

Ausgabe
in deutscher Sprache

Rechtsvorschriften

Inhalt

I Veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte

- Verordnung (EG) Nr. 997/96 der Kommission vom 4. Juni 1996 über den Transport der unentgeltlichen Lieferung von Weichweizenmehl nach Turkmenistan 1
- * Verordnung (EG) Nr. 998/96 der Kommission vom 4. Juni 1996 zur Einführung eines Überwachungsmechanismus bei der Einfuhr von frischen Sauerkirschen/Weichseln mit Ursprung in den Republiken Bosnien-Herzegowina, Kroatien und Slowenien sowie der ehemaligen Jugoslawischen Republik Mazedonien 6
- * Verordnung (EG) Nr. 999/96 der Kommission vom 4. Juni 1996 zur Änderung der Verordnung (EWG) Nr. 3886/92 hinsichtlich der Durchführungsvorschriften für die Gewährung von Verarbeitungsprämien im Sektor Rindfleisch 8
- * Verordnung (EG) Nr. 1000/96 der Kommission vom 4. Juni 1996 zur Änderung der Verordnung (EWG) Nr. 1538/91 mit Durchführungsvorschriften zur Verordnung (EWG) Nr. 1906/90 des Rates über bestimmte Vermarktungsnormen für Geflügelfleisch 9
- * Verordnung (EG) Nr. 1001/96 der Kommission vom 4. Juni 1996 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1487/95 zur Festlegung der Bedarfsvoraussetzung für die Versorgung der Kanarischen Inseln mit Erzeugnissen des Schweinefleischsektors und der Beihilfen für Gemeinschaftserzeugnisse 10
- Verordnung (EG) Nr. 1002/96 der Kommission vom 4. Juni 1996 zur Festlegung pauschaler Einfuhrwerte für die Bestimmung der im Sektor Obst und Gemüse geltenden Einfuhrpreise 12
- Verordnung (EG) Nr. 1003/96 der Kommission vom 4. Juni 1996 zur Bestimmung des Umfangs, in dem den Ausfuhrlicenzanträgen für Erzeugnisse des Sektors Geflügelfleisch stattgegeben wird 14
- Verordnung (EG) Nr. 1004/96 der Kommission vom 4. Juni 1996 zur Änderung der im Sektor Getreide geltenden Zölle 15

Inhalt (Fortsetzung)

Verordnung (EG) Nr. 1005/96 der Kommission vom 4. Juni 1996 zur Änderung der im Zuckersektor für bestimmte Erzeugnisse geltenden repräsentativen Preise und zusätzlichen Einfuhrzölle.....	18
* Verordnung (EG) Nr. 1006/96 des Rates vom 3. Juni 1996 zur Einführung eines endgültigen Antidumpingzolls auf die Einfuhren von Aktivkohle in Pulverform mit Ursprung in der Volksrepublik China	20

II *Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte*

Kommission

96/346/EG:

* Entscheidung der Kommission vom 20. September 1995 in einem Verfahren nach der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates (IV/M.553 — RTL/Veronica/Endemol)	32
---	----

I

(Veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

VERORDNUNG (EG) Nr. 997/96 DER KOMMISSION

vom 4. Juni 1996

über den Transport der unentgeltlichen Lieferung von Weichweizenmehl nach Turkmenistan

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 1975/95 des Rates vom 4. August 1995 über Maßnahmen zur unentgeltlichen Lieferung landwirtschaftlicher Erzeugnisse für die Bevölkerung von Georgien, Armenien, Aserbaidschan, Kirgistan, Tadschikistan und Turkmenistan⁽¹⁾, geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 686/96⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 4,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Mit der Verordnung (EG) Nr. 2009/95 der Kommission⁽³⁾, geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 723/96⁽⁴⁾, sind Vorschriften zu der in der Verordnung (EG) Nr. 1975/95 vorgesehenen Lieferung landwirtschaftlicher Erzeugnisse erlassen worden. Es ist eine Ausschreibung für die Lieferung von 9 000 Tonnen Weichweizenmehl nach Turkmenistan durchzuführen.

Angesichts der derzeitigen Probleme dieser Republik und der besonderen Probleme des Transports der Hilfe in dieses Gebiet ist es angebracht, die Lieferung des oben genannten Erzeugnisses in einer Partie zu organisieren.

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

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

(1) Im Rahmen der Verordnung (EG) Nr. 2009/95 und insbesondere gemäß Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe b), werden die Kosten für die Lieferung von 9 000 Tonnen Weichweizenmehl (Nettogewicht) nach Maßgabe von

Anhang I ausgeschrieben. Die Ausschreibung erstreckt sich auf eine Partie.

(2) Die Kosten beziehen sich auf die Übernahme auf der in Absatz 3 genannten Stufe und den Transport mit geeigneten Mitteln bis zu den Bestimmungsorten innerhalb der Fristen gemäß Anhang I.

(3) Das Mehl wird bis zu höchstens zehn Tagen ab den genannten Zeitpunkten fob gestaut (Schiff oder Eisenbahn) wie folgt bereitgehalten:

Partie

- 3 000 Tonnen netto bereitzustellen ab dem 1. Juli 1996,
- 3 000 Tonnen netto bereitzustellen ab dem 4. Juli 1996,
- 3 000 Tonnen netto bereitzustellen ab dem 10. Juli 1996.

Nach Ablauf der Zehntagesfrist nach den vorgenannten Zeitpunkten muß der Zuschlagsempfänger der Kommission alle ihr entstandenen Unkosten (Parkgebühren, Versicherung, Überwachung, Garantie usw.) gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe e) Nummer 4 der Verordnung (EG) Nr. 2009/95 erstatten.

Die Gesamtmenge kann um 20 % nach oben oder nach unten im Vergleich zur oben genannten Tonnage variieren. Die genaue Menge wird dem Zuschlagsempfänger zum Zeitpunkt der Benachrichtigung über den Lieferzuschlag mitgeteilt werden.

Die Lieferstufe (fob Schiff oder Waggon) und der Übernahmeort werden auf Anfrage von den Dienststellen der Kommission am 17. Juni 1996 mitgeteilt [Tel.: (32-2) 295 12 81 oder 296 29 36; Fax: (32-2) 296 64 46].

Artikel 2

(1) Gemäß Artikel 4 der Verordnung (EG) Nr. 2009/95 sind die Angebote bei folgender Adresse zu hinterlegen:

Europäische Kommission,
EAGFL-Garantie,
Abteilung VI/G.2,
Büro 10/08 oder 10/05,
Rue de la Loi / Wetstraat 130,
B-1049 Brüssel.⁽¹⁾ ABl. Nr. L 191 vom 12. 8. 1995, S. 2.⁽²⁾ ABl. Nr. L 97 vom 18. 4. 1996, S. 1.⁽³⁾ ABl. Nr. L 196 vom 19. 8. 1995, S. 4.⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 100 vom 23. 4. 1996, S. 9.

Die Frist für die Einreichung der Angebote läuft am 19. Juni 1996 um 12.00 Uhr (Ortszeit Brüssel) ab.

Sollten am 19. Juni keine Angebote angenommen werden, so läuft eine zweite Frist für die Abgabe der Angebote am 28. Juni 1996 um 12.00 Uhr (Ortszeit Brüssel) ab.

In diesem Fall sind alle Daten in Artikel 1 und Anhang I um zehn Tage zu verschieben.

(2) Das Angebot umfaßt die Lieferung der in Artikel 1 Absatz 3 genannten Gesamtmenge.

Bei Eisenbahntransport liefert der Bieter eine schriftliche Zusicherung der Bahnbehörden des Eingangslandes in den GUS-Staaten, die die Bereitstellung von Transportmitteln sowie die für eine sichere Ausführung notwendigen Waggons bestätigt. Artikel 12 Absatz 2 der Verordnung (EG) Nr. 2009/95 ist auch im Fall der Nichtzahlung an die Eisenbahnbehörden der verschiedenen durchquerten Republiken der GUS anzuwenden.

(3) Die in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe f) der Verordnung (EG) Nr. 2009/95 genannte Ausschreibungssicherheit wird auf 25 ECU je Tonne Mehl festgesetzt.

(4) Die Sicherheit gemäß Artikel 8 Absatz 2 der Verordnung (EG) Nr. 2009/95 wird auf 380 ECU je Tonne Mehl festgesetzt.

Artikel 3

Die in Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe a) zweiter Gedankenstrich der Verordnung (EG) Nr. 2009/95 genannte Übernahmebescheinigung ist an den in Anhang II angegebenen Orten durch die im selben Anhang angegebenen Behörden nach dem Muster von Anhang IV zu erstellen.

Artikel 4

Für die in Artikel 13 der Verordnung (EG) Nr. 2009/95 vorgesehene Zahlung stellt die für die Kontrolle bezeichnete Stelle unmittelbar nach der Abnahme eine Bescheinigung nach dem Muster von Anhang III aus, mit der für jede Bestimmung die vollständige Abnahme der Mengen bestätigt wird und die vom Mehlhersteller bzw. seinem Beauftragten gegenzuzeichnen ist.

Artikel 5

Diese Verordnung tritt am dritten Tag nach 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 4. Juni 1996

Für die Kommission
Franz FISCHLER
Mitglied der Kommission

*ANHANG I***Partie**

TURKMENISTAN: 9 000 Tonnen Weichweizenmehl (Nettogewicht)

Lieferstufe:

Ein vom Bieter zu bezeichnender Grenzort (Ware nicht entladen).

Letzter Liefertag im Grenzort:

- 3 000 Tonnen am 14. August 1996,
- 3 000 Tonnen am 19. August 1996,
- 3 000 Tonnen am 23. August 1996.

*ANHANG II***Übernahmeorte in Turkmenistan**

1. Ein vom Bieter zu bezeichnender Grenzort (Ware nicht entladen).

Bei Waggonen, deren von der Kommission angebrachte Verplombung an den bezeichneten Grenzübergangsstellen nicht unbeschädigt ist, darf die Übernahmebescheinigung jedoch erst nach der Entladung sowie nach der am ersten Bahnhof des Landes durchzuführenden Mengen- und Qualitätskontrolle, ausgestellt werden.

2. Zur Ausstellung der Übernahmebescheinigung ermächtigte Stelle:

Association for Bread Production of Turkmenistan
(Turkmenchlebo-product),
Ashkabad,
Kemine Str. 102,
Mr Nuriev, Chairman,
Tel.: 7 3632 25 15 28,
Fax: 7 3632 25 58 79.

ANHANG III

Verordnung (EG) Nr. 997/96

ABHOLBESCHEINIGUNG

Der Unterzeichnete,
(Name/Vorname/Funktion)

bescheinigt hiermit, für Rechnung von
die unten bezeichnete Ware übernommen zu haben.

Erzeugnis:		
Aufmachung:		
Gesamtmenge in Tonnen (netto): (brutto):		
Anzahl	der Säcke:	
	der „Big Bags“:	
Ort und Datum der Übernahme:		
Name des Schiffes:		
Name und Anschrift der Speditionsfirma:		

Name und Anschrift der Überwachungsgesellschaft: Name und Unterschrift ihres Vertreters vor Ort:

Bemerkungen oder Vorbehalte:

Unterschrift und Stempel
des Verarbeiters

.....

ANHANG IV

Verordnung (EG) Nr. 997/96

Zug Nr.

ÜBERNAHMEBESCHEINIGUNG BEI ANKUNFT DER WAGGONS IM BESTIMMUNGS-
LAND

Der Unterzeichnete,
(Name/Vorname/Funktion)

bescheinigt hiermit, für Rechnung von:

die unten bezeichnete Ware übernommen zu haben:

Art des Erzeugnisses:

Ort und Tag der Übernahme:

Nummern der Waggons	Nummern der Plomben	Mengen (Nettogewicht)	Anzahl der Säcke	Zeitpunkt des Grenzübergangs	Mengen (*) Unterschrift und Bemerkungen
1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

(*) Auszufüllen für die Waggons, für die Kontrollen durchgeführt werden mußten. Es ist das festgestellte Gewicht anzugeben.

Name und Anschrift der Transportgesellschaft:

Name und Anschrift der Überwachungsgesellschaft:

Bemerkungen und Vorbehalte:

.....

Vertreter der Überwachungsgesellschaft
Name, Unterschrift und Stempel

Name, Unterschrift und Stempel des Begünstigten

.....
.....

.....
.....

VERORDNUNG (EG) Nr. 998/96 DER KOMMISSION

vom 4. Juni 1996

zur Einführung eines Überwachungsmechanismus bei der Einfuhr von frischen Sauerkirschen/Weichseln mit Ursprung in den Republiken Bosnien-Herzegowina, Kroatien und Slowenien sowie der ehemaligen Jugoslawischen Republik Mazedonien

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 3355/94 des Rates vom 22. Dezember 1994 über die Einfuhrregelung für Waren mit Ursprung in den Republiken Bosnien-Herzegowina, Kroatien und Slowenien sowie der ehemaligen Jugoslawischen Republik Mazedonien⁽¹⁾, geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 3032/95⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 9,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Mit der Verordnung (EG) Nr. 3355/94 werden für frische Sauerkirschen/Weichseln⁽³⁾ mit Ursprung aus den oben genannten Republiken Zollzugeständnisse bis zu einem Plafond von 3 000 Tonnen jährlich gewährt.

Um die ordnungsgemäße Anwendung dieser Bestimmungen zu gewährleisten, ist es angezeigt, für Einfuhren frischer Sauerkirschen/Weichseln mit Ursprung in den Republiken Bosnien-Herzegowina, Kroatien und Slowenien sowie der ehemaligen Jugoslawischen Republik Mazedonien eine Einfuhrlizenz einzuführen. Dazu sind die besonderen Durchführungsbestimmungen festzulegen.

Es empfiehlt sich, von der Verordnung (EWG) Nr. 3719/88 der Kommission vom 16. November 1988 über gemeinsame Durchführungsregeln für Einfuhr- und Ausfuhrlicenzen sowie Voraussetzungsbescheinigungen für landwirtschaftliche Erzeugnisse⁽⁴⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 2137/95⁽⁵⁾, abzuweichen, um eine Überschreitung der mit der Verordnung (EG) Nr. 3355/94 festgesetzten Menge zu vermeiden.

Die Einfuhrlizenzen werden jeweils nach dem genauesten KN-Code erteilt. Die Kombinierte Nomenklatur sieht für die Zeiträume, in denen Sauerkirschen/Weichseln eingeführt werden, sieben Codes vor. Die Erteilung von Einfuhrlizenzen sollte deshalb für die betreffenden beiden Codes insgesamt in Betracht gezogen werden. Andererseits ist bei der Gültigkeitsdauer der Lizenz die Zeit zu berücksichtigen, die zur Verbringung des Erzeugnisses in die Gemeinschaft erforderlich ist.

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 353 vom 31. 12. 1994, S. 1.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 316 vom 30. 12. 1995, S. 4.

⁽³⁾ Österreichischer Ausdruck gemäß Protokoll Nr. 10 der Beitrittsakte 1994.

⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 331 vom 2. 12. 1988, S. 1.

⁽⁵⁾ ABl. Nr. L 214 vom 8. 9. 1995, S. 21.

Damit diese Regelung reibungslos funktionieren kann, sollte vorgesehen werden, daß die Mitgliedstaaten der Kommission wöchentlich die Mengen mitteilen, die auf die nicht oder nur teilweise ausgenutzten Lizenzen entfallen —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

(1) Bei der Einfuhr von frischen Sauerkirschen/Weichseln der KN-Codes 0809 20 11, 0809 20 21, 0809 20 31, 0809 20 41, 0809 20 51, 0809 20 61 und 0809 20 71 mit Ursprung in den Republiken Bosnien-Herzegowina, Kroatien und Slowenien sowie der ehemaligen Jugoslawischen Republik Mazedonien ist eine Einfuhrlizenz vorzulegen; diese wird von den betreffenden Mitgliedstaaten jedem Antragsteller unabhängig von seinem Sitz innerhalb der Gemeinschaft erteilt.

(2) Die Erteilung der Einfuhrlizenz ist von einer Sicherheitsleistung abhängig, die gewährleisten soll, daß die Einfuhr während der Gültigkeitsdauer der Lizenz erfolgt.

Artikel 2

(1) Sofern in dieser Verordnung nichts anderes bestimmt ist, findet die Verordnung (EWG) Nr. 3719/88 auf die Einfuhrlizenzen für frische Sauerkirschen/Weichseln mit Ursprung in den in Artikel 1 genannten Republiken Anwendung.

Abweichend von Artikel 8 Absatz 4 der genannten Verordnung ist der eine größere Menge betreffende Toleranzwert nicht anzuwenden.

(2) In Feld 16 des Lizenzantrags und der Einfuhrlizenz sind die KN-Codes 0809 20 11, 0809 20 21, 0809 20 31, 0809 20 41, 0809 20 51, 0809 20 61 und 0809 20 71 einzutragen.

(3) Der Betrag der Sicherheit beläuft sich auf 0,72 ECU/100 kg netto.

(4) Die Einfuhrlizenzen gelten 20 Tage lang, vom Tag ihrer tatsächlichen Erteilung an gerechnet.

Außer im Fall höherer Gewalt verfällt die Sicherheit ganz oder teilweise, wenn die Einfuhr nicht oder nur teilweise innerhalb dieser Frist durchgeführt wird.

Artikel 3

(1) In Feld 8 des Lizenzantrags und der Einfuhrlizenz muß bzw. müssen die Republik(en), in der bzw. denen das Erzeugnis seinen Ursprung hat, als Ursprungsland eingetragen werden. Die Einfuhrlizenz gilt nur für Erzeugnisse mit Ursprung in dieser bzw. diesen Republik(en).

(2) Die Einfuhrlicenzen werden am fünften Arbeitstag nach dem Tag erteilt, an dem sie beantragt wurden, sofern zwischenzeitlich keine anderen Maßnahmen getroffen werden.

Artikel 4

Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission folgendes mit:

1. die Mengen frische Sauerkirschen/Weichseln, die auf die beantragten Einfuhrlicenzen entfallen.

Diese Mitteilungen erfolgen

- jeden Mittwoch für die am Montag und Dienstag gestellten Anträge,

- jeden Freitag für die am Mittwoch und Donnerstag gestellten Anträge,
- jeden Montag für die am Freitag der Vorwoche gestellten Anträge;

2. die auf die nicht oder nur teilweise ausgenutzten Einfuhrlicenzen entfallenden Mengen, entsprechend dem Unterschied zwischen den auf der Lizenzrückseite verbuchten Mengen und den Mengen, für die die Licenzen erteilt wurden.

Diese Mitteilung erfolgt jeweils mittwochs für die in der Vorwoche erhaltenen diesbezüglichen Angaben;

3. wurde in einem der in Nummer 1 genannten Zeiträume keine Einfuhrlizenz beantragt oder gibt es keine im Sinne von Nummer 2 nicht verwendete Menge, so teilen die Mitgliedstaaten dies der Kommission an den in diesem Artikel genannten Tagen mit.

Artikel 5

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

Sie gilt bis 31. Dezember 1996.

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

Brüssel, den 4. Juni 1996

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission

VERORDNUNG (EG) Nr. 999/96 DER KOMMISSION

vom 4. Juni 1996

zur Änderung der Verordnung (EWG) Nr. 3886/92 hinsichtlich der Durchführungsvorschriften für die Gewährung von Verarbeitungsprämien im Sektor Rindfleisch

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN
GEMEINSCHAFTEN —gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen
Gemeinschaft,gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 805/68 des Rates
vom 27. Juni 1968 über die gemeinsame Marktorganisa-
tion für Rindfleisch ⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die Verord-
nung (EG) Nr. 894/96 ⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 4i
Absatz 4,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Die durch Artikel 4i der Verordnung (EWG) Nr. 805/68
vorgesehene Verarbeitungsprämie wurde eingeführt durch
die Verordnung (EWG) Nr. 3886/92 der Kommission ⁽³⁾,
zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1850/
95 ⁽⁴⁾. Bei der Anwendung dieser Prämie können sich
Ungerechtigkeiten bezüglich der Strafen ergeben, die
anzuwenden sind, wenn die Zahl der in den Anträgen
angegebenen Tiere nicht der Zahl der für die Verarbei-
tung in Frage kommenden Tiere entspricht. Artikel 49
der Verordnung (EWG) Nr. 3886/92 sollte deshalb geän-
dert werden.

Damit den Prämienbegünstigten kein Nachteil entsteht,
sollte diese Maßnahme ab dem ersten Tag der tatsäch-
lichen Anwendung der Verarbeitungsprämie gelten.

Die in dieser Verordnung vorgesehenen Maßnahmen
entsprechen der Stellungnahme des Verwaltungsaus-
schusses für Rindfleisch —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Artikel 49 Absatz 3 der Verordnung (EWG) Nr. 3886/92
erhält folgende Fassung:

„(3) Ergeben sich bei den zur Verarbeitung vorge-
führten Tieren Abweichungen von den in Absatz 1
beschriebenen Tieren, wird die Prämie für die
gezählten Tiere abzüglich der nicht in Frage
kommenden Tiere gewährt.“

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am dritten Tag nach ihrer Veröf-
fentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Gemein-
schaften* in Kraft.

Sie gilt ab 20. April 1996.

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

Brüssel, den 4. Juni 1996

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 148 vom 28. 6. 1968, S. 24.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 125 vom 23. 5. 1996, S. 1.

⁽³⁾ ABl. Nr. L 391 vom 31. 12. 1992, S. 20.

⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 177 vom 28. 7. 1995, S. 45.

VERORDNUNG (EG) Nr. 1000/96 DER KOMMISSION

vom 4. Juni 1996

zur Änderung der Verordnung (EWG) Nr. 1538/91 mit Durchführungsvorschriften zur Verordnung (EWG) Nr. 1906/90 des Rates über bestimmte Vermarktungsnormen für Geflügelfleisch

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 1906/90 des Rates vom 26. Juni 1990 über die Vermarktungsnormen für Geflügelfleisch⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 3204/93⁽²⁾, insbesondere Artikel 9,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Die Anwendung der für Geflügelfleisch geltenden Vermarktungsnormen ist geregelt durch die Verordnung (EWG) Nr. 1538/91 der Kommission⁽³⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 205/96⁽⁴⁾.

Die Definition von „Kapaun“ und die diesbezüglichen, in Anhang IV der Verordnung (EWG) Nr. 1538/91 genannten Kriterien sollten erfahrungsgemäß geändert werden.

Die in dieser Verordnung vorgesehenen Maßnahmen entsprechen der Stellungnahme des Verwaltungsausschusses für Eier und Geflügelfleisch —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die Verordnung (EWG) Nr. 1538/91 wird wie folgt geändert:

1. In Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe a) erhält der dritte Gedankenstrich folgende Fassung:

„— Kapaun: vor der Geschlechtsreife kastrierter, nach einer Mastdauer von mindestens 77 Tagen im Alter von mindestens 140 Tagen geschlachteter Junghahn“.

2. In Anhang IV erhält der zweite Gedankenstrich unter dem

— zweiten Gedankenstrich von Buchstabe c) folgende Fassung:

„— 2 m² je Ente oder Kapaun“;

— letzten Gedankenstrich von Buchstabe d) folgende Fassung:

„— vier Wochen bei Kapaunen“.

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am siebten Tag nach 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 4. Juni 1996

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 173 vom 6. 7. 1990, S. 1.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 289 vom 24. 11. 1993, S. 3.

⁽³⁾ ABl. Nr. L 143 vom 7. 6. 1991, S. 11.

⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 27 vom 3. 2. 1996, S. 6.

VERORDNUNG (EG) Nr. 1001/96 DER KOMMISSION

vom 4. Juni 1996

zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1487/95 zur Festlegung der Bedarfsvoraussetzung für die Versorgung der Kanarischen Inseln mit Erzeugnissen des Schweinefleischsektors und der Beihilfen für GemeinschaftserzeugnisseDIE 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 mit Sondermaßnahmen für bestimmte
landwirtschaftliche Erzeugnisse zugunsten der Kanari-
schen Inseln ⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung
(EG) Nr. 2537/95 der Kommission ⁽²⁾, insbesondere auf
Artikel 4 Absatz 4,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Die Beihilfen, die für die Versorgung der Kanarischen
Inseln mit Schweinefleischerzeugnissen gewährt werden,
sind festgelegt in der Verordnung (EG) Nr. 1487/95 der
Kommission ⁽³⁾, geändert durch die Verordnung (EG) Nr.
2951/95 ⁽⁴⁾.Damit die Erzeugung auf den Kanarischen Inseln geför-
dert und dem Anstieg der dortigen Nachfrage Rechnunggetragen wird, sollte die Zahl der reinrassigen Zuchttiere
erhöht werden.Die in dieser Verordnung vorgesehenen Maßnahmen
entsprechen der Stellungnahme des Verwaltungsaus-
schusses für Schweinefleisch —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

*Artikel 1*Anhang III der Verordnung (EG) Nr. 1487/95 wird durch
den Anhang zur vorliegenden Verordnung ersetzt.*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 4. Juni 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 145 vom 29. 6. 1995, S. 63.⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 308 vom 21. 12. 1995, S. 41.

ANHANG

„ANHANG III

Belieferung der Kanarischen Inseln mit aus der Gemeinschaft stammenden reinrassigen Zuchtschweinen für den Zeitraum vom 1. Juli 1995 bis 30. Juni 1996

KN-Code	Warenbezeichnung	Zahl der zu liefernden Tiere	Beihilfe (ECU/Stück)
0103 10 00	Reinrassige Zuchtschweine (1):		
	— männliche Tiere	160	483
	— weibliche Tiere	4 000	423

(1) Die Zulassung zu dieser Unterposition erfolgt nach den in den einschlägigen Gemeinschaftsbestimmungen festgesetzten Voraussetzungen.

VERORDNUNG (EG) Nr. 1002/96 DER KOMMISSION

vom 4. Juni 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 Durchführungsbestimmungen zu der Regelung der Einfuhr von Obst und Gemüse⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (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 anzuwendenden 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 5. Juni 1996 in Kraft.

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

Brüssel, den 4. Juni 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 4. Juni 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 35	052	84,7	0808 10 61, 0808 10 63, 0808 10 69	528	61,7
	060	80,2		600	84,0
	064	59,6		624	103,9
	066	41,7		999	83,7
	068	62,3		039	109,5
	204	46,7		052	64,0
	208	44,0		064	78,6
	212	97,5		284	72,1
	624	95,8		388	73,5
	999	68,1		400	72,3
	ex 0707 00 25	052		82,7	404
053		156,2	416	72,7	
060		61,0	508	72,2	
066		53,8	512	65,8	
068		69,1	524	65,9	
204		144,3	528	65,9	
624		87,1	624	86,5	
999		93,5	728	107,3	
0709 10 20	220	317,0	800	78,0	
	999	317,0	804	99,7	
0709 90 77	052	55,2	999	78,0	
	204	77,5	0809 10 20	052	64,6
	412	54,2	061	51,3	
	624	151,9	064	105,3	
0805 30 30	999	84,7	999	73,7	
	052	132,2	0809 20 49	052	144,3
	204	88,8	061	182,0	
	220	74,0	064	254,1	
	388	79,5	068	262,6	
	400	74,3	400	291,5	
	512	54,8	600	94,9	
	520	66,5	624	363,9	
524	100,8	676	166,2		
			999	219,9	

(¹) Nomenklatur der Länder gemäß Verordnung (EG) Nr. 68/96 der Kommission (ABl. Nr. L 14 vom 19. 1. 1996, S. 16). Der Code „999“ steht für „Verschiedenes“.

VERORDNUNG (EG) Nr. 1003/96 DER KOMMISSION

vom 4. Juni 1996

zur Bestimmung des Umfangs, in dem den Ausfuhrlizenzanträgen 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 Ausfuhrlizenzanträge 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 Licenzen für die vom 27. bis 31. Mai 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 der Verordnung (EG) Nr. 1372/95 im Sektor Geflügelfleisch gestellte Ausfuhrlicenzanträge, welche die in Anhang I der vorstehenden Verordnung genannte Kategorie 1 betreffen und für die ab 5. Juni 1996 Ausfuhrlicenzen erteilt werden müßten, werden abgelehnt.

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am 5. Juni 1996 in Kraft.

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

Brüssel, den 4. Juni 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. 1004/96 DER KOMMISSION
vom 4. Juni 1996
zur Änderung der im Sektor Getreide geltenden Zölle

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN
GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen
Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 1766/92 des
Rates vom 30. Juni 1992 über die gemeinsame Markt-
organisation für Getreide⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die
Verordnung (EG) Nr. 923/96⁽²⁾,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 1502/95 der
Kommission vom 29. Juni 1995 mit Durchführungsbe-
stimmungen zur Anwendung der Verordnung (EWG)
Nr. 1766/92 des Rates hinsichtlich der im Sektor
Getreide geltenden Zölle im Wirtschaftsjahr 1995/96⁽³⁾,
zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 346/
96⁽⁴⁾, insbesondere auf Artikel 2 Absatz 1,

in Erwägung nachstehender Gründe:

Die im Sektor Getreide geltenden Zölle sind festgesetzt in
der Verordnung (EG) Nr. 966/96 der Kommission⁽⁵⁾.

Weicht der berechnete Durchschnitt der Zölle während
ihres Anwendungszeitraums um 5 ECU/t oder mehr vom
festgesetzten Zoll ab, wird letzterer gemäß Artikel 2
Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 966/96 entsprechend
angepaßt. Da dies der Fall ist, sind die mit der Verord-
nung (EG) Nr. 966/96 festgesetzten Zölle anzupassen —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die Anhänge I und II der Verordnung (EG) Nr. 966/96
werden durch die Anhänge I und II zur vorliegenden
Verordnung ersetzt.

Artikel 2

Diese Verordnung tritt am 5. Juni 1996 in Kraft.

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

Brüssel, den 4. Juni 1996

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 181 vom 1. 7. 1992, S. 21.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 126 vom 24. 5. 1996, S. 37.

⁽³⁾ ABl. Nr. L 147 vom 30. 6. 1995, S. 13.

⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 49 vom 28. 2. 1996, S. 5.

⁽⁵⁾ ABl. Nr. L 131 vom 1. 6. 1996, S. 3.

ANHANG I

Die im Sektor Getreide gemäß Artikel 10 Absatz 2 der Verordnung (EWG) Nr. 1766/92 geltenden Zölle

KN-Code	Warenbezeichnung	Bei der Einfuhr aus Häfen des Mittelmeerraums, des schwarzen Meeres und der Ostsee auf dem Land-, Fluß- oder Seeweg zu erhebender Zoll (ECU/t)	Bei der Einfuhr aus anderen Häfen auf dem Seeweg zu erhebender (?) Zoll (ECU/t)
1001 10 00	Hartweizen (1)	0,00	0,00
1001 90 91	Weichweizen, zur Aussaat	0,00	0,00
1001 90 99	Weichweizen hoher Qualität, anderer als zur Aussaat (2)	0,00	0,00
	mittlerer Qualität	0,00	0,00
	niederer Qualität	16,64	6,64
1002 00 00	Roggen	49,98	39,98
1003 00 10	Gerste, zur Aussaat	49,98	39,98
1003 00 90	Gerste, andere als zur Aussaat (2)	49,98	39,98
1005 10 90	Mais, zur Aussaat, anderer als Hybridmais	28,89	18,89
1005 90 00	Mais, anderer als zur Aussaat (2)	28,89	18,89
1007 00 90	Körner-Sorghum, zur Aussaat, anderer als Hybrid-Körner-Sorghum	49,98	39,98

(1) Auf Hartweizen, der den Mindestmerkmalen gemäß Anhang I der Verordnung (EG) Nr. 1502/95 nicht genügt, wird der für Weichweizen niederer Qualität geltende Zoll erhoben.

(2) Für Ware, die über den Atlantik nach der Gemeinschaft geliefert wird (siehe Artikel 2 Absatz 4 der Verordnung (EG) Nr. 1502/95), kann der Zoll ermäßigt werden um

— 3 ECU/t, wenn sie in einem Hafen im Mittelmeerraum entladen wird, oder

— 2 ECU/t, wenn sie in einem Hafen in Irland, im Vereinigten Königreich, in Dänemark, Schweden, Finnland oder an der Atlantikküste der Iberischen Halbinsel entladen wird.

(3) Der Zoll kann pauschal um 14 oder 8 ECU/t ermäßigt werden, wenn die Bedingungen nach Artikel 2 Absatz 5 der Verordnung (EG) Nr. 1502/95 erfüllt sind.

ANHANG II

Berechnungsbestandteile (Zeitraum vom 22. 5. 1996 bis 3. 6. 1996):

1. Durchschnitt der zwei Wochen vor der Festsetzung:

Börsennotierung	Minneapolis	Kansas City	Chicago	Chicago	Mid America	Mid America
Erzeugnis (% Eiweiß, 12 % Feuchtigkeit)	HRS2. 14 %	HRW2. 11 %	SRW2	YC3	HAD2	US barley 2
Notierung (ECU/t)	183,69	186,12	159,97	154,76	202,59 (!)	138,14 (!)
Golf-Prämie (ECU/t)	—	21,37	20,68	13,41	—	—
Prämie/Große Seen (ECU/t)	25,75	—	—	—	—	—

(!) Fob Duluth.

2. Fracht/Kosten: Golf von Mexiko-Rotterdam: 11,56 ECU/t. Große Seen-Rotterdam: 20,73 ECU/t.

3. Zuschüsse (Artikel 4 Absatz 2 dritter Unterabsatz der Verordnung (EG) Nr. 1502/95: 0,00 ECU/t).

VERORDNUNG (EG) Nr. 1005/96 DER KOMMISSION

vom 4. Juni 1996

zur Änderung der im Zuckersektor für bestimmte Erzeugnisse geltenden repräsentativen Preise und zusätzlichen EinfuhrzölleDIE 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⁾, zuletztgeändert durch die Verordnung (EG) Nr. 987/96⁽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 5. Juni 1996 in Kraft.

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

Brüssel, den 4. Juni 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 131 vom 1. 6. 1996, S. 57.

ANHANG

zu der Verordnung der Kommission vom 4. Juni 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⁾	23,96	4,32
1701 11 90 ⁽¹⁾	23,96	9,55
1701 12 10 ⁽¹⁾	23,96	4,13
1701 12 90 ⁽¹⁾	23,96	9,12
1701 91 00 ⁽²⁾	31,39	9,54
1701 99 10 ⁽²⁾	31,39	5,02
1701 99 90 ⁽²⁾	31,39	5,02
1702 90 99 ⁽³⁾	0,31	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.

VERORDNUNG (EG) Nr. 1006/96 DES RATES

vom 3. Juni 1996

zur Einführung eines endgültigen Antidumpingzolls auf die Einfuhren von Aktivkohle in Pulverform mit Ursprung in der Volksrepublik China

DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 384/96 des Rates vom 22. Dezember 1995 über den Schutz gegen gedumpte Einfuhren aus nicht zur Europäischen Gemeinschaft gehörenden Ländern⁽¹⁾, insbesondere auf Artikel 23,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 2423/88 des Rates vom 11. Juli 1988 über den Schutz gegen gedumpte oder subventionierte Einfuhren aus nicht zur Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft gehörenden Ländern⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 12,

auf Vorschlag der Kommission nach Konsultationen im Beratenden Ausschuß,

in Erwägung nachstehender Gründe:

A. VORLÄUFIGE MASSNAHMEN

(1) Mit der Verordnung (EG) Nr. 1984/95⁽³⁾, nachstehend „Verordnung über den vorläufigen Zoll“ genannt, führte die Kommission einen vorläufigen Antidumpingzoll auf die Einfuhren von Aktivkohle in Pulverform (nachstehend „AKPF“ genannt) des KN-Codes ex 3802 0 00 mit Ursprung in der Volksrepublik China in die Gemeinschaft ein.

Mit der Verordnung (EG) Nr. 2736/95⁽⁴⁾ verlängerte der Rat die Geltungsdauer dieses Zolls um zwei Monate.

(2) Nach der Einführung des vorläufigen Antidumpingzolls nahmen ein chinesischer Ausführer, die Antragsteller und weitere interessierte Parteien schriftlich zu den vorläufigen Untersuchungsergebnissen Stellung. Die betroffenen Parteien wurden auf ihren Antrag hin von der Kommission angehört. Neun Einführer/Händler, die in der „Community of Activated Carbon Importing Companies in Europe“ (nachstehend „CACIC“ genannt) zusammengeschlossen sind, machten gemeinsam besonders umfangreiche schriftliche Sachäußerungen zu den Feststellungen der Kommission.

(3) Außerdem setzte ein Unternehmen mit Sitz in den Vereinigten Staaten von Amerika (USA) die

Kommission nach der Einführung des vorläufigen Antidumpingzolls davon in Kenntnis, daß es 1994 (d. h. nach dem Untersuchungszeitraum) damit begonnen habe, unter seiner Handelsmarke AKPF in die Gemeinschaft auszuführen, die in einem Joint-venture in der Volksrepublik China hergestellt werde. Gleichzeitig beantragte das Unternehmen, von dem endgültigen Antidumpingzoll ausgenommen zu werden. Dem Unternehmen wurde mitgeteilt, daß dies die Beantragung und Durchführung einer Überprüfung für neue Ausführer gemäß Artikel 11 Absatz 4 der Verordnung (EG) Nr. 3283/94 voraussetze. Da sich dieses Verfahren auf ein Land ohne Marktwirtschaft erstreckt, wurde das Unternehmen ferner darauf hingewiesen, daß es den Organen der Gemeinschaft zudem in zufriedenstellender Weise nachweisen müsse, daß in seinem besonderen Fall eine individuelle Behandlung gerechtfertigt wäre. Allerdings brachten andere interessierte Parteien teilweise dieselben allgemeinen Argumente wie das vorgenannte Unternehmen vor, so daß die Stellungnahmen gegebenenfalls bereits berücksichtigt wurden.

(4) Wie unter Randnummer 76 der Verordnung über den vorläufigen Zoll dargelegt, hatte die Kommission bei der vorläufigen Sachaufklärung keinerlei Stellungnahmen von öffentlichen oder industriellen AKPF-Verwendern erhalten. Nach der Einführung der vorläufigen Antidumpingmaßnahmen nahmen jedoch mehrere solcher Verwender bei der Kommission Stellung.

Außerdem beantragten einige Einführer/Händler, die Kommission solle mit „großen“ AKPF-Verwendern Kontakt aufnehmen, um Angaben über die Entwicklung ihres Verbrauchs in den letzten Jahren zu erhalten und zu ermitteln, wie diese Verwender AKPF aus China im Vergleich zu der in der Gemeinschaft hergestellten Ware beurteilen. Die Kommission gab diesem Antrag statt und sandte zahlreichen AKPF-Verwendern in der Gemeinschaft einfache Fragebogen zu. Insgesamt kontaktierte sie 22 Abnehmer in sechs verschiedenen Mitgliedstaaten. Allerdings übermittelten nur 12 Abnehmer, auf die rund 6 % des gesamten Gemeinschaftsverbrauchs entfielen, aussagekräftige Stellungnahmen oder Antworten. Unter den Randnummern 62 bis 66 dieser Verordnung wird näher auf diese zusätzlichen Informationen eingegangen.

(5) Die Kommission holte alle weiteren für ihre endgültige Sachaufklärung für notwendig erachteten Informationen ein, prüfte sie nach und änderte in einigen Punkten die vorläufigen Berechnungen zur Ermittlung der Dumping- und Preisunterbietungsspannen sowie der Schadensschwelle. Die Parteien wurden sowohl über diese geänderten

⁽¹⁾ ABl. Nr. L 56 vom 6. 3. 1996, S. 1.

⁽²⁾ ABl. Nr. L 209 vom 2. 8. 1988, S. 1. Verordnung zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 522/94 (ABl. Nr. L 66 vom 10. 3. 1994, S. 10).

⁽³⁾ ABl. Nr. L 192 vom 15. 8. 1995, S. 14.

⁽⁴⁾ ABl. Nr. L 285 vom 29. 11. 1995, S. 2.

Berechnungen als auch über die wichtigsten Tatsachen und Erwägungen unterrichtet, auf deren Grundlage beabsichtigt wurde, die Einführung eines endgültigen Antidumpingzolls und die endgültige Vereinnahmung der Sicherheitsleistungen für den vorläufigen Zoll zu empfehlen. Nach dieser Unterrichtung wurde ihnen ferner eine Frist zur Stellungnahme eingeräumt. Die Stellungnahmen wurden geprüft und die Feststellungen der Kommission gegebenenfalls entsprechend geändert.

B. VERFAHRENSFRAGEN

- (6) Die CACIC machte hinsichtlich der Einleitung dieser Untersuchung geltend, daß der Antrag des „European Chemical Industry Council“ (nachstehend „CEFIC“ genannt) „inhaltlich unvollständig“ sei, „falsche Behauptungen“ enthalte und „mehrere maßgebliche Tatsachen, die die Kommission von der Einleitung dieser Untersuchung abgehalten hätten“, unberücksichtigt ließe. Zur Stützung seiner Behauptung gab die CACIC an, die Antragsteller hätten die Namen und Anschriften einiger ihnen bekannter Einführer in mehreren Mitgliedstaaten nicht angegeben, so daß diese Einführer nicht an der Untersuchung mitarbeiten konnten. Die CACIC machte ferner geltend, die Kommission sei auf viele falsche Anschriften und Fehler in dem Antrag aufmerksam gemacht worden, habe aber nicht genügend Maßnahmen ergriffen, um die Lage in allen Mitgliedstaaten zu untersuchen.

Die CACIC behauptete darüber hinaus, die Kommission habe die Mitarbeit eines Einführers/Händlers in Schweden abgelehnt, so daß die Verordnung über den vorläufigen Zoll nicht der Lage auf allen Märkten der Gemeinschaft Rechnung trage. Daher vertrat die CACIC die Auffassung, daß die Verordnung über den vorläufigen Zoll nicht nur die Rechte der Einführer in den neuen Mitgliedstaaten verletze, sondern auch in ihrer Marktanalyse unvollständig sei.

- (7) Zu den nicht im Antrag genannten Einführern ist festzustellen, daß die Kommission ihnen Fragebogen zusandte, sobald sie am Anfang des Verfahrens von deren Existenz unterrichtet wurde. Die Kommission ist zum Zeitpunkt der Einleitung einer Untersuchung nicht in der Lage, alle von dem Verfahren betroffenen Einführer oder Ausführer zu kennen, denn sie hängt anfänglich von den Angaben in dem Antrag ab. In diesem Fall war die Kommission davon überzeugt, daß der Antragsteller alle ihm zur Verfügung stehenden maßgeblichen Informationen übermittelt hatte. Außerdem ist daran zu erinnern, daß die Veröffentlichung einer Bekanntmachung über die Einleitung eines Antidumpingverfahrens im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften* unter anderem gerade darauf abzielt, alle interessierten Parteien zur

Stellungnahme und zur Mitarbeit am Verfahren aufzufordern.

Zu den falschen Anschriften einiger interessierter Parteien in dem Antrag ist darauf hinzuweisen, daß die Kommission diesen Unternehmen ein zweites Mal einen Fragebogen zusandte, als sie von einem der bekannten Einführer auf die Fehler aufmerksam gemacht wurde.

Hinsichtlich der Behauptung, die Mitarbeit eines schwedischen Einführers/Händlers sei durch die Kommission abgelehnt worden, ist klarzustellen, daß sich dieses Unternehmen im Februar 1995 selbst meldete und davon unterrichtet wurde, daß es aufgrund des fortgeschrittenen Stadiums der Untersuchung keinen Fragebogen mehr ausfüllen könne. Dem Unternehmen wurde jedoch mitgeteilt, daß seine Stellungnahmen insbesondere zum Interesse der Gemeinschaft äußerst willkommen seien. Das Unternehmen nahm jedoch erst wieder nach der Einführung der vorläufigen Zölle mit der Kommission Kontakt auf und gab an, im Untersuchungszeitraum keine AKPF aus der Volksrepublik China eingeführt zu haben.

- (8) Daher wird die Auffassung vertreten, daß die Rechte aller interessierten Parteien auf Verteidigung ihrer Interessen beachtet wurden. Auf die Behauptung, die Kommission habe nicht alle Märkte der Gemeinschaft untersucht und ihre Analyse sei daher unvollständig, wird unter Randnummer 67 eingegangen.

C. WARE UND GLEICHARTIGE WARE

- (9) Einige Parteien machten erneut geltend, die chinesische AKPF könne nicht als Ware betrachtet werden, die der in der Gemeinschaft hergestellten AKPF (oder der in den USA, dem Vergleichsland, hergestellten AKPF) gleichartig sei. Diese Parteien behaupteten, in Anbetracht der vielen unterschiedlichen AKPF-Qualitäten, der unterschiedlichen Produktionsmethoden, der unterschiedlichen Ausgangsstoffe und der unterschiedlichen technischen Eigenschaften der Fertigerzeugnisse würde die Kommission die Sachlage zu stark vereinfachen, wenn sie alle Waren als gleichartig behandeln würde.
- (10) Ein Einführer/Händler gab erneut an, die chinesische AKPF-Qualität „GA“ (die mit Zinkchlorid chemisch aktiviert wird) eigne sich ganz besonders für die Abwasserbehandlung, insbesondere im Vergleich zu der normalerweise für diesen Zweck verwendeten AKPF aus der Gemeinschaft. Das Unternehmen beantragte daher erneut, daß diese chinesische AKPF-Qualität nicht als Ware angesehen werden solle, die den in der Gemeinschaft hergestellten Qualitäten gleichartig sei. In diesem Zusammenhang gab ein bedeutender Abnehmer an, die chinesische AKPF-Qualität, die er zur Abwasserbehandlung von dem fraglichen

Einführer/Händler gekauft habe, sei wirtschaftlich gesehen bestimmten in der Gemeinschaft hergestellten Qualitäten vorzuziehen. In anderen Worten wies diese AKPF-Qualität aus China also im Vergleich zu bestimmten in der Gemeinschaft hergestellten Qualitäten bessere Eigenschaften auf und wurde zu einem günstigeren Preis verkauft. Dies bedeutet selbstverständlich nicht, daß in der Gemeinschaft keine besseren AKPF-Qualitäten hergestellt werden, sondern lediglich, daß qualitativ gleichwertige Waren aus der Gemeinschaft teurer sind und daher in der Regel nicht zur Abwasserbehandlung verwendet werden.

Derselbe Einführer/Händler behauptete ferner, diese „GA“-Qualität sei auch deswegen nicht als gleichartige Ware anzusehen, weil sie im Vergleich zu der in der Gemeinschaft mit Phosphorsäure chemisch aktivierten AKPF einen niedrigeren Reinheitsgrad aufweise. Daher könne sie anders als die in der Gemeinschaft hergestellte AKPF für viele Zwecke nicht verwendet werden.

- (11) In diesem Zusammenhang ergab die Untersuchung, daß die „GA“-Qualität in der Gemeinschaft an viele unterschiedliche Abnehmer verkauft wurde, an die auch die Gemeinschaftshersteller ihre Waren verkauften (z. B. Nahrungsmittelindustrie, chemische Industrie, Wasserreinigungsbetriebe). Außerdem gab der einzige kooperierende chinesische Ausführer selbst an, daß sich seine „GA“-Qualität für viele Verwendungszwecke eignen würde, so auch für die chemische und die pharmazeutische Industrie sowie die Nahrungsmittelindustrie. Dies wurde während der Untersuchung auch von mehreren Einführern/Händlern bestätigt.
- (12) Ein anderer Händler behauptete, die chinesische „GA“-Qualität würde sich ganz besonders für die Weinerzeugung eignen und solle, da in der Gemeinschaft keine mit Zinkchlorid aktivierte AKPF hergestellt werde, nicht als gleichwertige Ware angesehen werden. Dazu ist darauf hinzuweisen, daß zwar in der Gemeinschaft offensichtlich keine mit Zinkchlorid aktivierte AKPF hergestellt wird (siehe Randnummern 11 bis 17 der Verordnung über den vorläufigen Zoll), jedoch gleichwertige, mit Phosphorsäure aktivierte Qualitäten produziert werden, die speziell für die Weinindustrie entwickelt wurden. Dies räumte der Händler selbst indirekt ein, als er behauptete, er müsse sich bei Einführung eines hohen Antidumpingzolls auf die chinesische AKPF vom Gemeinschaftsmarkt zurückziehen, so daß nur noch die beiden größten Gemeinschaftshersteller auf diesem speziellen AKPF-Absatzmarkt miteinander konkurrieren würden.
- (13) Außerdem wurde behauptet, es sei nicht angemessen, die chemisch aktivierte AKPF aus den

USA mit derjenigen aus der Volksrepublik China zu vergleichen, da beide Länder unterschiedliche chemische Aktivatoren verwenden würden. Dazu wird die Auffassung vertreten, daß zwar nicht immer dieselben Aktivatoren verwendet werden, aber die Produktionsmethoden ähnlich sind (siehe Randnummer 13 der Verordnung über den vorläufigen Zoll). Zudem verwenden die USA und die Volksrepublik China die gleichen Ausgangsstoffe. Die Fertigerzeugnisse ähneln sich dadurch so stark, daß sie einen Vergleich zulassen.

- (14) Daher wird der Schluß gezogen, daß zwar, wie unter den Randnummern 18 und 19 der Verordnung über den vorläufigen Zoll dargelegt, bestimmte Unterschiede zwischen den AKPF-Qualitäten bestehen können, die aus der Volksrepublik China eingeführt werden und denjenigen, die in der Gemeinschaft und in den USA hergestellt werden, daß aber die materiellen Eigenschaften der Fertigerzeugnisse dennoch ähnlich genug sind, um diese Waren als gleichartig im Sinne von Artikel 2 Absatz 12 der Verordnung (EWG) Nr. 2423/88 anzusehen. Die unter den vorstehenden Randnummern aufgeführten Argumente beziehen sich lediglich auf potentielle Qualitätsunterschiede; zudem legte keine der interessierten Parteien Beweise dafür vor, daß die aus China eingeführte AKPF mit der in der Gemeinschaft und in den USA hergestellten AKPF nicht direkt konkurriert. Daher werden die Feststellungen unter den Randnummern 17, 20 und 21 der Verordnung über den vorläufigen Zoll bestätigt.

D. WIRTSCHAFTSZWEIG DER GEMEINSCHAFT

- (15) Da keine neuen Argumente zu den Feststellungen unter Randnummer 22 der Verordnung über den vorläufigen Zoll vorgebracht wurden, werden diese Feststellungen bestätigt.

E. DUMPING

1. Normalwert — Wahl des Vergleichslandes

- (16) Einige interessierte Parteien bezweifelten, daß die USA in diesem Verfahren ein angemessenes Vergleichsland darstellten. Sie behaupteten, daß die großen modernen Unternehmen in den USA nicht mit den kleinen traditionellen Produktionsbetrieben in der Volksrepublik China verglichen werden könnten und daß die Unterschiede bei den Investitionskosten und den Abschreibungen in den USA einen solchen Vergleich „ad absurdum“ führen würden.

- (17) Dieses Argument läßt jedoch vollkommen unberücksichtigt, daß die Volksrepublik China zu den Ländern ohne Marktwirtschaft zählt, in denen der In- und Output eines Herstellers in verschiedener Hinsicht direkt vom Staat kontrolliert wird. Aufgrund dieses staatlichen Eingriffs können keine zuverlässigen Inlandspreise und -kosten ermittelt werden, so daß zur Bestimmung des Normalwertes ein Vergleichsland gewählt werden muß. Dabei zieht die Kommission unter Berücksichtigung des Einzelfalls jeweils das am ehesten geeignete Vergleichsland heran und nimmt gegebenenfalls die erforderlichen Berichtigungen vor. Im vorliegenden Verfahren wurde aus den Gründen unter Randnummer 25 der Verordnung über den vorläufigen Zoll die Auffassung vertreten, daß die Wahl der USA als Vergleichsland nicht unangemessen war.
- (18) In Zusammenhang mit der Wahl des Vergleichslandes äußerten diese Parteien ferner die Vermutung, die namentlich nicht genannten kooperierenden Parteien in den USA seien mit den Gemeinschaftsherstellern geschäftlich verbunden, so daß die Untersuchung nicht zu objektiven Ergebnissen führen könne. Die Kommission kann die Namen der kooperierenden US-Hersteller nicht, wie beantragt, bekanntgeben, da die Einführer und der kooperierende chinesische Ausführer über deren durchschnittliche inländische Verkaufspreise (und die technischen Daten der Qualitäten, die zur Ermittlung des Normalwertes herangezogen wurden) unterrichtet wurden. Die gleichzeitige Bekanntgabe der Namen der Hersteller würde einen Vertrauensbruch darstellen. Außerdem ist daran zu erinnern, daß die Kommission Kontrollbesuche in den Betrieben dieser Hersteller durchführte und die übermittelten Angaben vor Ort überprüfte. Im übrigen waren die Inlandsverkäufe, die zur Berechnung des Normalwertes herangezogen wurden, gewinnbringend und ausschließlich für unabhängige Abnehmer bestimmt und wurden zu Preisen getätigt, die für den amerikanischen Inlandmarkt repräsentativ waren. Daher ist es vollkommen irrelevant, ob diese US-Hersteller mit Gemeinschaftsherstellern geschäftlich verbunden sind oder nicht.
- (19) Eine andere interessierte Partei warf die Frage auf, warum nicht Malaysia anstelle der USA als Vergleichsland gewählt worden war, da der durchschnittliche Preis der Ausfuhren aus Malaysia in die Gemeinschaft gemäß den Eurostat-Statistiken im Untersuchungszeitraum (1. Januar bis 31. Dezember 1993) niedriger war als der durchschnittliche chinesische Ausfuhrpreis im selben Zeitraum. Diese Partei schlug ferner vor, den durchschnittlichen Preis der Ausfuhren aus Malaysia in die Gemeinschaft (gemäß den Eurostat-Statistiken) zur Ermittlung des Normalwertes für wasserdampfaktivierte AKPF aus China heranzuziehen. Da in Malaysia keine chemisch aktivierte AKPF hergestellt werde, solle ferner ein theoretischer malaysischer Ausfuhrpreis zur Ermittlung des Normalwertes für chemisch aktivierte AKPF aus China errechnet werden.
- (20) Der Vorschlag, den Normalwert in Malaysia anhand der Eurostat-Statistiken auf der Grundlage eines durchschnittlichen Ausfuhrpreises für viele verschiedene, unbekannte Qualitäten (bei denen es sich möglicherweise nicht immer um AKPF handelt) zu ermitteln, steht im Widerspruch zu der Forderung sämtlicher anderen interessierten Parteien, der zufolge alle Vergleiche für die Dumping- und Schadensermittlung getrennt nach den beiden Aktivierungsmethoden anhand von Daten vorgenommen werden sollen, die sich jeweils auf vergleichbare AKPF-Qualitäten beziehen. Daher konnte der Vorschlag nicht angenommen werden.
- (21) Unter Randnummer 25 der Verordnung über den vorläufigen Zoll wurde ein weiterer Grund dafür genannt, warum Malaysia in diesem Verfahren nicht als Vergleichsland gewählt werden konnte. Denn der größte malaysische AKPF-Hersteller, der der Kommission bekannt war, übermittelte nicht die erbetenen Informationen. Außerdem ist den verfügbaren Informationen zu entnehmen, daß in Malaysia ausschließlich wasserdampfaktivierte AKPF hergestellt wird, während in den USA wie in der Volksrepublik China sowohl wasserdampfaktivierte als auch chemisch aktivierte AKPF-Qualitäten produziert und auf dem Inlandmarkt verkauft werden.
- (22) Daher werden die Schlussfolgerungen zur Wahl des Vergleichslandes unter Randnummer 26 der Verordnung über den vorläufigen Zoll bestätigt.

2. Normalwert

- (23) Bei der endgültigen Sachaufklärung wurde der Normalwert nach den Methoden ermittelt, die unter den Randnummern 27 und 28 der Verordnung über den vorläufigen Zoll beschrieben wurden.

3. Ausfuhrpreis

- (24) Der einzige kooperierende chinesische Ausführer stellte einen hinreichend begründeten Berichtigungsantrag, weil bei der Berechnung des Ausfuhrpreises eine Provision bestimmten Exportgeschäften falsch zugewiesen worden sei. Die Berechnung wurde entsprechend berichtigt.
- (25) Da keine weiteren Argumente zu den Feststellungen unter den Randnummern 29 bis 32 der Verordnung über den vorläufigen Zoll vorgebracht wurden, werden diese Feststellungen bestätigt.

4. Vergleich

- (26) Die Kommission übermittelte allen interessierten Parteien auf Antrag zusätzliche Angaben über die technischen Daten und die grundlegenden Verwendungszwecke einiger amerikanischer AKPF-Qualitäten, die für den Warenvergleich herangezogen worden waren.

- (27) Einige Parteien brachten vor, die Vergleiche zwischen den chinesischen Ausfuhrpreisen und den Normalwerten würden sich auf unzulässige Vereinfachungen stützen. Sie machten erneut geltend, daß Laboranalysen durch unabhängige Stellen erforderlich seien, um einen „fairen Vergleich“ zwischen den chinesischen und den amerikanischen AKPF-Qualitäten bei der Dumpingberechnung bzw. zwischen den chinesischen Qualitäten und den in der Gemeinschaft hergestellten Qualitäten bei der Berechnung der Preisunterbietungs- und Zielpreisunterbietungsspannen zu ermöglichen (siehe Randnummern 35, 46 und 47 der Verordnung über den vorläufigen Zoll).
- (28) Dazu ist darauf hinzuweisen, daß der Einführer/Händler, der als erster die Verwendung solcher Laboranalysen vorschlug, in seinen Stellungnahmen gegenüber der Kommission im Verlauf des Jahres 1994 selbst Vergleiche zwischen den chinesischen und den in der Gemeinschaft hergestellten AKPF-Qualitäten vorgenommen und sogar eine amerikanische AKPF-Qualität angegeben hatte, die seiner Auffassung nach mit der chinesischen Ware vergleichbar war. Die Kommission stützte sich sogar auf einige dieser Vergleiche, sofern die Handelsdaten und die grundlegenden Verwendungszwecke der Waren offensichtlich ähnlich waren. Erst im Januar 1995 schlug das Unternehmen die Heranziehung von Laboranalysen unabhängiger Stellen vor.
- Die Untersuchung ergab bekanntlich, daß die verschiedenen AKPF-Qualitäten ungeachtet des Ursprungslandes im Hinblick auf ihre grundlegenden Verwendungszwecke weitgehend austauschbar sind. Wie unter den Randnummern 14 und 15 der Verordnung über den vorläufigen Zoll dargelegt, können verschiedene AKPF-Qualitäten, die für denselben Verwendungszweck verkauft werden, bestimmte Unterschiede bei ihren genauen technischen Daten aufweisen, wobei der Verwender darauf achten muß, die kostenwirksamste AKPF-Qualität für seinen besonderen Bedarf zu wählen. Diese Unterschiede sind in den Merkblättern aufgeführt, die die Hersteller oder die Einführer/Händler zur allgemeinen Information der Abnehmer herausgeben oder die den Rechnungen, Kaufverträgen usw. beiliegen. Die Kommission berücksichtigte sowohl die Angaben auf diesen Merkblättern als auch die bekannten grundlegenden Verwendungszwecke, um jeweils die Preise offensichtlich ähnlicher AKPF-Qualitäten zu vergleichen und somit auf Antrag bestimmter interessierter Parteien die Zugrundelegung allgemeiner AKPF-Durchschnittspreise zu vermeiden. Daher wurde die Auffassung vertreten, daß detaillierte Laboranalysen bei diesem Aspekt der Untersuchung nicht weiterhelfen würden.
- (29) Das gleiche Unternehmen beantragte ein Treffen mit den Antragstellern und „möglicherweise einer neutralen Instanz“, um die Warenvergleiche zu erörtern. Da ein solches Zusammentreffen in Artikel 7 Absatz 6 der Verordnung (EWG) Nr. 2423/88 vorgesehen ist, unterrichtete die Kommission die Antragsteller von diesem Antrag. Der CEFIC hielt ein solches Zusammentreffen jedoch nicht für erforderlich, da er seiner Auffassung nach der Kommission bereits alle ihm zur Verfügung stehenden aussagekräftigen Informationen und technischen Angaben für die Durchführung angemessener Vergleiche übermittelt hatte. Daher kam es zu keinem Zusammentreffen zwischen den direkt betroffenen Parteien.
- (30) Obwohl alle interessierten Parteien und insbesondere die Einführer/Händler (denen ebenfalls die in China und in der Gemeinschaft und sogar in den USA hergestellte AKPF ausreichend bekannt war) aufgefordert wurden, unter Vorlage entsprechender Beweise konkrete alternative Vergleiche oder sogar Berichtigungen für Unterschiede in den materiellen Eigenschaften zwischen den verschiedenen AKPF-Qualitäten vorzuschlagen, wurden nur wenige sachdienliche Informationen übermittelt. Da diese Angaben jedoch Zweifel daran aufkommen ließen, ob der Vergleich der Kommission im Fall einer bestimmten wasserdampfkativierten AKPF-Qualität aus China angemessen war, änderte die Kommission den Vergleich bei dieser chinesischen Qualität.
- (31) Somit wird bestätigt, daß die Vergleiche, die die Kommission für die einzelnen Qualitäten auf der Grundlage der handelsüblichen technischen Daten und der bekannten Verwendungszwecke vornahm, beibehalten werden sollten.
- (32) Ferner wurde behauptet, die zur Berechnung der Dumpingspanne herangezogenen Preise auf dem US-Markt seien nicht auf der gleichen Handelsstufe in Rechnung gestellt worden, so daß entsprechende Berichtigungen vorgenommen werden müßten. Insbesondere wurde geltend gemacht, daß ein Einführer/Händler von chinesischer AKPF in der Gemeinschaft nicht die gleiche Funktion ausübe wie ein amerikanischer Händler, der die in den USA hergestellte Ware im Inland vertreibe, und daß sich beispielsweise Umfüll-, Lager- und Finanzierungskosten sowie Kosten für technische Kundenbetreuung/Produktentwicklung sowie Qualitätssicherung zwar in den Inlandpreisen der amerikanischen Hersteller widerspiegeln würden, nicht aber in den chinesischen Ausfuhrpreisen. Die Parteien, die diese Behauptung vorbrachten, schlugen jedoch keine spezifischen Berichtigungsbeträge vor.
- (33) Generell ist darauf hinzuweisen, daß die Kommission den Normalwert anhand der amerikanischen Inlandspreise, geliefert Händler, vornahm (dies entspricht der Handelsstufe der chinesischen Ausfuhr an die Einführer/Händler in der Gemeinschaft). Gemäß Artikel 2 Absatz 10 der Verordnung (EWG) Nr. 2423/88 können nur Berichtigungen für die die Vergleichbarkeit der Preise beeinflussenden Unterschiede (z. B. Unterschiede bei den Verkaufskosten) vorgenommen

werden. Wie unter Randnummer 34 der Verordnung über den vorläufigen Zoll dargelegt, berichtete die Kommission daher die für die Vergleiche herangezogenen amerikanischen Inlandspreise, um alle Rabatte, Nachlässe, Provisionen und Verpackungskosten zu berücksichtigen.

- (34) Was das Umfüllen anbetrifft, so ergab die Untersuchung, daß chinesische AKPF stets in Säcke verpackt wird, die in Frachtcontainern in die Gemeinschaft versandt werden. Einige Einführer/Händler in der Gemeinschaft behaupteten jedoch, die Qualität dieser Säcke sei für ihre Kunden unannehmbar, so daß die Ware vor dem Weiterverkauf umgefüllt werden müsse. Wie in der Verordnung über den vorläufigen Zoll dargelegt, hat die Kommission bei den amerikanischen Inlandspreisen bereits einen Abzug zur Berücksichtigung aller Verpackungskosten der US-Hersteller vorgenommen, so daß keine weitere Berichtigung eingearäumt werden kann.
- (35) Die Behauptung, nur in den amerikanischen Preisen, nicht aber in den chinesischen Ausführpreisen seien Lagerkosten inbegriffen, wird nicht als glaubwürdig angesehen. In den chinesischen Ausführpreisen müssen sich zwangsläufig auch gewisse Lagerkosten niedergeschlagen, da die Ware gelagert werden muß, um eine wirtschaftlich vertretbare Menge für den Export anzusammeln und/oder die vertraglich vorgesehenen Lieferfristen einzuhalten. Somit können keine Berichtigungen für Lagerkosten vorgenommen werden, da diese Kosten offensichtlich sowohl in den amerikanischen als auch in den chinesischen Preisen eingeschlossen sind.
- (36) Zu den in den amerikanischen Inlandspreisen, nicht aber in den chinesischen Ausführpreisen enthaltenen Finanzierungskosten ist darauf hinzuweisen, daß solche Kosten in der freien Marktwirtschaft von allen Unternehmen ungeachtet ihrer Funktion als Import-, Vertriebs-, Produktions- oder Handelsgesellschaft zu tragen sind. Dies würde auch für die chinesischen Ausführer und Hersteller gelten, wenn sie ebenfalls unter den Bedingungen der freien Marktwirtschaft arbeiten müßten. Da dies nicht der Fall ist, wird die Auffassung vertreten, daß das vorgenannte Argument für dieses Verfahren irrelevant ist. Die chinesischen Ausführer räumten bei ihren Exporten in die Gemeinschaft ähnliche Zahlungsbedingungen ein wie die kooperierenden US-Hersteller bei ihren Inlandsverkäufen. Daher ist in dieser Hinsicht keine Berichtigung erforderlich.
- (37) Zu den Kosten für technische Kundenbetreuung/Produktentwicklung und Qualitätssicherung ergab die Untersuchung, daß sich die chinesischen Ausführer zwar in ihren Verkaufsverträgen für die Qualität der gelieferten Ware verbürgen und daher Qualitätssicherungskosten tragen dürften, aber ihre Kunden weder technisch betreuen noch kundenspezifische Produktentwicklung betreiben. Da es sich bei AKPF um ein kunden- (d. h. verwendeter) bezogenes Produkt handelt und die Hersteller sehr

häufig spezifische Qualitäten für den Bedarf bestimmter Kunden entwickeln, wurde die Auffassung vertreten, daß die entsprechenden Kosten zu den Verkaufskosten der US-Hersteller gehören, obwohl sie in deren Büchern unter „Forschungs- und Entwicklungskosten“ erfaßt werden. Daher wurden die inländischen Verkaufspreise der einzelnen US-Hersteller zur Berücksichtigung der von ihnen tatsächlich getragenen Kosten für technische Kundenbetreuung und Produktentwicklung berichtigt.

5. Dumpingspannen

- (38) Auf der Grundlage der vorgenannten Schlußfolgerungen zur Ermittlung des Normalwertes und des Ausführpreises sowie des Vergleichs zwischen ihnen ergab sich bei der endgültigen Sachaufklärung das Vorliegen von Dumping bei den Einfuhren der fraglichen Ware mit Ursprung in der Volksrepublik China.
- (39) Unter Berücksichtigung des geänderten Vergleichs bei einer AKPF-Qualität, der korrekten Zuweisung einer bestimmten Provision sowie der Berichtigung des Normalwertes wegen Kosten für technische Kundenbetreuung und Produktentwicklung erreichte die gewogene durchschnittliche Dumpingspanne 69,9 %, ausgedrückt als Prozentsatz des Nettopreises frei Grenze der Gemeinschaft, unverzollt.

F. SCHÄDIGUNG

1. Gemeinschaftsverbrauch

- (40) Eine Partei machte geltend, die Kommission hätte die Entwicklung des Gemeinschaftsverbrauchs nicht nur zwischen 1990 und dem Untersuchungszeitraum, sondern auch in früheren Jahren prüfen müssen, da sich dabei ein Verbrauchsrückgang abgezeichnet hätte (anstelle eines geringen Zuwachses von 3,3 % in der Zeit von 1990-1993). Bei einer solchen Analyse über einen längeren Zeitraum hätten sich aufgrund der Stilllegung eines großen AKPF-Produktionsbetriebs in Deutschland vor 1990 andere Entwicklungstrends beim Gemeinschaftsverbrauch ergeben.
- (41) Die Organe der Gemeinschaft prüfen üblicherweise die Entwicklung des Verbrauchs, der Einfuhrvolumen, der Marktanteile, der Preise usw. über einen Zeitraum von mehreren Jahren (normalerweise vier Jahre einschließlich des Untersuchungszeitraums). An dieser Regel hielten sie auch im vorliegenden Fall fest, da sie der Auffassung waren, daß sie sich dadurch einen objektiven Überblick über die Entwicklung der Marktsituation für alle betroffenen Parteien verschaffen konnten. Selbst wenn ein längerer Zeitraum untersucht und sich dabei eine andere Verbrauchsentwicklung abzeichnen würde, würde sich derselbe Trend bei der Entwicklung des Marktanteils der Gemeinschaftshersteller (rückläufige Tendenz) sowie bei der Entwicklung der Einfuhren aus China (steigende Tendenz) ergeben.

(42) Mehrere Einführer/Händler machten ferner geltend, daß erhebliche Mengen AKPF aus der Volksrepublik China in die Gemeinschaft versandt, aber dort nie in den zollrechtlich freien Verkehr übergeführt worden seien (d.h. sie wurden in Zolllager verbracht und von dort aus in Drittländer weiterverkauft). Ferner wurde behauptet, in einigen Fällen sei chinesische AKPF zunächst in den zollrechtlich freien Verkehr in die Gemeinschaft übergeführt, dann aber in Drittländer wiederausgeführt worden. Zur Klärung des Sachverhalts forderte die Kommission die betroffenen Parteien zur Übermittlung sachdienlicher Angaben und Unterlagen auf. Diese Parteien legten der Kommission jedoch nicht die erforderlichen Informationen vor, um das tatsächliche Jahr der Einfuhr dieser wiederausgeführten chinesischen AKPF-Mengen ermitteln und damit auf die Behauptung eingehen zu können, daß in der Gemeinschaft effektiv weniger AKPF verbraucht wurde, als die Kommission bei ihrer Untersuchung ermittelt hatte.

2. Volumen und Marktanteil der gedumpten Einfuhren

(43) Abgesehen von den Argumenten unter der vorgenannten Randnummer wurden keine neuen Stellungnahmen zum Volumen und Marktanteil der gedumpten Einfuhren übermittelt. Daher werden die Feststellungen unter den Randnummern 37 bis 44 der Verordnung über den vorläufigen Zoll bestätigt.

3. Preise der gedumpten Einfuhren und Preisunterbietung

(44) Wie schon bei den Vergleichen der Kommission zur Ermittlung der Dumpingspanne beantragten einige interessierte Parteien erneut, daß auch bei der Ermittlung der Preisunterbietungsspannen der Vergleich zwischen den in der Gemeinschaft hergestellten und den aus der Volksrepublik eingeführten AKPF-Qualitäten auf der Grundlage unabhängiger Laboranalysen durchgeführt werden solle.

Außerdem wurde behauptet, die technischen Daten der verschiedenen AKPF-Qualitäten, die die Kommission für ihren Vergleich verwendet habe, seien unvollständig.

Unter den Randnummern 46 und 47 der Verordnung über den vorläufigen Zoll sowie unter den Randnummern 27 bis 31 der vorliegenden Verordnung wurde erläutert, warum es in dieser Untersuchung für ausreichend angesehen wurde, die Vergleiche auf der Grundlage der verfügbaren technischen Daten und der bekannten Verwendungszwecke von AKPF vorzunehmen. Die Kommission stützte sich dabei auf die handelsüblichen technischen Merkblätter der Gemeinschaftshersteller sowie auf die technischen Daten für chinesische AKPF, die normalerweise den Kaufverträgen der Einführer beigelegt sind.

(45) Obwohl die Kommission alle interessierten Parteien vor der Einführung der vorläufigen Maßnahmen frühzeitig über die Vergleiche unterrichtete, schlug keine der interessierten Parteien konkrete alternative Vergleiche oder auch nur

Berichtigungen für Unterschiede in den materiellen Eigenschaften zwischen den verschiedenen AKPF-Qualitäten vor. Dabei konnte davon ausgegangen werden, daß die Einführer/Händler, die zuweilen auch die in der Gemeinschaft hergestellte AKPF verkaufen, über die erforderlichen Fachkenntnisse verfügten, um solche Angaben vorzulegen, wenn sie es denn gewollt hätten.

(46) Es wurde behauptet, der Marktpreis für chinesische AKPF in der Gemeinschaft sei genauso hoch und zum Teil sogar höher als die entsprechenden Preise der Gemeinschaftshersteller. Obwohl bei einigen Exportgeschäften möglicherweise die gleichen oder sogar höhere Preise in Rechnung gestellt wurden wie bei einigen Verkaufsgeschäften mit bestimmten Qualitäten der Gemeinschaftshersteller (siehe Randnummer 48 der Verordnung über den vorläufigen Zoll), sollte nicht vergessen werden, daß die Preise der Gemeinschaftshersteller durch die gedumpten chinesischen Einfuhren insgesamt erheblich unterboten wurden.

(47) Zur Ermittlung der tatsächlichen Preisunterbietungsspanne ist daran zu erinnern, daß die gewogenen durchschnittlichen Nettoverkaufspreise ab Werk, die die Gemeinschaftshersteller den Verwendern in der Gemeinschaft für die einzelnen Qualitäten in Rechnung stellten, jeweils mit den gewogenen durchschnittlichen Einfuhrpreisen der entsprechenden chinesischen Qualitäten verglichen wurden, die durch Berichtigungen auf die Stufe verzollt, netto, ab Lager, gebracht wurden.

Es wurde jedoch geltend gemacht, die Kommission habe bei der Anhebung der chinesischen Einfuhrpreise mit dem Ziel, sie auf die Stufe ab Lager und somit auf eine ähnliche Handels- und Geschäftsstufe zu bringen wie die Verkaufspreise der Gemeinschaftshersteller ab Werk, weder alle von den Einführern/Händlern in der Gemeinschaft getragenen Kosten noch einen angemessenen Gewinn berücksichtigt. Dies trifft nicht zu, da die Kommission, wie sie den Parteien während der Untersuchung mitteilte, die cif-Einfuhrpreise der chinesischen Ware zu diesem Zweck um 27 % erhöhte.

(48) Dieser Prozentsatz entspricht dem gewogenen Durchschnitt aller von den kooperierenden Einführern geltend gemachten Kosten (GZT-Zölle, Kosten für Transport, Lagerung, Umfüllen, Finanzierung, Wertminderung usw.) und einem angemessenen Gewinn unter Zugrundelegung der Gewinn- und Verlustrechnungen der Einführer/Händler. Im Einklang mit der Berichtigung, die bei der Ermittlung des Normalwerts wegen der offensichtlich nicht in den chinesischen Preisen enthaltenen Kosten für technische Kundenbetreuung und kundenspezifische Produktentwicklung eingearbeitet wurde, wurde jedoch bei der Berechnung der endgültigen Preisunterbietungsspanne beschlossen, die Verkaufspreise der einzelnen Gemeinschaftshersteller um die Kosten zu verringern, die die einzelnen Hersteller in diesem Zusammenhang im Untersuchungszeitraum getragen hatten.

(49) Auf dieser Grundlage ergaben sich Preisunterbietungsspannen von bis zu 35 %. Im gewogenen Durchschnitt beliefen sich die überprüften Preisunterbietungsspannen auf 21 %.

4. Situation des Wirtschaftszweigs der Gemeinschaft

- (50) Da keine neuen Argumente zu der Produktion, der Produktionskapazität, den Lagerbeständen, dem Absatzvolumen, dem Marktanteil, der Rentabilität und der Beschäftigung vorgebracht wurden (Randnummern 51 bis 59 der Verordnung über den vorläufigen Zoll), werden die einschlägigen Feststellungen bestätigt.

5. Schlußfolgerungen zur Schädigung

- (51) In Anbetracht dieser Feststellungen und in Ermangelung anderer stichhaltiger Argumente werden die Schlußfolgerungen unter den Randnummern 60 und 61 der Verordnung über den vorläufigen Zoll bestätigt, wonach der Wirtschaftszweig der Gemeinschaft eine bedeutende Schädigung im Sinne von Artikel 4 Absatz 1 der Verordnung (EWG) Nr. 2423/88 erlitten hat.

G. SCHADENSURSACHE

1. Allgemeine Bemerkungen

- (52) Mehrere interessierte Parteien wiederholten die Argumente, die sie bereits zuvor zur Schadensursache vorgebracht hatten. Diese Parteien behaupteten, die Kommission habe diese Argumente bei ihren vorläufigen Feststellungen und bei der Darlegung der wichtigsten Tatsachen und Erwägungen, auf deren Grundlage die Einführung endgültiger Maßnahmen vorgeschlagen werden sollte, nicht ausreichend berücksichtigt. Wie unten dargelegt, trifft diese Behauptung nicht zu, da die Kommission unter den Randnummern 62 bis 71 der Verordnung über den vorläufigen Zoll ausdrücklich auf die fraglichen Punkte einging.
- (53) Die Einführer machten erneut geltend, daß es zwischen 1990 und dem Untersuchungszeitraum in der Gemeinschaft infolge technologischer Entwicklungen sowie des verstärkten Verbrauchs wiederverwendbarer Aktivkohlen zu einem Nachfragerückgang bei AKPF gekommen sei. Die Kommission räumte unter Randnummer 70 der Verordnung über den vorläufigen Zoll ein, daß die Nachfrage nach diesen alternativen Produkten möglicherweise gestiegen sei, was jedoch nicht zwangsläufig bedeutet, daß die Nachfrage nach AKPF gesunken ist. Wie unter den Randnummern 42, 62 und 70 der Verordnung über den vorläufigen Zoll dargelegt, erhöhte sich die Nachfrage (d.h. der Gemeinschaftsverbrauch) zwischen 1990 und dem Untersuchungszeitraum effektiv um 3,3 %. Vor allem ist jedoch zu berücksichtigen, daß der Absatz der Gemeinschaftshersteller zurückging, während sich die Importe (insbesondere die gedumpte Einfuhren aus China) deutlich erhöhten.
- (54) Ferner wurde behauptet, die Schließung eines großen deutschen AKPF-Produktionsbetriebs vor 1990 (siehe Randnummer 40) habe zu einem Anstieg der chinesischen Einfuhren geführt, da der

Vertriebspartner dieses Herstellers angeblich „gezwungen“ war, die zuvor in der Gemeinschaft hergestellte Ware durch chinesische AKPF zu ersetzen, obwohl dieses Partnerunternehmen darüber hinaus AKPF anderer Gemeinschaftshersteller und auch AKPF aus mehreren anderen Drittländern vertrieb bzw. einfuhrte. Obwohl eingeräumt wird, daß sich dieser Vertriebspartner nach einem Ersatz für seinen AKPF-Lieferanten umsehen mußte, was einen Anstieg der AKPF-Einfuhren aus China erklären kann, ändert dies nichts an der Tatsache, daß die Importwaren aus China zu gedumpten Preisen verkauft und die Preise der Gemeinschaftshersteller dabei erheblich unterboten wurden, so daß die fraglichen Importe eine bedeutende Schädigung verursachten.

- (55) Unter Bezugnahme auf die Feststellungen unter den Randnummern 45 und 56 der Verordnung über den vorläufigen Zoll behauptete eine Partei, die AKPF-Einfuhren aus China könnten keine Schädigung des Wirtschaftszweigs der Gemeinschaft verursacht haben, da sich die durchschnittlichen Preise dieser Einfuhren zwischen 1990 und 1993 um 10,6 % erhöht hätten und im gleichen Zeitraum auch die durchschnittlichen AKPF-Verkaufspreise der Gemeinschaftshersteller insgesamt gestiegen seien. Hier ist daran zu erinnern, daß sich die Preise der Gemeinschaftshersteller im fraglichen Zeitraum insgesamt nur um 1,4 % erhöhten und in einigen Fällen sogar zurückgingen. In Anbetracht der hohen Preisunterbietungsspanne von 21,0 % im Jahr 1993 muß daher der Schluß gezogen werden, daß 1990 (als die chinesischen Einfuhren angingen, auf dem Gemeinschaftsmarkt vorzudringen) die Preisunterbietung sogar noch höher war, nicht aber, daß es keinen ursächlichen Zusammenhang zwischen den gedumpten Einfuhren aus China und der Schädigung des Wirtschaftszweigs der Gemeinschaft gibt.
- (56) Darüber hinaus wurde behauptet, die finanziellen Schwierigkeiten der Gemeinschaftshersteller seien nicht auf die Einfuhren aus China, sondern in erster Linie auf die deutlich gestiegenen Produktionskosten der Hersteller — und zwar im Falle eines Herstellers auf besonders hohe Rohstoffkosten — zurückzuführen.
- Obwohl die Gemeinschaftshersteller grundsätzlich in der Lage sein sollten, ihre Waren zu Preisen zu verkaufen, die alle Kosten auf einem Markt mit fairen Wettbewerbsbedingungen decken, überprüfte die Kommission in Anbetracht der Argumente mehrerer interessierter Parteien erneut die Gesamtentwicklung der Produktionskosten bei den kooperierenden Gemeinschaftsherstellern. Dabei kam sie zu dem Schluß, daß einige außergewöhnliche Rohstoffkosten, die ein Gemeinschaftshersteller im Untersuchungszeitraum getragen hatte, bei der Ermittlung der Schadensschwelle nicht berücksichtigt werden sollten, um die normalen Kosten zu erfassen. Dieses Vorgehen wird bestätigt.
- (57) Einige interessierte Parteien behaupteten erneut, die offensichtlich zu Billigpreisen angebotenen

AKPF-Einfuhren aus Malaysia hätten sich auf den Gemeinschaftsmarkt ausgewirkt. Diese Parteien brachten jedoch keine neuen stichhaltigen Argumente vor, und es wird die Auffassung vertreten, daß unter den Randnummern 67 und 68 der Verordnung über den vorläufigen Zoll bereits angemessen auf die angeführten Aspekte eingegangen wurde.

- (58) Wie unter Randnummer 68 der Verordnung über den vorläufigen Zoll dargelegt, lagen der Kommission keine Beweise dafür vor, daß die Ausfuhren aus Malaysia im Untersuchungszeitraum gedumpt waren. Die Beweise, die der Kommission zu den angeblich gedumpten Ausfuhren aus Malaysia vorgelegt wurden, bezogen sich auf das Jahr 1994 (ein Jahr nach dem Untersuchungszeitraum), so daß sich anhand dieser Beweise kein Zusammenhang zwischen den möglicherweise gedumpten Einfuhren aus Malaysia im Jahr 1994 und der Schädigung des Wirtschaftszweigs der Gemeinschaft im Untersuchungszeitraum ermitteln ließ.
- (59) Einige interessierte Parteien versuchten anhand einer Berechnung nachzuweisen, daß die Gemeinschaftshersteller selbst dann noch erhebliche Verluste verzeichnet hätten, wenn anstelle der chinesischen Einfuhren im Untersuchungszeitraum AKPF aus der Gemeinschaft verkauft worden wäre. Bei dieser Berechnung wird jedoch vergessen, daß das tatsächliche Absatzvolumen und die tatsächlichen Geschäftsergebnisse der Gemeinschaftshersteller in diesem Zeitraum in Wirklichkeit von den gedumpten chinesischen Billigeinfuhren beeinflusst waren und daher nicht die Grundlage für eine solche theoretische Berechnung bilden können. Daher wird die Auffassung vertreten, daß diese Berechnung fehlerhaft ist und keine Hinweise auf die mögliche finanzielle Lage der Gemeinschaftshersteller bei Wegfall der AKPF-Einfuhren aus China geben kann.
- (60) Ferner behaupteten einige Parteien, die Gemeinschaftshersteller hätten AKPF außerhalb der Gemeinschaft zu sehr viel niedrigeren Preisen verkauft als in der Gemeinschaft selbst, so daß das Preisniveau auf dem Gemeinschaftsmarkt nicht der einzige Grund für ihre tatsächliche „wirtschaftliche“ Situation sei. Wie unter Randnummer 69 der Verordnung über den vorläufigen Zoll dargelegt, stellte die Kommission fest, daß die Gemeinschaftshersteller ihre Waren außerhalb der Gemeinschaft gewinnbringend und daher zu deutlich höheren Preisen verkauften als das in der Gemeinschaft — mit Verlust — verkaufte AKPF. Denn der gewogene durchschnittliche Preis, zu dem die kooperierenden Gemeinschaftshersteller sämtliche AKPF-Qualitäten außerhalb der Gemeinschaft verkauften, erhöhte sich von 1 792 ECU je Tonne im Jahr 1990 auf 1 839 ECU je Tonne im Untersuchungszeitraum. Die vorgenannte Behauptung stützt sich somit auf falsche Vermutungen. Dennoch wurde unter den Randnummern 69 und 71 der Verordnung über den vorläufigen Zoll eingeräumt, daß die Absatzeinbußen der Gemein-

schaftshersteller außerhalb der Gemeinschaft Auswirkungen hatten.

2. Schlußfolgerungen zur Schadensursache

- (61) Da ansonsten keine aussagekräftigen, begründeten Stellungnahmen vorgebracht wurden, werden die Schlußfolgerungen unter Randnummer 71 der Verordnung über den vorläufigen Zoll bestätigt.

H. INTERESSE DER GEMEINSCHAFT

- (62) Wie unter Randnummer 4 dargelegt, nahm die Kommission nach der Einführung der vorläufigen Maßnahmen mit 22 Unternehmen in sechs verschiedenen Mitgliedstaaten Kontakt auf, die größtenteils von bestimmten Einführern/Händlern als „wichtige“ AKPF-Abnehmer ausgewiesen worden waren. Nur zwölf Verwender, auf die rund 6 % des gesamten Gemeinschaftsverbrauchs entfielen, übermittelten aussagekräftige Informationen oder Antworten auf einen einfachen Fragebogen.
- (63) Fünf dieser zwölf Verwender gaben an, daß ihr AKPF-Verbrauch konstant sei, vier weitere erklärten, ihr Verbrauch sei rückläufig, und die restlichen drei gaben eine Steigerung ihres Verbrauchs an.
- (64) Von den Verwendern, die den Fragebogen beantworteten oder Stellungnahmen übermittelten, erklärten sieben Unternehmen, die Preise für AKPF aus China und aus der Gemeinschaft seien vergleichbar, aber nur zwei von ihnen gaben die Handelsnamen der von ihnen verglichenen Qualitäten an. Die Prüfung der technischen Daten der in der Gemeinschaft hergestellten Qualitäten, die diese beiden Verwender verglichen hatten, ergab jedoch, daß die chinesische Ware gegenüber der in der Gemeinschaft hergestellten Ware bessere technische Eigenschaften aufwies und daher für die Zwecke dieser Untersuchung nicht vergleichbar war. Außerdem gaben zwei andere Verwender an, AKPF aus China sei deutlich billiger als qualitativ gleichwertige AKPF aus der Gemeinschaft. Drei Verwender erklärten, sie hätten sich aufgrund des Preis-Leistungs-Verhältnisses für AKPF aus China entschieden. Dagegen gab ein anderer Verwender an, daß er aus genau demselben Grund die Ware der Gemeinschaftshersteller gewählt habe. Zwei andere Verwender griffen nicht mehr auf chinesische AKPF, sondern auf die Ware aus der Gemeinschaft zurück. Aufgrund dieser widersprüchlichen Angaben der Verwender konnte in diesem Bereich keine eindeutige Schlußfolgerung gezogen werden.
- (65) Außerdem übermittelten die Verwender nicht die erbetenen begründeten Stellungnahmen zu den Auswirkungen, die die Einführung von Antidumpingmaßnahmen gegenüber chinesischer AKPF auf ihr Betriebsergebnis hätte. Die meisten Verwender behaupteten jedoch, hohe Antidumpingzölle könnten eine Verdrängung der chinesischen Einfuhren vom Gemeinschaftsmarkt und damit gegebenenfalls eine Schmälerung des Wettbewerbs zur Folge haben.

- (66) In diesem Zusammenhang ist daran zu erinnern, daß handelspolitische Schutzmaßnahmen auf die Beseitigung der handelsverzerrenden Auswirkungen schädigender Dumpingpraktiken und auf die Wiederherstellung eines funktionierenden Wettbewerbs abzielen. Daher können keine anderen Schlußfolgerungen gezogen werden als unter den Randnummern 75 und 76 der Verordnung über den vorläufigen Zoll.
- (67) Ein schwedischer Einführer/Händler brachte vor, die Einführung von Antidumpingzöllen auf AKPF aus China würde äußerst negative Auswirkungen auf seine Geschäftstätigkeit haben. Das Unternehmen gab jedoch gleichzeitig an, im Untersuchungszeitraum sei keine AKPF aus China in sein skandinavisches Absatzgebiet (Schweden, Finnland, Dänemark) eingeführt worden. Dieser Einführer machte ferner geltend, daß die Kommission auch Schweden und Finnland in ihre Untersuchung hätte einbeziehen müssen, obwohl diese Länder im Untersuchungszeitraum noch nicht zur Gemeinschaft gehörten. Dazu weist die Kommission darauf hin, daß sich der AKPF-Gesamtverbrauch in Schweden und Finnland schätzungsweise nur auf 700 Tonnen pro Jahr, d. h. rund 2 % des gesamten Gemeinschaftsverbrauchs beläuft. Da zudem im Untersuchungszeitraum keine AKPF aus China eingeführt wurde, ist davon auszugehen, daß die Einbeziehung der Import-, Absatz- und Verbrauchsangaben für die beiden neuen Mitgliedstaaten in die Untersuchung der Kommission keine nennenswerten Auswirkungen gehabt hätte.
- (68) Daher wird die Auffassung vertreten, daß die Feststellungen der Kommission zum Interesse der Gemeinschaft in der Verordnung über den vorläufigen Zoll bestätigt werden sollten. Denn es wurden keine zwingenden Gründe für die Schlußfolgerung gefunden, daß die Einführung endgültiger Maßnahmen nicht im Interesse der Gemeinschaft läge.

I. VERPFLICHTUNG

- (69) Der einzige kooperierende chinesische Ausführer bot eine Verpflichtung in Form eines Mindestpreises und einer gleichzeitigen mengenmäßigen Beschränkung der Ausfuhren von chemisch aktivierter AKPF an. Dieser Ausführer deutete an, die chinesischen Behörden könnten die Einhaltung einer solchen Verpflichtung gewährleisten. Die chinesischen Behörden gingen jedoch eine solche Verpflichtung nicht ein. In dem Verpflichtungsan-

gebot wurden weder genaue Preise oder Mengen angegeben, noch wurde auf die wasserdampfaktivierte AKPF Bezug genommen, die das fragliche Unternehmen in die Gemeinschaft ausführt. Hier ist daran zu erinnern, daß AKPF in vielen verschiedenen Qualitäten angeboten wird, für die unterschiedliche Preise in Rechnung gestellt werden. Daher könnte eine Verpflichtung auf der Grundlage eines durchschnittlichen Mindestpreises nicht angenommen werden. Eine Verpflichtung mit unterschiedlichen Vorgaben für die einzelnen Qualitäten wäre dagegen kaum zu überwinden, da anhand der offiziellen Einfuhrstatistiken (in denen nicht nach den einzelnen Qualitäten unterschieden wird) nicht überprüft werden könnte, welche AKPF-Qualitäten dieses Unternehmen genau in die Gemeinschaft exportiert.

- (70) Außerdem ist dieser chinesische Ausführer, bei dem es sich in Wirklichkeit um eine Handelsgesellschaft handelt, zwar möglicherweise der größte AKPF-Ausführer im Handel mit der Gemeinschaft, doch entfallen auf ihn weder die Gesamtheit noch der größte Teil der AKPF-Ausfuhren aus China in die Gemeinschaft. Da in China noch mehrere andere Ausführer tätig sind und die chinesischen Behörden selbst nicht ihre Bereitschaft erkennen ließen, die Einhaltung einer solchen Verpflichtung zu gewährleisten, erscheint die Annahme einer Verpflichtung in diesem Verfahren nicht angemessen.
- (71) Der Ausführer wurde davon unterrichtet, daß eine Verpflichtung nicht angenommen werden könne. Dieses Vorgehen wird bestätigt.

J. ZOLL

- (72) Zur Berechnung der Schadensschwelle wurden in der Verordnung über den vorläufigen Zoll die tatsächlichen gewogenen durchschnittlichen Nettoverkaufspreise (ab Werk) der in der Gemeinschaft hergestellten AKPF-Qualitäten, die nach Auffassung der Kommission mit den aus China eingeführten Qualitäten vergleichbar waren, jeweils um den gewogenen durchschnittlichen Verlust aller Gemeinschaftshersteller und einen angemessenen Gewinn von 5 % erhöht. In diesem Zusammenhang beantragte der CEFIC, die angemessene Gewinnspanne, um die die kostendeckenden AKPF-Verkaufspreise der Gemeinschaftshersteller zur Ermittlung der Schadensschwelle zu erhöhen sind, solle nur anhand der gewinnbringenden Verkäufe der Gemeinschaftshersteller im Aktiv-

kohlegeschäft ermittelt werden und nicht auf der Grundlage des durchschnittlichen Gewinns, in den auch die mit Verlust getätigten AKPF-Verkäufe einfließen würden. Außerdem wurde behauptet, ein Gewinn von 5 % vor Steuern sei zu niedrig, um angemessene Investitionserträge zu gewährleisten, zumal die Gemeinschaftshersteller 1990, d. h. vor Beginn des Anstiegs der chinesischen Einfuhren, bei ihren AKPF-Verkäufen in der Gemeinschaft einen durchschnittlichen Gewinn von 9,6 % erzielt hätten.

- (73) Dazu ist klarzustellen, daß der durchschnittliche Gewinn jedes der drei kooperierenden Gemeinschaftshersteller in ihrem gesamten Aktivkohlegeschäft, ausschließlich der mit Verlust getätigten AKPF-Verkäufe in der Gemeinschaft, im Untersuchungsraum nur zwischen 4,1 % und 5,4 % schwankte. Da zudem nur 70 % der Absatzeinbußen, die die Gemeinschaftshersteller zwischen 1990 und dem Untersuchungszeitraum bei AKPF verzeichneten, den gedumpten chinesischen Einfuhren zugute kamen, ist es unangemessen, die kostendeckenden Preise der Gemeinschaftshersteller um den vollen Gewinn von 9,6 % aus dem Jahr 1990 zu erhöhen.
- (74) Aufgrund all dieser Stellungnahmen der interessierten Parteien wurden jedoch einige Aspekte der Methode zur Festsetzung der vorläufigen Zölle überprüft, und es wurde eine andere Methode als geeigneter angesehen, um die kostendeckenden (Deckung der Produktionskosten in voller Höhe) und einen angemessenen Gewinn abwerfenden Preise für die AKPF-Qualitäten der Gemeinschaftshersteller zu ermitteln, die mit den entsprechenden chinesischen Qualitäten zu vergleichen waren.
- (75) Dabei wurden für die verschiedenen Qualitäten jeweils die gesamten, gegebenenfalls berichtigten (siehe Randnummer 56) Produktionskosten der einzelnen Gemeinschaftshersteller zuzüglich eines Gewinns von 5 % zugrunde gelegt. Im Interesse eines fairen Vergleichs wurden diese theoretischen, gewinnbringenden Preise sodann nach unten angepaßt, um die Kosten für technische Kundenbetreuung und Produktentwicklung zu berücksichtigen, die die einzelnen Hersteller im Untersuchungszeitraum getragen hatten (siehe Randnummer 48).
- (76) Der gewogene Verkaufspreis ab Lager (d. h. cif-Einfuhrpreis zuzüglich 27 % für die Handelsspanne der Einführer/Händler) der einzelnen aus China eingeführten Qualitäten wurde sodann mit einem einzigen gewogenen durchschnittlichen gewinnbringenden Preis der Gemeinschaftshersteller verglichen. Für jede chinesische Qualität

wurde dieser einheitliche Preis der Gemeinschaftshersteller zur Bestimmung der Schadensschwelle auf der Grundlage der Preise festgesetzt, der gemäß der vorstehenden Randnummer für die einzelnen Qualitäten der Gemeinschaftshersteller ermittelt worden waren (dabei wurden die Preise entsprechend den von den einzelnen Gemeinschaftsherstellern verkauften Mengen gewogen).

- (77) Der sich aus diesem Vergleich ergebende Differenzbetrag (gewogen nach den eingeführten Mengen) ergab die Schadensschwelle. Die gesamte Schadensschwelle wurde sodann als Prozentsatz des cif-Gesamtwertes der Einfuhren aus China ausgedrückt.
- (78) Diese Methode wird bestätigt; somit beläuft sich die endgültige Schadensschwelle auf 38,6 %, ausgedrückt als Prozentsatz des Nettopreises frei Grenze der Gemeinschaft, unverzollt.

Da auch die neue Schadensschwelle niedriger ist als die geänderte Dumpingspanne (siehe Randnummer 39), sollten Antidumpingzölle auf der Grundlage der endgültigen Schadensschwelle eingeführt werden.

Hinsichtlich der Form des endgültigen Zolls wird die Ansicht vertreten, daß die Struktur einer staatlich kontrollierten Wirtschaft den chinesischen Ausfuhrern einen beträchtlichen Spielraum für eine Senkung ihrer Ausfuhrpreise läßt. Um das Risiko zu verringern, daß der Zoll von den chinesischen Ausfuhrern getragen wird, ist ein spezifischer Zoll (d. h. ein fester Betrag pro Tonne) in diesem Fall angemessener als ein Wertzoll oder ein variabler Zoll.

Der Betrag eines solchen Zolls wurde auf der Grundlage der obengenannten endgültigen Schadensschwelle berechnet und beläuft sich auf 323 ECU pro Tonne (Nettogewicht). Dies wird vom Rat bestätigt.

- (79) Die Kommission wird die Marktlage nach der Einführung von Antidumpingmaßnahmen prüfen; sollten Umstände, insbesondere hinsichtlich der Entwicklung der Preise, eine Überprüfung rechtfertigen, so wird diese zwei Jahre nach Annahme der endgültigen Maßnahmen eingeleitet.

K. VEREINNAHMUNG DER VORLÄUFIGEN ZÖLLE

- (80) In Anbetracht der Änderung der Form des Zolls ist der Rat der Auffassung, daß der vorläufige Zoll in diesem Fall nicht endgültig vereinnahmt werden sollte —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

(1) Auf die Einfuhren von Aktivkohle in Pulverform des KN-Codes ex 3802 10 00 (Taric-Zusatzcode: 3802 10 00*91) mit Ursprung in der Volksrepublik China wird ein endgültiger Antidumpingzoll eingeführt.

(2) Der Betrag des endgültigen Antidumpingzolls beläuft sich auf 323 ECU pro Tonne (Nettogewicht).

(3) Sofern nichts anderes bestimmt ist, finden die geltenden Zollbestimmungen Anwendung.

Artikel 2

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

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

Geschehen zu Luxemburg am 3. Juni 1996.

Im Namen des Rates

Der Präsident

C. A. CIAMPI

II

(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 20. September 1995

in einem Verfahren nach der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates

(IV/M.553 — RTL/Veronica/Endemol)

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(96/346/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 3 und Artikel 22,

gestützt auf die Entscheidung der Kommission vom 22.
Mai 1995, das Verfahren in dieser Sache einzuleiten,

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

nach Anhörung des Beratenden Ausschusses für die
Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen⁽²⁾,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Am 21. April 1995 ging bei der Kommission ein
Antrag der niederländischen Regierung nach
Artikel 22 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des
Rates (Fusionskontrollverordnung) ein, in dem die
Kommission um Prüfung des von RTL4 SA (RTL),
Vereniging Veronica Omroeporganisatie (Veronica)
und Endemol Entertainment Holding BV
(Endemol) geplanten Gemeinschaftsunternehmens
Holland Media Groep SA (HMG) ersucht wurde.
Die niederländische Regierung erhielt am 23. März
1995 durch eine Pressemitteilung, die ihr von den
Parteien übermittelt worden war, Kenntnis von

dem Vorhaben. Der Antrag nach Artikel 22 wurde
somit innerhalb der in Artikel 22 Absatz 4 vorgese-
henen Einmonatsfrist gestellt.

- (2) Die Kommission stellte fest, daß dieser Antrag im
Sinne von Artikel 22 der Fusionskontrollverord-
nung zulässig ist und der Zusammenschluß Anlaß
zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich seiner Ver-
einbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt gibt. Mit
Entscheidung vom 22. Mai 1995 leitete die Kom-
mission daher das Verfahren nach Artikel 6 Absatz
1 Buchstabe c) in Verbindung mit Artikel 22 der
Fusionskontrollverordnung ein.

I. DIE PARTEIEN

- (3) RTL ist eine Gesellschaft luxemburgischen Rechts,
die vorwiegend niederländischsprachige Radio- und
Fernsehprogramme anbietet, die von der
Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion
(CLT) ausgestrahlt werden. CLT hält — direkt und
indirekt — 47,27 % des Aktienkapitals von RTL.
CLT ist eine nach luxemburgischem Recht gegrün-
dete Rundfunkorganisation, die auf verschiedenen
ausländischen Märkten in den Bereichen Fern-
sehen, Hörfunk, Verlagswesen und damit zusam-
menhängenden Unternehmungen tätig ist. Der
Gesamtumsatz von CLT belief sich 1993 auf 1,937
Mrd. ECU. Das niederländische Verlagshaus NV
Verenigd Bezit (VNU) ist indirekt mit 38 % an
RTL beteiligt. RTL betreibt zwei unabhängige
kommerzielle TV-Sender in niederländischer
Sprache, RTL4 und RTL5, die auf die Niederlande
ausgerichtet sind.

⁽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 160 vom 5. 6. 1996, S. 3.

- (4) Veronica ist ein nach niederländischem Recht gegründeter Verein, der bis September 1995 auf dem niederländischen Fernseh- und Hörfunkmarkt als öffentliche Rundfunkorganisation tätig war. Veronica gehörte zu den drei Rundfunkanstalten, die ihre Programme über den öffentlichen Kanal „Niederland 2“ ausstrahlen. 1994 kündigte Veronica seinen Ausstieg aus dem öffentlichen Rundfunk an, um als kommerzieller Sender weiterzuarbeiten. Die Entscheidung, sich aus dem öffentlichen Rundfunk zurückzuziehen, fiel endgültig im Januar 1995, als Veronica keine neue Zulassung als öffentlicher Sender ab 1. September 1995 beantragte.
- (5) Endemol ist eine niederländische Gesellschaft, die aus einem Zusammenschluß zwischen JE Entertainment BV und John de Mol Communications BV im Jahr 1994 hervorging. Endemol ist eine unabhängige Produktionsgesellschaft für Fernsehprogramme mit Tätigkeitsschwerpunkt in den Niederlanden.

II. DAS VORHABEN

- (6) Die Parteien vereinbarten die Gründung einer neuen Gesellschaft HMG, die Fernseh- und Rundfunkprogramme zusammenstellen und anbieten soll, die von dem Unternehmen selbst, von CLT, Veronica oder anderen Sendern in den Niederlanden und Luxemburg ausgestrahlt werden. Da die Vorschriften der Fusionskontrollverordnung über die Aussetzung des Vollzugs eines Zusammenschlusses nicht auf Verfahren nach Artikel 22 Anwendung finden, waren die Parteien berechtigt, den Zusammenschluß, wie weiter unten im einzelnen dargelegt, zu vollziehen.
- RTL hält 51 % der HMG-Anteile, während sich Veronica und Endemol über die Holding Veronica Media Groep (VMG) die verbleibenden 49 % teilen. RTL ist darüber hinaus mit 20 % am Kapital von Veronica Blad, einer Tochtergesellschaft von Veronica, die die wöchentlich erscheinende Fernsehzeitschrift von Veronica herausgibt, und mit 24,99 % am Kapital von Endemol beteiligt.
- (7) Alle bestehenden Fernseh- und Hörfunkaktivitäten der Parteien, die auf die Niederlande gerichtet sind, wurden der HMG übertragen.
- RTL hat in das Gemeinschaftsunternehmen die Fernsehsender RTL4 und RTL5 sowie die damit verbundenen Aktiva eingebracht, den RTL Rock-Sender, das Recht, die Sendelizenz von CLT zu nutzen, das Geschäft mit den vorwiegend niederländischsprachigen Radio- und Fernsehprogrammen, die in Luxemburg und in den Niederlanden ausgestrahlt werden, sowie ihre 50 %ige Beteiligung an der Werbegesellschaft IPN SA (IPN), die Werbezeit für RTL4 und RTL5 verkauft.
- (8) Veronica und Endemol haben dem Gemeinschaftsunternehmen den Fernsehsender Veronica mit den dazugehörigen Aktiva sowie das Rundfunkgeschäft von Endemol (d.h. den Radiosender Holland FM) übertragen.
- (9) Die TV-Programme von HMG werden seit dem 1. September 1995 über drei getrennte Kanäle ausge-

strahlt. Die Kanäle RTL4 und RTL5 werden unter der luxemburgischen Sendelizenz von CLT betrieben, während Veronica über eine niederländische Zulassung als kommerzieller Sender verfügt.

III. ZUSAMMENSCHLUSS

- (10) Das Vorhaben stellt einen Zusammenschluß im Sinne von Artikel 3 der Fusionskontrollverordnung dar. HMG ist ein konzentratives Gemeinschaftsunternehmen.

[...] (*)

- (11) [...]

Auch wenn die Auslegung der Parteien von Artikel 3 Absatz 4 zutrifft [...], liegt nach Auffassung der Kommission nach wie vor eine gemeinsame Kontrolle vor. Die Tatsache, daß die Stimme eines Gründerunternehmens für den Fall, daß eine Einigung trotz der Bemühungen aller Gründerunternehmen nicht zustande kommt, den Ausschlag gibt, bedeutet nicht unbedingt, daß keine gemeinsame Kontrolle besteht (vgl. Bekanntmachung über den Begriff des Zusammenschlusses, ABl. Nr. C 385 vom 31. Dezember 1994, S. 5 (Randnummer 37)). Dies gilt insbesondere dann, wenn jedes Gründerunternehmen einen für den Betrieb des Gemeinschaftsunternehmens lebenswichtigen Beitrag leistet (Randnummer 34). Im vorliegenden Fall ist der Hauptzweck des Gemeinschaftsunternehmens, die beiden RTL-Sender mit dem neuen kommerziellen Sender Veronica zusammenzulegen und die Versorgung mit Programmen von Endemol sicherzustellen, was nach Aussage der Parteien für die Erhaltung des Profils der HMG-Sender wesentlich ist. Sowohl RTL als auch Veronica-Endemol leisten daher einen für den Betrieb von HMG entscheidenden Beitrag. Unter diesen Voraussetzungen können die Gründerunternehmen das Gemeinschaftsunternehmen nur dann betreiben, wenn sich alle Beteiligten über die wichtigsten strategischen Entscheidungen einig sind.

In der Praxis würde RTL daher von seiner strittigen ausschlaggebenden Stimme nur in außergewöhnlichen Situationen Gebrauch machen, so daß eine gemeinsame Kontrolle dadurch nicht ausgeschlossen ist.

- (12) Aber auch wenn keine gemeinsame Kontrolle im Sinne von Artikel 3 der Fusionskontrollverordnung gegeben wäre, läge dennoch im vorliegenden Fall ein Zusammenschluß in Form des Erwerbs der alleinigen Kontrolle durch RTL über die von VMG auf HMG übertragenen Vermögenswerte vor. Im vorliegenden Fall würde sich hierdurch an der nachstehenden Beurteilung des Zusammenschlusses nichts ändern. Auch die Beurteilung der Auswirkungen des Zusammenschlusses auf den Produktionsmarkt bliebe gleich, da Endemol und HMG nach wie vor strukturell miteinander verbunden wären (vgl. Randnummer 100).

(*) Als Geschäftsgeheimnis entfernt.

- (13) Da die Gründerunternehmen ihre sämtlichen Aktivitäten auf den Märkten des Gemeinschaftsunternehmens (kommerzieller Rundfunk in den Niederlanden) in die HMG einbringen, gibt es für eine Koordinierung des Wettbewerbsverhaltens der Gründerunternehmen außerhalb des Gemeinschaftsunternehmens keine Basis mehr.

IV. KEINE GEMEINSCHAFTSDIMENSION

- (14) Den von den Parteien vorgelegten Zahlen zufolge erreicht der weltweite Gesamtumsatz aller beteiligten Parteien nicht den Schwellenwert von 5 Mrd. ECU. Der geplante Zusammenschluß hat demnach keine gemeinschaftsweite Bedeutung im Sinne von Artikel 1 der Fusionskontrollverordnung.
- (15) Es kann daher offen bleiben, ob VNU ein beteiligtes Unternehmen im Sinne von Artikel 1 der Fusionskontrollverordnung ist. Ist VNU kein beteiligtes Unternehmen, so erreicht nur einer der Beteiligten, nämlich RTL, einen gemeinschaftsweiten Gesamtumsatz von über 250 Mio. ECU.

V. AUSWIRKUNGEN AUF DEN HANDEL ZWISCHEN MITGLIEDSTAATEN

- (16) Der Zusammenschluß beeinträchtigt den Handel zwischen Mitgliedstaaten im Sinne von Artikel 22 Absatz 3 der Fusionskontrollverordnung. Die Gründung des Gemeinschaftsunternehmens wird sich auf die Zutrittsbedingungen für neue Marktteilnehmer einschließlich ausländischer Sendeunternehmen auf dem niederländischen Markt für Fernsehsendungen und Fernsehwerbung auswirken. Sie wird auch eine Auswirkung auf den Markt für den Erwerb fremdsprachiger Programme (insbesondere in Englisch) in den Niederlanden haben. Sitz des Gemeinschaftsunternehmens HMG ist Luxemburg, und zumindest die Sender RTL4 und RTL5 arbeiten unter der Sendelizenz des Großherzogtums Luxemburgs. Die niederländischen öffentlichen Fernsehprogramme werden auch in das belgische Kabelnetz eingespeist, so daß eine Veränderung in der Struktur des niederländischen Fernsehmarkts zumindest indirekt auch auf dem belgischen Fernsehmarkt spürbar sein wird. Sollte sich ferner die Rechtslage in Belgien im Hinblick auf VTM so ändern, daß der Wettbewerb ausländischer Sender in diesem Markt zunehmen kann, so wird ein derartiger Wettbewerb wahrscheinlich insbesondere von kommerziellen holländischen Sendern, einschließlich der HMG Sender, herrühren.

VI. ARTIKEL 2 DER FUSIONS-KONTROLLVERORDNUNG

A. Die relevanten Produktmärkte

- (17) Der Zusammenschluß wirkt sich auf folgende Produktmärkte aus:

i) Fernsehmarkt:

Wie weiter unten eingehender beschrieben wird, konkurrieren alle Fernsehveranstalter um Zuschaueranteile. Da es jedoch keine direkte Geschäftsbeziehung zwischen den Betreibern „frei zugänglicher“ TV-Kanäle auf der „Angebotsseite“ und den Zuschauern auf der „Nachfrageseite“ gibt, könnte man einwenden, daß es sich bei dem Fernsehmarkt nicht um einen Markt im eigentlichen ökonomischen Sinne handelt. Im vorliegenden Fall kommt es hierauf jedoch nicht an, so daß die Frage offen bleiben kann. Da alle Beteiligten von „Fernsehmarkt“ und „Zuschauermarkt“ sprechen, wird in dieser Entscheidung die im TV-Sektor allgemein anerkannte Terminologie verwendet;

ii) Markt für Fernsehwerbung;

- iii) Markt für unabhängig produzierte niederländische Fernsehprogramme, d.h. Fernsehproduktionen, die keine Eigenproduktionen der niederländischen Sendeunternehmen sind.

Aufgrund der Wettbewerbsstruktur des Marktes und der Tatsache, daß die Marktanteile der Radiosender, die in das GU eingebracht werden sollen, sehr gering sind, wird der Zusammenschluß nach Auffassung der Kommission keine beherrschende Stellung auf den Märkten für Radiosendungen und Radiowerbung begründen oder verstärken.

- (18) Nach Ansicht der Parteien sollte sich die Prüfung der Kommission im vorliegenden Fall auf den Markt für Fernsehwerbung beschränken, da die niederländische Regierung die Kommission gebeten hatte zu prüfen, ob der Zusammenschluß eine beherrschende Stellung begründet oder verstärkt, die einen wirksamen Wettbewerb auf dem Markt für Fernsehwerbung in den Niederlanden erheblich behindern würde. Da die niederländische Regierung nicht auf Wettbewerbsprobleme in anderen Märkten hingewiesen hat, würde eine Untersuchung anderer Märkte nach Ansicht der Parteien über den Antrag der niederländischen Regierung hinausgehen.
- (19) Die Kommission kann der Auffassung der Parteien nicht folgen. Artikel 22 Absatz 3 bestimmt ausdrücklich, daß sich die Feststellung der Kommission auf den fraglichen Zusammenschluß als solchen bezieht und nicht auf Teilaspekte dieses Zusammenschlusses wie beispielsweise bestimmte Produktmärkte. Artikel 22 unterscheidet sich in diesem Punkt von Artikel 9. Nach Artikel 9 kann die Kommission einen Zusammenschluß nur dann prüfen oder an den zuständigen Mitgliedstaat verweisen, wenn unter Berücksichtigung des Markts der betreffenden Waren oder Dienstleistungen ein gesonderter räumlicher Markt besteht (Artikel 9 Absatz 3). Märkte mit Wettbewerbsproblemen können in der Regel erst nach Prüfung des Zusam-

menschlusses festgestellt werden, die die Kommission auf Antrag der betreffenden Regierung durchzuführen hat. Nach Artikel 22 ist hier in der gleichen Weise vorzugehen wie bei Fällen von gemeinschaftsweiter Bedeutung. Für einen Mitgliedstaat wäre es ohnehin schwierig festzustellen, in welchen Märkten sich Wettbewerbsprobleme stellen können, wenn ein Mitgliedstaat wie im vorliegenden Fall über keine echten Untersuchungsbefugnisse verfügt, weil es keine innerstaatlichen Vorschriften für die Fusionskontrolle gibt.

i) Der Fernsehmarkt

- (20) In diesem Markt, der auch als Zuschauermarkt bezeichnet wird, konkurrieren die Sendeunternehmen um Zuschaueranteile. Dies gilt vor allem für kommerzielle Sender, die sich über Werbung finanzieren, aber auch für öffentliche Rundfunkanstalten, deren Einnahmen zumindest teilweise aus der Werbung stammen, da die Zuschaueranteile auf dem Fernsehmarkt entscheidend für ihren Erfolg auf dem Markt für Fernsehwerbung sind. Im Wettbewerb um Zuschaueranteile können sich auch Privatsender, die sich über Werbung finanzieren, und öffentliche Rundfunkanstalten, die sich nur über Rundfunkgebühren finanzieren, oder Pay-TV-Anbieter gegenüberstehen, deren Einnahmequelle die Abonnementbeträge sind. Auch für Sendeunternehmen, die keine Fernsehwerbung betreiben, ist die Sehbeteiligung ein wichtiger Maßstab für die Attraktivität der Fernsehsender und für ihre Akzeptanz in der breiten Öffentlichkeit.

Der Zuschauermarkt kann aber unter Umständen alle Fernsehsender einschließen. Unter Berücksichtigung der Wirtschaftsbeziehungen zwischen Sendeanstalten auf der Angebotsseite und Zuschauern auf der Nachfrageseite muß jedoch unterschieden werden zwischen dem Markt für Fernsehwerbung einerseits, in dem Sendeunternehmen um Werbeeinnahmen konkurrieren, und dem Pay-TV-Markt andererseits, in denen Anbieter um Abonnenten werben.

- (21) In den Niederlanden finanzieren sich die öffentlichen Sendeanstalten sowohl über Rundfunkgebühren als auch über die Werbung. Daneben gibt es einen Pay-TV-Anbieter. Aus den oben dargelegten Gründen werden alle Fernsehsender, deren Programme in den Niederlanden ausgestrahlt werden, in die nachstehende Analyse des Zuschauermarkts einbezogen.

In allen verfügbaren Zahlen über die Zuschaueranteile in den Niederlanden ist seit jeher der Zuschaueranteil berücksichtigt, der auf das Heimvideo entfällt. Obwohl Heimvideo nicht zum Markt für Fernsehsendungen im eigentlichen Sinne gehört, wird es in der nachstehenden Analyse der

Zuschaueranteile berücksichtigt. Für die Untersuchung des Falls ist dies jedoch unerheblich, da der Zuschaueranteil, der dem Heimvideo zugerechnet wird, für die Stellung der Sendeunternehmen auf dem Markt für Fernsehwerbung keine Rolle spielt.

ii) Der Markt für Fernsehwerbung

- (22) Der Wettbewerb auf dem Markt für Fernsehwerbung spielt sich entweder direkt in den Beziehungen zwischen Fernsehsendern und Werbetreibenden ab oder zwischen Sendern und Werbeagenturen, die im Auftrag der Werbetreibenden mit den Sendern verhandeln.

- (23) Der Markt für Fernsehwerbung ist von anderen Werbemärkten, insbesondere der Werbung in Printmedien, abzugrenzen. Die von den verschiedenen Werbemedien angesprochenen Zielgruppen können sehr unterschiedlich sein. Auch die Technik (z.B. Kurzfilme für die Fernsehwerbung und Grafiken für Zeitschriften) und die entsprechenden Produktionskosten sind in den einzelnen Medien völlig verschieden. Nicht zuletzt bestehen auch erhebliche Preisunterschiede je nachdem, wieviele Verbraucher erreicht werden sollen. In den Niederlanden beispielsweise betragen die Kosten für Fernsehwerbung im Jahr 1993 11,22 US-Dollar je tausend Werbekontakte (Tagesdurchschnitt) gegenüber 5,04 US-Dollar für die Werbung in Zeitschriften⁽¹⁾. Zwar mag es zu Überschneidungen zwischen Fernsehwerbung und der Werbung in anderen Medien kommen, auf die weiter unten näher eingegangen wird, doch ist im Ergebnis festzustellen, daß es sich bei der Fernsehwerbung und der Werbung in den Printmedien um getrennte Märkte handelt.

iii) Der Markt für unabhängig produzierte niederländische TV-Programme, d.h. keine Eigenproduktionen der Sender

- (24) Wie unter Randnummern 89 und 90 näher ausgeführt wird, ist die unabhängige Produktion niederländischer TV-Programme im Verhältnis zu den Eigenproduktionen der Sendeunternehmen als eigenständiger Produktmarkt anzusehen. Die Eigenproduktionen der Fernsehunternehmen dienen in erster Linie dazu, ihre Zuschauer an sich zu binden. Diese Produktionen konkurrieren nicht mit denen unabhängiger Produzenten. Der Markt für unabhängige Produktionen bestimmt sich nach Angebot und Nachfrage, d.h. die Sendeunternehmen brauchen Programme, die sie über ihre Kanäle ausstrahlen können, und die unabhängigen Produzenten bieten ihnen solche Programme an.

⁽¹⁾ Quelle: Young & Rubicam, Media in Europe, European Media Cost Comparison 1993.

B. Der relevante räumliche Markt

Fernsehsendungen

- (25) Der relevante räumliche Markt für Fernsehsendungen beschränkt sich im vorliegenden Fall auf die Niederlande. Abgrenzungskriterien sind die geltenden Rechtsvorschriften, bestehende Sprachbarrieren, kulturelle Faktoren und sonstige Wettbewerbsbedingungen (z. B. die Struktur des Kabelfernsehmarkts). Nach diesen Kriterien unterscheiden sich die Niederlande deutlich von anderen Ländern.
- (26) Was die belgische Flagge betrifft, so konkurrieren die kommerziellen TV-Sender, die auf die Niederlande gerichtet sind, aufgrund der rechtlichen Unterschiede (z. B. Besonderheiten des öffentlichen Rundfunks in den Niederlanden, Exklusivlizenz des Senders VTM für kommerzielles Fernsehen in Belgien) in einem räumlichen Markt, der sich wirtschaftlich selbst von diesem Nachbargebiet unterscheidet. RTL4 und RTL5 werden in Belgien nicht ausgestrahlt. Nederland 1, 2 und 3 werden in Belgien empfangen, da sie in das belgische Kabelnetz eingespeist werden. Allerdings erreichten sie 1994 zur besten Sendezeit (18.00 bis 24.00 Uhr) eine Seheteilung von nur 3,4 bzw. 2 % (gegenüber 16, 17 bzw. 18 % in den Niederlanden). Der belgische kommerzielle Sender VTM kann in den Niederlanden nicht empfangen werden, da er nur in das belgische Kabelnetz eingespeist wird. Die flämischen öffentlichen Sendeanstalten TV1 und TV2 werden in das niederländische Kabelnetz eingespeist, wo sie 1994 zur besten Sendezeit einen Zuschaueranteil von nur 2 bzw. 1 % erzielten (während sie zusammen auf dem belgischen Fernsehmarkt 22 % erreichen). Kulturelle Schranken sind das Haupthindernis für die Durchdringung der niederländischen und belgischen Fernsehmärkte. Fernsehprogramme werden in Belgien und in den Niederlanden in derselben Sprache ausgestrahlt. Die Unterschiede in der Ausdrucksweise, im nationalen Geschmack und in den Vorlieben für bestimmte Fernsehstars sind nach Aussagen der Parteien und aller anderen von der Kommission kontaktierten Sendeunternehmen und Herstellern so stark ausgeprägt, daß die Fernsehmärkte in den Niederlanden und im flämischen Teil Belgiens als verschiedene räumliche Märkte anzusehen sind.

Fernsehwerbung

- (27) Auch der niederländische Markt für Fernsehwerbung bildet gegenüber dem belgischen Fernsehwerbemarkt einen eigenen räumlichen Markt.
- (28) Die Wettbewerbsbedingungen sind auf dem Markt für Fernsehwerbung völlig unterschiedlich. In den Niederlanden steht die 50 %ige RTL-Tochter — IPN — mit dem Gemeinschaftsunternehmen der öffentlichen Rundfunkanstalten STER im Wettbewerb um Werbeeinnahmen. In Belgien war VTM noch vor kurzem der einzige kommerzielle Sender, der Werbezeit verkaufen durfte. Das Gemeinschaftsunternehmen STER (andere Unternehmen

kommen nicht in Betracht, da RTL4 und RTL5 in Belgien nicht ausgestrahlt werden), das im Auftrag der niederländischen öffentlichen Rundfunkanstalten Werbezeit verkauft, läßt die Werbewirkung im flämischen Teil Belgiens außer acht, d. h. die Fernsehzuschauer in diesem Gebiet werden in den Tarifen nicht berücksichtigt. VTM verkauft seinerseits keine Werbezeit in den Niederlanden. Nicht zuletzt sind auch die Vorschriften für die Fernsehwerbung in Belgien und in den Niederlanden unterschiedlich (in Belgien bestehen u. a. Beschränkungen für kinderorientierte Werbung im Umfeld von Kinderprogrammen und für Preisangaben in der Fernsehwerbung). Wie bei Fernsehprogrammen bestehen zudem auch in der Fernsehwerbung kulturelle Schranken (Unterschiede im Ausdruck, im Geschmack, Vorlieben für bestimmte Werbeträger usw.), die bei der Beurteilung des räumlichen Marktes berücksichtigt werden müssen und im Ergebnis zu der Feststellung führen, daß es einen auf das Gebiet der Niederlande beschränkten räumlichen Markt für Fernsehwerbung gibt.

Unabhängige niederländische TV-Produktionen

- (29) Unabhängige niederländische TV-Produktionen bilden einen eigenen räumlichen Markt. Der flämische Teil Belgiens gehört nicht hierzu. Aufgrund der kulturellen Unterschiede kaufen belgische Sendeunternehmen keine niederländischen Produktionen und niederländische Sendeunternehmen keine belgischen Produktionen. Dies haben auch die Ermittlungen der Kommission bestätigt: Von allen hierzu befragten niederländischen Produzenten einschließlich Endemol haben nur drei angegeben, daß sie TV-Produktionen in Belgien verkauft haben. Verglichen mit dem Gesamtwert der unabhängigen Produktionen in den Niederlanden ist der Wert dieser Verkäufe minimal. Die Unterschiede zwischen den TV-Produktionen der beiden Länder kommen besonders bei den Unterhaltungsprogrammen einschließlich Fernsehshows, Talkshows und Sendungen mit politischem oder kulturellem Inhalt zum Tragen. Es ist schwierig, Zuschauer im belgischen Flandern für ein Programm zu gewinnen, in dem Fernsehstars auftreten, die zwar in den Niederlanden, jedoch nicht in Flandern bekannt sind. Umgekehrt ist es genauso schwierig, das niederländische Publikum für Programme zu interessieren, die für belgische Zuschauer produziert worden sind.

C. Auswirkungen des Zusammenschlusses

- (30) Die drei oben beschriebenen Märkte sind so miteinander verbunden, daß sich die Position von HMG oder den Gründerunternehmen in einem Markt direkt auf ihre Position in anderen Märkten auswirkt. Der Zuschaueranteil ist ein wesentlicher Faktor zur Bestimmung der Marktposition auf dem Markt für Fernsehwerbung. Mit hohen Werbeeinnahmen können attraktivere Programme und Übertragungsrechte für Sportveranstaltungen erworben

werden, was wiederum zu einer besseren Position auf dem Zuschauermarkt führt. Der präferentielle Zugang zu den interessantesten Programmen stärkt die Position sowohl auf dem Werbe- als auch auf dem Zuschauermarkt, während die Verbindung des Produzenten Endemol mit dem größten Sendeunternehmen in den Niederlanden seine Position auf dem Markt für unabhängige Produktionen stärkt. So verschaffen die im GU vereinten Kräfte der Partner, wie nachstehend ausgeführt wird, dem Gemeinschaftsunternehmen selbst sowie Endemol eine sehr starke Position gegenüber ihren jeweiligen Wettbewerbern.

1. Der Fernsehmarkt

i) Struktur des niederländischen Fernsehmarkts vor der Gründung von HMG

- (31) In den Niederlanden gibt es sowohl öffentliche Rundfunkanstalten als auch kommerzielle Sender. Zusätzlich zu den direkt auf die Niederlande ausgerichteten Sendern werden auch ausländische Sender, die nicht speziell auf die Niederlande ausgerichtet sind, in das niederländische Kabelnetz eingespeist.

— AVRO	(unabhängig liberal,	648 000 Mitglieder),
— EO	(evangelisch,	532 000 Mitglieder),
— KRO	(römisch-katholisch,	615 000 Mitglieder),
— NCRV	(christlich,	548 000 Mitglieder),
— TROS	(unabhängig, volksnah,	530 000 Mitglieder),
— VARA	(sozialdemokratisch,	531 000 Mitglieder),
— VOO (Veronica)	(unabhängig, junge Leute,	1 036 000 Mitglieder),
— VPRO	(sozialkritisch,	543 000 Mitglieder).

Die Mitglieder dieser Rundfunkanstalten (4 983 000 Mitglieder) machen insgesamt rund 89 % der niederländischen Haushalte aus. Die Anstalten verteilen sich auf die drei Kanäle wie folgt:

NED 1	NED 2	NED 3
AVRO	EO	VARA
KRO	TROS	VPRO
NCRV	VOO	NOS

Das „Commissariaat voor de Media“ bestimmt, welcher Anteil an der gesamten Sendezeit jeder Anstalt zusteht und an welchen Tagen oder zu welchen Tageszeiten sie senden dürfen. Darüber hinaus teilt das Commissariaat mehr als 35 anderen Sendeunternehmen und Vereinigungen wie Bildungseinrichtungen (EDUCOM, NOT, RVU und Teleac), Kirchen (IKON, RKK) sowie sozialen und kulturellen Gruppen (HOS, Socutera), dem

- (32) Die Programme der öffentlichen Rundfunkanstalten werden über die drei Kanäle Nederland 1, 2 und 3 ausgestrahlt. Die Kanäle werden von der Nederlandse Omroepprogramma Stichting (NOS) im Namen der acht größten Rundfunkanstalten (Algemene Omroepvereniging (AVRO), Vereniging Evangelische Omroep (EO), Katholieke Radio Omroep (KRO), Nederlandse Christelijke Radio Vereniging (NCRV), TROS, Omroepvereniging VARA (VARA), Veronica Omroep Organisatie (VOO) -Veronica-, Omroepvereniging VPRO (VPRO)) betrieben. NOS ist eine Dachorganisation, die sich um die Verwaltung kümmert, aber auch selbst Programme — hauptsächlich Nachrichten und Sport — ausstrahlt. Die öffentlichen Rundfunkanstalten haben einen „A“-Status, der die Sendezeit bestimmt, die jeder Anstalt zusteht, und zwar 676 Stunden/Jahr auf einem bestimmten Kanal. Den „A“-Status erhält eine Rundfunkanstalt, wenn sie mindestens 450 000 Mitglieder aufweist. Die verschiedenen Rundfunkorganisationen spiegeln die kulturellen und politischen Unterschiede in den Niederlanden wider. So gibt es Anstalten, die protestantisch, katholisch, liberal oder sozialistisch geprägt sind. Dem Omroep Handboek 1994/95 (S. 2) zufolge stellen sich die acht größten Rundfunkorganisationen wie folgt dar:

Innenministerium und den politischen Parteien Sendezeit auf den drei Kanälen zu.

- (33) Die öffentlichen Rundfunkanstalten sind aufgrund dieser Gegebenheiten in ihrer Struktur recht kompliziert und wenig flexibel. Abstimmungen untereinander sind notwendig, damit sie ihre Programme ausstrahlen können. Die Koordinierung ihrer Programme ist zur Zeit nicht unproblematisch. Die niederländische Regierung hat die Kommission von ihren Bemühungen unterrichtet, die gegenwärtigen Programmkoordination zwischen den Organisationen zu verbessern. Diese Bemühungen zielen sowohl auf eine bessere vertikale Koordinierung zwischen den Sendeunternehmen ab, die ihre Programme über denselben Kanal ausstrahlen, als auch auf eine bessere horizontale Koordinierung zwischen den verschiedenen Kanälen. Es ist allerdings fraglich, ob diese Bemühungen in den nächsten fünf Jahren zu einer nennenswerten Verbesserung führen werden. Die Unterschiede in den Auffassungen und politischen

Ausrichtungen sind so stark ausgeprägt, daß eine vertikale Koordinierung in der Praxis noch zumindest für einige Jahre schwierig bleiben wird. Angesichts der derzeitigen Programminhalte dürfte eine horizontale Koordinierung ebenfalls nur begrenzt möglich sein.

- (34) Die kommerziellen Sender in den Niederlanden strahlen ihre Programme sowohl in Niederländisch als auch in anderen Sprachen aus. Zu den niederländischsprachigen Sendern zählen RTL4 und RTL5 sowie einige Spartensender wie Kindernet und Eurosport. Daneben gibt es einige neue Sender, zu denen SBS6 gehört, der ab September 1995 senden wird, und Spartensender wie TV10 Gold und The Music Factory (Sender von Arcade), die ihren Betrieb im Mai dieses Jahres aufnahmen. Zu den fremdsprachigen Sendern zählen ARD, WDR, BBC, TV5 und RAI.
- (35) Während die öffentlichen Programme über Kabel und erdgebundene Sendernetze ausgestrahlt werden (98 % der niederländischen Haushalte), werden die kommerziellen Sender hauptsächlich über Kabel ausgestrahlt. 1994 konnten RTL4 und RTL5 von etwa 93 % der niederländischen Haushalte empfangen werden. Damit ein Sendeunternehmen seine Programme in den Niederlanden ausstrahlen kann, muß es seine Fähigkeit nachweisen, im ersten Sendejahr mindestens 30 % der an das Kabelnetz angeschlossenen Bevölkerung und im zweiten Sendejahr 60 % der Bevölkerung zu erreichen. Diese gesetzliche Bestimmung wird möglicherweise in Verbindung mit den derzeitigen Vorschlägen zur Änderung des Mediengesetzes in Zukunft wegfallen.
- (36) RTL nahm seinen Betrieb in den Niederlanden 1989 mit der Einführung von RTL4 auf. Bis dahin entfielen auf die öffentlichen Rundfunkorganisationen rund 80 % des niederländischen Zuschauermarkts. 1992 betrug ihr Anteil nur noch 53 %. Die Anteile am niederländischen Fernsehmarkt verteilen sich im Jahresdurchschnitt wie folgt (Sehbeteiligung zur besten Sendezeit, d. h. 18.00 Uhr bis 24.00 Uhr im Jahr 1994):

— Nederland 1:	16 %
— Nederland 2:	17 %
— Nederland 3:	18 %
— RTL 4:	26 %
— RTL 5:	6 %
— Andere (ausländische Sender, Pay-TV, Video):	17 %

1994 erzielten die öffentlichen Rundfunkanstalten einen Marktanteil von 51 %, RTL4 und RTL5 32 % und die übrigen Sendeunternehmen zusammen 17 %. In den ersten drei Monaten des Jahres 1995 stiegen die Marktanteile von RTL4 und RTL5 auf 34,3 % an.

ii) Struktur des Fernsehmarkts in den Niederlanden nach dem Zusammenschluß

- (37) Wie Veronica schon vorher angekündigt hatte, verpflichtete sich das Sendeunternehmen, sich Anfang 1995 aus dem öffentlichen Rundfunk zurückzuziehen und als kommerzieller Sender mit sieben Sendetagen in der Woche anstelle der bisherigen 2,5 Sendetage auf den Markt zu treten. Veronica hat inzwischen eine Lizenz für einen kommerziellen Sender erhalten und den Sendebetrieb am 1. September 1995 aufgenommen.
- (38) Ohne die Gründung von HMG wäre Veronica der stärkste kommerzielle Wettbewerber von RTL4 und RTL5. Die Programme von RTL4, RTL5 und Veronica werden jedoch im Rahmen des Gemeinschaftsunternehmens koordiniert, so daß HMG der stärkste kommerzielle Sender in den Niederlanden sein wird.
- (39) Aus dem Geschäftsplan der HMG (Januar 1995) geht hervor, daß die Parteien für 1996 einen Zuschaueranteil der drei Sender zusammen von [...] erwarteten (RTL4 [...], RTL5 [...] und Veronica [...]). Den Parteien zufolge müssen diese Zahlen nun berichtigt werden, da der neue kommerzielle Sender SBS, der Ende August 1995 in Betrieb genommen wurde, ihrer Ansicht nach eine bessere Marktposition einnehmen wird, als sie ursprünglich angenommen hatten. Die Parteien rechnen nun mit einem Zuschaueranteil der HMG von [...], wenn SBS 4 % erzielt, bzw. [...], wenn SBS 8 % erreicht.
- (40) Die Position der HMG auf dem Fernsehmarkt wird sich zum einen danach bestimmen, wie effizient die in dem GU zusammengeschlossenen Sender arbeiten und zum anderen danach, inwieweit die öffentlichen Rundfunkanstalten und die übrigen kommerziellen Sender — vor allem SBS — in der Lage sein werden, HMG als Wettbewerber gegenüberzutreten.

iii) Stärken der HMG

- (41) RTL4 und RTL5 sind bisher die einzigen kommerziellen Sender, die in den Niederlanden einen vollständigen Programmservice bieten. Der Sender RTL4, der seit 1989 tätig ist, erreicht im Jahresdurchschnitt eine Sehbeteiligung von 26 %. Sein Programm ist in erster Linie auf Familien zugeschnitten. Hausfrauen bilden eine besondere Zielgruppe. RTL4, der Sender der Stars, ist in erster Linie für sein Unterhaltungsprogramm bekannt. Der Erfolg von RTL4 läßt sich daran ermessen, daß RTL4 von den 56 Programmen mit den höchsten Einschaltquoten im Jahr 1993/94 (außer Sportsendungen), 33 ausstrahlt. RTL5 wurde 1993 eingeführt. Inzwischen beläuft sich sein Zuschaueranteil im Jahresdurchschnitt auf 6 %. Eine der Zielgruppen von RTL5 sind junge Leute.

Als Mitglied der CLT-Gruppe hat RTL4 SA Zugang zu den weitreichenden Ressourcen dieser Gruppe, die auch in anderen europäischen Ländern große, erfolgreiche Fernsehsendungen betreibt.

- (42) Veronica gilt allgemein als populärster öffentlicher Sender. Als Veronica noch über Nederland 2 ausgestrahlt wurde, schwankte seine Sehbeteiligung zwischen 17 % im Juni/Juli 1994 und 25 % im November 1994. Veronica ist der Rundfunksender mit der bei weitem höchsten Mitgliederzahl (über 1 Million gegenüber von 600 000 der anderen Anstalten). Hauptzielgruppe von Veronica sind junge Leute, vor allem die Altersgruppe zwischen 20 und 34 Jahren, sowie junge Familien. Der Sender hat ein maskulineres Profil als die RTL-Sender. Wie sein Slogan „jung, wild und aufregend“ zeigt, vermittelt Veronica das Bild eines modernen und dynamischen Fernsehsenders. Zu seinen erfolgreichen Programmen gehört beispielsweise auch die wöchentlich ausgestrahlte Show „All you need is love“, die mit die höchsten Einschaltquoten aller Nicht-Sportsendungen erzielt.
- (43) Die Kombination der drei Sender RTL4, RTL5 und Veronica ermöglicht es der HMG, ihr Programm so zu koordinieren, daß eine Höchstzahl von Zuschauern angesprochen wird. Etwaigen Konkurrenzsendern wird auf diese Weise gleichzeitig die Grundlage entzogen. Veronica und die RTL-Sender stehen nicht miteinander im Wettbewerb, was nicht der Fall wäre, wenn Veronica ein eigenständiger kommerzieller Sender wäre. HMG kann auf diese Weise die Programme für die einzelnen Zuschauergruppen koordinieren und dafür sorgen, daß den ganzen Tag über auf allen drei Kanälen komplementäre Programme zur Verfügung stehen.
- (44) RTL4 und Veronica decken die Hauptzielgruppen ab. RTL5 kann daher als „Kampfsender“ direkt gegen die Programme der Konkurrenzsender, insbesondere gegen neue Marktteilnehmer, eingesetzt werden. Wie aus dem „Trendletter“ der HMG an das HMG-Personal hervorgeht, erklärte der Programmdirektor der HMG, daß RTL5 als Kampfsender der flexibelste niederländische Sender sein wird, der mit seinem Programm Konkurrenzsendern erforderlichenfalls sofort zuvorkommen kann.
- (45) Die Kombination der RTL-Sender mit Veronica wird noch durch die Verbindung zwischen HMG und Endemol, einem der Gründerunternehmen, verstärkt. Wie weiter unten ausgeführt wird (Randnummern 91 bis 97), ist Endemol der bei weitem größte unabhängige TV-Produzent in den Niederlanden. Endemol produziert die beliebtesten Fernsehsendungen und verfügt über die entsprechenden Senderechte. Er hat einen privilegierten Zugriff auf erfolgreiche geschützte Konzepte für TV-Programme (formates), und die populärsten Fernsehstars stehen bei ihm unter Vertrag, viele auf exklusiver Basis. Bereits in der Vergangenheit lieferte Endemol die meisten Programme für RTL4, RTL5 und Veronica. Diese Geschäftsbeziehung gründet nun auf einer Unternehmensverbindung, die den drei Sendern einen präferentiellen Zugang zu den erfolgreichsten Endemol-Produktionen verschafft. Dies ergibt sich nicht nur aus der Unternehmensverbindung als solcher, sondern wird auch aus der Produktionsvereinbarung zwischen HMG und Endemol deutlich, derzufolge HMG unter anderem [...].
- (46) Ein weiterer Anteilseigner der HMG ist VNU, eines der führenden niederländischen Verlagshäuser. VNU gibt eine Vielzahl allgemeiner wöchentlicher Familienzeitschriften heraus (z. B. Libelle, Margriet, Panorama, Story und Nieuwe Revue), die das Fernsehprogramm und andere Informationen enthalten, mit denen die Aufmerksamkeit gezielt auf bestimmte Programme oder Fernsehstars gelenkt werden kann. Eine Unternehmensverbindung zwischen einem Fernsehsender und Printmedien, die unter anderem über die Fernschwelt berichten, kann zur Förderung von TV-Programmen des Senders benutzt werden. Hierzu kann es trotz bestehender Statuten über die Unabhängigkeit des Herausgebers kommen, da, wie die Erfahrung zeigt, Printmedien tendenziell die allgemeine Ausrichtung der Medien beeinflussen. Außerdem kann es auch zu einer direkten Zusammenarbeit zwischen verbundenen Sendern und Verlegern kommen. Ein Beispiel hierfür ist das Schönheits- und Gesundheitsmagazin „Top Santé“, an dem VNU zu 40 % beteiligt ist. Diese Zeitschrift steht im Zusammenhang mit dem gleichnamigen Fernsehprogramm, das von RTL4 ausgestrahlt wird. Kein anderer niederländischer Sender unterhält vergleichbare Beziehungen zu den Printmedien.
- Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch, daß Veronica im Besitz der größten niederländischen Programmzeitschrift „Veronica Gids“ mit einer wöchentlichen Auflage von über 1,2 Millionen und einem Marktanteil bei den Programmzeitschriften von rund 25 % ist. Dies bedeutet für die drei HMG-Sender einen erheblichen Wettbewerbsvorteil bei der Werbung für ihre Programme.
- iv) *Mögliche Gegenmaßnahmen der öffentlichen Rundfunkanstalten*
- (47) Im Gegensatz zu HMG sind die öffentlichen Rundfunkanstalten nicht in der Lage, ihre über die drei öffentlichen Kanäle ausgestrahlten Programme in der Weise zu koordinieren, daß sie sich gegenseitig ergänzen. Wie oben ausgeführt (Randnummer 33), erschweren die unterschiedlichen Weltanschauungen der öffentlichen Rundfunkanstalten eine Koordinierung ihrer Programme für jeden Kanal und die Verbindung eines Kanals mit einem bestimmten Image oder Profil. Für Nederland 1, 2 und 3 ist es daher als eigenständige Sender sehr viel schwieriger als für RTL4, RTL5 und Veronica, große Zuschauergruppen anzusprechen. Die Erfahrung zeigt darüber hinaus, daß die allgemeinen Vorschriften für den öffentlichen Rundfunk in den Niederlanden eine Programmkoordination nach dem Vorbild der drei privaten Sender erschweren.

So kommt es, daß ähnliche Programme zur gleichen Zeit auf mehreren öffentlichen Kanälen ausgestrahlt werden. Auch wenn es Bemühungen gibt, die horizontale und vertikale Koordinierung im öffentlichen Rundfunk zu verbessern, so ist doch aus den oben dargelegten Gründen zu erwarten, daß diesen Bemühungen in den nächsten fünf Jahren nur ein begrenzter Erfolg beschieden sein wird. Eine deutliche Verbesserung ließe sich vermutlich nur mit einer grundlegenden Umgestaltung des öffentlichen Rundfunks selbst erreichen.

- (48) Die Parteien machen geltend, daß die öffentlichen Rundfunkanstalten durch die Rundfunkgebühren über eine garantierte Einnahmequelle verfügen, die sich 1994 auf über 900 Mio. hfl belief und zusammen mit den Werbeeinnahmen mehr als 1,4 Mrd. hfl ausmachte. Die öffentlichen Rundfunkanstalten haben dadurch einen deutlichen Wettbewerbsvorteil. Es ist allerdings zu bedenken, daß die Rundfunkgebühren und die Einnahmen aus der Radio- und Fernsehwerbung nicht der NOS und den acht großen Rundfunkanstalten allein vorbehalten sind. Die Einnahmen des niederländischen Kultusministeriums, die 1994 für den gesamten öffentlichen Rundfunk in den Niederlanden bestimmt waren, setzten sich zusammen aus den Radio- und Fernsehgebühren (968 Mio. hfl), der Radio- und Fernsehwerbung (460 Mio. hfl) und Zinserträgen (18 Mio. hfl). Der Gesamtbetrag von 1,446 Mrd. hfl wurde wie folgt verteilt.

(in Mio. hfl)

überregionaler öffentlicher Rundfunk	1 059
NOS (Sendeeinrichtungen, Studios, Archive, Rundfunkorchester usw.)	120
niederländischer Hörfunk für das Ausland	79
regionaler Rundfunk	24
Stiftungen usw. (Mobilisierung von Geldern für niederländische Produktionen)	72
Rücklagen	87
sonstiges	5
Insgesamt	1 446

Dieser Aufstellung ist zu entnehmen, daß mit den Einnahmen aus den Rundfunkgebühren sehr viele verschiedene Bereiche finanziert werden müssen, die weit über NOS und die acht größten Rundfunkanstalten hinausgehen. Selbst der Betrag von 1 Mrd. hfl, der dem überregionalen Rundfunk vorbehalten ist, ist nicht ausschließlich für den TV-Bereich der Anstalten vorgesehen. Mit diesem Betrag muß auch der öffentliche Hörfunk finanziert werden (217 Mio. hfl) sowie die vorstehend erwähnten mehr als 35 Organisationen und Einrichtungen, die ebenfalls über die drei öffentlichen Kanäle senden. 1994 erhielt jede der acht

großen Rundfunkanstalten 58,5 Mio. hfl von den gesamten Einnahmen aus Rundfunkgebühren und Werbung. NOS erhielt 180 Mio. hfl (129 Mio. hfl für die allgemeine Programmgestaltung, 35 Mio. hfl für die Berichterstattung, 8 Mio. hfl für Teletext und 7 Mio. hfl für Minderheiten und das Friesland-Fernsehen). Die Werbeeinnahmen (460 Mio. hfl) sind dem überregionalen Rundfunk vorbehalten. Damit entfällt auf die Werbeeinnahmen ein Anteil von 43 % am Gesamtetat des überregionalen öffentlichen Rundfunks (1 059 Mio. hfl).

Die Rundfunkgebühren dienen demnach der Finanzierung eines komplexen öffentlichen Rundfunksystems (Radio und Fernsehen). NOS und die acht anderen Rundfunkanstalten erhalten nur einen bestimmten Anteil am Gebührenaufkommen. Die Einnahmen aus der Werbung spielen daher für sie eine wichtige Rolle.

- (49) Um die Höhe der durch die Rundfunkgebühren garantierten Einnahmen der öffentlichen Rundfunkanstalten richtig einschätzen zu können, muß auch bedacht werden, daß die öffentlichen Rundfunkanstalten sehr viel mehr Personal beschäftigen als ihr kommerzieller Wettbewerber RTL4 und ihre Gemeinkosten damit sehr viel höher sind. Die neun größten öffentlichen Rundfunkanstalten beschäftigen etwa 2 300 Personen, während RTL4 und RTL5 rund 350 Personen beschäftigen. Das Gemeinschaftsunternehmen HMG, das wie die öffentlichen Rundfunkanstalten drei Kanäle betreibt, wird etwa 500 Personen beschäftigen. Dies ist immer noch weniger als ein Viertel der von den öffentlichen Rundfunkanstalten beschäftigten Personen. Allgemein resultieren aus der komplexen Struktur des niederländischen öffentlichen Rundfunks, insbesondere aus der Vielzahl der Sendeanstalten und der damit verbundenen Vermögenswerte, unweigerlich höhere Kosten für die öffentlichen Rundfunkanstalten als für die kommerziellen Sender.
- (50) Die Parteien weisen darauf hin, daß die öffentlichen Rundfunkanstalten 1995 zusätzlich zu den normalen Rundfunkgebühren weitere 67 Mio. hfl erhalten werden. Hierzu ist allerdings zu bemerken, daß es sich bei diesen zusätzlichen Einnahmen, die aus den Rücklagen der öffentlichen Rundfunkanstalten stammen, um eine einmalige Zahlung handelt.
- (51) Wie nachstehend ausgeführt wird, werden sich die Werbeeinnahmen der öffentlichen Rundfunkanstalten nach Gründung der HMG aufgrund der Position, die HMG auf dem Fernsehwerbemarkt einnehmen wird, deutlich verringern. Diese Einnahmenverluste werden sich unmittelbar auf den Produktionsetat der öffentlichen Rundfunkanstalten auswirken, was wiederum Folgen für den Zuschauermarkt haben wird. Besonders gravierend wäre, wenn die öffentlichen Rundfunkanstalten ihr

Übertragungsrecht für wichtige Sportereignisse an HMG verlieren oder gezwungen würden, sehr viel Geld zu bieten, um diese Rechte zu behalten⁽¹⁾. Die Parteien machen geltend, daß die Übertragungsrechte für Spiele der niederländischen Fußballiga, die derzeit 17 Mio. hfl kosten, 1995/96 auf 75 Mio. hfl ansteigen könnten.

Die Parteien machen allgemein geltend, daß der Erwerb von Übertragungsrechten an Sportveranstaltungen beträchtliche Investitionen erfordere, die nicht durch Werbeeinnahmen ausgeglichen werden könnten, so daß es in erster Linie die öffentlichen Rundfunkanstalten seien, die solche Rechte mit öffentlichen Mitteln erwerben könnten. Demgegenüber erklärte der Geschäftsführer der HMG [...].

- (52) Ein weiterer Nachteil entsteht den öffentlichen Rundfunkanstalten durch die Unternehmensverbindung zwischen HMG und Endemol, die HMG Zutritt zu den attraktivsten Programmen von Endemol verschafft. Diese Programme dürften damit für die öffentlichen Rundfunkanstalten nicht mehr verfügbar sein. So gesehen wird es besonders schwierig sein, die Lücke zu schließen, die Veronicas Ausscheiden aus dem öffentlichen Rundfunk hinterlassen hat, da der Erfolg des Veronica-Programms weitgehend auf die Endemol-Produktionen zurückzuführen war.
- (53) Aus diesen Gründen, die ein wesentliches Strukturelement des niederländischen Fernsehmarkts enthüllen, sind die Möglichkeiten der öffentlichen Rundfunkanstalten, dem neuen Unternehmen HMG auf dem Zuschauermarkt als Wettbewerber entgegenzutreten, begrenzt. Der öffentliche Rundfunk beschränkt schon seinem Wesen nach die Möglichkeiten der öffentlichen Rundfunkanstalten, einem kommerziellen Sender wie HMG mit kommerziellen Mitteln zu begegnen. Während HMG ihr Programm unter kommerziellen Gesichtspunkten so optimieren kann, daß ein Maximum an Zuschauern angesprochen wird, ist dies den öffentlichen Rundfunkanstalten aufgrund ihres öffentlichen Auftrags nicht möglich. Der öffentliche Auftrag verlangt von den drei öffentlichen Sendern, daß sie ein Minimum an Sendungen ausstrahlen, die das gesamte Zuschauerspektrum umfassen einschließlich Sendungen, die nur eine begrenzte Zahl von Zuschauern interessieren (z. B. Kunst- und Kultursendungen, Informationen für Minderheiten usw.).

v) Marktzutritt von SBS

- (54) Am 28. August 1995 hat ein neuer niederländischer kommerzieller Sender seinen Betrieb in den Niederlanden aufgenommen. SBS wird ein allgemeines Unterhaltungsprogramm ausstrahlen (SBS6), das zu 45 % Sendungen in niederländischer Sprache enthalten wird. SBS6 gehört zum Scandi-

navian Broadcasting System (SBS), das 1990 gegründet wurde und in Skandinavien kommerzielle TV-Sender betreibt. Seit Februar 1995 betreibt SBS auch den Sender VT4 in niederländischer Sprache, der auf die flämische Region Belgiens gerichtet ist. Der Umsatz der SBS-Gruppe belief sich 1994 auf rund 70 Mio. US-Dollar.

- (55) Nach Darstellung der Parteien ist SBS als ernstzunehmender Konkurrent der drei HMG-Sender anzusehen. Es scheint jedoch, daß die Wettbewerbsmöglichkeiten für SBS in den Niederlanden im Vergleich zu HMG begrenzt sind. RTL4 und RTL5 sind als kommerzielle Sender in den Niederlanden fest etabliert. Veronica ist zwar als kommerzieller Sender neu auf dem Markt, doch den niederländischen Fernsehzuschauern und insbesondere seinen mehr als 1 Million Mitgliedern gut bekannt. SBS6 ist den niederländischen Zuschauern hingegen völlig unbekannt und muß sein Image von Grund auf aufbauen. Außerdem steht SBS nur ein einziger Sender zur Verfügung im Gegensatz zu den drei HMG-Sendern, die ihre Programme koordinieren und ergänzen und so alle Zielgruppen erreichen können.
- (56) Die Parteien machen geltend, daß SBS6 nach eigenen Angaben der SBS mit einem Programmetat von jährlich 70 Mio. hfl ausgestattet wird. Die Parteien schließen daraus, daß SBS sich als ernstzunehmender Wettbewerber erweisen und einen Marktanteil von mindestens 8 % — wenn nicht mehr — erreichen wird. Ein Programmetat von 70 Mio. hfl erscheint für einen kommerziellen Sender in den Niederlanden allerdings recht gering. Nach dem Geschäftsplan der HMG beträgt der Programmetat von Veronica allein schon [...].
- (57) Die Parteien tragen ferner vor, daß die wichtigsten SBS-Aktionäre die US-Unternehmen ABC und Viacom sind. SBS könnte daher auf die Finanz- und Programmreserven dieser Unternehmen zurückgreifen. Viacom ist allerdings nicht direkt beteiligt, sondern verfügt lediglich über eine Option zum Erwerb von 6 %. SBS selbst ist zudem ein relativ kleines Unternehmen verglichen beispielsweise mit der CLT-Gruppe.

Im Gegensatz zur CLT-Gruppe, die ein strategisches Interesse daran hat, den führenden Sender in den Niederlanden zu unterstützen, ist zudem fraglich, ob ein US-Medienunternehmen wie ABC, das mit 23,4 % an SBS beteiligt ist, ein gleiches strategisches Interesse an der Unterstützung eines relativ kleinen niederländischen Senders hat, das über die Begründung einer gewissen Präsenz in den Niederlanden hinausgeht. ABC besitzt überdies keine eigenen Filmrechte. Richtig ist, daß SBS eine Vereinbarung mit der Viacom-Tochter Paramount Pictures getroffen hat, die SBS Zugang zum Filmbestand der Paramount verschafft. In den nächsten zwei, drei Jahren wird SBS hiervon jedoch nicht Gebrauch machen können, [...].

⁽¹⁾ Es trifft zu, daß NOS als Mitglied der Union der Europäischen Rundfunkorganisationen (UER) den Vortritt bei bestimmten Sportereignissen hat. Hiervon ausgenommen sind jedoch u.a. Spiele der niederländischen Fußballiga.

- (58) Die Parteien machen ferner geltend, daß SBS über den geplanten Erwerb von Capital Cities-ABC durch Walt Disney Zugang zu den Filmrechten der Walt Disney Cooperation erhalten könnte. Es ist allerdings darauf hinzuweisen, daß CLT und Walt Disney vor kurzem ein Gemeinschaftsunternehmen errichtet haben, das den neuen deutschen TV-Sender Super RTL betreiben wird. Dieses Gemeinschaftsunternehmen scheint Teil einer umfassenden Kooperation zwischen CLT und Walt Disney zum gemeinsamen Betrieb von Fernsehsendern in Europa zu sein. Ferner ist darauf hinzuweisen, daß ABC über eine Beteiligung am deutschen TV-Sender RTL2 verfügt, an dem auch CLT beteiligt ist[...]
- (59) Außerdem ist die niederländische Rechtsvorschrift, daß ein kommerzieller Sender Zugang zu Kabelnetzen haben muß, die wenigstens 30 % aller Haushalte in wenigstens fünf Provinzen erfassen, weiterhin eine hohe Hürde für neue kommerzielle Sender, die den Zuschauern noch unbekannt sind. Deshalb mußte SBS auch eine starke Verhandlungsposition der Kabelgesellschaften gewärtigen, um diese Schwelle zu erreichen und einen entsprechenden Anteil der niederländischen Fernsehzuschauer (gegenwärtig 45 %) erfassen zu können. Demgegenüber verfügt Veronica bereits über den uneingeschränkten Zugang zu sämtlichen niederländischen Kabelsystemen, was auf seine vorhandene Präsenz in den Niederlanden als öffentliche Sendeanstalt und seine Beliebtheit bei den Zuschauern zurückzuführen ist. Selbst wenn in Zukunft die Anforderung einer bestimmten Erfassung der niederländischen Kabelsysteme wegfallen sollte, wird in der Praxis die Notwendigkeit fortbestehen, einen erheblichen Anteil der an Kabelnetze angeschlossenen niederländischen Haushalte zu erreichen, um auf den niederländischen Fernsehmarkt treten zu können, denn die terrestrischen Frequenzen sind in den Niederlanden den öffentlichen Sendeanstalten vorbehalten, und wegen der weiten Verbreitung der Kabelnetze haben nur relativ wenige Haushalte einen Satellitenanschluß. Das Erfordernis der Einspeisung in die Kabelnetze und die sehr beschränkten überschüssigen Kapazitäten innerhalb dieser Netze verleihen den Kabelgesellschaften auf jeden Fall eine starke Verhandlungsposition gegenüber Neuzugängern, was für diese ein erhebliches Marktzutrittschloß darstellt. Dieser Zusammenhang wird sich noch weiter zuspitzen, wenn nach der Verwirklichung der Vorschläge zur Änderung des bestehenden Mediengesetzes die Kabelgesellschaften in der Lage sein werden, sich zu Fernsehsendern zu entwickeln und ihre eigenen Fernsehprogramm Pakete anzubieten, wodurch sich deren Verhandlungsposition noch weiter verbessern dürfte.
- (60) Schließlich stellt die Möglichkeit, daß HMG den Sender RTL5 als „Kampfsender“ gegen neue Wettbewerber auf dem Markt einsetzen könnte, für SBS eine besondere Bedrohung dar. Nach den Aussagen von SBS in der Anhörung hat RTL5 jüngst einen Programmplan angekündigt, der eine genaue Kopie des zuvor von SBS an die Werbetreibenden herausgegebenen Plans darstellt. Daraufhin sah sich SBS veranlaßt, seine Planung zu ändern, um sich von HMG absetzen zu können. SBS befürchtet jedoch, daß dadurch seine Möglichkeit schwinden könnte, die Zuschauer einen ganzen Abend lang an sich zu binden.
- (61) Hieraus läßt sich schließen, daß es ohnehin schwierig wäre, erfolgreich auf den niederländischen Markt zu treten und daß die Aussichten für SBS, eine gesicherte Stellung auf dem Markt erlangen zu können, durch die Gründung von HMG noch zusätzlich erschwert würden.
- vi) *Sonstige Sender*
- (62) Es gibt noch eine Reihe anderer kleiner Sendeanstalten in den Niederlanden, bei denen es sich im wesentlichen um Spartensender wie z.B. Kindernet, Eurosport oder nur regionale und lokale Sender handelt und die bisher noch keine erheblichen Marktanteile erlangen konnten.
- Außerdem hat die niederländische Gesellschaft Arcade jüngst den Musiksender Music Factory und den Sender TV10Gold gestartet. Sollte Music Factory einen bestimmten Marktanteil erringen können, ginge dies hauptsächlich zu Lasten des europaweiten Musiksenders MTV, der in die niederländischen Kabelnetze eingespeist wird. TV10Gold ist im wesentlichen ein Wiederholungssender, der bestehende Produktionen wie z.B. alte Fernsehserien ausstrahlt.
- (63) Sämtliche vorgenannten Sender sind hinsichtlich ihres Programmangebots eingeschränkt. Jeglicher Versuch ihrerseits, das Angebot spürbar zu erweitern, würde auf die starke Marktstellung der drei HMG-Programme stoßen. Das Bestehen von HMG kann deshalb nur von derartigen Versuchen abhalten. Zu den öffentlichen Fernsehanstalten ist zu bemerken, daß sie ebenso gut wie Veronica in der Lage gewesen wären, sich zu kommerziellen Sendern zu entwickeln. Sie haben sich jedoch zu Beginn dieses Jahres um eine neue Lizenz als öffentliche Sendeanstalt für die nächsten fünf Jahre beworben. Deshalb wird zumindest in diesem Zeitraum seitens der öffentlichen Anstalten kein neuer kommerzieller Sender entstehen.
- vii) *Schlußfolgerung*
- (64) Aus den genannten Gründen wird HMG eine starke Stellung auf dem niederländischen Fernsehmarkt erlangen können. Ihre Anteile würden in der Größenordnung von 42 bis 43 % liegen, womit die drei HMG-Programme einen höheren Anteil als die drei öffentlichen Sendeanstalten zusammen hätten. Auf jeden Fall würde der Marktanteil wenigstens um die 40 % betragen, womit HMG und die drei öffentlichen Anstalten ungefähr auf der gleichen Stufe wären. Es ist jedoch für die wettbewerbsrechtliche Würdigung nicht erforderlich, den genauen Zuschaueranteil zu ermitteln, da in diesem Fall dessen Hauptbedeutung darin besteht, daß er die wichtigste Bezugsgröße für die Ermittlung der Marktmacht auf dem Fernsehwerbemarkt darstellt. Es wird im folgenden erläutert, daß nach Auffassung der Kommission HMG in beiden Fällen eine beherrschende Stellung auf dem Fernsehwerbemarkt erlangen würde.

2. Auswirkung von HMG auf den Fernsehwerbemarkt

i) Marktstruktur vor Gründung von HMG

- (65) Im Jahr 1994 betrug der Marktanteil der öffentlichen Sendeanstalten in den Niederlanden und von RTL jeweils rund 50 %. Hervorzuheben ist, daß RTL über einen gleich hohen Anteil am Fernsehwerbemarkt verfügte, obwohl sein Zuschaueranteil wesentlich niedriger war als der Anteil der öffentlichen Anstalten. Tatsächlich hatten RTL4 und RTL5 einen Bonusfaktor von 1,3 (was bedeutet, daß bei Nichteinbeziehung der nicht direkt in die Niederlande sendenden Anstalten, auf die rund 17 % der Zuschauer entfallen, der Zuschaueranteil von RTL4 und RTL5 im Jahr 1994 38,6 % betrug, was einen Bonusfaktor von 1,3 auf dem Fernsehwerbemarkt ergibt, da der Anteil an diesem Markt 50 % betrug). Dieser Bonusfaktor ist u.a. auf die den öffentlichen Sendern gesetzlich auferlegten Einschränkungen zurückzuführen. Der Umfang ihrer Werbesendungen ist auf 6,5 % der Gesamtsendezeit beschränkt. Auch ist es den öffentlichen Sendern nicht erlaubt, Programme für Werbezwecke zu unterbrechen. Demgegenüber ist RTL als kommerzieller Sender lediglich durch die Regeln eingeschränkt, die mit der Fernsehsenderrichtlinie des Jahres 1989 vorgegeben sind und die deren Werbeanteil auf höchstens 15 % der Gesamtsendezeit beschränken und Unterbrechungen für Werbezwecke in bestimmten Grenzen zulassen. Vor allem die Möglichkeit der Unterbrechung für Werbezwecke verschafft RTL einen erheblichen Geschäftsvorteil. Veronica kann als kommerzieller Sender nun dieselben Vorteile gegenüber den öffentlichen Anstalten in Anspruch nehmen.
- (66) Ganz allgemein würden die HMG-Programme, wie RTL in der Vergangenheit, in Zukunft weitere Wettbewerbsvorteile auf dem Fernsehwerbemarkt gegenüber den öffentlichen Sendeanstalten in Anspruch nehmen können. Wie bereits RTL wäre HMG in der Lage, seinen Programmen ein bestimmtes Profil durch die Ausrichtung auf bestimmte Zielgruppen zu geben, was für die öffentlichen Sendeanstalten ein sehr viel schwierigeres Unterfangen wäre. Da die verschiedenen Sendeanstalten gezwungen sind, sich einen Kanal zu teilen, wechseln die einzelnen Sender von Tag zu Tag. Angesichts der unterschiedlichen weltanschaulichen Ausrichtung der öffentlichen Sendeanstalten ist es für diese schwierig, wenn nicht unmöglich, eine kohärente Programmplanung und damit eine Identität und ein Profil dauerhaft aufzubauen. Außerdem bewirken die Einschränkungen, die den Sendeanstalten aufgrund ihres öffentlichen Auftrags und ihrer Organisationsstruktur auferlegt sind, daß ihnen der Aufbau eines dauerhaften für die Werbewirtschaft attraktiven Programmumfeldes ungleich schwieriger ist. Deren öffentlicher Auftrag bedingt, daß wenigstens 10 % des Programms kulturbezogen sind (mit einem Mindestanteil von 5 % für die Künste) und 15 % aus Informations- und Erziehungssendungen bestehen. Auch ist zu bedenken, daß nicht nur die Lizenzgebühren, sondern auch die Werbeeinnahmen (über STER) zuerst an den niederländischen Staat gehen. Wie

bereits erwähnt, erhält NOS daraufhin einen Anteil an diesen Einnahmen aus dem von der niederländischen Regierung dafür genehmigten Budget. Die übrigen acht großen Sendeanstalten erhalten jeweils einen gleich hohen Anteil an den Einnahmen aus den Lizenzgebühren und den Werbeeinnahmen. Es liegt auf der Hand, daß ein solches System die Anreize für die öffentlichen Sendeanstalten schmälert, ihre Programme hauptsächlich auf die Erzielung höchstmöglicher Werbeeinnahmen abzustellen.

ii) Lage nach der Gründung von HMG

- (67) In ihrem Geschäftsplan gingen die Parteien davon aus, im Jahr 1996 einen Anteil von [...] am niederländischen Fernsehwerbemarkt zu erlangen und diesen Anteil auf [...] im Jahr 1999 zu steigern. Die Parteien machen nunmehr geltend, daß diese Zahl neu ermittelt werden müsse, da das Wettbewerbspotential von SBS stärker sei als zu Beginn des Jahres angenommen. Nach den Parteien würde sich der Marktanteil von HMG auf [...] in dem Fall belaufen, daß SBS einen Marktanteil von 4 % erlangt und auf [...] für den Fall, daß der Marktanteil von SBS 8 % betragen sollte. Der von den Parteien für HMG angegebene Bonusfaktor beläuft sich nun auf [...].
- (68) Wie bereits erwähnt, ist es wahrscheinlich, daß die drei Programme von HMG einen Zuschaueranteil von 42 bis 43 % erreichen könnten. Ein Zuschaueranteil von 42 % des Gesamtmarkts würde einem Marktanteil von 50,6 % bei Ausschließung ausländischer Sender entsprechen. Ausgehend von einem Bonusfaktor von 1,3 (wie bei RTL4 und RTL5 in der Vergangenheit) würde dies einen Anteil am Fernsehwerbemarkt von 65,8 % ergeben. Bei einem Bonusfaktor von 1,2 [...] würden die drei HMG-Programme einen Anteil von 60,7 % am Fernsehwerbemarkt erzielen können.
- (69) Die Kommission hat bei einer mit dem niederländischen Medienmarkt vertrauten Beraterfirma eine ökonomische Studie in Auftrag gegeben (deren Kopie den Parteien zugesandt wurde). Dieser Studie liegt ein Marktmodell zugrunde, und sie berücksichtigt einige der für die Entwicklung des Fernsehwerbemarkts in den Niederlanden relevanten Bezugsgrößen sowie die Stellung der Teilnehmer an diesem Markt. Bei der Modellermittlung der Marktanteile auf dem Fernsehwerbemarkt wurden alternative Annahmen zukünftiger Zuschauerstrukturen der Sendeanstalten in den Niederlanden zugrunde gelegt.
- (70) Bei dem ersten Modell wird von den Annahmen [...] ausgegangen, diese Zahl jedoch um einen Marktanteil von 4 % für SBS6 bereinigt⁽¹⁾. Die Annahmen für die Marktanteile des Jahres 1996 sind folgende:

(1) In der Studie sind SBS/Arcade die 4 % zugewiesen. Wie bereits erklärt, würde der Marktanteil von Arcade überwiegend zu Lasten von MTV gehen und könnte deshalb in die Marktanteile der nichteinheimischen Sender einbezogen werden.

Angenommene Zuschauermarktanteile im Jahr 1996
(18.00 bis 24.00 Uhr)

Veronica	16,4 %
<u>RTL4 und RTL5</u>	<u>26 %</u>
HMG	42,4 %
NEDS ⁽¹⁾	36,6 %
SBS6	4 %
Ausländische Sender	17 %

(¹) Niederland 1, Niederland 2 und Niederland 3 zusammen.

Ausgehend von diesen Annahmen würden sich die Werbeeinnahmen im Jahr 1996 wie folgt aufteilen:

Anteil an den Fernsehwerbeeinnahmen 1996

Veronica	24,2 %
<u>RTL4 und RTL5</u>	<u>38,5 %</u>
HMG	62,7 %
NEDS	31,7 %
SBS6	5,6 %

- (71) Das zweite Modell ähnelt dem ersten mit der Ausnahme, daß SBS6 einen Marktanteil von 8 % erringen würde. Die Annahmen für die Zuschauermarktanteile sind deshalb folgende:

Angenommene Zuschauermarktanteile 1996
(18.00 bis 24.00 Uhr)

Veronica	15,5 %
<u>RTL4 und RTL5</u>	<u>24,8 %</u>
HMG	40,3 %
NEDS	34,7 %
SBS6	8 %
Ausländische Sender	17 %

Ausgehend von diesen Annahmen würden sich die Werbeeinnahmen im Jahr 1996 wie folgt aufteilen:

Anteil an den Fernsehwerbeeinnahmen 1996

Veronica	22,8 %
<u>RTL4 und RTL5</u>	<u>36,3 %</u>
HMG	59,1 %
NEDS	29,9 %
SBS6	11 %

Beiden Modellen liegt die Annahme zugrunde, daß die drei HMG-Programme gemeinsam einen höheren Zuschaueranteil als die öffentlichen Anstalten erreichen könnten.

- (72) Einer weiteren Modellserie lag die Annahme zugrunde, daß die drei HMG-Programme einen gleich hohen Zuschauermarktanteil wie die öffentlichen Anstalten erreichen könnten.

Auf der Grundlage eines Zuschauermarktanteils von 39,5 % sowohl für die öffentlichen Anstalten als auch für HMG und eines Marktanteils von 4 % für SBS6 wurden in dem Modell folgende Anteile am Fernsehwerbemarkt ermittelt:

Anteil an den Werbeeinnahmen 1996

Veronica	22,3 %
<u>RTL4 und RTL5</u>	<u>37,2 %</u>
HMG	59,5 %
NEDS	34,9 %
SBS6	5,6 %

Auf der Grundlage eines Zuschaueranteils von 37,5 % sowohl für die öffentlichen Anstalten als auch für HMG und eines Marktanteils von 8 % für SBS6 wurden in dem Modell folgende Anteile am Fernsehwerbemarkt ermittelt:

Anteil an den Fernsehwerbeeinnahmen 1996

Veronica	21 %
<u>RTL4 und RTL5</u>	<u>35 %</u>
HMG	56 %
NEDS	32,9 %
SBS6	11 %

- (73) In drei der vier beschriebenen Modelle ergibt sich ein Anteil von HMG am Fernsehwerbemarkt von rund 60 % und darüber. In einem Modell liegt dieser Wert immerhin noch bei 56 % (¹).
- (74) In Anbetracht der Erwartungen der Parteien, des Bonusfaktors für HMG und der Ergebnisse des ökonometrischen Modells ist es sehr wahrscheinlich, daß der Anteil vom HMG am Fernsehwerbemarkt wenigstens 60 % betragen wird.

(¹) Die diesem Modell zugrundeliegende Annahme für die Zuschaueranteile erscheint nicht realistisch. Das gleiche gilt für andere in der Studie durchgerechnete theoretische Modelle.

(75) Es gibt sogar Anhaltspunkte dafür, daß dieser Marktanteil bereits im Jahr 1996 oder zumindest im Laufe der Zeit wesentlich höher liegen könnte. Zu den wichtigen Bezugsgrößen für die zukünftige Entwicklung der Stellung von HMG auf dem Fernsehwerbemarkt zählen:

- Verbesserung der Einschaltquoten und der Zuschaueranteile;
- Flexibilität bei der Anbietung geeigneter Werbezeiten in den drei HMG-Programmen einschließlich Werbeunterbrechungen;
- Möglichkeit des Anbietens von Werbepaketen;
- Fördermöglichkeiten.

(In der erwähnten Studie wurden nicht alle Bezugsgrößen voll berücksichtigt.)

(76) In Anbetracht der strategischen Vorteile von HMG mit der Kombination von drei Programmen und seinem bevorzugten Zugang zu den beliebtesten Endemol-Produktionen ist davon auszugehen, daß der Anteil von HMG am Zuschauermarkt und seine Einschaltquoten im Laufe der Zeit zunehmen werden. Dies gilt um so mehr, wenn es HMG gelänge, die Übertragungsrechte für wichtige Sportveranstaltungen z.B. der niederländischen Fußballliga zu erwerben. Die Parteien haben zwar geltend gemacht, daß die Werbeeinnahmen aus Sportprogrammen häufig nicht die Kosten für die Übertragungsrechte decken, doch da Sportsendungen für einen Sender ein wichtiges Profilelement sein können, können sie deshalb auch aus wirtschaftlicher Sicht insgesamt vorteilhaft sein. Außerdem hätte HMG mit seinen drei Programmen die Möglichkeit, die Verwertung der Rechte in bezug auf Sendungen und Werbung zu optimieren.

(77) Die Möglichkeit, Werbeunterbrechungen einzulegen, verleiht den kommerziellen Sendern in der Regel einen wesentlichen Vorteil. Dieser Vorteil wird noch gestärkt, wenn ein kommerzieller Sender drei vollkoordinierte Programme anbietet. HMG könnte das Angebot geeigneter Werbezeiten an die Werbetreibenden optimieren, indem z.B. sich ergänzende Werbezeiten für bestimmte Zielgruppen in allen drei Programmen angeboten würden.

(78) Außerdem könnte HMG Werbepakete anbieten, die über die Gewährung von Rabatten nach Maßgabe der erworbenen Gesamtwerbezeit hinausgehen. HMG könnte die in einem Programm ausgestrahlte Werbung mit der Werbung auf den anderen Programmen verknüpfen. Zu diesem Zweck könnte die Tarifstruktur so gestaltet werden, daß sie den Werbetreibenden ein derartiges Werbepaket aufzwingt. Dies könnte auch durch das Anbieten verborgener Rabatte erreicht werden, indem z.B. in einem weniger erfolgreichen

Programm gebührenfreie Werbezeiten angeboten werden. Im Prinzip kann auch STER als Verkaufsorganisation aller öffentlichen Sendeunternehmen Werbepakete für die drei öffentlichen Kanäle anbieten. Das Angebot von HMG dürfte jedoch attraktiver sein als das Angebot von STER, da es aufgrund der Struktur des öffentlichen Fernsehens schwierig ist, für jeden öffentlichen Kanal ein bestimmtes Profil zu entwickeln und so bestimmte Zielgruppen anzusprechen.

(79) Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Fernsehwerbung ist die Werbeförderung. Die vorstehend erwähnten Anteile am Fernsehwerbemarkt beziehen sich ausschließlich auf die Spotwerbung und berücksichtigen nicht andere Formen der Werbung. Zu diesen zählen:

- die Angabe, daß eine Sendung von einer bestimmten Marke gefördert wird;
- die Präsentation eines Produkts oder einer Marke während einer Talk-Show;
- die Präsentation der Markenerzeugnisse, die als Preise in Spielshows gewonnen werden;
- Sendungen, die gemeinnützige Organisationen unterstützen;
- von Werbetreibenden geförderte Lotterien;
- von z.B. Banken oder Gesundheitsorganisationen geförderte Verbraucherberatungssendungen;
- Produktplatzierung, d.h. die Hervorhebung bestimmter Marken in einem Film oder einer anderen Produktion, indem die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf diese Marken gelenkt wird.

(80) Auf diese Art der Förderung entfallen schätzungsweise mindestens 10 % des gesamten Fernsehwerbemarktes in den Niederlanden. Angesichts der den öffentlichen Sendeanstalten bei der Werbung auferlegten Beschränkungen wird diese Art der Werbung in den Niederlanden überwiegend von RTL4 und RTL5 gesendet. Es ist deshalb anzunehmen, daß HMG mit seinen drei Programmen diese Stellung in der Zukunft halten können. Dabei liegt es auf der Hand, daß die Förderung auch mit der Spotwerbung verknüpft werden kann. Die Stellung von HMG im Fördersegment des Werbemarktes wird ihrerseits seine Stellung auf dem Spotwerbemarkt stärken.

iii) Stellung der Werbetreibenden

(81) Die Parteien machen geltend, daß es sich beim Fernsehwerbemarkt insgesamt um einen Käufermarkt handele, auf dem die Werbetreibenden die Werbezeit gleichermaßen von STER als Vertreter der öffentlichen Sendeanstalten und von IPN als Vertreter von RTL4 und RTL5 kaufen.

Nach den Aussagen der Parteien geht das hohe Maß an Wettbewerb auf dem niederländischen Fernsehwerbemarkt auch aus der Tatsache hervor, daß seit 1990 die Preise im Durchschnitt um 6,3 % (inflationsbereinigt) zurückgegangen sind.

- (82) Bei diesem Argument wird jedoch übersehen, daß sich infolge der Gründung von HMG die bisherige Wettbewerbslage grundlegend ändern wird. Während RTL in der Vergangenheit lediglich zwei Programme anbot und mit seinem Hauptprogramm RTL4 vor allem auf das ältere Publikum und Hausfrauen abzielte, wird HMG durch die Einbeziehung von Veronica, das vor allem auf junge Familien und Männer ausgerichtet ist, alle die für die Werbetreibenden interessanten Zielgruppen ansprechen. Angesichts des erwarteten Zuschaueranteils von HMG und seiner Wettbewerbsvorteile auf dem Fernsehwerbemarkt wird

es für andere Werbetreibende äußerst schwierig sein, den Erwerb von Werbezeit in den HMG-Programmen zu umgehen. Die Werbetreibenden würden damit von IPN abhängen, und es wäre für sie fast unmöglich, STER gegen IPN auszuspielen und zu verhindern, daß die Preise von HMG festgesetzt werden.

Zweitens trifft es zu, daß die Preise um durchschnittlich 6,3 % zurückgegangen sind, wenn man das Jahr 1990 als Bezugsjahr nimmt. Dies ist jedoch darauf zurückzuführen, daß nach dem Marktzutritt von RTL4 die Preise von 1990 auf 1991 drastisch gesunken sind. Wenn man hingegen bei dem Preisvergleich 1991 als Bezugsjahr zugrunde legt, zeigt die Entwicklung eindeutig, daß die Preise inflationsbereinigt gestiegen sind. Nach den statistischen Angaben des Verbandes der Werbeagenturen (VEA) haben sich die Preise (je tausend Kontakte) wie folgt entwickelt:

Index (1991 = 100)	1991	1992	1993	1994	1995 angenommen
00.00-24.00 Uhr	100	107	102	108	114
18.00-24.00 Uhr	100	108	104	111	120

(In dieser Tabelle sind die den Werbetreibenden gewährten Sonderrabatte nicht berücksichtigt, für die keine offiziellen Daten verfügbar sind. VEA geht davon aus, daß nach einer gewissen Zunahme dieser Rabatte der Index für 1994 (0 bis 24 Stunden) 104 anstelle von 108 beträgt. Demnach hätten in dem betreffenden Zeitraum die realen Preise dennoch erheblich zugenommen und einen Index einschließlich Rabatten im Jahr 1995 von 104 (0 bis 24 Stunden) bzw. 110 (18 bis 24 Stunden) ergeben.)

Der Zugang von RTL4 hat somit den Markt geöffnet und kurzfristig einen erheblichen Preisrückgang bewirkt. Seit 1991 jedoch, als RTL4 im Markt gefestigt war, bewegte sich die Entwicklung der Werbepreise eindeutig oberhalb der allgemeinen Inflationsrate und war die Preiszunahme besonders ausgeprägt in der Hauptsendezeit zwischen 18.00 und 24.00 Uhr. Es ist deshalb zu bezweifeln, ob selbst in der Vergangenheit der Markt so wettbewerbsfähig war wie von den Parteien angegeben. Außerdem läßt die aufgezeigte Preisentwicklung nicht unbedingt auf einen Käufermarkt schließen.

Gesamtwerbung im Fernsehen zu haben. Änderungen an den jeweiligen Anteilen sind deshalb eher auf eine neue Werbestrategie als auf die Reaktion auf Preisveränderungen zurückzuführen. Dies läßt sich daraus ersehen, daß der Fernsehwerbemarkt beständig und spürbar gewachsen ist, obwohl in den Jahren 1991 bis 1995 die Preiszunahme für Werbung in Heften und Zeitungen inflationsbereinigt niedriger war als bei der Fernsehwerbung (Index 1995: Hefte 106, Zeitungen 103).

iv) Potentielle Neuzugänger

- (83) Die Parteien haben ferner vorgebracht, daß der Fernsehwerbemarkt langfristig nicht für sich allein gesehen werden dürfe, da die Werbetreibenden Teile ihres Budgets von der Fernsehwerbung auf die Printwerbung und umgekehrt umschichten. Es trifft für einige Marken zwar zu, daß der Anteil der Fernsehwerbung in dem Medienmix ihrer Werbekampagnen im Laufe der Zeit zu- bzw. abnimmt. Es wird jedoch für viele Werbetreibende stets notwendig sein, wenigstens einen Teil ihrer

- (84) Die Parteien machen geltend, daß der niederländische Fernsehwerbemarkt in Zukunft spürbar wachsen und damit Neuzugänger anziehen werde. Nach den allgemeinen Marktprognosen kann eine jährliche Wachstumsrate von durchschnittlich 8 % als realistisch angesehen werden. Eine Wertzunahme von 8 % muß jedoch nicht zwangsläufig zu einer Zunahme der verkauften Werbezeit von ebenfalls 8 % führen. Diese Zahl gibt nämlich sowohl die inflationsbedingte Preiszunahme als auch, wie in der Vergangenheit, die Steigerung der realen Preise wider.

(85) Eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der Fernsehwerbbeeinnahmen von rund 8 % in den nächsten vier Jahren ließe jedoch nur einen begrenzten Spielraum für Neuzugänger. Der Geschäftsplan der Parteien geht von einer Zunahme der Einnahmen aus der Spotwerbung von [...] im Jahr 1997, [...] im Jahr 1998 und [...] im Jahr 1999 aus. Dies ergibt eine jährliche Durchschnittszunahme von [...]. In Anbetracht des hohen Marktanteils der Parteien von wenigstens 60 % im Jahr 1996 würde eine jährliche Zunahme der Fernsehwerbbeeinnahmen oberhalb des angenommenen Wachstums des Gesamtmarktes HMG in die Lage versetzen, sich des größten Teils der Zunahme des Fernsehwerbe-marktes zu bemächtigen. Auch ist davon auszugehen, daß die übrigen auf dem niederländischen Fernsehwerbe-markt vertretenen Fernsehanstalten alles daransetzen werden, sich ihren Marktanteil, der bereits im Jahr 1996 relativ niedrig sein wird, zu erhalten. Es ist deshalb davon auszugehen, daß trotz eines vergleichsweise umfangreichen Wachstums auf dem niederländischen Fernsehwerbe-markt in Zukunft kein Spielraum für Marktzugänger vorhanden sein wird.

(86) Außerdem stellen die bereits geschilderten Stärken von HMG ein wesentliches Hemmnis für Neuzugänger dar. Es wäre für jeden Neuzugänger schwierig, einen für die Werbetreibenden attraktiven Programmplan für den niederländischen Markt aufzubauen, da die wichtigsten Zielgruppen bereits von HMG erfaßt werden. Jeder Neuzugänger hätte die geballte Macht der drei HMG-Programme zu gewärtigen und dessen Möglichkeiten, unmittelbar auf den Marktzutritt zu reagieren, indem es z. B. RTL5 als Kampfsender einsetzt. Das Vorhandensein von HMG wäre deshalb allein schon ein Hinderungsgrund für einen neuen Marktzutritt.

v) *Schlußfolgerung*

(87) Aus den vorstehend dargelegten Gründen wäre HMG der unangefochtene Marktführer auf dem niederländischen Fernsehwerbe-markt und in der Lage, Versuche anderer Marktteilnehmer abzuwehren, den Wettbewerb mit ihm aufzunehmen. Außerdem könnte es den Marktzutritt von Neuzugängern erschweren. Es ist hinzuzufügen, daß eine Reihe von Medieneinkäufern und Werbetreibenden zwar die Entscheidung von Veronica begrüßt haben, ein kommerzieller Sender zu werden, jedoch erhebliche Bedenken zur Zusammenlegung der Programme von RTL und von Veronica in HMG geäußert haben.

Nach dieser Analyse ist die Kommission zu dem Ergebnis gelangt, daß die Gründung von HMG zu einer beherrschenden Stellung auf dem niederländischen Fernsehwerbe-markt führen würde.

3. Der niederländische Markt der unabhängigen Fernsehproduktion

i) *Gegenwärtige Lage*

(88) In den Niederlanden werden die Sendungen entweder von unabhängigen Herstellern oder von

den Sendeanstalten selbst hergestellt. Während RTL4 und RTL5 selbst nur in sehr geringem Umfang produzieren, wird von den öffentlichen Anstalten ein erheblicher Anteil der Programme selbst produziert. Dies gilt insbesondere für NOS, das bezogen auf seine Sendezeit mehr als 80 % seiner Sendungen selbst herstellt (gemäß der Aufschlüsselung der Sendungen von März und November 1994). Bei den übrigen öffentlichen Anstalten machen die von unabhängigen Herstellern produzierten Sendungen gemessen an der Gesamtsendezeit weniger als 10 % bei VPRO und rund 50 % oder darüber bei Veronica und TROS aus. Diese Zahlen beziehen sich jedoch auf die Gesamtsendezeit einschließlich der im Ausland erworbenen Produktionen. Außerdem beruhen sie auf den Sendezeiten und nicht auf dem Wert der betreffenden Produktionen. Insbesondere bei Veronica und TROS mit dem höchsten Anteil an unabhängigen Produktionen entfallen rund zwei Drittel davon auf die in der Regel teureren Unterhaltungssendungen. Der Anteil der unabhängigen Fernsehproduktionen ist deshalb wertmäßig wesentlich höher als nach dem Umfang. Hierbei ist zu bedenken, daß sich die öffentlichen Anstalten bei ihrer Eigenproduktion häufig auf nur einmal gesendete, kurzlebige Produktionen wie Nachrichten, billige Spielsendungen und Talkshows beschränken. Diese stellen aber keinen wirklichen Vermögenswert dar. Demgegenüber werden die vor allem von unabhängigen Herstellern produzierten Unterhaltungssendungen und Serien wiederholt verwertet und stellen damit einen Vermögenswert dar.

(89) Die Eigenproduktionen der öffentlichen Anstalten werden im wesentlichen für deren eigene Zwecke verwendet. Sie werden zwar zuweilen auf dem internationalen Markt, normalerweise jedoch nicht den anderen niederländischen Sendern angeboten. Es besteht deshalb kein direkter Wettbewerb zwischen den Eigenproduktionen und den auf dem Markt angebotenen Produktionen der unabhängigen Hersteller. Nach Auffassung der Parteien sollten die Eigenproduktionen jedoch in den Gesamtmarkt der niederländischen Fernsehproduktionen einbezogen werden, da ein Fernsehsender stets vor der Entscheidung stünde, selbst zu produzieren oder zu kaufen. Dies ist jedoch nicht der Fall. Eine öffentliche Sendeanstalt mit Eigenproduktion eines größeren Umfangs hat erhebliche Investitionen in Produktionseinrichtungen getätigt und das erforderliche Personal, das ein wichtiger Kostenfaktor ist, dafür eingestellt. Die hohe Beschäftigtenzahl der öffentlichen Anstalten gegenüber den kommerziellen Sendern ist im wesentlichen auf das für die Eigenproduktion tätige Personal zurückzuführen. Unter diesen Voraussetzungen haben die öffentlichen Anstalten keine freie Wahl bei der Entscheidung, eine Sendung selbst herzustellen oder sie bei einem unabhängigen Produzenten in Auftrag zu geben. Sollte eine öffentliche Anstalt in spürbarem Umfang bei unabhängigen Produzenten zu Lasten seiner Eigenpro-

duktion herstellen lassen, so hätte sie weiterhin die hohen Gemein- und Personalkosten für ihre Eigenproduktionsanlagen zu zahlen, ohne eine angemessene Rendite durch selbst hergestellte Produktionen erzielen zu können. Ein derartiges Vorgehen wäre zumindest langfristig aus geschäftlicher Sicht nicht vertretbar. Aus den vorgenannten Gründen gibt es einen auf die unabhängigen Fernsehproduktionen begrenzten Markt, der die Herstellung von Sendungen für den Eigenbedarf nicht einschließt.

- (90) Hier wäre anzumerken, daß insgesamt gesehen die Eigenproduktion überwiegend auf bestimmte Arten von Sendungen wie Nachrichten, allgemeine Informationen, Kultur, Jugend, Dokumentarfilme, Sport und einige Unterhaltungsformen abgestellt ist. Aufgrund ihrer Erfahrung und ihres Know-hows in diesem Bereich brauchen die öffentlichen Sender nicht auf unabhängige Produzenten zurückzugreifen. Die öffentlichen Anstalten gelten allgemein jedoch nicht als Hersteller aufwendiger Unterhaltungssendungen wie die von Endemol hergestellten, und sie haben zu verstehen gegeben, daß es für sie sehr schwierig wäre, diese Art von Unterhaltung selbst zu produzieren. Ihre Eigenproduktionen verleihen den öffentlichen Sendeanstalten daher keine ausreichende Gegenmacht zur Stellung von Endemol auf dem Markt der unabhängigen Fernsehproduktionen.

- (91) Der Markt der unabhängigen Fernsehproduktionen in den Niederlanden weist folgende Struktur auf:

- ein Großproduzent Endemol;
- einige relativ kleine, jedoch bedeutende Hersteller und
- eine große Anzahl sehr kleiner Produzenten mit 1-10 Beschäftigten.

Gemessen an dem Wert der im Jahr 1994 hergestellten Sendungen schlüsseln sich die Marktanteile wie folgt auf:

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| — Endemol: | eindeutig mehr als 50 %, |
| — IDTV: | 5-10 %, |
| — 4 Hersteller: | jeweils 2-5 %, |
| — 5 Hersteller: | jeweils 1-2 %, |
| — übrige (rund 75): | jeweils < 1 %. |

Hieraus kann man ersehen, daß Endemol in diesem Markt eine herausragende Stellung einnimmt. Endemol ist das Ergebnis des Zusammenschlusses der beiden größten niederländischen

Hersteller JE Entertainment BV und John de Mol Communications BV aus dem Jahre 1994.

Nach den Vorstellungen der Parteien sollten die Marktanteile anhand des Umfangs und nicht des Werts der produzierten Sendestunden berechnet werden. Eine solche Vorgehensweise würde jedoch zu einer völlig irreführenden Darstellung der Marktbeiträge führen. Nach den Untersuchungen der Kommission reicht der Wert von deren Fernsehproduktionen von 30 000 hfl je Stunde z. B. für billige Dokumentarfilme bis zu 300 000 hfl je Stunde für aufwendige Dramen und Unterhaltungsprogramme. Unter diesen Umständen kann nur eine den Wert und nicht den Umfang zugrundelegende Ermittlung der Marktanteile als angemessen gelten.

- (92) Neben seinem im Vergleich zu den Wettbewerbern außerordentlich hohen Marktanteil verfügt Endemol noch über weitere Stärken, die ihm eine weit überlegene Marktstellung verleihen.

Endemol verfügt über eine große Anzahl der beliebtesten niederländischen Sendungsformate und hat angesichts seiner Größe und seiner gemessen an den anderen unabhängigen Herstellern beträchtlichen Ressourcen bevorzugten Zugang zu ausländischen Formaten, die für die niederländischen Zuschauer angepaßt werden. So lagen z. B. in den vergangenen drei Jahren mehr als [...] von JE Entertainment BV bzw. von John de Mol hergestellten Sendungen ausländische Formate mit Direktlizenz zugrunde. (Die Parteien machen geltend, daß eine Reihe dieser Formate in den Jahren 1992, 1993 und 1994 gesendet wurden, und daß nur [...] von Endemol in diesem Zeitraum hergestellte und auf ausländischen Formaten beruhende Sendungen unmittelbares Eigentum von Endemol waren.)

- (93) Endemol hat eine große Anzahl der beliebtesten niederländischen Fernsehpersönlichkeiten, zum Teil ausschließlich, unter Vertrag. Gegenwärtig hat es über [...] Ausschließlichkeitsverträge mit Fernsehpersönlichkeiten geschlossen, von denen nur [...] in den vergangenen Jahren abgesprungen sind [...]. Außerdem ist Endemol der einzige niederländische Produzent, der in der Lage ist, den Fernsehstars andere Auftrittsmöglichkeiten, z. B. im Theater zu verschaffen, da es auch im Theater- und Tourengeschäft tätig ist. Schließlich unterhält Endemol auch eine eigene Künstleragentur. Angesichts dieser Möglichkeiten kann Endemol Unterhaltungsstars aufbauen und sie in einer Weise an die eigene Gesellschaft binden, wie es den anderen niederländischen Fernsehproduzenten nicht möglich wäre.

(94) Die Parteien bestreiten, daß Endemol über die erfolgreichsten Sendungsformate und bevorzugten Zugang zu ausländischen Formaten verfüge. Auch bestreiten sie, die erfolgreichsten Künstler unter Vertrag zu haben. Die Untersuchungen der Kommission haben jedoch ergeben, daß von einer großen Anzahl unabhängiger Produzenten und den öffentlichen sowie privaten Sendern in dieser Frage erhebliche Bedenken geäußert wurden. Damit wurden auch die Schlußfolgerungen bekräftigt, zu denen die Kommissionen selbst gelangt war.

(95) Gestützt auf seine umfangreichen Ressourcen produziert Endemol die beliebtesten Unterhaltungssendungen in den Niederlanden. So wurden z. B. in den Jahren 1993/94 von den 56 Sendungen mit den höchsten Einschaltquoten außerhalb des Sportbereichs 28 von Endemol hergestellt. Diese Sendungen werden in der Regel zur Hauptsendezeit ausgestrahlt. Sie haben wesentlich zum Erfolg von RTL4 und Veronica und zur Festlegung des Profils dieser beiden Sender beigetragen.

(96) Ferner ist Endemol auch außerhalb der Niederlande umfangreich tätig. Der Wert seiner internationalen Produktionen beläuft sich gegenwärtig auf rund [...] hfl jährlich verglichen mit rund [...] hfl niederländische Produktionen. Diese internationalen Tätigkeiten stärken die Stellung von Endemol in bezug auf die ausländischen Formate und seine eigenen Geschäftsressourcen, was wiederum seine Stellung auf dem niederländischen Produktionsmarkt verbessert. Keiner der Wettbewerber von Endemol in den Niederlanden ist in vergleichbarem Umfang international tätig.

(97) Aus den vorstehend beschriebenen Gründen ist davon auszugehen, daß Endemol bereits eine beherrschende Stellung auf dem niederländischen Markt der unabhängigen Fernsehproduktionen einnimmt.

ii) Auswirkungen der Gründung von HMG

(98) Da Endemol die Muttergesellschaft von HMG ist, hat es mit der Gründung dieses Gemeinschaftsunternehmens das Bindeglied zu der in Zukunft führenden Fernsehanstalt der Niederlande hergestellt. Es trifft zu, daß Endemol bereits vor der Gründung von HMG der wichtigste Programmlieferant für RTL4, RTL5 und Veronica war. Im Gegensatz zur Vergangenheit verfügt Endemol mit seiner Beteiligung an HMG nun über eine sichere, umfangreiche Verkaufsbasis für seine Produktionen, die von Wettbewerbern nicht angegriffen werden kann. Dies wird aus der Abnahmegarantie ersichtlich, die Endemol in der vorerwähnten Produktionsvereinbarung mit HMG erteilt worden ist und mit der sich HMG verpflichtet, wertmäßig [...] seines Bedarfs an Sendungen in niederländischer Sprache von Endemol zu beziehen. Demnach werden schon im Jahr 1996 Produktionen eines garantierten Wertes von [...] hfl von Endemol geliefert. Dieser Betrag ist bereits höher als der Wert der gesamten niederländischen Produktion von Endemol im Jahr 1994, der sich auf rund 200 Millionen hfl belief. Daran wird die strategische

Bedeutung der Verbindung zwischen Endemol und HMG deutlich.

(99) Überdies entspricht der vorerwähnte Betrag nur der garantierten Mindestlieferung von Endemol an HMG. Als Muttergesellschaft kann Endemol seinen Einfluß in HMG geltend machen, um weitere Aufträge erlangen zu können. Kein anderer Hersteller in den Niederlanden verfügt über vergleichbare Möglichkeiten einer gesicherten Absatzbasis für seine Produktion und der Einflußnahme auf die Einkäufe eines Fernsehsenders.

(100) Die Parteien machen nunmehr geltend, daß Endemol keinen erheblichen Einfluß auf HMG haben werde, da es nach ihrer Auffassung nicht die gemeinsame Kontrolle über HMG ausübe. Die Kommission ist hingegen zu der Schlußfolgerung gelangt, daß die gemeinsame Kontrolle über HMG einerseits von RTL und andererseits von Veronica und Endemol über VMG ausgeübt wird. Außerdem wäre selbst bei einer fehlenden gemeinsamen Kontrolle Endemol über seine strukturellen Verbindungen zu HMG in der Lage, dessen allgemeine Programmplanung und Einkaufspolitik auf eine Weise zu beeinflussen, mit der seine derzeitige Stellung auf dem Markt der unabhängigen Produktionen noch gestärkt würde.

Wirtschaftlich gesehen ist VMG das Vehikel für die Zusammenlegung der Beteiligungen von Veronica und Endemol in HMG, die sich zusammengenommen auf 49 % belaufen. RTL einerseits und VMG andererseits sind auf der Hauptversammlung, in der die bedeutenden strategischen Entscheidungen über das Geschäftsverhalten von HMG getroffen werden, gleichwertig vertreten. Die Beteiligung von Endemol an HMG beläuft sich auf 23 % (47 % von 49 %). Eine Beteiligung von 23 % an einer Gesellschaft, die in einem nachgeordneten Markt tätig ist, ist als eine strategische und nicht als finanzielle Beteiligung einzustufen. Dies trifft um so mehr zu, wenn die Beteiligung mit einer umfangreichen Vertretung des Aktionärs in dem Entscheidungsgremium der Gesellschaft einhergeht. Der Aktionär ist damit in der Lage, sämtliche Informationen über die strategischen Entscheidungen zu erlangen und an den Diskussionen und der Entscheidungsfindung teilzunehmen. Insbesondere wird er bestrebt sein, die den vorgelagerten Markt, auf dem er selbst tätig ist, betreffenden Entscheidungen zu beeinflussen.

Diese grundsätzliche Bewertung trifft in diesem Fall um so mehr zu, als ein Lieferverhältnis zwischen RTL und Veronica besteht und in der Vergangenheit deren Programmmaterial überwiegend von Endemol bezogen wurde. Die Parteien haben selbst angegeben, daß diese Lieferbeziehung ein ausschlaggebender Faktor bei der Festlegung des Erscheinungsbildes der Programme RTL4, RTL5 und Veronica war und daß diese Beziehung auch ein wesentlicher Faktor für den zukünftigen Erfolg von HMG sein würde. Angesichts dieses Sachverhalts wäre es unrealistisch anzunehmen, daß es sich bei der Beteiligung von Endemol an HMG um ein ausschließlich finanzielles Engagement handelt, das Endemol keine erhebliche Einflußnahme erlaubt.

- (101) Die sich aus der Gründung von HMG ergebende neue Lage bewirkt eine spürbare Stärkung der bereits starken Stellung von Endemol auf dem niederländischen Produktionsmarkt. Endemol wäre nunmehr fähig, den Zugang anderer Hersteller zu HMG als der größten Sendeanstalt in den Niederlanden, und vor allem zu dem zusätzlichen Material, das Veronica als Siebentages-Sender benötigt, abzuschotten. Die Parteien haben selbst betont, daß die Produktionen von Endemol in spürbarem Maße das Erscheinungsbild von RTL4, RTL5 und Veronica prägen werden.
- (102) Gegenüber den von anderen Sendern gelieferten Produktionen könnte Endemol nach der Gründung von HMG mit seiner großen und abgesicherten Absatzbasis dem Wettbewerb seitens anderer unabhängiger Hersteller noch erfolgreicher entgegenwirken. Dasselbe gilt für den Zugang zu attraktiven Formaten und die Ausschließlichkeitsbeziehung mit den beliebtesten Fernsehpersönlichkeiten.
- (103) Die Parteien haben vorgebracht, daß die Nachfrage nach Produktionen in niederländischer Sprache in Zukunft zunehmen werde, da zum einen Veronica als kommerzieller Sender zusätzliches Sendematerial benötige und zum anderen die öffentlichen Sendeanstalten Material benötigten, um die mit dem Ausscheiden von Veronica entstandene Lücke zu schließen; hinzu komme der Bedarf des Neuzugängers SBS6. Der überwiegende Teil der zusätzlichen Nachfrage nach niederländischen Fernsehproduktionen wird jedoch von Veronica ausgehen, das zusätzliche Programmmaterial für 4,5 Tage Sendezeit benötigen wird. Demgegenüber werden die öffentlichen Anstalten eine Lücke von lediglich 2,5 Tagen Sendezeit nach dem Ausscheiden von Veronica aus dem öffentlichen Fernsehsystem zu füllen haben. Es ist auch zu bezweifeln, ob das von den öffentlichen Anstalten in Auftrag gegebene zusätzliche Sendematerial einen vergleichbaren Wert wie das von Veronica bestellte Material haben würde, da den öffentlichen Anstalten nach der Gründung von HMG Verluste bei ihren Werbeeinnahmen entstehen werden. In bezug auf SBS ist hervorzuheben, daß Veronica über ein Programmbudget verfügt, das beinahe dreimal so hoch ist wie das von SBS6. Hieraus folgt, daß wertmäßig der größte Teil des zusätzlichen Programmmaterials auf Veronica entfallen und von Endemol geliefert werden wird. Auch gegenüber dem übrigen zusätzlichen Sendebedarf ist Endemol in einer wesentlich besseren Ausgangslage als seine Wettbewerber.
- (104) In Anbetracht seiner Absatzbasis bei HMG und seines Einflusses auf die Gestaltung der HMG-Programme ist davon auszugehen, daß Endemol auch in Programmsegmenten wie Dokumentarfilme, in denen es gegenwärtig noch nicht in spürbarem Maße vertreten ist, erfolgreich sein wird. Dies hätte zusätzliche nachteilige Auswirkungen auf die Bestandsaussichten der kleineren niederländischen Fernsehhersteller.
- iii) *Schlußfolgerungen*
- (105) Aus den beschriebenen Gründen ist die Kommission zu der Schlußfolgerung gelangt, daß mit der Gründung von HMG die beherrschende Stellung von Endemol auf dem Markt der unabhängigen Fernsehproduktionen in den Niederlanden gestärkt wird.
- iv) *Artikel 22 der Fusionskontrollverordnung*
- (106) Nach Auffassung der Parteien stelle sich im Hinblick auf Artikel 22 Absatz 3 der Fusionskontrollverordnung nicht die Frage, ob der Zusammenschluß den Handel zwischen Mitgliedstaaten überhaupt beeinträchtigt, sondern vielmehr, in welchem Maße dieser Handel dadurch beeinträchtigt werde. Die Folgen des Zusammenschlusses für die niederländischen Fernseh- und Werbemärkte und insbesondere auf die niederländischen Produktionsmärkte hätten keine hinreichend spürbare Auswirkung auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten, um ein Vorgehen der Kommission gegen HMG zu rechtfertigen.
- (107) Dieses von den Mitgliedstaaten vorgebrachte Argument ist nicht stichhaltig. Offenbar sind die Parteien der Auffassung, daß die Kommission gestützt auf Artikel 22 nur in bezug auf die Auswirkungen auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten eingreifen könne. Dies würde aber bedeuten, daß die Prüfung nach Artikel 22 auf diejenigen Gesichtspunkte begrenzt wäre, die über den Markt auf dem Gebiet des beantragenden Mitgliedstaates hinausgehen. Damit würde aber der Artikel 22 seines Zweckes beraubt, was auch im Widerspruch zur Aussage von Absatz 5 dieses Artikels stünde, wonach „die Kommission nur die Maßnahmen trifft, die unbedingt erforderlich sind, um wirksamen Wettbewerb im Gebiet des Mitgliedstaates zu wahren oder wiederherzustellen“.
- Andererseits könnten die Parteien der Auffassung sein, daß eine besondere von der üblichen Prüfung nach Artikel 86 des Vertrages sich abhebende Prüfung der Auswirkungen auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten erforderlich wäre. Es ist jedoch unklar, wie eine solche Prüfung beschaffen sein sollte. Gemäß Artikel 22 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung muß der betreffende Zusammenschluß nämlich Auswirkungen auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten zeitigen. Es gibt keine Vorschriften dafür, daß diese Auswirkungen schwerwiegender sein müßten als gemäß den sonstigen Wettbewerbsregeln des Gemeinschaftsrechts.
- (108) Die von den Parteien vorgebrachten Argumente ergeben nur einen Sinn, wenn sie so zu verstehen sind, daß die Kommission eine abschlägige Entscheidung betreffend eine beherrschende Stellung auf einem bestimmten sachlichen oder räumlichen Markt nicht auf Artikel 22 gründen kann, wenn der Zusammenschluß keine Auswirkungen auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten in bezug auf einen derartigen Markt hat, obwohl Auswir-

kungen auf andere von dem Zusammenschluß betroffene Märkte festzustellen sind. Es kann offen bleiben, ob eine solche Auslegung von Artikel 22 zutreffend wäre. Selbst wenn die Stärkung der beherrschenden Stellung von Endemol auf dem Markt der unabhängigen niederländischen Fernsehproduktion an sich keine unmittelbaren Auswirkungen auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten hätte, sind die betreffenden drei Märkte wie vorstehend beschrieben miteinander verbunden und ändern sich die Voraussetzungen für den Wettbewerb auf den übrigen Märkten wegen der Auswirkungen des Zusammenschlusses auf den Produktionsmarkt. Außerdem haben die Parteien selbst angegeben, daß die Beteiligung von Endemol an HMG erforderlich sei, um seine Marktstellung in bezug auf die Fernsehproduktion außerhalb der Niederlande zu verbessern. Hierzu ist zu bemerken, daß sich Endemols Möglichkeiten zum Einkauf ausländischer Formate durch den Zusammenschluß mit seinem bevorzugten Zugang zum größten niederländischen Fernsehsender noch weiter verbessern.

- (109) Die Parteien haben ferner vorgebracht, daß die Kommission in einem Verfahren nach Artikel 22 nicht befugt sei, einen Zusammenschluß für mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar zu erklären, ohne geprüft zu haben, ob andere Maßnahmen ausreichen würden, um den Wettbewerb wiederherzustellen. Eine derartige Auslegung ergäbe sich aus dem bereits erwähnten Artikel 22 Absatz 5. Diese Auffassung beruht jedoch auf einem Mißverständnis in bezug auf den Zweck und die Funktion von Artikel 22 Absatz 5. Gemäß Artikel 22 Absatz 3 ist die Kommission befugt, Entscheidungen nach Artikel 8 Absatz 2 Unterabsatz 2 sowie Absätze 3 und 4 zu erlassen. Sollten die Parteien keine hinreichenden Zusagen im Sinne von Artikel 8 Absatz 2 abgeben, so hat die Kommission eine abschlägige Entscheidung nach Artikel 8 Absatz 3 zu erlassen; sie kann auch eine Entscheidung nach Artikel 8 Absatz 4 erlassen, um bei einem bereits vollzogenen Zusammenschluß die Bedingungen für einen wirksamen Wettbewerb wiederherzustellen. In einem solchen Fall begrenzt Artikel 22 Absatz 5 die nach Artikel 8 Absatz 4 zu ergreifenden Maßnahmen auf das zur Wahrung oder Wiederherstellung eines wirksamen Wettbewerbs auf dem Gebiet des betreffenden Mitgliedstaates erforderliche Maß. Sollte der Zusammenschluß noch nicht vollzogen sein, gewährleistet Artikel 22 Absatz 5, daß die Untersagungsentscheidung der Kommission auf die in den beantragenden Mitgliedstaaten begründete oder verstärkte beherrschende Stellung beschränkt ist, um einen wirksamen Wettbewerb in diesem Mitgliedstaat aufrechtzuerhalten.

v) *Sonstiges Vorbringen der Parteien*

- (110) Die Parteien machen geltend, daß sie die HMG in ihrer derzeitigen Struktur benötigen, um den Wettbewerb mit den multinationalen Fernsehgesellschaften bestehen und sich die günstigste Ausgangslage im Hinblick auf eine Teilnahme am zukünftigen Multimediemarkt verschaffen zu

können. Dem ist jedoch entgegenzuhalten, daß CLT bereits ein großer multinationaler Medienkonzern ist. Es ist auch nicht einzusehen, warum die Parteien eine so starke Stellung auf dem niederländischen Fernsehmarkt zum Schaden der übrigen niederländischen Fernsehanstalten einnehmen müssen. Hinsichtlich der zukünftigen Multimediämärkte und insbesondere des zukünftigen digitalen Fernsehens ist zu bemerken, daß HMG noch überwiegend auf die analoge Fernsehtechnik zurückgreift. Sollten die Parteien auf die zukünftige digitale Technik umstellen wollen, ist nicht einzusehen, wofür sie diese besondere Kombination führender Fernsehprogramme mit einem marktbeherrschenden Hersteller benötigen. Auch ist nicht auszuschließen, daß sich HMG mit der geballten Stärke der Parteien zum einzigen großen Teilnehmer am zukünftigen digitalen Fernsehmarkt entwickeln würde. Dadurch könnte aber die Entfaltung des digitalen Fernsehens in den Niederlanden behindert werden.

VII. VON DEN PARTEIEN ANGEBOGENE ZUSAGEN

- (111) Um die Zweifel an der Vereinbarkeit des Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt auszuräumen, haben die Parteien folgende Zusagen angeboten:

[...]

- (112) Die RTL5 betreffenden Vorschläge reichen nicht aus, um die Begründung einer beherrschenden Stellung von HMG auf dem Fernsehwerbemarkt zu verhindern. Den Vorschlägen der Parteien zufolge behielt HMG [...] einen wesentlichen Einfluß auf RTL5. [...] ist nicht zu erwarten, daß RTL5 aktiv mit den HMG-Sendern konkurriert.

[...]. Die angebotenen Zusagen der Parteien in bezug auf RTL5 können somit nicht als adäquate Maßnahme angesehen werden, um aus RTL5 einen lebensfähigen, unabhängigen Wettbewerber zu machen.

Zudem besteht die Gefahr, daß die Entflechtung von RTL5 nicht durchgeführt werden kann, weil sich kein Käufer findet. Aber auch wenn die Entflechtung vollzogen wird, ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht absehbar, ob sie ausreicht, um die Marktposition der HMG soweit zurückzuführen, daß eine beherrschende Stellung ausgeschlossen ist. [...].

Für das Wettbewerbspotential von RTL5 kommt es allerdings auch darauf an, wie der Sender bis zu seinem Verkauf betrieben wird. [...].

- (113) Was die angebotene Zusage in bezug auf Endemol anbelangt, [...] Ob die Zusage insgesamt die Wettbewerbsprobleme auf dem niederländischen Markt für Fernsehproduktionen beseitigen würde, braucht jedoch nicht entschieden zu werden, da die Zusage in bezug auf RTL5 nicht ausreicht, um die Wettbewerbsprobleme auf dem Fernsehwerbemarkt zu lösen. Der Zusammenschluß kann daher auf der Grundlage der von den Parteien angebotenen Zusagen nicht genehmigt werden.

VIII. NEBENABREDEN

- (114) Nach Auffassung der Kommission kann die zwischen HMG und Endemol geschlossene Produktionsvereinbarung nicht als eine Nebenabrede im Sinne von Artikel 8 Absatz 2 zweiter Unterabsatz der Fusionskontrollverordnung angesehen werden. Die Endemol in dieser Vereinbarung erteilte Abnahmegarantie zur Lieferung von [...] des wertmäßigen Bedarfs von HMG an Produktionen in niederländischer Sprache und das [...] sind für die Durchführung des Zusammenschlusses nicht erforderliche Beschränkungen.

IX. SCHLUSSFOLGERUNG

- (115) Aus den dargelegten Gründen ist die Kommission zu der Schlußfolgerung gelangt, daß der Zusammenschluß zur Begründung einer beherrschenden Stellung auf dem Fernsehwerkbemarkt in den Niederlanden und zur Stärkung der beherrschenden Stellung von Endemol auf dem Markt der unabhängigen Fernsehproduktion in den Niederlanden führen würde, durch die ein wirksamer Wettbewerb in den Niederlanden spürbar beeinträchtigt würde. Der Zusammenschluß ist deshalb gemäß Artikel 8 Absatz 3 in Verbindung mit Artikel 22 Absatz 3 der Fusionskontrollverordnung für mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar zu erklären.
- (116) Der betreffende Zusammenschluß ist bereits vollzogen, da HMG gegründet wurde, sämtliche Vermögenswerte auf HMG übertragen sind und die Ausstrahlung von Fernsehsendungen im Rahmen von HMG am 1. September 1995 begonnen hat.

Die Kommission hat sich dafür entschieden, in diese Entscheidung nach Artikel 8 Absatz 3 keine Maßnahmen nach Artikel 8 Absatz 4 einzubeziehen. Sie wird eine gesonderte Entscheidung nach Artikel 8 Absatz 4 erlassen, um wirksamen Wettbewerb in den vorgenannten Märkten wiederherzustellen. Vor dem Erlass einer solchen Entscheidung fordert die Kommission die Parteien auf, geeignete Maßnahmen binnen drei Monaten von der Zustellung dieser Entscheidung an vorzuschlagen, um wirksamen Wettbewerb auf den Märkten der Fernsehwerbung und der unabhän-

gigen Fernsehproduktion in den Niederlanden wiederherzustellen —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Der Zusammenschluß in Form der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens Holland Media Groep wird für mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar erklärt. Die Kommission fordert die Parteien auf, binnen drei Monaten von der Zustellung dieser Entscheidung geeignete Maßnahmen vorzuschlagen, um wirksamen Wettbewerb auf den Märkten der Fernsehwerbung und der unabhängigen holländischen Fernsehproduktion in den Niederlanden wiederherzustellen.

Artikel 2

Diese Entscheidung ist gerichtet an:

1. Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion SA (CLT)
45, Boulevard Pierre Frieden
L-1543 Luxemburg
2. N.V. Verenigd Bezit' VNU (VNU)
Ceylonpoort 5-25
NL-2036 AA Haarlem
3. RTL4 SA
Villa Louvigny
Allée Marconi
L-2850 Luxemburg
Boîte postale 1122
L-1011 Luxemburg
4. Veronica Omroeporganisatie (VOO) B.V.
Laapersveld 75
NL-1213 Hilversum
5. Endemol Entertainment Holding
Zevenend 45
NL-1251 RL Laren

Brüssel, den 20. September 1995

Für die Kommission

Karel VAN MIERT

Mitglied der Kommission