.

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am 23. März 1996 in Kraft.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem
Mitgliedstaat.

Brüssel, den 22. März 1996

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 177 vom 1. 7. 1981, S. 4.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 110 vom 17. 5. 1995, S. 1.

⁽³⁾ ABl. Nr. L 141 vom 24. 6. 1995, S. 16.

⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 258 vom 28. 10. 1995, S. 50.

⁽⁵⁾ ABl. Nr. L 150 vom 1. 7. 1995, S. 36.

⁽⁶⁾ ABl. Nr. L 70 vom 20. 3. 1996, S. 31.

ANHANG

zu der Verordnung der Kommission vom 22. März 1996 zur Änderung der bei der Einfuhr von Weißzucker, Rohzucker und der Erzeugnisse des KN-Codes 1702 90 99 anwendbaren repräsentativen Preise und zusätzlichen Zölle

(in ECU)

KN-Code	Repräsentativer Preis je 100 kg Eigengewicht	Zusätzlicher Zoll je 100 kg Eigengewicht
1701 11 10 ⁽¹⁾	25,18	3,73
1701 11 90 ⁽¹⁾	25,18	8,94
1701 12 10 ⁽¹⁾	25,18	3,60
1701 12 90 ⁽¹⁾	25,18	8,51
1701 91 00 ⁽²⁾	31,60	9,43
1701 99 10 ⁽²⁾	31,60	4,91
1701 99 90 ⁽²⁾	31,60	4,91
1702 90 99 ⁽³⁾	0,32	0,34

⁽¹⁾ Festsetzung für die Standardqualität gemäß Artikel 1 der geänderten Verordnung (EWG) Nr. 431/68 des Rates (ABl. Nr. L 89 vom 10. 4. 1968, S. 3).

⁽²⁾ Festsetzung für die Standardqualität gemäß Artikel 1 der Verordnung (EWG) Nr. 793/72 des Rates (ABl. Nr. L 94 vom 21. 4. 1972, S. 1).

⁽³⁾ Festsetzung pro 1 % Saccharosegehalt.

II

(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 14. November 1995

über die Vereinbarkeit eines Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt
und der Funktionsweise des EWR-Abkommens

(Sache Nr. IV/M. 603 — Crown Cork & Seal/CarnaudMetalbox)

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(Text von Bedeutung für den EWR)

(96/222/EG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN
GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen
Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates
vom 21. Dezember 1989 über die Kontrolle von Unter-
nehmenszusammenschlüssen⁽¹⁾, insbesondere auf Artikel
8 Absatz 2,

gestützt auf das EWR-Abkommen, insbesondere auf
Artikel 57 Absatz 1,

im Hinblick auf die Entscheidung der Kommission vom
25. Juli 1995 zur Einleitung des Verfahrens in diesem
Fall,

nachdem den beteiligten Unternehmen Gelegenheit
gegeben worden ist, sich zu den Beschwerdepunkten der
Kommission zu äußern,

im Hinblick auf die Stellungnahme des Beratenden
Ausschusses für die Kontrolle von Unternehmenszusam-
menschlüssen⁽²⁾,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Crown Cork & Seal Company, Inc., meldete am 23. Juni
1995 bei der Kommission ein Zusammenschlußvorhaben

an, mit dem dieses Unternehmen die alleinige Kontrolle
über CarnaudMetalbox S.A. zu erwerben beabsichtigt. Die
Kommission erließ am 25. Juli 1995 eine Entscheidung
nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c) der Verordnung
(EWG) Nr. 4064/89.

I. DIE PARTEIEN

(1) Crown Cork & Seal Company, Inc., (Crown), eine
US-Gesellschaft, ist ein multinationaler Hersteller
von Metall- und Kunststoffverpackungen
einschließlich Dosen, Flaschen, Kronenkorken und
(Metall- und Kunststoff-) Verschlüssen, sowie von
Maschinen für die Abfüllung, Verpackung und
Handhabung.

(2) CarnaudMetalbox S.A. (CMB), eine französische
Gesellschaft, ist einer der größten Verpackungsher-
steller der Welt. Dieser führende Hersteller von
Konservendosen in Europa hat sich auf Metall- und
Kunststoffverpackungen spezialisiert.

II. DAS VORHABEN

(3) Die angemeldete Vereinbarung wurde von Crown
und Compagnie Générale d'Industrie et de Participa-
tions (CGIP) geschlossen, die zu 32 % CMB
kontrolliert und aufgrund doppelter Stimmrechte
bei einigen Aktien gegenwärtig über 45 % sämt-
licher Stimmrechte verfügt. Im Rahmen dieser

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 395 vom 30. 12. 1989, S. 1 (Berichtigung: ABl. Nr.
L 257 vom 21. 9. 1990, S. 13).

⁽²⁾ ABl. Nr. C 86 vom 23. 3. 1996, S. 3.

Vereinbarung verpflichtet sich Crown, mindestens 51 % der CMB-Stimmrechte zu erwerben, und verpflichtet sich CGIP, seine beherrschende 32 %-Beteiligung an Crown zu verkaufen.

- (4) Die Vereinbarung wird im Rahmen eines öffentlichen Aktien-Austauschangebots (Offre Publique d'Echange — OPE) durchgeführt, das Crown in bezug auf sämtliche Stammaktien von CMB abgeben wird, sobald dies vernünftigerweise durchführbar ist.
- (5) Das Angebot wird allen CMB-Aktionären zu denselben Bedingungen gemacht. Alle Aktionäre mit Ausnahme von CGIP (das sich unwiderruflich zur Übernahme von Aktien verpflichtet hat) werden die Wahl haben, ob sie ihre CMB-Aktien gegen Crown-Aktien tauschen oder dafür Bargeld annehmen.

III. DER ZUSAMMENSCHLUSS

- (6) CGIP hat stets die Mehrheit der Stimmen bei den Hauptversammlungen von CMB gehalten. Obwohl die doppelten Stimmrechte von CGIP nicht auf Crown übertragen werden, wird Crown dennoch eine Kontrollbeteiligung halten: Wenn man die doppelten Stimmrechte nicht berücksichtigt, alle anderen Faktoren aber konstant bleiben, so wären auf CGIP bei der Hauptversammlung im Jahr 1993 [...] ⁽¹⁾ der Stimmen entfallen (mit den doppelten Stimmrechten übte CGIP sein Stimmrecht auf der Hauptversammlung im Jahr 1994 für [...] ⁽²⁾ und [...] ⁽³⁾ der Aktien aus) (die doppelten Stimmrechte ergaben für CGIP einen Anteil von [...] ⁽⁴⁾). Durch den Erwerb der Beteiligung von CGIP wird Crown somit CMB allein kontrollieren.
- (7) Der Erwerb der alleinigen Kontrolle über CMB durch Crown stellt einen Zusammenschluß im Sinne des Artikels 3 Absatz 1 Buchstabe b) der Fusionskontrollverordnung dar.

IV. GEMEINSCHAFTSWEITE / EWR-BEDEUTUNG

- (8) Die beteiligten Unternehmen erzielen zusammen einen weltweiten Gesamtumsatz von über 5 Mrd. ECU (Umsatz von Crown 1994: 3,743 Mrd. ECU; Umsatz von CMB 1994: 3,781 Mrd. ECU). Jedes Unternehmen erzielt einen gemeinschaftsweiten Gesamtumsatz von mehr als 250 Mio. ECU (Crown: 465 Mio. ECU; CMB: 2,954 Mrd. ECU), und keines der am Zusammenschluß beteiligten Unternehmen erzielt jeweils mehr als zwei Drittel seines gemeinschaftsweiten Gesamtumsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat. Das angemeldete Vorhaben hat demnach gemeinschaftsweite Bedeu-

tung und ist ein Kooperationsfall aufgrund des EWR-Abkommens.

V. VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT

DIE BETROFFENEN MÄRKTE

Die sachlich relevanten Märkte

- (9) Beide Unternehmen sind in der Verpackungsindustrie tätig. Die europäische Verpackungsindustrie umfaßt Verpackungserzeugnisse aus Metall (Weißblech und Aluminium), Kunststoff, Glas und Papier.
- (10) Nach Auffassung der Kommission stellt diese Industrie nicht einen einzigen, sondern mehrere Märkte dar. Diese Feststellung stützt sich auf die Unterschiede im Bereich des Verpackungsmaterials und hinsichtlich des Verwendungszwecks des Verpackungsprodukts. Für die Zwecke dieser Entscheidung brauchen nur die vom angemeldeten Vorhaben betroffenen Produktmärkte untersucht zu werden, nämlich die Märkte für Weißblechaerosoldosen, Konservendosen, Getränkedosenverschlüsse und Getränkeflaschenverschlüsse.

A. Weißblechaerosoldosen

- (11) Aerosoldosen dienen speziellen Verpackungszwecken für eine Vielzahl von Erzeugnissen, einschließlich Gesundheits- und Schönheitspflegemittel, Lebensmittel (z. B. Schlagsahne), Reinigungsmittel und Haushaltserzeugnisse sowie Produkte für die Pharma- und die Kraftfahrzeugindustrie. Aerosoldosen können aus Weißblech oder Aluminium hergestellt werden.

Die Parteien bringen in ihrer Anmeldung vor, daß Weißblech- und Aluminiumaerosoldosen auf demselben Markt miteinander konkurrieren. Außerdem meinen sie, daß der Markt für Aerosolverpackungen andere Behältnisse als Dosen umfassen könnte.

Die Kommission ist anhand ihrer Untersuchungsergebnisse zu dem Schluß gelangt, daß es einen gesonderten sachlich relevanten Markt für Weißblechaerosoldosen gibt, dem aus den nachstehenden Gründen weder alternative Verpackungsprodukte noch Aluminiumaerosoldosen angehören.

1. Alternative Verpackungsprodukte gehören nicht zu demselben Markt wie Metallaerosoldosen

- (12) Einige der von der Kommission im Laufe ihrer Untersuchung befragten Aerosoldosenabnehmer (Abfüllbetriebe) erklärten, daß die Kontroverse über die Verwendung von FCKW zu Versuchen mit anderen Erzeugnissen wie Zerstäubern und PET-Aerosolverpackungen geführt hat. Da aber Freon durch andere umweltfreundliche Treibgase ersetzt wurde, sind diese Versuche in den meisten Fällen aufgegeben worden. Einige alternative Zerstäuber

⁽¹⁾ Zahlenangabe getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Zahlenangabe getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽³⁾ Zahlenangabe getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁴⁾ Zahlenangabe getilgt: Geschäftsgeheimnis.

sind auf dem Markt geblieben, ohne sich jedoch wirklich durchzusetzen. Ihr von jeher geringer Marktanteil hat sogar im Laufe der Jahre noch abgenommen. Nach Angaben der Aerosoldosenabnehmer ist dieser Mißerfolg vor allem auf technische Unzulänglichkeiten (mangelhafte Feinzerstäubung, Gefahr der Tropfenbildung und hieraus resultierende Flecken, unzureichende Sprühfläche) und auf eine beschränkte Akzeptanz beim Endabnehmer zurückzuführen. Im übrigen kann der Zerstäuber die Aerosoldose in bestimmten Anwendungsbereichen (z. B. Schlag-sahne) nicht ersetzen. Kein Abnehmer oder Wettbewerber hat daher erklärt, daß Zerstäuber mit Aerosoldosen konkurrieren.

2. Ein getrennter Markt für Weißblechaerosoldosen

- (13) Die überwiegende Mehrheit der von der Kommission befragten Aerosoldosenbenutzer hält Aluminium- und Weißblechaerosoldosen für zwei getrennte Märkte. Die Kommission teilt diese Auffassung aufgrund ihrer Untersuchung und der Analyse der von den Parteien vorgelegten Fakten und Daten aus folgenden Gründen:

- Bisher haben mehrere strukturelle Faktoren Weißblechaerosoldosenbenutzer veranlaßt, nicht auf Aluminiumaerosoldosen umzustellen oder dies zu erwägen, unabhängig von den Preisen für die beiden Erzeugnisse in der Vergangenheit.
- Weißblechaerosoldosenbenutzer denken in absehbarer Zukunft nicht an eine Umstellung auf Aluminiumdosen, auch wenn der Preis für Weißblechdosen erheblich steigen würde.

- a) Mehrere strukturelle Faktoren haben Weißblechaerosoldosenbenutzer veranlaßt, nicht auf Aluminiumaerosoldosen umzustellen

- (14) Den im Laufe der Untersuchung gesammelten Information zufolge hat bisher kein Weißblechaerosoldosenbenutzer auf Aluminiumdosen umgestellt. Hierfür wurden die nachstehend untersuchten Faktoren genannt.

- (15) Weißblechaerosoldosen sind nicht so teuer wie Aluminiumaerosoldosen. Je nach Produktart, Bedruckung, Produktionslosgröße und Dosengröße können sich die Preisunterschiede zwischen 5 % und 200 % bewegen. Je größer der Dosendurchmesser ist, desto größer wird der Preisaufschlag für Aluminiumdosen (mit Ausnahme kleiner Durchmesser von weniger als 45 mm, die aus technischen Gründen nur aus Aluminium hergestellt werden). In Anwendungsbereichen, in denen sowohl Weißblech- als auch Aluminiumdosen verwendet

werden können, wird auch bei kleineren Größen von 45 bis 49 mm ein erheblicher Preisaufschlag verlangt (nach Angaben eines Großabnehmers beträgt der Preisaufschlag in diesem Marktsegment rund 25 %).

Diese Angaben zu den Preisunterschieden stimmen mit den Feststellungen der meisten Abnehmer (vor allem der größten) überein, wonach der durchschnittliche Preisunterschied zwischen den beiden Dosenarten gegenwärtig zwischen 20 und 30 % beträgt, nachdem er mehrere Jahre rund 20 % betrug.

- (16) Die Preisunterschiede sind nur zum Teil auf unterschiedliche Rohstoffkosten zurückzuführen.

Aluminiumdosenhersteller erklärten, daß die Unterschiede bei den Rohstoffkosten — für Dosen von ähnlicher Größe — rund 30 % (Weißblech ist um 30 % billiger) betragen, wobei der Preis des Rohstoffs mindestens 30 % der Gesamtkosten einer bedruckten Aluminiumdose ausmacht.

Außerdem ist die Herstellung von Aluminiumdosen kapitalintensiver als die von Weißblechdosen, erfordert eine längere Produktionslosgröße und ermöglicht folglich größere Skalenerträge. Da sich Aluminiumdosenhersteller in gewissem Maße auf kosmetische Mittel spezialisiert haben, sind sie mit einer anderen Produktpalette als Weißblechdosenhersteller konfrontiert. Aluminiumdosenhersteller arbeiten deshalb im allgemeinen mit kürzeren Produktionslosgrößen je Anwendungsbe-reich, was zu einem Anstieg des durchschnittlichen Preisunterschieds zwischen beiden Erzeugnissen beiträgt.

Schließlich sind die Kosten für die Verwertung von Aluminium höher als die für die Verwertung von Weißblech. Die für die Verwertung von Weißblech in Deutschland gezahlte Gebühr macht z. B. nur rund 60 % der Gebühr für die Verwertung von Aluminium aus. Da die Verwertungskosten in zunehmendem Maße von den Abfüllbetrieben getragen werden müssen, trägt auch dieser Faktor zu einem Anstieg des Preisunterschieds zwischen Weißblech- und Aluminiumdosen bei.

- (17) Aluminiumdosen sind ein teureres Erzeugnis als Weißblechdosen. Allerdings werden sie von den Abnehmern als zweckmäßigere Verpackung für hochwertige Produkte angesehen. Aluminiumdosen sind leichter und lassen sich feiner bedrucken als Weißblechdosen. Außerdem werden sie in einem Block hergestellt. Aluminiumdosen haben an der Seite und am Boden keine Nähte wie dreiteilige Weißblechaerosoldosen. Diese Nähte können eine geringfügige Undichtigkeit und Korrosion zur Folge haben.

Aus dem unterschiedlichen Preis/Qualitäts-Verhältnis zwischen Weißblech- und Aluminiumdosen erklärt sich, warum jedes Erzeugnis seit jeher für unterschiedliche Verwendungszwecke bevorzugt wird. In privaten und industriellen Anwendungsbereichen, in denen der Preis ausschlaggebend ist, werden überwiegend Weißblechdosen verwendet (90 % aller Dosen, in die Haushalts- oder Industrieerzeugnisse abgefüllt werden, sind aus Weißblech). Schönheitspflegemittel hingegen, deren Aufmachung eine bedeutende Rolle spielt, werden überwiegend in Aluminiumdosen (60 bis 70 %) abgefüllt. Im höchsten Marktsegment (z. B. Arzneimittel und Parfums) werden in noch größerem Maßstab Aluminiumdosen (85 bzw. 95 %) verwendet.

(18) Aerosoldosenabnehmer können im Fall einer Umstellung von Aluminium- auf Weißblechdosen ihre Abfüllanlagen mit geringfügigen Anpassungen weiterverwenden.

(19) Einige Abnehmer wiesen darauf hin, daß eine Umstellung von Weißblech- auf Aluminiumdosen neben den Umstellungskosten (die angeblich rund 2 bis 3 % betragen) zusätzliche Anpassungen erfordern würden. Eine Umstellung würde auch eine Neugestaltung des Produktionsablaufs und eine Veränderung des Fördersystems bedingen (für Weißblechdosen werden kostensparende magnetische Fördermittel verwendet, während Aluminiumdosen ein völlig anderes Fördersystem benötigen). Die Umstellung würde ein bis zwei Jahre dauern und damit eine bedeutende mittelfristige strategische Entscheidung erfordern.

b) Keine Substituierbarkeit zwischen Weißblech- und Aluminiumdosen

(20) Diese Faktoren erklären, warum nach den Angaben eines Aluminiumdosenherstellers Preisschwankungen bei Aluminiumdosen (Aluminium unterliegt im Gegensatz zu Weißblech häufigen großen Preisschwankungen) in der Vergangenheit keinen Weißblechdosenabnehmer dazu bewegt haben, auf Aluminiumdosen umzustellen.

Dies läßt auf eine langfristig geringe Kreuzpreiselastizität zwischen beiden Produkten schließen, wie die Ergebnisse der von der Kommission bei den Abnehmern durchgeführten Umfrage und die Auswertung der von den Parteien übermittelten Daten und früherer Antworten aus diesem Wirtschaftszweig bestätigen.

(21) Praktisch alle Abnehmer erklärten, daß sie (unabhängig von den Preisschwankungen bei Aluminiumaerosoldosen) bisher nie von Weißblech- auf Aluminiumaerosoldosen umgestellt haben und eine solche Umstellung auch in absehbarer Zukunft nicht in Betracht ziehen würden, es sei denn, der Preis für Weißblechaerosoldosen würde ganz erheblich steigen (siehe nachstehende Ausführungen).

Außerdem erklärten die meisten Abnehmer, daß sie aus den in Buchstabe a) genannten Gründen

Aluminiumdosen nur dort verwenden, wo dies aus technischen Gründen oder wegen der ablehnenden Haltung der Verbraucher gegenüber Weißblechdosen in einem bestimmten Anwendungsbereich erforderlich ist. Mehrere Verbesserungen der Weißblechqualität (mit dem Ergebnis eines rostbeständigeren Erzeugnisses mit unauffälligeren Nähten) haben in den letzten Jahren hingegen zu einer einseitigen Substitution von Aluminium- durch Weißblechdosen geführt.

(22) Abnehmer, die gegenwärtig Weißblechdosen verwenden, erklärten, daß sie nur auf Aluminiumdosen umstellen würden, wenn der Preisunterschied zwischen Aluminium- und Weißblechaerosoldosen null oder fast null betragen würde. Sie wiesen außerdem darauf hin, daß bei gleichem Preis für Aluminium- und Weißblechdosen die Kosten für eine Weißblechdose wegen der geringeren Verwertungskosten im Endergebnis immer noch niedriger wären. So erklärten einige Abnehmer der Kommission, daß für sie ein Anreiz zur Umstellung auf (oder Rückkehr zu) Aluminiumdosen erst gegeben wäre, wenn der Preis für Aluminiumdosen wegen der Verwertungskosten unter dem Preis für Weißblechdosen läge (ein Abnehmer sprach von 15 %).

Angestammte Weißblechdosenabnehmer und Abnehmer, die erst kürzlich von Aluminium- auf Weißblechdosen umgestellt haben, erklärten daher, daß sie nur bei einem bedeutenden Anstieg des Preises für Weißblechdosen auf Aluminiumdosen umstellen (bzw. zu ihnen zurückkehren) würden. Je nach der Anzahl der von ihnen verwendeten Dosengrößen würden sie eine Umstellung nur bei einem Anstieg des Weißblechdosenpreises von 15 % (in den Antworten auf die Umfrage genannte niedrigste Zahl) bis 100 % (in den Antworten genannte höchste Zahl), d. h. von durchschnittlich 43 %, in Erwägung ziehen.

Die Ergebnisse der von der Kommission bei den Abnehmern durchgeführten Umfrage deuten auf eine langfristig niedrige Kreuzpreiselastizität zwischen Aluminium- und Weißblechaerosoldosen hin.

(23) Eine Analyse der von den Parteien vorgelegten Daten weist ebenfalls auf eine geringe Kreuzpreiselastizität hin.

Die Parteien machten Angaben zum Jahresverbrauch von Aluminium- und Weißblechaerosoldosen seit 1986 und zur jährlichen Preisentwicklung seit 1987 in Italien. Diese Angaben lassen weder parallele Preisentwicklungen bei beiden Erzeugnissen noch eine erhebliche Zunahme (bzw. Abnahme) der Nachfrage nach einem der beiden Erzeugnisse infolge einer Preiserhöhung (bzw. eines Preisrückgangs) bei dem jeweils anderen Erzeugnis erkennen. Obwohl diese Daten lediglich Italien betreffen, sahen die Parteien keinen Grund, warum sich die Elastizitäten in Italien von denen im übrigen Europa unterscheiden sollten, wobei sowohl die Parteien als auch die Kommission den Markt als europäischen Markt ansehen.

- (24) Eine Untersuchung früherer Marktreaktionen weist ebenfalls auf eine geringe Kreuzpreiselastizität hin.

Nach Auffassung der Parteien, die sich lediglich auf Marktreaktionen in Italien stützen, sollte der Produktmarkt Weißblech- und Aluminiumerzeugnisse umfassen. Ihren Angaben zufolge führte in Italien ein Anstieg des Aluminiumaerosoldosenpreises um 35 % im Jahr 1988 zu einem Nachfrageeinbruch von 144,5 auf 62,3 Mio. t (Rückgang von 82,2 Mio. t) zwischen 1987 und 1989. In der Zwischenzeit stieg der Weißblechdosenverbrauch aber lediglich um 5,5 Mio. t (von 58,4 auf 63,9 Mio. t). Dies ist für die Kommission kein überzeugendes Beispiel, da es lediglich aussagt, ob und unter welchen Bedingungen die Abnehmer Aluminiumdosen durch Weißblechdosen ersetzen. An dem Zusammenschluß sind aber nur zwei Weißblechdosenhersteller beteiligt. Daher wäre nur die Entwicklung der Nachfrage nach Aluminiumaerosoldosen im Anschluß an einen Anstieg der Weißblechaerosoldosenpreise ein aussagekräftiger Indikator für die in diesem Fall vorzunehmende Marktdefinition gewesen. Doch selbst wenn das Beispiel der Parteien aussagekräftig wäre, so würde es ebenfalls zu dem Ergebnis führen, daß die Kreuzpreiselastizität zwischen Weißblech und Aluminium gering ist. Den Zahlenangaben der Parteien zufolge müssen nämlich nur sehr wenige Abnehmer, die keine Aluminiumdosen mehr verwendet haben (rund 6 %), auf Weißblechdosen umgestellt haben (was eine sehr geringe Kreuzpreiselastizität von 0,16 ergibt).

c) Schlußfolgerung

- (25) Hieraus kann geschlossen werden, daß bisher keine Substitution von Weißblech- durch Aluminiumaerosoldosen stattgefunden hat, und in Zukunft im Fall eines geringen, aber spürbaren Preisanstiegs von (z. B. 5 %) bei Weißblechaerosoldosen auch nicht mit einer solchen Substitution zu rechnen wäre. Die Untersuchung früherer Marktdaten und der Ergebnisse der Marktumfrage der Kommission hat gezeigt, daß nur ein wesentlich größerer Preisanstieg bei Weißblechaerosoldosen (siehe oben) die Abnehmer veranlassen könnte, auf Aluminiumaerosoldosen umzustellen.
- (26) Die Kommission kann daher die Auffassung der Parteien, daß es nur einen einzigen, sowohl Weißblech- als auch Aluminiumaerosoldosen umfassenden Aerosoldosenmarkt gibt, nicht teilen. Sowohl auf der Nachfrage- als auch auf der Angebotsseite gibt es Nachweise dafür, daß zwischen Weißblech- und Aluminiumdosen kein direkter Wettbewerb besteht. Die Kommission schließt hieraus, daß der Markt für Weißblechaerosoldosen einen getrennten Produktmarkt darstellt.

B. Konservendosen

- (27) Die Kommission stimmt der Marktdefinition der Parteien eines sachlich relevanten Marktes für Konservendosen zu.

- (28) Was die Substitution von Konservendosen durch Kunststoff- und Glasbehältnisse betrifft, so rechnen weder die Parteien noch Dritte mit einer größeren Umstellung von Konservendosen auf andere Verpackungsarten, unbeschadet der Tatsache, daß die Endverbraucher von einem Mitgliedstaat zum anderen unterschiedliche Verpackungen und in einigen Mitgliedstaaten für bestimmte Erzeugnisse fast ausschließlich eine einzige Verpackungsart bevorzugen.

- (29) Konservendosen können aus drei oder aus zwei Teilen bestehen. Die meisten Konservendosen werden aus Weißblech hergestellt. Aluminiumkonservendosen stellen nur eine Nische auf dem sachlich relevanten Markt dar. Die dreiteilige (oben offene) Konservendose besteht aus einer geschweißten Weißblechwand und getrennten Weißblechböden. Zweiteilige Konservendosen mit einem voll integrierten Boden werden aus Weißblech oder Aluminium hergestellt. Bei beiden Arten von Konservendosen wird der Deckel vom Hersteller geliefert und vom Abfüllbetrieb aufgesetzt. Nur bei dreiteiligen Konservendosen kommt es zu Überschneidungen zwischen den Parteien.

- (30) Drei- und zweiteilige Konservendosen konkurrieren aus folgenden Gründen auf demselben Markt miteinander:

- Auf der Nachfrageseite besteht eine erhebliche Substituierbarkeit zwischen drei- und zweiteiligen Konservendosen, da diese für die meisten Verwendungszwecke austauschbar sind. Ein Abfüllbetrieb müßte seine Abfüllstraße nur einmal geringfügig anpassen, wollte er zwischen beiden Dosenarten wechseln. Hiervon ausgenommen sind bestimmte Früchte, die nicht in zweiteiligen Dosen verpackt werden können, und manche Fischerzeugnisse, die nur in zweiteiligen Dosen abgepackt werden. Außerdem können zweiteilige Dosen nur bis zu einer Größe von 500 ml hergestellt werden.
- Die Kreuzpreiselastizität ist offenbar hoch. Fast alle Konservendosenhersteller und die meisten Abnehmer erklärten, daß es nur geringer Preiserhöhungen bei einem Erzeugnis bedürfe, damit die Abnehmer von dreiteiligen auf zweiteilige Konservendosen und umgekehrt umsteigen.

C. Getränkedosenverschlüsse

- (31) Getränkedosenverschlüsse stellen die Oberseite einer Getränkedose dar. Während die eigentliche Dose aus Blech oder Aluminium hergestellt wird, besteht der Verschuß generell aus Aluminium. Die meisten Verschlüsse (über 90 %) werden von den Dosenproduzenten hergestellt und zusammen mit der Dose und nicht getrennt verkauft. Nach

Angaben der Parteien und Dritten gibt es für die Nachfrageseite keine Ersatzprodukte und können die Produktionsanlagen zur Herstellung von Dosenverschlüssen nicht für andere Zwecke verwendet werden. Dosenverschlüsse können folglich als getrennter Produktmarkt angesehen werden.

D. Getränkeflaschenverschlüsse

- (32) Beide Parteien stellen folgende drei Arten von Getränkeflaschenverschlüssen her: 1. Kronenkorken, 2. Plastikschraubverschlüsse und 3. Aluminiumflaschenverschlüsse. Auf der Nachfrageseite bestimmt die Flaschenform die Art des Verschlusses. Die Wahl eines anderen Verschlusses würde die Wahl einer anderen Flaschenform und Änderungen der Abfüllstraße voraussetzen, was eine niedrige kurzfristige Kreuzpreiselastizität zur Folge hätte. Auf der Angebotsseite sind verschiedene Produktionstechniken und -anlagen für die Herstellung der verschiedenen Verschlussarten notwendig. Daher wäre eine kurzfristige Umstellung der Produktion auf ein anderes Erzeugnis ohne zusätzliche Investitionen nicht möglich.

1. Kronenkorken

- (33) Unter Kronenkorken versteht man die gewellten, gewöhnlich aus Schwarzblech (in einigen Anwendungsbereichen auch aus Weißblech) hergestellten „Kapseln“ mit einer Kunststoff- oder Korkeinlage. Sie werden überwiegend als Verschlüsse für Bierflaschen (rund 90 % aller Anwendungen) und für Flaschen mit kohlenstoffhaltigen Getränken verwendet. Kronenkorken werden nur auf Glasflaschen mit einem besonders glatten Flaschenhals verwendet.

Diese Glasflaschen sind für einen wesentlichen Teil des Marktes Pfandflaschen, und die Abfüllbetriebe müssen für ihren Produktionszyklus über einen beachtlichen Flaschenvorrat verfügen. Eine Änderung des Verschlusses würde daher nicht nur Investitionen in eine neue Flaschenreform nach sich ziehen, sondern auch Kosten in Verbindung mit dem veralteten Flaschenvorrat verursachen. Bei kohlenstoffhaltigen Getränken, die in Glasflaschen mit glattem Hals abgefüllt werden, gibt es für Kronenkorken praktisch keine Ersatzprodukte. Diese Faktoren tragen zu einer geringen Kreuzpreiselastizität bei. Kronenkorken stellen folglich einen getrennten sachlich relevanten Markt dar.

2. Aluminium- und Plastikschraubverschlüsse für Getränkeflaschen

- (34) Kunststoffverschlüsse werden auf Glas- und (PET)-Kunststoffflaschen für Getränke mit und ohne

Kohlensäure verwendet. Diese Verschlüsse fallen je nach Flaschenform und Flascheninhalt unterschiedlich aus (ein- und zweiteilige Verschlüsse). Der Verschluss hängt weitgehend von der Flaschenwahl des Abnehmers ab. Er wird auf die gewählte Flaschenart abgestellt.

Die Produktionsanlagen für Kunststoffverschlüsse können für die Herstellung verschiedener Arten von Plastikschraubverschlüssen, nicht aber für andere Verschlussarten wie Aluminiumkapseln eingesetzt werden.

- (35) Aluminiumflaschenverschlüsse sind Gewindekapseln für den Verschluss von Glas- und Kunststoffflaschen, die alkoholische Getränke oder Limonaden enthalten. Die Produktionsanlagen unterscheiden sich geringfügig nach Größe und Art der Aluminiumkapsel. Die Grundausstattung für die Produktion sämtlicher Aluminiumverschlüsse ist jedoch dieselbe. Die Produktion beginnt mit der Beschichtung und Bedruckung des Aluminiumblechs, das anschließend in Tafeln zerschnitten wird, aus denen die Kapseln gepreßt werden.

- (36) Aluminiumkapseln und Plastikschraubverschlüsse erfüllen zwar denselben Verschlusszweck, doch weisen mehrere Faktoren darauf hin, daß diese Produkte unterschiedlichen Märkten angehören: a) Es werden unterschiedliche Produktionsanlagen und -techniken verwendet, b) trotz des Preisvorteils von Aluminium gegenüber Kunststoff (die Kosten für Aluminium sind rund 10 % niedriger) bevorzugen die Abnehmer (Abfüllbetriebe) Kunststoff und sind bereit, den Aufschlag zu bezahlen, um Klagen von Kunden zu vermeiden, die sich an scharfen Aluminiumkanten verletzt haben, und c) aus traditionellen und vermarktungstechnischen Gründen werden zumindest in einem Segment des Getränkemarktes, nämlich bei alkoholischen Getränken, fast ausschließlich Aluminiumkapseln verwendet.

Da jedoch selbst bei zwei getrennten Märkten für Aluminium- und Plastikschraubverschlüsse das Vorhaben nicht zur Begründung bzw. Stärkung einer beherrschenden Stellung führen würde, kann die Frage, ob beide Arten von Verschlüssen ein und demselben Markt angehören, offenbleiben.

Räumlich relevante Märkte

A. Weißblechaerosoldosen

- (37) Die Parteien bringen in ihrer Anmeldung vor, daß der räumlich relevante Markt für die Beurteilung des Zusammenschlusses „mindestens die gesamte Gemeinschaft“ sei. Die Kommission vertritt aus den nachstehenden Gründen die Auffassung, daß der räumlich relevante Markt der gesamte EWR ist.

- (38) Weder die Parteien noch die befragten Wettbewerber oder Abnehmer wiesen auf erhebliche Einfuhren in den EWR hin. Nur ein Abnehmer berichtete von sehr geringen Einfuhren aus der Tschechischen Republik. Ein größerer Abnehmer berichtete von erfolglosen Versuchen, Erzeugnisse aus Osteuropa zu beziehen, wo er mit komplexen Logistikproblemen, ungenügender Flexibilität bei der Abgabe und Annahme von Bestellungen, mangelnder Qualität und Schwierigkeiten bei der Erfüllung technischer Spezifikationen konfrontiert wurde. Die von der Kommission befragten Wettbewerber konnten praktisch keine Ausfuhren von Weißblechaerosoldosen aus dem EWR vorweisen, während Aluminiumaerosoldosen mit kleinem Durchmesser in erheblichem Umfang regelmäßig aus dem EWR ausgeführt werden.
- (39) Mehrere Abnehmer waren der Auffassung, daß die Liefernähe des Anbieters einen wichtigen qualitativen Wettbewerbsvorteil darstelle, insbesondere hinsichtlich Beförderungskosten, Lieferzeit, der technischen Überwachung der Bedruckung durch die Abnehmer, der häufigen und rechtzeitigen Lieferungen und anderer logistischer Erwägungen. Trotz der Bedeutung dieser Faktoren hielten jedoch die meisten Wettbewerber und Abnehmer, einschließlich der vorerwähnten, die Liefernähe zum Anbieter nicht für ausreichend, um räumliche Märkte eng zu definieren. Für sie handelt es sich um einen europaweiten Markt. Die Analyse der von den Parteien und den Wettbewerbern vorgenommenen Lieferungen hat gezeigt, daß alle Unternehmen mehrere Mitgliedstaaten beliefern (in einigen Fällen bis zu zehn Mitgliedstaaten von einem Betrieb aus). Nach den Angaben der Parteien würde eine Preiserhöhung von 5 % die durchschnittliche Transportreichweite auf 1 000 km erweitern.
- (40) Vor diesem Hintergrund gelangt die Kommission zu dem Schluß, daß für die Würdigung der Auswirkung des Zusammenschlusses auf den Weißblechaerosoldosenmarkt der gesamte EWR der räumlich relevante Markt ist.

B. Konservendosen

- (41) Die Parteien haben in ihrer Anmeldung vorgebracht, daß der räumlich relevante Markt für Konservendosen die gesamte Gemeinschaft sei. Diese Beurteilung entspricht nicht der Auffassung der meisten Wettbewerber, für die die Konservendosenmärkte nationale Märkte sind. Die Antworten der Abnehmer waren weniger übereinstimmend; Obwohl zahlreiche Abnehmer den Konservendosenmarkt als einen europäischen Markt betrachten, erklärte eine beträchtliche Anzahl von ihnen, daß es sich um nationale Märkte handele oder daß ein lokaler Wettbewerb bestehe. Die Feststellung, daß

es nationale und regionale, über die nationalen Grenzen hinausgehende Märkte gibt, entspricht eher den von den meisten Abnehmern unterbreiteten und im weiteren Verlauf beschriebenen Daten und Fakten zu Absatz und Beförderung.

Die Kommission vertritt aufgrund ihrer Untersuchungsergebnisse die Auffassung, daß der räumlich relevante Markt nicht der europäische Markt ist. Diese Würdigung beruht auf der Auswertung aller eingegangenen Informationen, einschließlich der Berücksichtigung hoher Beförderungskosten für Konservendosen, erheblicher Preisunterschiede zwischen verschiedenen Mitgliedstaaten, unterschiedlicher Dosennormen und der notwendigen Standortnähe zum Abnehmer. All diese Faktoren weisen auf das Bestehen nationaler oder, in einigen Fällen, grenzüberschreitender regionaler Märkte hin, die nachstehend erörtert werden.

1. Beförderungskosten

- (42) Konservendosen sind sperriger als Aerosoldosen und ihre Beförderungskosten stellen einen höheren Prozentsatz des Gesamtwerts dar. Bei ihnen ist deshalb die Beförderungreichweite kürzer als bei Aerosoldosen. Für die Parteien liegt die wirtschaftlich vertretbare Lieferentfernung gegenwärtig bei unter 500 km. Für die meisten Wettbewerber beträgt diese Entfernung rund 300 km. Einige südeuropäische Konservendosenhersteller in Ländern, deren Währung abgewertet wurde, liefern nach bis 800 km entfernten Orten. Bei einem gedachten Preisanstieg von 5 % würde sich die Beförderungreichweite allein aufgrund der Beförderungskosten auf höchstens 700 km (für die meisten Dosengrößen) bzw. 1 000 km (nur kleine Dosen) erhöhen.

2. Notwendige Standortnähe zum Abnehmer

- (43) Die Standortnähe zum Abnehmer ist eine eindeutige Notwendigkeit. Die in Konservendosen gelangenden Waren sind leicht verderblich und müssen oft sofort nach der Ernte abgepackt werden. Die Abnehmer verlangen daher pünktliche Lieferung und absolute Zuverlässigkeit.

Dieses Erfordernis wird durch die Einführung der zeitgerechten Herstellung in der Nahrungsmittelindustrie, für die aus logistischen Gründen mehrere tägliche Konservendosenlieferungen in bestimmten Zeitabständen erforderlich sind, noch verstärkt. Einige Abnehmer erklärten daher, daß sie einen Anbieter, der sich nicht in der Nähe ihrer Abfüllbetriebe befindet, nicht für zuverlässig halten würden (genannt werden Entfernungen von 50 km für größere Dosen bis 300 km für kleinere Dosen).

Außerdem verlangen die Abnehmer von ihren Dosenanbietern einen schnellen und rechtzeitigen Kundendienst. In der Hochsaison verursachen bereits wenige Stunden Produktionsleerlauf sehr

hohe Kosten, weil die Gefahr besteht, daß die Lebensmittel verderben. Ein Dosenanbieter muß daher in der Lage sein, innerhalb weniger Stunden Kundendienstwünsche zu erfüllen.

Für Anbieter, die sich nicht in der Nähe des Abnehmers befinden, wären wegen des enormen täglichen Dosenbedarfs zusätzliche Lager und Serviceeinrichtungen notwendig, deren Kosten zu den Transportkosten hinzukommen würden. Für einen Dosenhersteller wären somit Lieferungen in ein von seinem Betrieb entferntes Gebiet nur im Rahmen einer langfristigen Abnahmezusage für große Mengen rentabel, die ihn in die Lage versetzen würde, die erforderlichen Serviceeinrichtungen aufzubauen.

Diese Notwendigkeit der Liefernähe spiegelt sich in der gegenwärtigen Verteilung der Betriebe über den gesamten EWR wider. Konservendosen werden im EWR von über 40 Betrieben hergestellt, wobei die meisten Mitgliedstaaten über mehr als einen Betrieb verfügen.

3. Unterschiedliche Dosennormen

- (44) Ein weiteres Hindernis bei der Europäisierung des Marktes sind die in den einzelnen Ländern bestehenden unterschiedlichen Normen in bezug auf die Dosengröße, durch die grenzüberschreitende Verkäufe behindert werden. Diese Beschränkungen könnten jedoch überwunden werden, indem Großabnehmer die Hersteller in einem Nachbarland veranlassen könnten, eine Fertigungsstraße entsprechend den Normen des Abnehmers zu ändern.

4. Bedeutende Preisunterschiede zwischen den Mitgliedstaaten

- (45) Ein weiterer Anhaltspunkt gegen einen europäischen Markt sind die bedeutenden, anhaltenden Preisunterschiede zwischen den verschiedenen Mitgliedstaaten. Konservendosen sind in Spanien und Italien am billigsten, während der Preis für eine vergleichbare Dose in Deutschland und Österreich bis zu 30 % höher sein kann.

5. Schlußfolgerung

- (46) Unter Berücksichtigung der vorerwähnten Faktoren kann die Kommission der Behauptung der Parteien, daß für die Beurteilung des Zusammenschlußvorhabens der europäische Markt der räumlich relevante Markt für Konservendosen sei, nicht zustimmen. Es gibt gute Gründe für die Annahme, daß es sich im allgemeinen um nationale oder um grenzüberschreitende regionale Märkte handelt. Die Auswertung der tatsächlichen Transportentfernungen und die bei der Kommission eingegangenen Antworten ergeben folgende über die Grenzen einzelner Mitgliedstaaten hinausgehende regionale Märkte: Spanien und Portugal; das Vereinigte Königreich und Irland; Belgien, die Niederlande und Luxemburg.

- (47) In Spanien und Portugal bestehen mehr als 15 Konservendosenbetriebe, die von der räumlichen Entfernung her miteinander konkurrieren könnten. Nach den Lieferentfernungen und den Betriebsstandorten können spanische Hersteller den portugiesischen Markt beliefern und portugiesische Hersteller den spanischen Markt. Die Einfuhren auf diesem Markt sind unerheblich.

- (48) Was das Vereinigte Königreich und Irland betrifft, so gehört Crown der einzige Konservendosenbetrieb in Irland, während CMB im Vereinigten Königreich sechs Betriebe gehören. Die Einfuhren aus dem Vereinigten Königreich nach Irland sind jedoch umfangreich, und die größten britischen Wettbewerber haben erklärt, daß sie die beiden Mitgliedstaaten als einen einzigen Markt betrachten. Über 90 % der in diesem Markt nachgefragten Konservendosen werden dort auch hergestellt.

An diesem Sachverhalt würde sich gemäß der Untersuchung der Kommission im Fall eines geringen, aber spürbaren Preisanstieges kaum etwas ändern.

- (49) Belgien, die Niederlande und Luxemburg stellen ebenfalls einen einzigen räumlichen Markt mit häufigen Ausfuhren zwischen diesen Ländern dar. Die Parteien haben vorgebracht, daß bei einem regionalen Benelux-Markt die Wettbewerber in Deutschland und Frankreich berücksichtigt werden müßten.

Die von der Kommission durchgeführte Untersuchung hat ergeben, daß Unternehmen mit Betrieben in Nordfrankreich und Westdeutschland tatsächlich regelmäßig die Benelux-Länder beliefern. In weit geringerem Maße liefern Benelux-Hersteller in deutsche Nachbargebiete. Lieferungen nach Frankreich sind selten (93 % der in Frankreich verbrauchten Konservendosen werden im Lande hergestellt). Da selbst auf dem engsten räumlichen Markt (nämlich Benelux) das Vorhaben nicht zur Begründung oder Stärkung einer beherrschenden Stellung führen würde, kann die Frage, ob der räumlich relevante Markt einen Teil Nordfrankreichs und Westdeutschlands einbeziehen sollte, offenbleiben.

C. Getränkedosen- und Getränkeflaschenverschlüsse

- (50) Wegen ihrer hohen Verpackungsdichte ist bei Getränkedosenverschlüssen, Kronenkorken, Plastikschraubverschlüssen und Aluminiumflaschenverschlüssen der Anteil der Beförderungskosten am Wert dieser Erzeugnisse gering, weshalb sie überall in der Gemeinschaft zu wirtschaftlichen Preisen geliefert werden können. Crown liefert z. B. Getränkedosenverschlüsse von seinem Werk in Irland in die gesamte Gemeinschaft. Die Wettbewerber liefern ebenfalls Getränkedosenverschlüsse

überall in der EU und auch nach Osteuropa, in die Türkei und nach Nordafrika. Kronenkorken werden überall in der EU geliefert. Crown liefert Kronenkorken von Spanien nach Holland und von seinen Produktionsbetrieben in der Gemeinschaft nach dem Nahen Osten. Plastikschraubverschlüsse und Aluminiumflaschenverschlüsse werden ebenfalls überall in der Gemeinschaft geliefert.

Die Parteien und die Wettbewerber haben erklärt, daß sie Europa als den räumlich relevanten Markt betrachten. In Anbetracht der oben beschriebenen Lieferströme und der Einschätzung durch den Wirtschaftszweig ist der räumlich relevante Markt der EWR.

Wettbewerbliche Würdigung

A. Weißblechaerosoldosen

- (51) Die Mehrzahl der von der Kommission angesprochenen Abnehmer haben zu bedenken gegeben, daß der Zusammenschluß und die sich daraus ergebenden hohen Marktanteile der neuen Unternehmenseinheit den Wettbewerb auf dem Markt der Weißblechaerosoldosen behindern würden.
- (52) Auch die meisten Weißblechaerosoldosen-Hersteller haben Bedenken zu den möglichen wettbewerbswidrigen Auswirkungen des Vorhabens auf den Markt geäußert. Insbesondere würde der Zusammenschluß dem neuen Unternehmen die Möglichkeit geben, eine Reihe qualitativer Wettbewerbsvorteile zu nutzen, die es in Verbindung mit seinem großen Marktanteil in die Lage versetzen könnten, mit den Worten eines Wettbewerbers: „den Wettbewerb auszuschließen“.
- (53) Die Kommission kam aus folgenden Gründen zu der Schlußfolgerung, daß der Zusammenschluß eine beherrschende Stellung auf dem Markt der Weißblechaerosoldosen begründen würde:
1. *Erhebliche strukturelle Veränderungen auf dem Weißblechaerosoldosenmarkt infolge des Zusammenschlusses*
 - a) Marktanteile
- (54) Nach den Angaben von FEA, dem Europäischen Verband der Aerosolhersteller, belief sich der Gemeinschaftsmarkt für Aerosoldosen — Weißblech und Aluminium — im Jahr 1994 auf rund 3,3 Mrd. Einheiten. Diese Zahl stimmt mit der Angabe der Parteien von 3,45 Mrd. Einheiten für den EWR überein.

Nach den Schätzungen von Boxal und Cebal, den beiden größten Herstellern von Aluminiumaerosol-

dosen, entfallen auf Aluminiumdosen 1,2 bis 1,3 Mrd. Einheiten, was mit den Verkaufszahlen dieser beiden Unternehmen von zusammengenommen rund 1,1 Mrd. Einheiten im EWR in Einklang steht.

Demnach beläuft sich das Gesamtvolumen der Weißblechaerosoldosen im EWR auf 2,1 bis 2,25 Mrd. Einheiten.

- (55) Gestützt auf die höchsten der vorhandenen Zahlenangaben beliefen sich im Jahr 1994 die Anteile von CMB und Crown an den Verkäufen von Weißblechaerosoldosen im EWR auf [35—45 %] ⁽¹⁾ bzw. [20—30 %] ⁽²⁾. In demselben Jahr setzten CMB und Crown [...] bzw. [...] Einheiten ⁽³⁾ im EWR ab. Außerdem lieferte Crown an [...] ⁽⁴⁾ Mio. Einheiten im Rahmen einer [langfristigen] ⁽⁵⁾ Liefervereinbarung. (Crown hat eine Anlage zur Herstellung von Weißblech „Wand-an-Wand“ mit der Produktionsanlage von [...] ⁽⁶⁾ errichtet.) Mit einem Gesamtabsatz von rund [...] ⁽⁷⁾ Mio. Einheiten hatte die neue Unternehmenseinheit einen Anteil von [60—70 %] ⁽⁸⁾ am EWR-Markt für Weißblechaerosoldosen.
- (56) Der nächstgrößere Wettbewerber ist Schmalbach, eine Tochtergesellschaft des Viag-Konzerns mit einem Umsatz von rund 400 Mio. Einheiten und einem Marktanteil von 18 %. Die übrigen rund 20 % des Marktes verteilen sich auf kleine lokale Wettbewerber mit Marktanteilen von jeweils weniger als 5 %. Hierzu zählt Staehele, der drittgrößte Hersteller im EWR, mit einem Anteil von 4 bis 5 %. Alle übrigen Wettbewerber (einschließlich May Verpackung in Deutschland, Linpac im Vereinigten Königreich, Colep in Portugal und Grumetal in Spanien) haben Marktanteile von weniger als 3 %.
- (57) Wie sich aus dem nachstehenden Vergleich der Marktanteile bei Weißblechaerosoldosen vor und nach dem Erwerb ergibt, würden sich die Marktstellung des neuen Unternehmens und auch die Marktstruktur insgesamt grundlegend ändern.
- (58) Wenn auch CMB vor dem Erwerb das mit Abstand größte Unternehmen ist (bereits zweimal so groß wie jeder der beiden folgenden Wettbewerber), stehen ihm mit Crown und Schmalbach zwei fast gleichgroße Wettbewerber gegenüber.

⁽¹⁾ Genaue Zahl nicht angegeben: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Genaue Zahl nicht angegeben: Geschäftsgeheimnis.

⁽³⁾ Zahlenangaben getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁴⁾ Name und Zahlenangabe getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁵⁾ Genaue Dauer nicht angegeben: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁶⁾ Getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁷⁾ Zahlenangabe getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁸⁾ Genaue Zahl nicht angegeben: Geschäftsgeheimnis.

<i>Unternehmen</i>	<i>Marktanteil</i>
CMB	[35—45 %] ⁽¹⁾
Crown	[20—30 %] ⁽²⁾
Schmalbach	[15—25 %] ⁽³⁾
Staeble	[2—7 %] ⁽⁴⁾
Alle übrigen Unternehmen	10—15 %.

- (59) Nach dem Erwerb wäre jedoch der Marktanteil von Crown/CMB mehr als dreimal größer als der Anteil des nächstgrößten Wettbewerbers, der seinerseits mehr als dreimal größer wäre als der Anteil des drittgrößten Wettbewerbers auf dem EWR-Markt der Weißblechaerosoldosen. Die nachstehende Tabelle macht deutlich, daß durch den Zusammenschluß nicht nur eines der beiden Unternehmen mit bedeutender Marktpräsenz, sondern auch das einzige andere Unternehmen, das von den Abnehmern als eine wichtige Wettbewerbsquelle für den Marktführer dargestellt wurde, wegfallen würde (siehe unten).

Nach dem Erwerb ergäben sich folgende Marktanteile:

<i>Unternehmen</i>	<i>Marktanteil</i>
Crown/CMB	[60—70 %] ⁽⁵⁾
Schmalbach	[15—25 %] ⁽⁶⁾
Staeble	[2—7 %] ⁽⁷⁾
Alle übrigen Unternehmen	10—15 %.

b) Überschlußkapazitäten

- (60) Nach Einschätzung der Parteien herrschen auf dem Markt erhebliche Überschlußkapazitäten. (Die durchschnittliche Auslastung der Produktionskapazität wird von ihnen mit [60—70 %] ⁽⁸⁾ angegeben.) Der größte Teil dieser Kapazitäten würde jedoch auf das neue Unternehmen entfallen. Die „realistische Kapazität“ der Parteien (laut Crown errechnet sich diese aus drei Schichten der bestehenden Produktpalette und Fertigungsstraßen, multipliziert mit 75 %, um Produktumstellungen Rechnung zu tragen) wäre zusammengenommen ausreichend, um die gesamte Marktnachfrage zu decken.

Schmalbach, der einzige Wettbewerber mit einem Marktanteil von mehr als 5 %, hat demgegenüber eine realistische Überschlußkapazität, mit der er sehr viel weniger als 5 % des Marktes bedienen könnte ⁽⁹⁾.

c) Zusammenlegung von Know-how, von Forschung und Entwicklung und Produktionstechnik der beiden Marktführer

- (61) Neben der erheblichen Erweiterung der Marktanteile und Kapazitäten und dem überragenden Marktanteil der neuen Unternehmenseinheit würde das Vorhaben eine Zusammenballung von Know-how, FuE und Produktionstechnik der beiden Marktführer bewirken. Obwohl eine solche Zusammenballung prinzipiell eine positive Auswirkung auf den Wettbewerb im Hinblick auf Rationalisierung haben könnte, wird sie, angesichts der bestehenden Markteintrittsbarrieren, aus den unten angeführten Gründen in diesem Fall eine negative Auswirkung haben.

Im Gegensatz zu Konservendosen sind Aerosoldosen kein Massenprodukt, und nach den Aussagen der großen Mehrzahl der Lieferanten und Wettbewerber spielt das Know-how eine wichtige Rolle, um auf dem Aerosoldosenmarkt den Wettbewerb bestehen zu können. Dies gilt insbesondere für bestimmte Produktionsaspekte wie die Zusammensetzung der Innenlacke (um die chemische Verträglichkeit mit der jeweiligen Füllung zu gewährleisten) und die Entwicklung geeigneter Liefersysteme (um die chemische Beschaffenheit der Füllung zu schützen). Dieses Know-how ist ein Schlüsselement, um den Anforderungen der Abnehmer bei neu auf den Markt zu bringenden Füllungen mit ihrer jeweiligen chemischen Zusammensetzung zu genügen, und für den Wettbewerb bei bestehenden Füllungen.

Know-how und technische Entwicklung wurden auch als Gründe dafür angegeben, warum die Großabnehmer der Überzeugung sind, daß sie von großen internationalen Unternehmen mit erheblichen technischen Ressourcen beziehen müssen. CMB wird von den größten Abnehmern als Lieferant hochwertiger, innovativer Produkte angesehen, während Crown Anstrengungen unternimmt, um dieselbe Qualitätshöhe zu erreichen. Diese beiden Unternehmen werden als die innovativen Kräfte im Markt angesehen. Die Abnehmer haben ferner angegeben, daß sich der Markt gegenwärtig durch eine rasante, kostenaufwendige Entwicklung bei Technik und Know-how auszeichne und daß der Besitz und die Aktualisierung des neuesten Know-how-Standes ein wesentlicher Antriebsfaktor für den Wettbewerb sei. Dies geht auch aus einem Vermerk hervor, den die Parteien der Kommission am 18. Juli 1995 vorgelegt haben. Im gleichen Sinne hat ein Kunde folgendes festgestellt:

„CMB ist, was die Technik betrifft, das fortgeschrittenste Unternehmen in diesem Wirtschaftszweig... Aus diesem Grund sind die

⁽¹⁾ Keine genauen Zahlenangaben: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Keine genauen Zahlenangaben: Geschäftsgeheimnis.

⁽³⁾ Keine genauen Zahlenangaben: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁴⁾ Keine genauen Zahlenangaben: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁵⁾ Keine genauen Zahlenangaben: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁶⁾ Keine genauen Zahlenangaben: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁷⁾ Keine genauen Zahlenangaben: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁸⁾ Keine genauen Zahlenangaben: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁹⁾ Keine genauen Zahlenangabe: vertrauliche Angabe von Schmalbach.

übrigen Wettbewerber stets gezwungen, CMB zu folgen und sich in gleicher Weise zu entwickeln. Crown war immer das erste Unternehmen, das die neuen Entwicklungen umgesetzt hat, was zu einem gesunden Wettbewerb zwischen diesen beiden gleichwertigen Anbietern geführt hat. Ein Zusammenschluß der beiden Unternehmen würde zu erheblichen Preissteigerungen führen, da der bestehende Wettbewerb insbesondere im Bereich der Neuentwicklungen wegfallen und die neue Unternehmenseinheit letztlich über eine uneingeschränkte Freiheit für Preiserhöhungen verfügen würde. Nach Ansicht unseres Unternehmens gibt es gegenwärtig neben Crown und CMB kein Unternehmen, das finanziell stark genug wäre, um neue Techniken entwickeln zu können, so daß im Ergebnis der Endverbraucher/Endabnehmer das Opfer wäre.“

d) Wegfall eines von nur zwei Aerosoldosenherstellern mit Produktionsstätten in Gesamteuropa

- (62) Mit dem Zusammenschluß würde einer von nur zwei Lieferanten mit flächendeckender Präsenz verschwinden. Dieses Merkmal ist für die Kunden von Bedeutung, wenn sie einen Lieferanten hinsichtlich Lieferfristen, Kundendienst, tägliche Kleinlieferungen (im Gegensatz zu umfangreichen, Großlieferungen, die eine aufwendige und teure Lagerhaltung erfordern) und Lieferzuverlässigkeit auswählen.
- (63) Wie bereits erwähnt, haben sowohl Großkunden als auch Kleinabnehmer angegeben, daß die Kundennähe für den Lieferanten einen Wettbewerbsvorteil darstellt, selbst wenn die Lieferungen auf europäischer Ebene ausgehandelt werden. Von besonderer Bedeutung ist dies für die Kleinabnehmer, die Lieferungen in kleinen Mengen benötigen. Die Großabnehmer sind ihrerseits von den Großlieferanten hinsichtlich technischer Flexibilität, Qualitätsanforderungen, technischer Neuerungen und Know-how (siehe nachstehend unter „Entgegenwirken der Abnehmer“) in besonderem Maße abhängig. Auch ziehen sie Lieferanten in ihrer unmittelbaren Nähe vor, um die technische Unterstützung, Zuverlässigkeit, Überwachung der Bedruckung, kurze Lieferzeiten gewährleisten und der allgemeinen Entwicklung hin zu täglichen Lieferungen kleiner Mengen folgen zu können.

Die Anmelder sind schon vor dem Zusammenschluß die einzigen Unternehmen im Markt, die eine solche Flexibilität aufweisen. Während Crown Fertigungsstätten in Belgien, dem Vereinigten Königreich, Spanien, Italien und den Niederlanden unterhält, betreibt CMB Produktionsstätten in Spanien, Deutschland, Frankreich und dem Vereinigten Königreich. Im Vergleich dazu unterhält Schmalbach, der nächstgrößte Hersteller, nur jeweils eine Produktionsanlage in Deutschland und den Niederlanden, während kein anderer Wettbewerber über mehr als einen Produktionsbetrieb verfügt.

e) Produktionsflexibilität

- (64) Mit dem Zusammenschluß würde auch im Hinblick auf die Flexibilität der Produktion einer der beiden führenden Lieferanten wegfallen. Dadurch würde sich die Kluft noch vergrößern, die nach den Aussagen der Kunden bereits gegenüber dem nächstfolgenden Wettbewerber vorhanden ist.
- (65) Auch in bezug auf die Produktionsflexibilität wird allein die neue Unternehmenseinheit mehr als [...] ⁽¹⁾ Weißblechaerosoldosen-Produktionslinien [...] ⁽²⁾ von Crown und [...] ⁽³⁾ von CMB) und davon zumindest [...] ⁽⁴⁾ in den verschiedenen Gebieten Europas [...] ⁽⁵⁾ betreiben.

Mit ihrer großen Anzahl an Produktionslinien sind sowohl Crown als auch CMB in der Lage, ihre Fertigungsstraßen für bestimmte Großabnehmer im Rahmen von Vereinbarungen mit wöchentlichen Lieferverpflichtungen offenzuhalten. Die Untersuchungen der Kommission haben ergeben, daß mit der Zusammenlegung dieser großen Anzahl an Produktionslinien die Flexibilität der neuen Unternehmenseinheit in diesem Bereich noch zunehmen würde, während keiner der Wettbewerber in der Lage wäre, ein vergleichbares Lieferangebot zu gewährleisten. Die Fähigkeit zu einem kundenspezifischen Lieferangebot ist eine hohe Wettbewerbschürde, die von den anderen Wettbewerbern überwunden werden müßte, und war offenbar (neben den innovativen Leistungen) einer der Faktoren, die [...] ⁽⁶⁾ bei seiner Entscheidung, für bestimmte Erzeugnisse Weißblech- statt Aluminiumaerosoldosen zu verwenden, dazu bewogen haben, CMB und Crown als alleinige Lieferanten auszuwählen. Nach den Aussagen eines anderen Großabnehmers sind „CMB und Crown in der Lage, in Gesamteuropa innerhalb kurzer Fristen zu liefern, Währungsschwankungen aufgrund ihrer Produktionstätigkeit in einer Vielzahl europäischer Länder zu nutzen und flexible (tägliche) Lieferangebote zu machen... Kein anderer Hersteller von Weißblechdosen in Europa wäre gegenwärtig in der Lage, derart günstige Lieferbedingungen zu gewährleisten.“

2. *Die verbleibenden Wettbewerber wären nicht in der Lage, der Marktmacht des neuen Unternehmens auf dem Weißblechaerosoldosenmarkt entgegenzuwirken*

- (66) Eine Reihe von Großabnehmern hat angegeben, daß für ihren großen Bedarf an Aerosoldosen unterschiedlicher Größe, die in großen Losen hergestellt werden, die kleineren Wettbewerber keine gleichwertige Alternative darstellen. Dies

⁽¹⁾ Zahlenangabe getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Zahlenangabe getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽³⁾ Zahlenangabe getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁴⁾ Zahlenangabe getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁵⁾ Getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁶⁾ Getilgt: Geschäftsgeheimnis.

wäre für die kleinen Anbieter mit ihrer begrenzten Zahl von Produktionslinien an jeweils nur einem Standort wirtschaftlich um so weniger möglich, als viele der größten Abnehmer ihren Einkauf mit den Großanbietern, die in ganz Europa Fertigungsstraßen unterhalten, bereits auf europäischer Ebene aushandeln. Alle Großabnehmer haben zu bedenken gegeben, daß sie nach dem Zusammenschluß bei der Auswahl ihres „Hauptlieferanten“ keine Alternative mehr hätten. Einer der Großkunden hat die Befürchtung geäußert, daß der Zusammenschluß zu einer monopolähnlichen Stellung führen würde, was für sämtliche Abnehmer, einschließlich Großkunden wie er selbst, Wettbewerbsnachteile mit sich bringen würde.

- (67) Schmalbach (Viag), der einzige andere große Wettbewerber mit mehreren Produktionsstätten, kann weder ausreichende Überkapazitäten noch die geographische Flexibilität vorweisen, um einen wirksamen Wettbewerb gegen die Parteien auf dem gesamten Markt bestehen zu können. Mit nur zwei in Nordeuropa gelegenen Fertigungsstandorten hat Schmalbach seinen Absatzschwerpunkt in den Benelux-Ländern, in Deutschland, den nordischen Ländern und, in geringerem Maße, im Vereinigten Königreich, ist aber auf dem spanischen und dem italienischen Markt praktisch nicht präsent. Angesichts der räumlichen Beschränkung seiner Standorte, der Anzahl seiner Produktionslinien und seiner begrenzten Überkapazitäten kann Schmalbach auch auf technischem Gebiet nicht dasselbe Maß an Flexibilität vorweisen.

Im Gegensatz zu den Parteien wurde Schmalbach nicht den „technischen Marktführern“ zugerechnet.

- (68) Damit ist Schmalbach in seiner Fähigkeit eingeschränkt, wettbewerbswidrigen Verhaltensweisen der neuen Unternehmenseinheit entgegenzuwirken. Dies bestätigen auch die Äußerungen, die von einigen der größten Aerosoldosenabnehmer gemacht wurden, wonach u. a. „... Schmalbach nicht das gleiche Maß an Flexibilität aufweist, da seine Produktionsstandorte in demselben Gebiet liegen und es kein innovatives Unternehmen ist. Aus diesen Gründen würde Schmalbach [von unserem Unternehmen] unter den gegenwärtigen Bedingungen nicht zu den vorrangigen Lieferanten gezählt. Um eine glaubhafte Alternative als Hauptlieferant werden zu können, müßte Schmalbach sehr viel Geld investieren, wohingegen die Geschäftsleitung von Viag deutlich gemacht hat, daß Verpackung nicht zu den Prioritäten dieses Konzerns zählt.“ Ein anderer Großabnehmer hat ausgesagt, daß „Schmalbach keine Alternative als Hauptlieferant darstellt und auch nicht die übrigen Wettbewerber, bei denen es sich um Familienunternehmen mit Anteilen von weniger als 5 % am europäischen Markt handelt“.

- (69) Die übrigen kleinen Wettbewerber mit ihren untereinander aufgesplitterten Kapazitäten können, obwohl sie zusammengenommen eine erhebliche Überkapazität aufweisen, nicht als eine gleichwertige Alternative bei der Erfüllung der Anforderungen der Großabnehmer angesehen werden. Diese kleinen Unternehmen wären hinsichtlich der qualitätsbezogenen Wettbewerbsfaktoren in noch größerem Maße benachteiligt als Schmalbach. Sie werden deshalb nicht in der Lage sein, dem Wettbewerbsverhalten der neuen Unternehmenseinheit in spürbarem Maße entgegenzuwirken, was auch aus der folgenden Aussage eines Großabnehmers hervorgeht:

„Tatsächlich leben die kleinen Wettbewerber hinsichtlich Qualität, Flexibilität, Kapazität, Innovation, Geschwindigkeit und Qualität der Bedruckung in einer anderen Welt. Diese kleinen Betriebe stehen überwiegend im Wettbewerb um Aufträge von dritten Abfüllern.“

3. *Die Marktmacht der Abnehmer wäre unzureichend, um einem wettbewerbswidrigen Verhalten der Parteien entgegenzuwirken*

- (70) Die Parteien haben in ihrer Anmeldung geltend gemacht, daß die Großabnehmer über Marktmacht verfügten, indem sie ohne weiteres von anderen Lieferanten beziehen bzw. langfristige Lieferverträge schließen oder sogar Unternehmen in vorgelegten Märkten erwerben könnten.
- (71) Die größten Abnehmer haben die Auffassung vertreten, daß sie nicht auf die kleineren Wettbewerber zurückgreifen könnten. Wie bereits erwähnt, sind diese Kunden von technischen Neuerungen und von Know-how, wo die Parteien die stärkste und — eigentlich auch die einzig glaubwürdige — Marktstellung halten, besonders abhängig. Die Parteien haben hierzu hervorgehoben, daß Neuerungen häufig in Zusammenarbeit mit den Kunden und/oder Lieferanten entwickelt werden. Die Verlagerung eines wesentlichen Teils ihres Bedarfs hin zu kleineren Lieferanten würde deshalb diese partnerschaftlichen Beziehungen beeinträchtigen.

Außerdem müßten diese Kunden mehrere Bezugsvereinbarungen für relativ kleine Mengen mit einer Reihe von Kleinunternehmen schließen, mit denen sie keine Großmengenverträge wie mit Crown und/oder CMB vereinbaren könnten. Dies würde die Lieferzuverlässigkeit beeinträchtigen und eine schwierige, unwirtschaftliche Überwachung bedingen.

Die Großabnehmer sind ferner der Auffassung, daß nur die großen internationalen Lieferanten die Möglichkeit europaweiter Verhandlungen bieten und ihre Anforderungen hinsichtlich Qualität und Technik erfüllen können (siehe oben).

Zusammenfassend haben die größten Abnehmer festgestellt, daß bei einem vollzogenen Zusammenschluß nach ihrer Auffassung keine Alternativen zu dem neuen Konzern mehr bestünden.

- (72) Dieselben Wettbewerbsbedenken wurden zu den Umständen bei langfristigen Kundenvereinbarungen bzw. kundenspezifischen Produktionsstätten oder -linien geäußert. Nach Aussage eines Wettbewerbers hätte die neue Unternehmenseinheit angesichts ihrer Überkapazitäten und ihrer technischen Flexibilität eindeutige Vorteile bei derartigen Vorhaben. Außerdem würde das neue Unternehmen neben seiner beherrschenden Stellung bei Know-how, FuE und Produktionstechnik über finanzielle Investitionsmöglichkeiten verfügen, die es zum bevorzugten Partner für neue Vorhaben eines Großabnehmers in diesem Bereich machen würden. Ein Großabnehmer von Aerosoldosen hat sich hierzu wie folgt geäußert:

„Langfristige Vereinbarungen mit kleinen Lieferanten wären aus der Sicht unseres Unternehmens kein vernünftiges Vorgehen. Viel eher wären wir bereit, mit dem neuen Konzern eine langfristige Vereinbarung zu unterzeichnen, um dessen innovativen und sonstigen Vorteile zu nutzen und eine angemessene Entwicklung der Dosenpreise zu gewährleisten. Kleine Hersteller, wie z. B. Colep in Portugal, würden für [uns] als Großabnehmer keine gleichwertige Alternative darstellen.“

- (73) Hinsichtlich der Möglichkeit einer vertikalen Integration in vorgelagerte Märkte hat keiner der Großabnehmer diesbezüglich Absichten bekundet. Sämtliche Abnehmer einschließlich derjenigen, die nach eigenen Aussagen irgendwann eine derartige Option ernsthaft erwogen hatten, betonten, daß eine Reihe von Marktzugangsschranken (nachstehend unter „potentieller Marktzugang“ dargelegt) und insbesondere die Know-how-Anforderungen sie daran hindern würden. Einige Abnehmer haben hinzugefügt, daß die Anzahl der Abwandlungen bei der Herstellung von Aerosoldosen hinsichtlich Dosengröße, Mehrfarbenbedruckung und Gewährleistung der Verträglichkeit des Doseninhalts mit dem jeweiligen Innenlack eine unwirtschaftliche Anzahl von Produktionslinien erfordern würden, die letztendlich nicht voll ausgelastet werden könnten (nach den Angaben eines Kunden benötigt sein Unternehmen weit mehr als 700 Abwandlungen).

- (74) Aus den vorgenannten Gründen würden selbst die größten Abnehmer dem Wettbewerbsverhalten der neuen Unternehmenseinheit nicht entgegenwirken können.

4. *Kein ausreichendes Wettbewerbspotential, um einem wettbewerbswidrigen Verhalten der neuen Unternehmenseinheit entgegenzuwirken*

a) Potentieller Marktzugang bei dreiteiligen Weißblechaerosoldosen

- (75) Nach den Angaben der Parteien wären die Kosten für einen Marktzutritt über den Erwerb der erforderlichen Produktionsanlagen nicht außergewöhnlich hoch, da Weißblechaerosoldosen unter Verwendung derselben Technik wie dreiteilige Konservendosen hergestellt werden.

In einigen Fällen wäre die Umstellung eines Fließbandes für dreiteilige Konservendosen in ein Aerosoldosenfließband weder kostspielig noch besonders schwierig. Sie würde jedoch eine umfangreiche Umrüstung sowie besondere Produktionsanlagen für Aerosoldosen mit gewölbtem Ende (jedoch nicht für Konservendosen) erfordern. Außerdem wäre eine wirtschaftliche Umrüstung nur bei Hochleistungs-Konservendosenlinien für Dosen eines kleinen Durchmessers sinnvoll. Nach den Angaben der Parteien betragen die Kosten für die Umrüstung einer Hochleistungs-Konservendosenstraße in eine Aerosoldosenstraße mit nur einer Dosengröße 1 bis 2 Mio. ECU. Hierbei handelt es sich jedoch nicht unbedingt um eine für die Umrüstungskosten realistische Bezugsgröße, da die Fertigungsstraße höchstwahrscheinlich vom Produktionsbereich Konservendosen zum Bereich Aerosoldosen verlagert werden müßte.

Nach den Angaben der Parteien würde der Einbau einer neuen Zweistraßenanlage einschließlich Bedruckung rund 10,7 Mio. ECU kosten. Nach Auffassung der Wettbewerber würde ein umfangreicher Marktzugang wenigstens drei Fertigungsstraßen (gegenüber den [...]!) Produktionslinien der Parteien) und Kosten in Höhe von 12,5 Mio. ECU erfordern (für Dosen mit flachem und gewölbtem Ende, jedoch ohne die technisch und finanziell aufwendige Bedruckung).

- (76) Keiner der Kunden oder Wettbewerber hat diese Auffassung bestätigt, vielmehr war die große Mehrheit der Auffassung, daß ein Marktzugang in absehbarer Zukunft unwahrscheinlich sei, es sei den über den Erwerb eines vorhandenen Wettbewerbers.

Die Untersuchungen der Kommission haben ferner ergeben, daß neben dem Einbau der Fertigungsanlagen das Know-how ein wichtiges Marktmerkmal ist, das von denjenigen Kunden als eine hohe

(!) Zahlenangaben getilgt: Geschäftsgeheimnis.

Marktzugangsschranke angesehen wird, die eine vertikale Integration erwogen hatten (siehe auch unter „Marktmacht der Abnehmer“). Die Know-how-Anforderungen gelten auch für die Hersteller von Konservendosen, die in den Aerosoldosenmarkt eintreten möchten, sind jedoch eine kleinere Hürde als ein Marktneuzugang eines Aerosoldosenherstellers durch vertikale Integration.

(77) Die Parteien sind der Auffassung, daß unter technischen und betrieblichen Gesichtspunkten ein Marktzugang bereits mit zwei Produktionslinien erfolgen könnte. Dieser Aussage stehen jedoch die Äußerungen von Großabnehmern entgegen, wonach Lieferzuverlässigkeit, Flexibilität der Produktion, fortgeschrittene Technik, Forschung und Entwicklung sowie Know-how wesentliche Faktoren bei der Wahl eines bestimmten Lieferanten sind. Angesichts dieser hohen Schranken müßte ein Marktzutritt erheblich sein, um dem Verhalten des Marktführers entgegenwirken zu können.

(78) Die Parteien haben ferner auf das rasche Wachstum des Marktes hingewiesen (27 % zwischen 1985 und 1994), was grundsätzlich einen Marktzugang erleichtern müßte. Hierbei handelt es sich jedoch um Zahlenaggregate für den gesamten Aerosolbereich ohne Einzelangaben zu Weißblechdosen. Eingehende Angaben über Weißblechaerosoldosen verfügt die Kommission lediglich für den italienischen Markt, auf dem zwischen 1986 und 1994 ein Wachstum von 7 % verzeichnet wurde.

(79) Selbst wenn es sich bei dem europäischen Weißblechaerosoldosenmarkt nicht um einen stagnierenden Markt handeln sollte, wäre ein umfangreicher Marktzutritt dennoch unwahrscheinlich. Fast sämtliche Wettbewerber haben die Möglichkeit ausgeschlossen, daß in absehbarer Zukunft ein bedeutender Marktzugang durch die Errichtung neuer Kapazitäten erfolgen wird. Der Markt zeichnet sich bereits durch erhebliche Überschußkapazitäten aus, von denen ein Großteil auf den Marktführer entfällt. Wie bereits festgestellt, würde die neue Unternehmenseinheit über ausreichende Kapazitäten verfügen, um den gesamten Markt beliefern zu können.

Die Parteien haben in ihrer schriftlichen Antwort auf die Beschwerdepunkte der Kommission hierzu angegeben, daß in der realistischen Kapazität von Crown nicht die Engpässe bei der Bedruckungsanlage berücksichtigt seien. Sie hatten jedoch in ihrer Anmeldung vermerkt, daß erhebliche Bedruckungskapazität jederzeit auf dem Markt verfügbar sei und daß häufig Aufträge für die Bedruckung außer Haus vergeben würden. Somit hätten Einschränkungen bei der Bedruckungskapazität der Parteien keine Auswirkung auf diese Bewertung.

Die Nachfrageelastizität ist offenbar relativ gering, da kein gleichwertiger Ersatz für Weißblechaerosoldosen vorhanden ist und die Preisschwankungen in der Vergangenheit bei Aluminiumdosen, dem nächsten Ersatzprodukt, nicht zu einer wesentlichen Änderung in dem Kräfteverhältnis zwischen den beiden Produkten geführt haben. Der Marktführer wäre deshalb in der Lage, umgehend die Preise spürbar zu senken, indem er zusätzliche Mengen auf den Markt bringt. Die Fähigkeit, einen Preisdruck auszuüben, würde jeden Versuch eines großangelegten Zugangs selbst in einem Markt mit relativ niedrigen Zutrittskosten vereiteln, da der Neuzugänger sehr bald gezwungen wäre, den Markt wieder zu verlassen, und deshalb auch bei wieder steigenden Preisen zögern würde, erneut auf den Markt zu treten.

Die meisten Wettbewerber sind daher der Auffassung, daß ein Marktzugang bei dreiteiligen Weißblechaerosoldosen über den Erwerb eines vorhandenen Wettbewerbers erfolgen müßte.

b) Zukünftiger Wettbewerb von Aluminiumdosenherstellern

(80) Wie bereits erwähnt, müßte nach Auffassung der Hauptabnehmer der Preis für Aluminiumdosen stark zurückgehen, damit sich Aluminium für die Kunden zu einer wettbewerbsfähigen Alternative für Weißblech entwickeln könnte. Der von den Abnehmern für erforderlich gehaltene Rückgang des Aluminiumpreises beläuft sich auf durchschnittlich 43 %, von den Großabnehmern wurden hierzu Zahlen zwischen 20 % und 25 % genannt. Nach Auffassung der meisten Marktteilnehmer (Anbieter, Wettbewerber und Kunden der Parteien) wäre es äußerst unwahrscheinlich, daß die Preise für Aluminiumdosen mittelfristig um mehr als 10 % zurückgehen. In absehbarer Zukunft können daher die Hersteller von Aluminiumdosen nicht als eine wirksame Gegenkraft im Wettbewerb mit den Herstellern von Weißblechdosen angesehen werden.

(81) Die Parteien haben jedoch in einem Vermerk an die Kommission hervorgehoben, daß [. . .]⁽¹⁾, einer der großen Verarbeiter von Aluminiumblechen, gegenwärtig eine Technik zur Herstellung zweiteiliger Weißblechaerosoldosen entwickle.

(82) Einige technische Probleme (z. B. der Druckwiderstand und die Verringerung des Durchmessers am Dosenende) müssen jedoch noch gelöst werden, wobei ein tatsächlicher Erfolg ungewiß ist. Hierfür werden auf jeden Fall erhebliche Investitionen und

(1) Name getilgt: Geschäftsgeheimnis.

Zeit bis zur tatsächlichen Anwendung erforderlich sein. [...] ⁽¹⁾ verfolgt offensichtlich die Strategie, sein vorhandenes Absatzvolumen zu halten, während seine Kunden sich zunehmend auf Weißblechdosen umstellen. Deshalb ist anzunehmen, daß [...] ⁽²⁾ bestrebt sein wird, sich seinen Kundenbestand in absehbarer Zukunft zu sichern und deshalb nicht als ein aggressiver Wettbewerber gegenüber Kunden, die gegenwärtig Weißblech verwenden, auftreten wird.

Außerdem haben Kunden erklärt, daß „selbst wenn eine Produktion mit dieser neuen Technik möglich wäre, sich noch herausstellen müßte, ob sie angesichts der Produktionskosten bei kundenspezifischen Losgrößen wirtschaftlich sinnvoll wäre. Dies wird sich jedoch nicht vor 1998 herausstellen.“

5. *Schlußfolgerung zu Weißblechaerosoldosen*

- (83) Unter den geschilderten Voraussetzungen kann man davon ausgehen, daß die neue Unternehmenseinheit in der Lage wäre, auf dem Markt für Weißblechaerosoldosen in erheblichem Maße unabhängig von ihren Wettbewerbern und Kunden vorzugehen. Der Zusammenschluß würde deshalb zur Begründung einer beherrschenden Stellung auf dem Markt für Weißblechaerosoldosen führen.

B. Konservendosen

1. *Bewertung der alleinigen Marktbeherrschung*

a) Horizontale Auswirkungen des Zusammenschlusses

- (84) Die Parteien haben Angaben über Marktumfang und Marktanteile einschließlich Eigenfertigung durch Kunden unterbreitet. Die Eigenfertigung entzieht sich dabei sowohl dem Marktangebot als auch der Marktnachfrage, da die Eigenhersteller (mit Ausnahme eines Unternehmens) gegenwärtig ihre Produktion nicht an fremde Abnehmer verkaufen. Als Nachfrager werden die Eigenhersteller immer zuerst auf ihre eigene Produktion zurückgreifen und sich nur für ihre Restnachfrage an den Markt wenden. Deshalb steht nur diese Restnachfrage dem Wettbewerb der Konservendosenhersteller offen. In den Marktumfang sollte deshalb nicht die Eigenfertigung (mit Ausnahme der an dritte Abnehmer verkauften Mengen) einbezogen werden. Auf dieser Grundlage werden in Europa jährlich 26 Mrd. Einheiten verkauft. Hiervon entfallen [35—45 %] ⁽³⁾ auf CMB und weniger als [5 %] ⁽⁴⁾ auf Crown. Die nächstfolgenden Wettbewerber sind Pechiney mit [10—

15 %] ⁽⁵⁾ und Schmalbach-Lubeca mit [5—10 %] ⁽⁶⁾. Weitere Wettbewerber sind Ferembal mit rund [5 %] ⁽⁷⁾, Lawson Mardon und Massilly mit weniger als jeweils [3 %] ⁽⁸⁾.

- (85) CMB ist der Marktführer in einer Reihe von Mitgliedstaaten und der einzige Hersteller von Konservendosen mit einer bedeutenden Stellung in fast jedem Mitgliedstaat des EWR. Nach eigenen Angaben hinsichtlich seines Absatzes und dem geschätzten Marktumfang hätte CMB einen Marktanteil von [55—65 %] ⁽⁹⁾ im Vereinigten Königreich. Die von den Wettbewerbern hierzu genannten Zahlen ergeben einen Marktanteil von CMB im Vereinigten Königreich von durchschnittlich 61 %. Außerdem ergibt sich aus den Verkaufszahlen von CMB für den italienischen Markt ein Anteil von [50—60 %] ⁽¹⁰⁾ und für Frankreich ein Anteil von mehr als 40 %.

- (86) Überschneidungen zwischen den Parteien bestehen nur in Frankreich, den Benelux-Ländern, Deutschland, Spanien/Portugal und dem Vereinigten Königreich/Irland. Mit Ausnahme der Benelux-Länder wäre der Zuwachs in diesen Märkten jedoch nur gering. Nach den Angaben der Parteien hält Crown folgende Marktanteile: Vereinigtes Königreich und Spanien/Portugal weniger als [2 %] ⁽¹¹⁾, Frankreich weniger als [1 %] ⁽¹²⁾ und Deutschland weniger als [1 %] ⁽¹³⁾.

Neben diesen geringen Zunahmen bei den Marktanteilen gäbe es keinen Verlust an potentielltem Wettbewerb. Obwohl Crown schon seit mehreren Jahren in Europa präsent ist, hat es nie versucht, sein Konservendosengeschäft spürbar auszuweiten. Es hat sogar bestehende Kapazitäten verringert, indem es seinen französischen Konservendosenbetrieb und Konservendosenlinien in seinem britischen Aerosolwerk stillgelegt hat. Hieraus folgt, daß Crown weder als Zugänger zu räumlichen Märkten, auf denen es bisher nicht vertreten war, einzustufen ist, noch über das Potential verfügt, um den Absatz auf seinen vorhandenen Märkten erheblich zu steigern. Damit würde der Zusammenschluß keine spürbaren horizontalen Auswirkungen in Frankreich, Deutschland, Spanien/Portugal und im Vereinigten Königreich/Irland zeitigen.

⁽⁵⁾ Keine genauen Zahlenangaben: vertrauliche Angabe von Pechiney.

⁽⁶⁾ Keine genauen Zahlenangaben: vertrauliche Angabe von Schmalbach.

⁽⁷⁾ Keine genauen Zahlenangaben: vertrauliche Angabe von Ferembal.

⁽⁸⁾ Keine genauen Zahlenangaben: vertrauliche Angabe von Lawson Mardon und Massilly.

⁽⁹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹⁰⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹¹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹²⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹³⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹⁾ Name getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Name getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽³⁾ Keine genauen Zahlenangaben: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁴⁾ Keine genauen Zahlenangaben: Geschäftsgeheimnis.

(87) In den Benelux-Ländern würde es horizontale Auswirkungen geben, da Crown einen erheblichen Marktanteil von [15—25 %]⁽¹⁾ hält. Die Wettbewerbslage auf diesem Markt läßt jedoch darauf schließen, daß der Zusammenschluß keine alleinige Marktbeherrschung begründen würde. Nach dem Zusammenschluß hätte die neue Einheit einen Marktanteil von weniger als 40 % und mit Schmalbach mit einem starken Wettbewerber zu rechnen, dessen Marktanteil zwischen 30 % und 35 % beträgt. Auch tätigen eine Reihe von Wettbewerbern wie Pechiney aus anderen räumlichen Märkten Einfuhren in diesen Markt. Die neue Einheit wäre deshalb nicht in der Lage, den Benelux-Markt allein zu beherrschen.

b) Auswirkungen des Zusammenschlusses auf den vorgelagerten Markt des Weißblechs für Metallumschließungen

(88) Beinahe sämtliche europäischen Weißblechanbieter und Wettbewerber der Parteien sowie viele von deren Kunden haben Bedenken hinsichtlich der möglichen Entstehung von Nachfragemacht der neuen Unternehmenseinheit bei Weißblech und Schwarzblech (im folgenden „Weißblecherzeugnisse“ genannt) aufgrund des Zusammenschlusses geäußert.

(89) In dem umfangreichen Nachfragevolumen von CMB in Europa und von Crown in Nordamerika wäre auf beiden Seiten des Atlantiks der Bedarf des größten europäischen und des größten amerikanischen Kunden gebündelt. Das auf jede der beiden Parteien entfallende Marktvolumen beträgt:

	EU	USA
Crown	weniger als [5 %] ⁽²⁾	[15—20 %] ⁽³⁾
CMB	[25—35 %] ⁽⁴⁾	weniger als [5 %] ⁽⁵⁾
Insgesamt	[30—40 %] ⁽⁶⁾	[20—30 %] ⁽⁷⁾

Schmalbach, der nächstfolgende Abnehmer in Europa, bezieht weniger als die Hälfte seines gegenwärtigen Einkaufs von CMB.

(90) Nach ihrer eingehenden Untersuchung ist die Kommission zu dem Ergebnis gelangt, daß der Zusammenschluß geeignet wäre, die Verhandlungsstellung der neuen Unternehmenseinheit zu stärken. Diese Schlußfolgerung steht im Einklang mit der Aussage des Vorsitzenden von Crown, wonach aus der Fusion sich Kosteneinsparungen im Bereich von 100 Mio. US-Dollar vor allem beim Einkauf von Weißblecherzeugnissen ergeben sollen. Die Kommission gelangte jedoch nicht zu dem Ergebnis, daß der Zusammenschluß zur

Entstehung von Nachfragemacht in den verschiedenen Weißblechmärkten in Europa führen würde.

(91) Vor dem Zusammenschluß hat CMB die niedrigsten Preise für Weißblecherzeugnisse in Europa gezahlt, konnte jedoch keinen spürbaren Kostenvorteil bei diesen Erzeugnissen gegenüber seinen nächstfolgenden Wettbewerbern in den einzelnen Mitgliedstaaten durchsetzen. Die Marktpreise sind in Europa seit 1992 um rund 15 % zurückgegangen, was für die Durchschnittspreise und Großkundenpreise (einschließlich CMB) in gleichem Maße gilt.

(92) Dieser Sachverhalt ist darauf zurückzuführen, daß es CMB nicht gelang, einem Anbieter die Wegnahme größerer Bezugsmengen glaubhaft anzudrohen, da es sich nicht darauf verlassen konnte, den entsprechenden Teil seines Bedarfs von einem anderen zuverlässigen Anbieter zu einem angemessenen Preis beziehen zu können. Der gegenwärtige Auslastungsgrad der Kapazitäten der europäischen Weißblechhersteller von durchschnittlich rund 75 % und die starken jahreszeitlichen Schwankungen unterliegende Herstellung von Konservendosen, Getränkedosen und Kronenkorken, auf die mehr als 65 % des Weißblechabsatzes entfallen, erlauben es den Verpackungsherstellern nicht, große Abnahmemengen ohne weiteres zu einem anderen Weißblechanbieter zu verlagern.

(93) Der Zusammenschluß wird aus einer Reihe von Gründen eingewisse, jedoch keine grundsätzliche Änderung beim Weißblechangebot in Europa bewirken. Trotz der durchschnittlich günstigeren Preise für amerikanische Weißblecherzeugnisse hat eine von der Kommission beauftragte Untersuchung zum einen ergeben, daß für den neuen Konzern kein wirtschaftlicher Anreiz vorhanden wäre, Weißblecherzeugnisse in erheblichem Umfang aus den Vereinigten Staaten einzuführen⁽⁸⁾.

⁽⁸⁾ Angesichts des Preisrückgangs in Europa und der Währungsbewegungen ist der durchschnittliche Unterschied des Marktpreises zwischen den Vereinigten Staaten und Westeuropa in den vergangenen Jahren spürbar zurückgegangen. Während im Jahr 1992 die amerikanischen Durchschnittspreise um rund 13 % unterhalb der Preise in der Europäischen Union lagen, betrug dieser Unterschied im Jahr 1994 nur noch 1 %. Wenn man nur die Preise der Großabnehmer, einschließlich Crown in den USA und CMB in Europa, vergleicht, ergibt sich hingegen ein um weniger als [5 %] günstigerer Preis in den Vereinigten Staaten. Da die Kosten für die Einfuhren in die Europäische Union rund 15 % des amerikanischen Durchschnittspreises für Großkunden entsprechen, müßten die amerikanischen Weißblechhersteller einen Rückgang ihrer Gewinnspanne (verglichen mit dem Großkundenpreis) in Höhe von 11 % hinnehmen, um in die EU zu einem Preis ausführen zu können, der dem Durchschnittspreis für einen Großkunden dort entspräche. Damit würde die Einfuhr von Weißblecherzeugnissen in großen Mengen aus den Vereinigten Staaten zu einem erheblichen Anstieg der Vorstoffkosten für den neuen Konzern führen.

⁽¹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽³⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁴⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁵⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁶⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁷⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

- (94) Zum anderen geht aus der gegenwärtigen Lage von Angebot und Nachfrage bei Weißblecherzeugnissen in den USA hervor, daß die amerikanischen Weißblechhersteller über eine noch geringere Kapazitätsreserve als die europäischen Hersteller verfügen und hinsichtlich der saisonalen Spitzen den gleichen Sachzwängen wie die Europäer unterliegen.

Die Untersuchung der Kommission hat hingegen gezeigt, daß kleine Mengen amerikanischer Weißblecherzeugnisse zu günstigen Preisen eingeführt werden könnten, da die amerikanischen Hersteller an Kleinaufträgen interessiert sind, die sich außerhalb — oder manchmal sogar auch innerhalb — der saisonalen Spitzen ohne weiteres in ihr Produktionsprogramm einfügen. Diese Möglichkeit würde jedoch neben den Parteien auch den Wettbewerbern des neuen Unternehmens offenstehen; außerdem wären die entsprechenden Mengen nicht ausreichend, um den Markt zu destabilisieren.

- (95) Hieraus ergibt sich, daß der Zusammenschluß wohl Einsparungen bewirken dürfte, die es den Parteien nach ihrer eigenen Presseerklärung erlauben würden, bei den Vorstoffen Kosteneinsparungen in Höhe von wenigstens 1 % des gemeinsamen Umsatzes der neuen Einheit zu erzielen. Die gegenwärtige Marktlage hinsichtlich Preisen und Kapazitäten in den Vereinigten Staaten würde es den Parteien jedoch nicht gestatten, die niedrigeren amerikanischen Preise als einen zusätzlichen Vorteil gegenüber den europäischen Anbietern einzusetzen, um deutlich andere Einkaufskonditionen als die Hauptwettbewerber zu erhalten. Der Zusammenschluß würde deshalb keine spürbaren vertikalen Auswirkungen haben.

c) Konglomerate Auswirkungen des Zusammenschlusses

- (96) Es gibt keinen spürbaren Unterschied in der Palette der von den Parteien hergestellten Erzeugnisse. Außerdem sind die Abnehmer von Konservendosen überwiegend Nahrungsmittelverarbeiter, die keine anderen Erzeugnisse der Parteien (Aerosoldosen, Flaschenverschlüsse) abnehmen. Somit hätte der Zusammenschluß keine konglomeraten Auswirkungen.

d) Schlußfolgerung zur alleinigen Marktbeherrschung

- (97) Aus den genannten Gründen hätte der Zusammenschluß keine horizontalen, vertikalen oder konglomeraten Auswirkungen auf den Markt der Konservendosen, die eine beherrschende Stellung in einem der räumlichen Märkte begründen oder verstärken könnten.

2. Bewertung der oligopolistischen Marktbeherrschung

- (98) Der einzige räumliche Markt, wo der Zusammenschluß zu einer oligopolistischen Beherrschung führen könnte, ist der Benelux-Markt. Der Konservendosenmarkt ist ein durch niedriges Wachstum

gekennzeichneter, ausgereifter Markt eines Massenerzeugnisses mit nur geringen Innovationen und keinem anderen Wettbewerb als Preiswettbewerb. Nach dem Zusammenschluß gäbe es mit Crown/CBM und Schmalbach nur zwei große Anbieter mit einer Produktion in den Beneluxländern und einem Marktanteil von jeweils mehr als [...] ⁽¹⁾ und zusammengekommen rund 70 %. Dadurch würde sich die Wettbewerbslage auf diesem Markt ändern und könnte ein Anreiz zur Preiskoordinierung entstehen, um Gewinne außerhalb des Wettbewerbs zu erzielen. Vor dem Zusammenschluß war es nach den Aussagen einiger Kunden stets möglich, durch Bezugnahme auf ein Preisangebot eines dritten Großanbieters angemessene Preise zu erhalten.

- (99) Die vorhandene Preistransparenz auf dem Konservendosenmarkt erlaubt ein wettbewerbswidriges, gleichgerichtetes Vorgehen, selbst wenn Preislisten nicht verwendet werden, da es in einem konzentrierten Markt möglich ist, die Preisgestaltung eines Wettbewerbers aus seinen Verträgen abzulesen. Diese Verträge sind nicht übermäßig kompliziert, da sie nur eine begrenzte Anzahl von Erzeugnissen betreffen, und andere Faktoren als der Preis bei der Auswahl zwischen den wichtigsten Anbietern für den Kunden kein ausschlaggebendes Kriterium sind.

- (100) Crown hat die Kapazitätsauslastung für sein Antwerpener Werk mit [...] ⁽²⁾ und für CMB eine Kapazitätsauslastung von [...] ⁽³⁾ angegeben. Der Auslastungsgrad von Schmalbach in seinen Benelux-Werken ist mit insgesamt [...] ⁽⁴⁾ niedriger. Diesen niedrigen Auslastungszahlen liegt die Annahme einer Dreischichtproduktion zugrunde, die in diesem Wirtschaftszweig aber nicht üblich ist. Außerdem ist ein niedriger Auslastungsgrad nicht kostenaufwendig. Zu den gegenwärtigen Preisen kann Crown die Festkosten in seinem Werk Antwerpen bereits mit einem Auslastungsgrad von weniger als [40 %] ⁽⁵⁾ decken. Somit bestünde kein starker Anreiz, um über niedrige Preise die Kapazitäten voll auszulasten, damit aber von einem Parallelverhalten abzuweichen.

- (101) Die erheblichen Einfuhren aus Frankreich und Deutschland in die Benelux-Märkte belaufen sich auf mehr als 30 % des inländischen Verbrauchs. CMB ist zwar Marktführer in Frankreich mit einem Anteil von [40—50 %] ⁽⁶⁾, und Schmalbach und CMB sind die beiden größten Anbieter in Deutschland mit einem gemeinsamen Marktanteil von 70

⁽¹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Keine Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽³⁾ Keine Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁴⁾ Keine Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁵⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁶⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

bis 80 %, doch Wettbewerber wie Ferembal könnten unverzüglich und wirksam reagieren und trotz ihrer räumlichen Entfernung zu wirtschaftlichen Bedingungen in den Benelux-Markt liefern, falls die Marktführer versuchen sollten, Preiserhöhungen durchzusetzen.

Aus diesem Grund kann ausgeschlossen werden, daß der Zusammenschluß zur Begründung einer oligopolistischen beherrschenden Stellung auf dem Benelux-Markt für Konservendosen führen würde.

C. Getränkedosenverschlüsse

- (102) Die Parteien haben ihren Anteil am gemeinschaftsweiten Markt für Getränkedosenverschlüsse mit [15—25 %]⁽¹⁾ für CMB und mit weniger als [5 %]⁽²⁾ für Crown angegeben. Diese Prozentzahlen entsprechen weitgehend den von dritten Quellen stammenden Zahlenangaben.
- (103) Dieses Erzeugnis wird in Europa von zumindest zwei weiteren großen Herstellern produziert: von Nacanco, das dem Pechiney-Konzern angehört, und von Schmalbachs Tochtergesellschaft Continental Can (Europe). Die Marktanteile dieser Wettbewerber entsprechen ungefähr dem gemeinsamen Marktanteil der Parteien.
- (104) Die große Mehrzahl der Getränkedosenhersteller einschließlich CMB fertigt auch Dosenverschlüsse und verkauft diese beiden Teile als eine Einheit an ihre Kunden. Die meisten Dosenhersteller decken ihren Bedarf an Getränkedosenverschlüssen über ihre Eigenproduktion. Einige von ihnen beziehen jedoch einen Teil ihres Bedarfs von Fremdherstellern wie z. B. Crown. Crown ist hierbei in einer außergewöhnlichen Lage, da es in Europa nur Dosenverschlüsse herstellt und verkauft, jedoch nicht die eigentlichen Dosen. Somit ist Crown Drittlieferant, d. h. für europäische Getränkedosenhersteller eine auswärtige Bezugsquelle für Dosenverschlüsse, mit der sie ihren Produktionsbedarf abrunden können. Zu den wichtigsten Abnehmern von Crown zählen Nacanco, CMB und Continental Can (Europe).
- (105) In Anbetracht der Macht der Kunden auf diesem Markt bestehen aus vertikaler Sicht kaum Wettbewerbsbedenken hinsichtlich des Absatzes von Getränkedosenverschlüssen durch Crown. Bei den Kunden von Crown handelt es sich um mächtige Dosenhersteller, die Fremdbezüge lediglich als ein Mittel zur Feinabstimmung ihrer Eigenproduktion von Getränkedosen und Dosenverschlüssen einsetzen. Diese Unternehmen könnten jederzeit ihre Kapazitäten bei Dosenverschlüssen ausweiten, falls sie dies für erforderlich hielten. Deshalb ist es

unwahrscheinlich, daß mit dem Erwerb ein spürbares Potential für eine vertikale Marktabschottung entstünde. Auch der Zugewinn an Marktanteilen von weniger als [5 %]⁽³⁾, der dem EWR-Marktanteil von CMB von [15—25 %]⁽⁴⁾ hinzuzuzählen wäre, würde an sich keine beherrschende Stellung auf dem Markt für Getränkedosenverschlüsse zu begründen drohen.

D. Kronenkorken

- (106) Für das Jahr 1994 haben die Parteien einen Marktanteil von [35—45 %]⁽⁵⁾ der neuen Unternehmenseinheit (Crown [35—45 %]⁽⁶⁾ und CMB weniger als [5 %]⁽⁷⁾) bei Kronenkorken angegeben. Da jedoch CMB seine Kronenkorkenfertigung in Spanien jüngst verkauft hat und Kronenkorken nur noch in Finnland herstellt, wäre die Produktüberschneidung zwischen den Parteien geringer als im Jahr 1994. Für die anderen auf diesem Markt tätigen Unternehmen haben die Parteien Anteile von [10—20 %]⁽⁸⁾ für Tapon, [10—20 %]⁽⁹⁾ für Pelliconi und [5—15 %]⁽¹⁰⁾ für Brüninghaus angegeben.
- (107) Aus Kreisen der Industrie wurden diese Angaben bestätigt (für Crown wird der Marktanteil allgemein etwas höher angesetzt als von den Parteien). Außerdem stimmen sie mit der Aussage der Parteien überein, daß Überkapazitäten auf dem Markt vorhanden sind, obwohl es Angaben zur Kapazitätsauslastung gibt, die wiederum höher sind als die von den Parteien genannten 50 %. Schließlich wurde bestätigt, daß der strukturelle Nachfragerückgang wegen der Verwendung von Verpackungen ohne Kronenkorken (Dosen und Mehrwegplastikflaschen) andauern werde. Diese Faktoren haben einen Druck auf die Preise bewirkt, während die Kosten aufgrund der steigenden Weißblechpreise nach oben gegangen sind.
- (108) Neben dem geringen Marktanteil von CMB hat Crown in den vergangenen fünf Jahren [5—15 %]⁽¹¹⁾ seines Marktanteils von [45—55 %]⁽¹²⁾ vor fünf Jahren auf nunmehr [35—45 %]⁽¹³⁾ abgeben müssen. In Anbetracht der beschriebenen Marktverhältnisse und der Stellung der neuen Einheit ist nicht davon auszugehen, daß der Zusammenschluß zur Begründung einer beherrschenden Stellung auf dem Kronenkorkenmarkt führen würde.

⁽¹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽³⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁴⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁵⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁶⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁷⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁸⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹⁰⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹¹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹²⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹³⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

E. Plastikschraubverschlüsse für Getränkeflaschen

- (109) Nach den Angaben der Parteien haben in diesem Wirtschaftszweig die wichtigsten Wettbewerber folgende Marktanteile: Crown [25—35 %]⁽¹⁾, CMB [5—10 %]⁽²⁾, Novembal [10—20 %]⁽³⁾, Berg [10—20 %]⁽⁴⁾ und MCG-Verschlüsse [5—15 %]⁽⁵⁾. Diese Zahlen stimmen im großen und ganzen mit anderen vorliegenden Zahlenangaben und mit den Ergebnissen der Untersuchung der Kommission überein.

Der Erwerb von CMB durch Crown, das seinen Marktanteil von [25—35 %]⁽⁶⁾ auf [30—40 %]⁽⁷⁾ erhöhen würde, ist nicht geeignet, die Stellung von Crown gegenüber seinen nächstfolgenden Wettbewerbern Novembal, Berg und MCG spürbar zu verändern. Der Markt der Plastikverschlüsse für Getränkeflaschen ist ein junger, wachstumsstarker Markt (das Marktvolumen hat sich in den vergangenen vier Jahren verdoppelt), ebenso wie die Absätze und Marktanteile dieser drei Unternehmen. Demgegenüber lag das Wachstum von Crown unterhalb dieser Höhe, was zu einem Rückgang des Absatzanteils von [30—40 %]⁽⁸⁾ auf [25—35 %]⁽⁹⁾ in diesem Vierjahreszeitraum geführt hat.

- (110) Obwohl für die meisten Arten von Plastikgetränkerverschlüssen Patente bestehen — die Parteien halten einige der wichtigsten Patente vor allem bei zweiteiligen Verschlüssen —, haben diese Patente offensichtlich den Eintritt in den Markt nicht spürbar verhindert. Lizenzen werden ohne weiteres zu nicht sehr hohen Gebühren erteilt (in der Regel 2 bis 4 % des Absatzes einschließlich der Gebühren an Crown).

Crown hält Patente für die Marken Obrist und PolyVent, unter denen es selbst herstellt und Lizenzen an Wettbewerber (einschließlich CMB) erteilt hat. CMB ist Lizenznehmer von Owens-Illinois (OI), der ebenfalls wichtige Patente für Plastikgetränkerverschlüsse hält, jedoch aus technischen Gründen keine Verschlüsse im Rahmen dieser Patente herstellt.

Viele neue Marktzugänger haben ihre Produktion mit einer Lizenz für eine der verfügbaren Techniken unverzüglich aufgenommen. Im folgenden haben einige von ihnen neue patentge-

schützte Erzeugnisse entwickelt. Diesen Weg haben zumindest vier Wettbewerber (Berg, Betts, Bormioli und OI) beschritten. Berg produzierte ursprünglich unter dem PolyVent-Patent von Crown, Betts unter dem Obrist-Patent, Bormioli unter dem VEM-Patent für Plastikverschlüsse und OI unter dem Patent von Alcoa, für das es weiterhin Patentnehmer ist. Jedes dieser Unternehmen hat jedoch seine eigenen Verschlüsse entwickelt. Es gibt eine Reihe weiterer Wettbewerber, die sowohl ihre eigenen Verschlüsse verkaufen als auch Lizenzen dafür an andere Firmen vergeben.

Den Herstellern von Plastikgetränkerverschlüssen steht eine Marktstruktur mit relativ konzentrierter Nachfrage und äußerst anspruchsvollen, preisbewußten Kunden gegenüber. Diese großen, mächtigen Abnehmer aus der Getränkeindustrie (einschließlich Coca-Cola, Pepsico, Perrier und Pernod-Ricard) beziehen in der Regel bei unterschiedlichen Quellen, um ihre Wahlmöglichkeiten und Optionen besser im Griff zu haben. Durch ein derartiges Vorgehen wird der Bestand von Wettbewerbern als alternative Bezugsquelle tendenziell gestärkt.

In Anbetracht der Marktstruktur und der Größe der neuen Unternehmenseinheit auf diesem Markt ist nicht davon auszugehen, daß der Zusammenschluß eine beherrschende Stellung auf dem Markt für Plastik-Getränkverschraubverschlüsse begründen oder verstärken würde.

F. Aluminiumflaschenverschlüsse

- (111) Nach den Angaben der Parteien belief sich das Marktvolumen im Jahr 1994 auf 26 Milliarden Einheiten und betrug ihr gemeinsamer Anteil am EWR-Markt [30—40 %]⁽¹⁰⁾ (Crown [25—35 %]⁽¹¹⁾, CMB weniger als [5 %]⁽¹²⁾).
- (112) Den der Kommission vorgelegten Daten ist jedoch zu entnehmen, daß die Parteien die Umsatzzahlen einiger Wettbewerber zu hoch angesetzt haben. Nach Prüfung der Umsatzzahlen, die die von den Parteien genannten Wettbewerber vorgelegt haben, geht die Kommission von einer Gesamtabsatzzahl im Bereich von 18 Milliarden Einheiten aus. Dies entspräche der Schätzung von zwei Hauptwettbewerbern (ein dritter Wettbewerber hat den Gesamtabsatz weit niedriger mit 14 Milliarden Einheiten angesetzt). Dieser Gesamtabsatz von 18 Milliarden Einheiten stimmt mit den von den verschiedenen Marktteilnehmern genannten tatsächlichen Verkaufszahlen überein.

⁽¹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽³⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁴⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁵⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁶⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁷⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁸⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹⁰⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹¹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽¹²⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

Bei einem Gesamtmarkt von 18 Milliarden Einheiten hätten die Parteien einen gemeinsamen Marktanteil von [45—55 %]⁽¹⁾. Die Marktanteile der Hauptwettbewerber betragen: Alcoa [25—30 %]⁽²⁾, Cebal, Teil des Pechiney-Konzerns, weniger als [10 %]⁽³⁾ und MCG Closures weniger als [10 %]⁽⁴⁾.

- (113) Nach den Aussagen der Parteien haben die Hersteller von Aluminiumflaschenverschlüssen mit einem Nachfragerückgang und erheblichen Überkapazitäten zu kämpfen. Dies sei auf die Umstellung der Abfüllbetriebe von Glas- auf Kunststoffflaschen und damit auf Kunststoffverschlüsse zurückzuführen. In den vergangenen zwei Jahren haben Mehrweg-PET-Flaschen den Glasflaschen einen erheblichen Marktanteil entzogen. Die seit den siebziger Jahren auf dem Markt befindlichen PET-Flaschen wurden ursprünglich mit Aluminiumverschlüssen versehen, jedoch auf Obrist-Verschlüsse umgestellt, als diese auf den Markt kamen.
- (114) Diese strukturellen Gegebenheiten und das Vorhandensein eines starken Wettbewerbers auch bei Plastikverschlüssen (Alcoa) erscheinen ausreichend, um einer drohenden Marktbeherrschung durch die neue Unternehmenseinheit entgegenzuwirken.

VI. VERPFLICHTUNGSZUSAGEN VON CROWN CORK & SEAL

- (115) Crown Cork & Seal hat angeboten, das ursprünglich angemeldete Zusammenschlußvorhaben durch folgende Verpflichtungszusagen zu ändern:

(...)

„Crown erklärt sich bereit, die Wirkung des bei der Kommission am 23. Juni 1995 angemeldeten Vorhabens mit folgenden Zusagen zu ändern.

3. Die Kommission hat gefordert, den Zugang eines glaubwürdigen Wettbewerbers mit ausreichenden Ressourcen zum EWR-Aerosolmarkt und/oder die Erhöhung der Kapazität eines bestehenden Wettbewerbers zu erleichtern, so daß der betreffende Wettbewerber in jedem Fall auf dem EWR-Aerosolmarkt wirksam mit Crown konkurrieren kann. Um dieser Forderung nachzukommen, verpflichtet sich Crown, daß es nach der erfolgreichen Abwicklung seines Austauschgebots das Aerosol-Geschäft (hierzu gehören die Anteile einer oder mehrerer juristischer Personen, die folgende Elemente umfassen: Betriebsanlagen — mit Ausnahme der in

Absatz 5 erwähnten Anlagen —, Ausrüstungen, Maschinen und Vorrichtungen, Rohstoffe, Fertigerzeugnisse, Lager und Halbfertigprodukte, Beschäftigte, Geschäftsvereinbarungen und alle Rechte in Verbindung mit den im üblichen Geschäftsverlauf mit den Abnehmern eingegangenen Verträgen sowie alle anderen Vermögenswerte in Verbindung mit der Herstellung, dem Vertrieb und dem Verkauf von Aerosoldosen, Rechten an Warenzeichen, Patenten, Erfindungen, Geschäftsgeheimnissen, Technologien, Know-how und Design von Aerosoldosen von Crown und CarnaudMetalbox SA (CMB⁵) entsprechend den der Kommission überreichten Informationen über ‚Aerosol-Betriebe‘ an folgenden Standorten unwiderruflich als laufendes Geschäft zum Verkauf anbieten wird (das ‚Veräußerungspaket‘):

- das Aerosol-Geschäft von Crown in Southall und Tredegar,
- das Aerosol-Geschäft von Crown in Voghera, Italien,
- das Aerosol-Geschäft von CMB in Reus, Spanien,
- das Aerosol-Geschäft von CMB in Laon, Frankreich,
- das Aerosol-Geschäft von CMB in Schwedt, Deutschland.

4. In bezug auf den Crown-Standort Southall wird Crown unmittelbar nach der erfolgreichen Abwicklung seines Austauschgebots und, wenn es die Zeit zuläßt, vor dem Verkauf des Veräußerungspakets an den Käufer dieses Pakets (den ‚Käufer‘) sein Kronenkorkengeschäft so ausgliedern, daß allein das laufende Aerosol-Geschäft bestehen bleibt. Diese Betriebsverlegung erfolgt ohne Beeinträchtigung des laufenden Aerosol-Geschäfts.
5. In bezug auf seinen Standort Voghera wird Crown, wenn es vom Käufer gewünscht wird, sein Aerosol-Geschäft an einem anderen Standort als einen laufenden selbständigen oder in andere Betriebe des Käufers integrierten Betrieb errichten. Bei der Verlagerung an diesen anderen Standort wird Crown die notwendigen Schritte unternehmen, um die Produktion so wenig wie möglich zu unterbrechen, indem es z. B. die Fertigungsstraßen einzeln verlegt [...] ⁽⁵⁾.
6. Außerdem ist Crown damit einverstanden, dem Käufer alle Lizenzen, sämtliches Know-how und jegliche technische Unterstützung für die Produktion unterteilter

⁽¹⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Keine genaue Zahlenangabe: vertrauliche Angabe von Alcoa.

⁽³⁾ Keine genaue Zahlenangabe: vertrauliche Angabe von Pechiney.

⁽⁴⁾ Keine genaue Zahlenangabe: vertrauliche Angabe von MCG.

⁽⁵⁾ Getilgt: Geschäftsgeheimnis.

Dosen (d. h. die ‚Bag-in-Can‘-Technik unter dem ‚Bi-Can‘-Warenzeichen und Kolbendosen) zur Verfügung zu stellen, soweit dies aufgrund bestehender vertraglicher Vereinbarungen, die Crown in bezug auf Kolbendosen binden, möglich ist. Crown kann von dem Käufer für Lizenzen, Know-how oder technische Unterstützung eine marktübliche Gebühr verlangen. Diese Gebühr soll der zum Zeitpunkt der Gewährung von Lizenzen, Know-how oder technischer Unterstützung normalerweise am Markt erzielbaren Gebühr entsprechen. Die Verpflichtung zu technischer Unterstützung besteht für die Dauer eines Jahres nach dem Erwerb des Veräußerungspakets fort. Crown wird auf Ersuchen des Käufers für einen weiteren Zeitraum von bis zu einem Jahr gegen eine marktübliche Gebühr technische Unterstützung gewähren, sofern der Käufer dies nicht später als einen Monat vor Ablauf des ersten Jahres beantragt.

7. Crown wird sich für die Dauer von [...] ⁽¹⁾ nach Abschluß des Verkaufs des Veräußerungspakets verpflichten, mit dem Käufer um den Absatz von Aerosoldosen an Abnehmer an den besonderen Standorten, die von den zum Veräußerungspaket gehörenden Betrieben beliefert wurden, nicht in Wettbewerb zu treten, es sei denn, daß die Abnehmer an diesen besonderen Standorten bereits Aerosoldosen von beibehaltenen CMB- oder Crown-Betrieben beziehen, oder daß — vorbehaltlich der Genehmigung der Kommission — der potentielle Abnehmer es ablehnt, mit dem Käufer des Veräußerungspakets Geschäfte zu schließen.

8. Crown anerkennt die doppelte Zielsetzung der Kommission, die Rentabilität, Marktfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit der zum Veräußerungspaket gehörenden Betriebe aufrechtzuerhalten und zu diesem Zweck ausreichende Führungsleistungen und Funktionen zu erbringen. Zur Verwirklichung dieser beiden Ziele übernimmt Crown folgende Verpflichtungen:

a) Die zum Veräußerungspaket gehörenden Betriebe bleiben rechtlich getrennte, eigenständige und verkäufliche Einheiten. Die Produktionskapazität und der Absatz werden nach üblicher Geschäftspraxis in ihrem gegenwärtigen Umfang aufrechterhalten. Alle zur Wahrung der Geschäfte notwendigen Verträge werden in Über-

einstimmung mit früheren Geschäftsgewohnheiten und dem üblichen Geschäftsverlauf geschlossen oder entsprechend ihren Klauseln fortgeführt. Hierzu gehören insbesondere alle Verträge und Vereinbarungen über sämtliche Aspekte des Aerosol-Geschäfts, wie in Absatz 3 beschrieben.

b) Alle Verwaltungs- und Führungsfunktionen, die das Veräußerungspaket betreffen und am Hauptsitz von Crown und/oder CMB auf den entsprechenden Ebenen wahrgenommen wurden, um die Rentabilität, Marktfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit der zum Veräußerungspaket gehörenden Unternehmen aufrechtzuerhalten, werden bis zum Abschluß der Veräußerung oder so lange fortgesetzt, bis der Treuhänder erklärt, daß diese Funktionen nicht mehr notwendig sind. Ausschlaggebend ist das jeweils früher eintretende Ereignis.

c) Unmittelbar nachdem die Kommission Crown aufgrund der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 eine befürwortende Entscheidung zugestellt hat, aber nicht später als zehn Tage nach dem Erwerb der Kontrolle von CMB durch Crown wird ein Treuhänder (der ‚Treuhänder‘), z. B. eine Investitionsbank, mit Zustimmung der Kommission ernannt, (diese darf nicht ohne triftigen Grund verweigert werden). Sollte Crown zu irgendeinem Zeitpunkt nach der Ernennung des Treuhänders feststellen, daß dieser seinen Aufgaben nicht ordnungsgemäß nachkommt, so wird es a) den Treuhändlervertrag beenden und b) den Treuhänder durch einen anderen Treuhänder ersetzen, wozu die Zustimmung der Kommission erforderlich ist (diese darf nicht ohne triftigen Grund verweigert werden).

d) Die nach Absatz 9 Buchstabe a) vom Treuhänder gewählte Führungsstruktur wird verwirklicht und unterstützt.

9. Der Treuhänder wird:

a) in Absprache mit den bei Crown und CMB zuständigen Personen die geeignete Führungsstruktur festlegen, um die Rentabilität, Marktfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit des Veräußerungspakets und seiner einzelnen Teile zu gewährleisten, [...] ⁽²⁾. Der Treuhänder hat zu gewährleisten, daß die Umstrukturierung eines zu veräußernden

⁽¹⁾ Frist getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Getilgt: Geschäftsgeheimnis.

- Betriebes auf eine Weise durchgeführt wird, bei der die Rentabilität, die Marktfähigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit des Betriebes gesichert sind;
- b) die Führung und den Betrieb der zum Veräußerungspaket gehörenden Unternehmen überwachen, um ihre Rentabilität, Marktfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit aufrechtzuerhalten. Er erhält in dem für die Überwachung notwendigen Maße Zugang zum Personal und zu den Einrichtungen ebenso wie zu den Unterlagen, Geschäftsbüchern und Aufzeichnungen des Aerosol-Geschäfts von Crown und CMB, einschließlich solcher, die nicht Bestandteil des Veräußerungspakets sind. Der Treuhänder erhält außerdem Zugang zu sonstigem Personal, sonstigen Einrichtungen, Geschäftsbüchern und Aufzeichnungen, die einen Einfluß auf die Führung des Aerosol-Geschäfts haben könnten (insbesondere zentrale Beschaffung und F&E in bezug auf das Aerosol-Geschäft);
- c) für Crown Investitionsbankgeschäfte führen und in gutem Glauben in Verhandlungen mit interessierten Dritten eintreten, um das Veräußerungspaket als Ganzes bis spätestens [...] ⁽¹⁾ bzw. [...] ⁽²⁾ nach dem Erwerb der Kontrolle über CMB durch Crown (das „Zieldatum“) zu verkaufen. Falls der Treuhänder zu irgendeinem Zeitpunkt vor dem Zieldatum zusammen mit der Kommission feststellt, daß kein annehmbarer Käufer für einen Gesamtverkauf vorhanden ist, werden der Treuhänder, Crown und die Kommission alternative Verkaufsformen erwägen;
- d) von Crown eine Vergütung mit Leistungsanreizen erhalten, damit er alles Erforderliche unternimmt, um einen schnellen Verkauf des Veräußerungspakets zu einem möglichst hohen Wert zu realisieren;
- e) einen schriftlichen Bericht über den Fortgang seiner Verhandlungen mit am Kauf des Veräußerungspakets interessierten Dritten entweder vor der Unterzeichnung eines verbindlichen Vertrages, aber auf jeden Fall einmal monatlich vorlegen. Diese Berichte werden zusammen mit den entsprechenden Unterlagen der Kommission nebst einer Kopie für Crown übermittelt;
- f) der Kommission alle zwei Monate einen schriftlichen Bericht mit Kopie an Crown über die Überwachung des Vorhabens und die Verwaltung des Veräußerungspakets vorlegen;
- g) der Kommission auf ihr Ersuchen einen schriftlichen oder mündlichen Bericht über die in den Buchstaben e) und f) erwähnten Angelegenheiten vorlegen. Crown erhält eine Kopie der schriftlichen Berichte und wird über den Inhalt der mündlichen Berichte in Kenntnis gesetzt;
- h) nach Abschluß des Verkaufs des Veräußerungspakets seine Arbeit einstellen. Der Käufer kann die Dienste des Treuhänders von diesem Zeitpunkt an für eigene Rechnung weiter in Anspruch nehmen.
10. Crown verpflichtet sich, den Treuhänder in dem von ihm erbetenen Maße in angemessener Weise zu unterstützen, um das Veräußerungspaket bis zum Zieldatum zu verkaufen. Crown kommt seiner Veräußerungsverpflichtung nach, wenn es bis zu diesem Datum eine verbindliche Absichtserklärung oder einen verbindlichen Vertrag über den Verkauf des Veräußerungspakets mit einem von der Kommission gebilligten Käufer unterzeichnet hat, sofern dieser Verkauf innerhalb einer von der Kommission genehmigten, angemessenen Frist getätigt wird.
11. Die Kommission kann auf entsprechend begründetes Ersuchen von Crown die Veräußerungsfrist um [...] ⁽³⁾ über das Zieldatum hinaus verlängern. In diesem Fall beauftragt Crown den Treuhänder unwiderruflich, das Veräußerungspaket zu den bestmöglichen Bedingungen zu verkaufen, [...] ⁽⁴⁾.
12. In seinen Berichten nach Absatz 9 Buchstaben e) und g) vermerkt der Treuhänder, ob ein Käufer, mit dem er eine Absichtserklärung zu unterzeichnen gedenkt, seines Erachtens die in Absatz 3 genannten Voraussetzungen erfüllt und ob die Verhandlungen mit diesem Käufer fortgeführt werden sollten. Falls die Kommission innerhalb von zehn Arbeitstagen nach dem Empfang dieser Mitteilung des Treuhänders seiner günstigen Beurteilung des Käufers nicht ausdrücklich widerspricht, so können die Verhandlungen mit dem Kaufinteressenten fortgesetzt werden. Die

⁽¹⁾ Getilgt: Geschäftsgeheimnis.⁽²⁾ Frist getilgt: Geschäftsgeheimnis.⁽³⁾ Frist getilgt: Geschäftsgeheimnis.⁽⁴⁾ Getilgt: Geschäftsgeheimnis.

Kommission kann der Einschätzung des Kaufinteressenten durch den Treuhänder widersprechen, wenn dieser kein glaubwürdiger Wettbewerber wäre und den Wettbewerb mit Crown vermutlich nicht würde aufnehmen können.

13. Es steht Crown frei, jegliche Angebote von Käufern, die gemäß dem im vorstehenden Absatz beschriebenen Verfahren als annehmbar anerkannt worden sind, bis zum Zieldatum anzunehmen bzw. das seiner Ansicht nach beste unter mehreren Angeboten auszuwählen.“
- (116) Die Kommission geht davon aus, daß die Erfüllung des Angebots von Crown, ein aus fünf räumlich weit verstreuten Weißblechaerosoldosenbetrieben bestehendes Geschäft, einschließlich sämtlicher Vermögenswerte, (sowie einen Zulieferbetrieb in Tredegar), Beschäftigter und Rechte zu veräußern, Crown daran hindern wird, eine beherrschende Stellung auf dem EWR-Markt für Weißblechaerosoldosen zu erlangen.
- (117) Nach dem Zusammenschluß und nach dem Verkauf des Veräußerungspakets wird Crown/CMB Weißblechaerosoldosenbetriebe in fünf Mitgliedstaaten mit insgesamt [...] ⁽¹⁾ Montagestraßen (einschließlich einer Fertigungsstraße in einem Konservendosenbetrieb in Griechenland) betreiben und über einen Marktanteil von [35—45 %] ⁽²⁾ verfügen, der mit dem gegenwärtigen Marktanteil von CMB von [35—45 %] ⁽³⁾ bei fünf Betrieben und 36 Fertigungsstraßen verglichen werden muß. Der Zuwachs des Marktanteils ist dem Mjldrecht-Betrieb von Crown zuzuschreiben, dessen Produktion im Rahmen eines langfristigen Liefervertrages auf einen Kunden abgestellt ist.

Zum Veräußerungspaket gehören eigenständige, laufende Betriebe mit einem Marktanteil von insgesamt 22 %. Kennzeichnend für das Veräußerungspaket ist seine geographische und technische Flexibilität, da es aus fünf Aerosoldosen-Produktionsbetrieben in fünf verschiedenen Mitgliedstaaten mit [...] ⁽⁴⁾ Fertigungsstraßen besteht. Außerdem gehören zum Veräußerungspaket moderne Druck-, Beschichtungs- und Schneidemaschinen.

Die Veräußerung bedingt, daß die neue Gruppe zwar weniger Fertigungsstraßen wie früher CMB betreiben, aber einen ähnlich hohen Marktanteil wie zuvor CMB haben wird, wobei der Marktanteil-zuwachs auf einen langfristigen Liefervertrag

zurückzuführen ist. Die Kommission ist daher zu dem Schluß gelangt, daß die Verpflichtungszusagen von Crown ausreichen, um die Begründung oder Verstärkung einer beherrschenden Stellung auf dem EWR-Markt für Weißblechaerosoldosen zu verhindern.

- (118) Falls der Verkauf der zu veräußernden Betriebe nicht bis zum Ablauf der von Crown zugesagten Frist bzw. der von der Kommission auf Ersuchen von Crown eingeräumten Fristverlängerung von [...] ⁽⁵⁾ erfolgt ist, behält sich die Kommission die Wahrnehmung ihrer Rechte aufgrund von Artikel 8 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung vor.

Falls eine der Zusagen von Crown nicht eingehalten wird, bevor die Veräußerung abgeschlossen ist, behält sich die Kommission ihr Recht nach Artikel 8 Absatz 5 der Fusionskontrollverordnung vor, diese Entscheidung zu widerrufen.

Diese Maßnahmen ergeben unbeschadet des Rechts der Kommission, Geldbußen nach Artikel 14 Absatz 2 festzusetzen —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Unter dem Vorbehalt, daß sämtliche in Randnummer 115 aufgeführten Bedingungen und Verpflichtungen uneingeschränkt erfüllt werden, die in der von Crown Cork & Seal gegenüber der Kommission abgegebenen Zusage enthalten sind, wird der am 23. Juni 1995 von Crown Cork & Seal angemeldete Zusammenschluß in Form des Erwerbs von CarnaudMetalbox als mit dem Gemeinsamen Markt und der Funktionsweise des EWR-Abkommens vereinbar erklärt.

Artikel 2

Diese Entscheidung ist gerichtet an:

Crown Cork & Seal,
9300 Ashton Road,
Philadelphia, PA 19136,
USA.

Brüssel, den 14. November 1995

Für die Kommission

Karel VAN MIERT

Mitglied der Kommission

⁽¹⁾ Getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽²⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽³⁾ Keine genaue Zahlenangabe: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁴⁾ Getilgt: Geschäftsgeheimnis.

⁽⁵⁾ Frist getilgt: Geschäftsgeheimnis.