

Uitgave
in de Nederlandse taal

Wetgeving

Inhoud

I *Besluiten waarvan de publikatie voorwaarde is voor de toepassing*

Verordening (EG) nr. 997/96 van de Commissie van 4 juni 1996 betreffende het vervoer van de gratis levering aan Turkmenistan van meel van zachte tarwe	1
* Verordening (EG) nr. 998/96 van de Commissie van 4 juni 1996 betreffende de invoering van een regeling inzake toezicht op de invoer van verse zure kersen van oorsprong uit de Republieken Bosnië-Herzegovina, Kroatië en Slovenië en de voormalige Joegoslavische Republiek Macedonië	6
* Verordening (EG) nr. 999/96 van de Commissie van 4 juni 1996 houdende wijziging van Verordening (EEG) nr. 3886/92 tot vaststelling van de uitvoeringsbepalingen inzake de premiereregelingen waarin is voorzien in de sector rundvlees, wat de toepassing van de verwerkingspremie betreft	8
* Verordening (EG) nr. 1000/96 van de Commissie van 4 juni 1996 tot wijziging van Verordening (EEG) nr. 1538/91 houdende uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 1906/90 van de Raad tot vaststelling van handelsnormen voor vlees van pluimvee	9
* Verordening (EG) nr. 1001/96 van de Commissie van 4 juni 1996 tot wijziging van Verordening (EG) nr. 1487/95 houdende vaststelling van de balans voor de voorziening van de Canarische eilanden met produkten van de sector varkensvlees en van de steunbedragen voor de produkten uit de Gemeenschap	10
Verordening (EG) nr. 1002/96 van de Commissie van 4 juni 1996 tot vaststelling van forfaitaire invoerwaarden voor de bepaling van de invoerprijzen van bepaalde soorten groenten en fruit	12
Verordening (EG) nr. 1003/96 van de Commissie van 4 juni 1996 tot vaststelling van de mate waarin aan de aanvragen voor uitvoercertificaten in de sector slachtpluimvee kan worden voldaan	14
Verordening (EG) nr. 1004/96 van de Commissie van 4 juni 1996 tot wijziging van de invoerrechten in de sector granen	15

Inhoud (vervolg)

Verordening (EG) nr. 1005/96 van de Commissie van 4 juni 1996 tot wijziging van de representatieve prijzen en de aanvullende invoerrechten voor bepaalde produkten uit de sector suiker	18
* Verordening (EG) nr. 1006/96 van de Raad van 3 juni 1996 tot instelling van een definitief anti-dumpingrecht op de invoer van actieve kool in poedervorm van oorsprong uit de Volksrepubliek China	20

II *Besluiten waarvan de publikatie niet voorwaarde is voor de toepassing*

Commissie

96/346/EG:

* Beschikking van de Commissie van 20 september 1995 inzake een procedure op grond van Verordening (EEG) nr. 4064/89 van de Raad IV/M.553 — RTL/Veronica/Endemol	32
--	----

I

(Besluiten waarvan de publikatie voorwaarde is voor de toepassing)

VERORDENING (EG) Nr. 997/96 VAN DE COMMISSIE

van 4 juni 1996

betreffende het vervoer van de gratis levering aan Turkmenistan van meel van zachte tarwe

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EG) nr. 1975/95 van de Raad van 4 augustus 1995 betreffende acties inzake gratis levering van landbouwproducten bestemd voor de bevolking van Georgië, Armenië, Azerbeidzjan, Kirgizië, Tadzjikistan en Turkmenistan⁽¹⁾, gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 686/96⁽²⁾, en met name op artikel 4,

Overwegende dat Verordening (EG) nr. 2009/95 van de Commissie⁽³⁾, gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 723/96⁽⁴⁾, de uitvoeringsbepalingen voor de levering van landbouwproducten voorzien in Verordening (EG) nr. 1975/95, heeft vastgesteld; dat het past een openbare inschrijving te houden voor de levering van 9 000 ton meel van zachte tarwe met als bestemming Turkmenistan;

Overwegende dat, rekening houdend met de huidige moeilijkheden van deze republiek en de specifieke moeilijkheden bij hulpzendingen in dit gebied, het gepast is de levering van het bovenvermelde produkt te organiseren in één partij;

Overwegende dat de in deze verordening vervatte maatregelen in overeenstemming zijn met het advies van het Comité van beheer voor granen,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

1. Er wordt een inschrijving gehouden met betrekking tot de leveringskosten van 9 000 ton (nettogewicht) meel van zachte tawe, zoals vermeld in bijlage I, volgens de modaliteiten voorzien in Verordening (EG) nr. 2009/95 en

⁽¹⁾ PB nr. L 191 van 12. 8. 1995, blz. 2.

⁽²⁾ PB nr. L 97 van 18. 4. 1996, blz. 1.

⁽³⁾ PB nr. L 196 van 19. 8. 1995, blz. 4.

⁽⁴⁾ PB nr. L 100 van 23. 4. 1996, blz. 9.

met name in artikel 2, lid 1, onder b). De inschrijving betreft één partij.

2. De kosten hebben betrekking op de overname in het voorziene stadium vermeld in lid 3 en het vervoer met geëigende middelen tot de plaatsen van bestemming, en binnen de in bijlage I voorziene termijnen.

3. Het meel zal franco aan boord, gestuwd op schip of wagon, voor inscheping klaar zijn gedurende maximaal tien dagen vanaf de aangeduide data, en wel op de volgende wijze:

Partij

- 3 000 ton netto ter beschikking vanaf 1 juli 1996;
- 3 000 ton netto ter beschikking vanaf 4 juli 1996;
- 3 000 ton netto ter beschikking vanaf 10 juli 1996.

Na afloop van de termijn van tien dagen, te rekenen vanaf de bovenvermelde data, is de opdrachtnemer verplicht alle kosten (parkering, verzekering, bewaking, waarborg, enz.), zoals bedoeld in artikel 6, lid 1, onder e), punt 4, van Verordening (EG) nr. 2009/95, die de Commissie heeft betaald, aan haar terug te betalen.

De totale hoeveelheid mag, min of meer, maximaal 20 % afwijken van het hierboven vermelde gewicht. De juiste hoeveelheid zal aan de opdrachtnemer samen met de melding van toewijzing van de levering medegedeeld worden.

Informatie over het leveringsstadium (franco aan boord schip of wagon) en de plaats van overname zal op 17 juni 1996 op aanvraag beschikbaar zijn bij de diensten van de Commissie (telefoon: (0032-2) 295 12 81 of 296 29 36; fax: (0032-2) 296 64 46).

Artikel 2

1. Overeenkomstig artikel 4 van Verordening (EG) nr. 2009/95 dienen de offertes naar het volgende adres te worden gestuurd:

Commissie van de Europese Gemeenschappen,
EOGFL-Afdeling Garantie,
Afdeling VI/G/2,
Kamer 10/08 of 10/05,
Wetstraat 130,
B-1049 Brussel.

De termijn voor de indiening van de offertes loopt af op 19 juni 1996 om 12.00 uur (plaatselijke tijd Brussel).

In geval van verwerping van de offertes op 19 juni zal een tweede termijn voor de indiening van de offertes aflopen op 28 juni 1996 om 12.00 uur (plaatselijke tijd Brussel).

In dat geval worden alle data vermeld in artikel 1 en in bijlage I met tien dagen opgeschoven.

2. De offerte heeft betrekking op de totaliteit van de in artikel 1, lid 3, bedoelde hoeveelheden van de partij.

In geval van spoorwegvervoer dienen de inschrijvers een garantiebrief, uitgaande van de spoorwegautoriteiten van het eerste land van binnenkomst in het Gemeenebest van Onafhankelijke Staten, over te leggen, waarin de beschikbaarstelling van de voor de goede uitvoering benodigde vervoermiddelen en wagons wordt gecertificeerd. Artikel 12, lid 2, van Verordening (EG) nr. 2009/95 is ook van toepassing indien de spoorwegautoriteiten van de verschillende doorkruiste Onafhankelijke Staten niet betaald worden.

3. De inschrijvingszekerheid vermeld in artikel 6, lid 1, onder f), van Verordening (EG) nr. 2009/95 wordt vastgesteld op 25 ecu/per ton meel.

4. De in artikel 8, lid 2, van Verordening (EG) nr. 2009/95 bedoelde zekerheid bedraagt 380 ecu per ton meel.

Artikel 3

Het in artikel 10, lid 1, onder a), tweede streepje, van Verordening (EG) nr. 2009/95 bedoelde overnamecertificaat moet worden opgesteld volgens het model in bijlage IV, op de plaatsen en door de autoriteiten vermeld in bijlage II.

Artikel 4

Voor de betaling, zoals voorzien in artikel 13 van Verordening (EG) nr. 2009/95, geeft het met de controle belaste organisme onmiddellijk na de uitslag een certificaat af waarin de totale uitslag van de hoeveelheden voor elke bestemming staat vermeld, tegengetekend door de fabrikant van het meel of zijn mandataris, in overeenstemming met het model in bijlage III.

Artikel 5

Deze verordening treedt in werking op de derde dag volgende op die van haar bekendmaking in het *Publikatieblad van de Europese Gemeenschappen*.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in elke Lid-Staat.

Gedaan te Brussel, 4 juni 1996.

Voor de Commissie

Franz FISCHLER

Lid van de Commissie

*BIJLAGE I***Partij**

TURKMENISTAN: 9 000 ton (netto) meel van zachte tarwe.

Leveringsstadium

Grenspunt aan te duiden door de inschrijver (goederen niet afgeladen).

Einddatum levering aan het grenspunt

- 3 000 ton op 14 augustus 1996;
- 3 000 ton op 19 augustus 1996;
- 3 000 ton op 23 augustus 1996.

*BIJLAGE II***Overnameplaats in Turkmenistan**

1. Grenspunt aan te duiden door de inschrijver — stadium: goederen niet afgeladen.

Voor de wagons waarvan de in opdracht van de Commissie aangebrachte zegels niet intact zijn bij aankomst op de aangeduide grenspunten, mag het overnamecertificaat echter slechts worden afgegeven na het lossen en na de kwalitatieve en kwantitatieve controle van de goederen, die dienen te worden uitgevoerd in het eerste station van het land waar het lossen mogelijk is.

2. Autoriteit gemachtigd om het overnamecertificaat af te geven:

Association for Bread Production of Turkmenistan
(Turkmenchleboproduct)
Kemine Str. 102
Ashkabad
Mr Nuriev, Chairman
(tel.: (007 3632) 25 15 28;
fax: (007 3632) 25 58 79).

BIJLAGE III

Verordening (EG) nr. 997/96

UITSLAGCERTIFICAAT

Ondergetekende,
(naam/voornaam/functie)

handelend voor rekening van
bevestigt de hieronder vermelde goederen te hebben overgenomen:

Produkt:		
Verpakking:		
Totale hoeveelheid in ton (netto): (bruto):		
Aantal	zakken:	
	„Big-Bags“:	
Plaats en datum van overname:		
Naam van het schip:		
Naam en adres van de betrokken transportmaatschappij:		

Naam en adres van de toezichtsmaatschappij: Naam en handtekening van de vertegenwoordiger ter plaatse:

Opmerkingen of voorbehoud:

Handtekening en stempel
 van het verwerkend bedrijf

BIJLAGE IV

Verordening (EG) nr. 997/96

Trein nr.

OVERNAMECERTIFICAAT BIJ AANKOMST VAN DE WAGONS IN DE LANDEN VAN
BESTEMMINGOndergetekende,
(naam/voornaam/functie)handelend voor rekening van
bevestigt de hieronder vermelde goederen overgenomen te hebben:

Produkt:

Plaats en datum van overname:

Nummer wagon	Nummer loodje	Hoeveelheid (nettogewicht)	Aantal colli	Datum grensovergang	Hoeveelheden (!), handtekening en opmerkingen
1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

(!) In te vullen voor de wagons die gecontroleerd dienden te worden, met vermelding van het vastgestelde gewicht.

Naam en adres van de transportmaatschappij:

Naam en adres van de toezichtsmaatschappij:

Opmerkingen of voorbehoud:
.....Naam, handtekening en stempel van de
vertegenwoordiger van de toezichtsmaatschappij

Naam, handtekening en stempel van de begunstigde

.....
..........
.....

VERORDENING (EG) Nr. 998/96 VAN DE COMMISSIE

van 4 juni 1996

betreffende de invoering van een regeling inzake toezicht op de invoer van verse zure kersen van oorsprong uit de Republieken Bosnië-Herzegovina, Kroatië en Slovenië en de voormalige Joegoslavische Republiek Macedonië

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EG) nr. 3355/94 van de Raad van 22 december 1994 betreffende de regeling voor de invoer in de Gemeenschap van produkten van oorsprong uit de Republieken Bosnië-Herzegovina, Kroatië, Slovenië en de voormalige Joegoslavische Republiek Macedonië⁽¹⁾, gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 3032/95⁽²⁾, en met name op artikel 9,

Overwegende dat in Verordening (EG) nr. 3355/94 is bepaald dat, voor verse zure kersen van oorsprong uit bovengenoemde republieken, voor maximaal 3 000 ton per jaar tariefconcessies worden verleend;

Overwegende dat, om ervoor te zorgen dat deze bepalingen goed worden toegepast, de invoer van verse zure kersen van oorsprong uit de Republieken Bosnië-Herzegovina, Kroatië en Slovenië en de voormalige Joegoslavische Republiek Macedonië aan een stelsel van invoercertificaten dient te worden onderworpen; dat voor de toepassing van dat stelsel nadere bepalingen moeten worden vastgesteld;

Overwegende dat van het bepaalde in Verordening (EEG) nr. 3719/88 van de Commissie van 16 november 1988 houdende gemeenschappelijke uitvoeringsbepalingen inzake het stelsel van invoer-, uitvoer- en voorfixatiecertificaten voor landbouwprodukten⁽³⁾, laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 2137/95⁽⁴⁾, dient te worden afgevoerd teneinde te voorkomen dat de bij Verordening (EG) nr. 3355/94 vastgestelde hoeveelheid wordt overschreden;

Overwegende dat de invoercertificaten worden afgegeven op basis van de gedetailleerde GN-code; dat in de gecombineerde nomenclatuur zeven codes worden vermeld die moeten worden gebruikt al naar gelang van de periode waarin de zure kersen worden ingevoerd; dat het derhalve dienstig is te bepalen dat voor deze zeven GN-codes invoercertificaten worden afgegeven; dat bij de vaststelling van de geldigheidsduur van het certificaat bovendien rekening wordt gehouden met de duur van het vervoer van het produkt naar de Gemeenschap;

Overwegende dat, om de regeling vlot te doen functioneren, dient te worden bepaald dat de Lid-Staten wekelijks

van de niet-opgenomen hoeveelheden waarvoor certificaten zijn afgegeven opgave doen,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

1. Bij invoer, in de Gemeenschap, van verse zure kersen van de GN-codes 0809 20 11, 0809 20 21, 0809 20 31, 0809 20 41, 0809 20 51, 0809 20 61 en 0809 20 71, van oorsprong uit de Republieken Bosnië-Herzegovina, Kroatië en Slovenië en de voormalige Joegoslavische Republiek Macedonië dient een invoercertificaat te worden overgelegd dat door de betrokken Lid-Staten wordt afgegeven aan elke belanghebbende die daarom verzoekt, ongeacht de plaats waar hij in de Gemeenschap is gevestigd.

2. Het invoercertificaat wordt slechts afgegeven wanneer een zekerheid is gesteld om te waarborgen dat de invoer tijdens de geldigheidsduur van het certificaat zal geschieden.

Artikel 2

1. Het bepaalde in Verordening (EEG) nr. 3719/88 is van toepassing op de invoercertificaten voor verse zure kersen van oorsprong uit de in artikel 1 genoemde republieken, tenzij in deze verordening anders is bepaald.

In afwijking van het bepaalde in artikel 8, lid 4, van vorengenoemde verordening zijn de bepalingen inzake de tolerantie boven de vermelde hoeveelheid niet van toepassing.

2. In vak 16 van de certificaataanvraag en van het invoercertificaat worden de GN-codes 0809 20 11, 0809 20 21, 0809 20 31, 0809 20 41, 0809 20 51, 0809 20 61 en 0809 20 71 vermeld.

3. Het bedrag van de zekerheid wordt vastgesteld op 0,72 ecu per 100 kg nettogewicht.

4. De invoercertificaten zijn te rekenen vanaf de datum van afgifte twintig dagen geldig.

Behoudens overmacht, wordt de zekerheid geheel of gedeeltelijk verbeurd indien de invoer niet of slechts ten dele binnen die termijn gebeurt.

⁽¹⁾ PB nr. L 353 van 31. 12. 1994, blz. 1.

⁽²⁾ PB nr. L 316 van 30. 12. 1995, blz. 4.

⁽³⁾ PB nr. L 331 van 2. 12. 1988, blz. 1.

⁽⁴⁾ PB nr. L 214 van 8. 9. 1995, blz. 21.

Artikel 3

1. In vak 8 van de certificaataanvraag en van het invoercertificaat wordt, respectievelijk worden de betrokken republiek, respectievelijk republieken vermeld als land van oorsprong van het produkt. Het invoercertificaat geldt uitsluitend voor produkten van oorsprong uit die republiek, respectievelijk republieken.

2. De invoercertificaten worden afgegeven op de vijfde werkdag volgende op de dag waarop de aanvraag is ingediend, voor zover in die periode geen maatregelen worden genomen.

Artikel 4

De Lid-Staten delen de Commissie de volgende gegevens mede:

1. de hoeveelheden verse zure kersen waarvoor invoercertificaten zijn aangevraagd.

Deze mededeling wordt gedaan:

— elke woensdag, voor de op maandag en dinsdag ingediende aanvragen;

— elke vrijdag, voor de op woensdag en donderdag ingediende aanvragen;

— elke maandag, voor de op vrijdag van de voorafgaande week ingediende aanvragen;

2. de niet-opgenomen hoeveelheden waarvoor invoercertificaten zijn afgegeven; deze hoeveelheden zijn gelijk aan het verschil tussen de op de achterkant van de certificaten afgeboekte hoeveelheden en de hoeveelheden waarvoor die certificaten zijn afgegeven.

Elke woensdag worden de gegevens medegedeeld die betrekking hebben op de voorafgaande week;

3. indien in de in punt 1 genoemde periodes geen invoercertificaataanvragen zijn ontvangen of indien er geen niet-opgenomen hoeveelheden als bedoeld in punt 2 zijn, deelt de betrokken Lid-Staat dit op de in genoemde punten van dit artikel vastgestelde dagen aan de Commissie mede.

Artikel 5

Deze verordening treedt in werking op de achtste dag volgende op die van haar bekendmaking in het *Publikatieblad van de Europese Gemeenschappen*.

Zij is van toepassing tot en met 31 december 1996.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in elke Lid-Staat.

Gedaan te Brussel, 4 juni 1996.

Voor de Commissie

Franz FISCHLER

Lid van de Commissie

VERORDENING (EG) Nr. 999/96 VAN DE COMMISSIE

van 4 juni 1996

houdende wijziging van Verordening (EEG) nr. 3886/92 tot vaststelling van de uitvoeringsbepalingen inzake de premiereregelingen waarin is voorzien in de sector rundvlees, wat de toepassing van de verwerkingspremie betreft

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE
GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese
Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EEG) nr. 805/68 van de Raad van
27 juni 1968 houdende een gemeenschappelijke ordening
der markten in de sector rundvlees⁽¹⁾, laatstelijk gewijzigd
bij Verordening (EG) nr. 894/96⁽²⁾, en met name op
artikel 4 i, lid 4,

Overwegende dat de tenuitvoerlegging van de bij artikel
4 i van Verordening (EEG) nr. 805/68 ingestelde verwer-
kingspremie, overeenkomstig Verordening (EEG) nr.
3886/92 van de Commissie⁽³⁾, laatstelijk gewijzigd bij
Verordening (EG) nr. 1850/95⁽⁴⁾, kan leiden tot onbillijke
situaties wat de sancties betreft die van toepassing zijn
wanneer het aantal dieren waarvoor een aanvraag is inge-
diend, niet overeenkomt met het aantal in aanmerking
komende dieren dat voor verwerking wordt aangeboden;
dat artikel 49 van Verordening (EEG) nr. 3886/92
derhalve moet worden gewijzigd;

Overwegende dat, om economische gevolgen voor de
betrokken marktdeelnemers te voorkomen, de maatregel
van toepassing moet worden gesteld vanaf de feitelijke
tenuitvoerlegging van de verwerkingspremie;

Overwegende dat de in deze verordening vervatte maatre-
gelen in overeenstemming zijn met het advies van het
Comité van beheer voor rundvlees,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

Artikel 49, lid 3, van Verordening (EEG) nr. 3886/92
wordt vervangen door de volgende tekst:

„3. Wanneer wordt geconstateerd dat dieren voor
verwerking worden aangeboden die geen dieren zijn
als bedoeld in lid 1, wordt de premie toegekend voor
het aantal in aanmerking komende aangeboden
dieren, verminderd met het aantal niet in aanmerking
komende aangeboden dieren.”

Artikel 2

Deze verordening treedt in werking op de derde dag
volgende op die van haar bekendmaking in het *Publika-
tieblad van de Europese Gemeenschappen*.

Zij is van toepassing met ingang van 20 april 1996.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in
elke Lid-Staat.

Gedaan te Brussel, 4 juni 1996.

Voor de Commissie

Franz FISCHLER

Lid van de Commissie

⁽¹⁾ PB nr. L 148 van 28. 6. 1968, blz. 24.

⁽²⁾ PB nr. L 125 van 23. 5. 1996, blz. 1.

⁽³⁾ PB nr. L 391 van 31. 12. 1992, blz. 20.

⁽⁴⁾ PB nr. L 177 van 28. 7. 1995, blz. 45.

VERORDENING (EG) Nr. 1000/96 VAN DE COMMISSIE

van 4 juni 1996

tot wijziging van Verordening (EEG) nr. 1538/91 houdende uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 1906/90 van de Raad tot vaststelling van handelsnormen voor vlees van pluimvee

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EEG) nr. 1906/90 van de Raad van 26 juni 1990 tot vaststelling van handelsnormen voor vlees van pluimvee ⁽¹⁾, laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 3204/93 ⁽²⁾, en met name op artikel 9,

Overwegende dat bij Verordening (EEG) nr. 1538/91 van de Commissie ⁽³⁾, laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 205/96 ⁽⁴⁾, de uitvoeringsbepalingen zijn vastgesteld inzake de handelsnormen voor vlees van pluimvee;

Overwegende dat, gezien de opgedane ervaring, de definitie van kapoenen en de desbetreffende criteria in bijlage IV van Verordening (EEG) nr. 1538/91 moeten worden gewijzigd;

Overwegende dat de in deze verordening vervatte maatregelen in overeenstemming zijn met het advies van het Comité van beheer voor slachtpluimvee en eieren,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

Verordening (EEG) nr. 1538/91 wordt als volgt gewijzigd:

1. In artikel 1, lid 1, onder a), wordt het derde streepje vervangen door:

„— kapoenen: mannelijke kippen die langs chirurgische weg zijn gecastreerd voordat zij slachtrijp zijn geworden en die zijn geslacht wanneer zij ten minste 140 dagen oud zijn; na de castratie moeten de kapoenen gedurende ten minste 77 dagen zijn vetgemest.”.

2. Bijlage IV wordt als volgt gewijzigd:

— onder c), tweede streepje, wordt het tweede streepje vervangen door:

„— 2 m² grondoppervlak, wanneer het gaat om eenden of kapoenen,”;

— onder d), laatste streepje, wordt het tweede streepje vervangen door:

„— vier weken voor kapoenen,”.

Artikel 2

Deze verordening treedt in werking op de zevende dag volgende op die van haar bekendmaking in het *Publikatieblad van de Europese Gemeenschappen*.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in elke Lid-Staat.

Gedaan te Brussel, 4 juni 1996.

Voor de Commissie

Franz FISCHLER

Lid van de Commissie

⁽¹⁾ PB nr. L 173 van 6. 7. 1990, blz. 1.

⁽²⁾ PB nr. L 289 van 24. 11. 1993, blz. 3.

⁽³⁾ PB nr. L 143 van 7. 6. 1991, blz. 11.

⁽⁴⁾ PB nr. L 27 van 3. 2. 1996, blz. 6.

VERORDENING (EG) Nr. 1001/96 VAN DE COMMISSIE

van 4 juni 1996

tot wijziging van Verordening (EG) nr. 1487/95 houdende vaststelling van de balans voor de voorziening van de Canarische eilanden met produkten van de sector varkensvlees en van de steunbedragen voor de produkten uit de Gemeenschap

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE
GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese
Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EEG) nr. 1601/92 van de Raad van
15 juni 1992 houdende specifieke maatregelen voor
bepaalde landbouwprodukten ten behoeve van de Cana-
rische eilanden⁽¹⁾, laatstelijk gewijzigd bij Verordening
(EG) nr. 2537/95 van de Commissie⁽²⁾, en met name op
artikel 4, lid 4,

Overwegende dat de steunbedragen voor de levering aan
de Canarische eilanden van produkten van de sector
varkensvlees zijn vastgesteld bij Verordening (EG) nr.
1487/95 van de Commissie⁽³⁾, gewijzigd bij Verordening
(EG) nr. 2951/95⁽⁴⁾;

Overwegende dat het aantal raszuivere fokvarkens
verhoogd moet worden om het productiepotentieel van

de eilandengroep te verhogen en aan de toegenomen
plaatselijke vraag te voldoen;

Overwegende dat de in deze verordening vervatte maat-
regelen in overeenstemming zijn met het advies van het
Comité van beheer voor varkensvlees,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

Bijlage III bij Verordening (EG) nr. 1487/95 wordt
vervangen door de bijlage bij deze verordening.

Artikel 2

Deze verordening treedt in werking op de derde dag
volgende op die van haar bekendmaking in het *Publika-
tieblad van de Europese Gemeenschappen*.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in
elke Lid-Staat.

Gedaan te Brussel, 4 juni 1996.

Voor de Commissie

Franz FISCHLER

Lid van de Commissie

⁽¹⁾ PB nr. L 173 van 27. 6. 1992, blz. 13.

⁽²⁾ PB nr. L 260 van 31. 10. 1995, blz. 10.

⁽³⁾ PB nr. L 145 van 29. 6. 1995, blz. 63.

⁽⁴⁾ PB nr. L 308 van 21. 12. 1995, blz. 41.

*BIJLAGE**„BIJLAGE III*

Levering aan de Canarische eilanden van raszuivere fokvarkens van oorsprong uit de Gemeenschap voor de periode van 1 juli 1995 tot en met 30 juni 1996

GN-code	Omschrijving	Aantal te leveren dieren	Steunbedrag (in ecu/stuk)
0103 10 00	Raszuivere fokvarkens ⁽¹⁾ :		
	— beren	160	483
	— zeugen	4 000	423

⁽¹⁾ Indeling onder deze onderverdeling is onderworpen aan de voorwaarden en bepalingen, vastgesteld bij de op dit gebied geldende communautaire bepalingen."

VERORDENING (EG) Nr. 1002/96 VAN DE COMMISSIE

van 4 juni 1996

tot vaststelling van forfaitaire invoerwaarden voor de bepaling van de invoerprijzen van bepaalde soorten groenten en fruit

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE
GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese
Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EG) nr. 3223/94 van de
Commissie van 21 december 1994 houdende uitvoerings-
bepalingen van de invoerregeling voor groenten en
fruit⁽¹⁾, laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG)
nr. 2933/95⁽²⁾, en met name op artikel 4, lid 1,

Gelet op Verordening (EEG) nr. 3813/92 van de Raad van
28 december 1992 betreffende de rekeneenheid en de
omrekeningskoersen die in het kader van het gemeen-
schappelijk landbouwbeleid moeten worden toegepast⁽³⁾,
laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 150/95⁽⁴⁾,
en met name op artikel 3, lid 3,

Overwegende dat in Verordening (EG) nr. 3223/94 op
grond van de multilaterale handelsbesprekingen in het
kader van de Uruguay-Ronde de criteria zijn vastgesteld
aan de hand waarvan de Commissie voor de produkten en

de periodes die in de bijlage bij die verordening zijn
vermeld, de forfaitaire waarden bij invoer uit derde landen
vaststelt;

Overwegende dat op grond van de bovenvermelde criteria
de forfaitaire invoerwaarden moeten worden vastgesteld
op de in de bijlage bij deze verordening vermelde niveaus,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

De in artikel 4 van Verordening (EG) nr. 3223/94
bedoelde forfaitaire invoerwaarden worden vastgesteld
zoals aangegeven in de tabel in de bijlage bij deze veror-
dening.

Artikel 2

Deze verordening treedt in werking op 5 juni 1996.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in
elke Lid-Staat.

Gedaan te Brussel, 4 juni 1996.

Voor de Commissie

Franz FISCHLER

Lid van de Commissie

⁽¹⁾ PB nr. L 337 van 24. 12. 1994, blz. 66.

⁽²⁾ PB nr. L 307 van 20. 12. 1995, blz. 21.

⁽³⁾ PB nr. L 387 van 31. 12. 1992, blz. 1.

⁽⁴⁾ PB nr. L 22 van 31. 1. 1995, blz. 1.

BIJLAGE

bij de verordening van de Commissie van 4 juni 1996 tot vaststelling van forfaitaire invoerwaarden voor de bepaling van de invoerprijzen van bepaalde soorten groenten en fruit

<i>(in ecu/100 kg)</i>			<i>(in ecu/100 kg)</i>		
GN-code	Code derde landen (!)	Forfaitaire invoerwaarde	GN-code	Code derde landen (!)	Forfaitaire invoerwaarde
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	
	999	84,7	999	73,7	
0805 30 30	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	

(!) Landennomenclatuur vastgesteld bij Verordening (EG) nr. 68/96 van de Commissie (PB nr. L 14 van 19. 1. 1996, blz. 16). De code „999” staat voor „andere oorsprong”.

VERORDENING (EG) Nr. 1003/96 VAN DE COMMISSIE

van 4 juni 1996

tot vaststelling van de mate waarin aan de aanvragen voor uitvoercertificaten in de sector slachtpluimvee kan worden voldaan

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE
GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese
Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EG) nr. 1372/95 van de Commissie
van 16 juni 1995 tot vaststelling van uitvoeringsbepa-
lingen inzake de regeling van uitvoercertificaten in de
sector slachtpluimvee ⁽¹⁾, laatstelijk gewijzigd bij Verorde-
ning (EG) nr. 180/96 ⁽²⁾, en met name op artikel 3, lid 4,

Overwegende dat bij Verordening (EG) nr. 1372/95 is
voorzien in bijzondere maatregelen die worden getroffen
wanneer de aanvragen voor uitvoercertificaten betrekking
hebben op hoeveelheden en/of uitgaven die, in de
betrokken periode, de normale afzet, rekening houdend
met de in artikel 8, lid 11, van Verordening (EEG) nr.
2777/75 van de Raad ⁽³⁾, laatstelijk gewijzigd bij Verorde-
ning (EG) nr. 2916/95 van de Commissie ⁽⁴⁾, bedoelde
maxima, en/of de desbetreffende uitgaven overschrijden
of dreigen te overschrijden;

Overwegende dat de markt voor bepaalde produkten van
de sector slachtpluimvee gekenmerkt wordt door een
onzekere situatie; dat in verband met het feit dat de resti-
tuties voor deze produkten op zeer korte termijn worden
gewijzigd, met speculatieve doeleinden uitvoercertificaten
zouden kunnen worden aangevraagd; dat de afgifte van

certificaten voor de van 27 tot en met 31 mei 1996 aange-
vraagde hoeveelheden tot gevolg zou kunnen hebben dat
de hoeveelheden worden overschreden die overeenkomen
met de normale afzet van de betrokken produkten; dat de
aanvragen waarvoor voor de betrokken produkten nog
geen uitvoercertificaten zijn afgegeven, dienen te worden
afgewezen en de op bepaalde aangevraagde hoeveelheden
toe te passen aanvaardingscoëfficiënten dienen te worden
vastgesteld,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

Voor aanvragen voor uitvoercertificaten die op grond van
Verordening (EG) nr. 1372/95 in de sector slachtpluimvee
worden ingediend, geldt dat er geen gevolg wordt gegeven
aan de aanvragen die in behandeling zijn en waarvoor de
certificaten op of na 5 juni 1996 hadden moeten worden
afgegeven voor de in bijlage I bij deze verordening
bedoelde categorie 1.

Artikel 2

Deze verordening treedt in werking op 5 juni 1996.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in
elke Lid-Staat.

Gedaan te Brussel, 4 juni 1996.

Voor de Commissie

Franz FISCHLER

Lid van de Commissie

⁽¹⁾ PB nr. L 133 van 17. 6. 1995, blz. 26.

⁽²⁾ PB nr. L 25 van 1. 2. 1996, blz. 27.

⁽³⁾ PB nr. L 282 van 1. 11. 1975, blz. 77.

⁽⁴⁾ PB nr. L 305 van 19. 12. 1995, blz. 49.

VERORDENING (EG) Nr. 1004/96 VAN DE COMMISSIE
van 4 juni 1996
tot wijziging van de invoerrechten in de sector granen

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE
GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese
Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EEG) nr. 1766/92 van de Raad van
30 juni 1992 houdende een gemeenschappelijke ordening
der markten in de sector granen ⁽¹⁾, laatstelijk gewijzigd bij
Verordening (EG) nr. 923/96 ⁽²⁾,

Gelet op Verordening (EG) nr. 1502/95 van de
Commissie van 29 juni 1995 tot vaststelling, voor het
verkoopseizoen 1995/1996, van uitvoeringsbepalingen van
Verordening (EEG) nr. 1766/92 van de Raad ten aanzien
van de invoerrechten in de sector granen ⁽³⁾, laatstelijk
gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 346/96 ⁽⁴⁾, en met
name op artikel 2, lid 1,

Overwegende dat de invoerrechten in de sector granen
zijn vastgesteld bij Verordening (EG) nr. 966/96 van de
Commissie ⁽⁵⁾;

Overwegende dat in artikel 2, lid 1, van Verordening (EG)
nr. 966/96 is bepaald dat, indien in de loop van een

toepassingsperiode het berekende gemiddelde van de
invoerrechten 5 ecu per ton verschilt van het vastgestelde
recht, een overeenkomstige aanpassing wordt uitgevoerd;
dat dit verschil zich heeft voorgedaan; dat de in Verorde-
ning (EG) nr. 966/96 vastgestelde invoerrechten derhalve
aangepast moeten worden,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

De bijlagen I en II bij Verordening (EG) nr. 966/96
worden vervangen door de bijlagen I en II bij deze veror-
dening.

Artikel 2

Deze verordening treedt in werking op 5 juni 1996.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in
elke Lid-Staat.

Gedaan te Brussel, 4 juni 1996.

Voor de Commissie

Franz FISCHLER

Lid van de Commissie

⁽¹⁾ PB nr. L 181 van 1. 7. 1992, blz. 21.

⁽²⁾ PB nr. L 126 van 24. 5. 1996, blz. 37.

⁽³⁾ PB nr. L 147 van 30. 6. 1995, blz. 13.

⁽⁴⁾ PB nr. L 49 van 28. 2. 1996, blz. 5.

⁽⁵⁾ PB nr. L 131 van 1. 6. 1996, blz. 3.

BIJLAGE I

Invoerrechten voor de in artikel 10, lid 2, van Verordening (EEG) nr. 1766/92 genoemde producten

GN-code	Omschrijving	Invoerrecht bij invoer over land, langs de binnenwateren of over zee vanuit havens aan de Middellandse Zee, de Zwarte Zee of de Oostzee (in ecu/ton)	Invoerrecht bij invoer over zee vanuit andere havens ⁽²⁾ (in ecu/ton)
1001 10 00	Harde tarwe ⁽¹⁾	0,00	0,00
1001 90 91	Zachte tarwe, zaaigoed	0,00	0,00
1001 90 99	Zachte tarwe van hoge kwaliteit, bestemd voor zaaidoeleinden ⁽³⁾	0,00	0,00
	van gemiddelde kwaliteit	0,00	0,00
	van lage kwaliteit	16,64	6,64
1002 00 00	Rogge	49,98	39,98
1003 00 10	Gerst, zaaigoed	49,98	39,98
1003 00 90	Gerst, niet bestemd voor zaaidoeleinden ⁽³⁾	49,98	39,98
1005 10 90	Mais, zaaigoed, andere dan hybriden	28,89	18,89
1005 90 00	Mais, andere dan zaaigoed ⁽³⁾	28,89	18,89
1007 00 90	Graansorgho, andere dan hybriden bestemd voor zaaidoeleinden	49,98	39,98

⁽¹⁾ Voor harde (durum)tarwe die niet voldoet aan de in bijlage I van Verordening (EG) nr. 1502/95 bedoelde minimumkwaliteit geldt het invoerrecht dat is vastgesteld voor zachte tarwe van lage kwaliteit.

⁽²⁾ Voor producten die via de Atlantische Oceaan in de Gemeenschap worden aangevoerd (artikel 2, lid 4, van Verordening (EG) nr. 1502/95) komt de importeur in aanmerking voor een verlaging van het invoerrecht met:

— 3 ecu/ton, als de loshaven aan de Middellandse Zee ligt, of

— 2 ecu/ton, als de loshaven in Ierland, het Verenigd Koninkrijk, Denemarken, Zweden, Finland of aan de Atlantische kust van het Iberisch schiereiland ligt.

⁽³⁾ De importeur komt in aanmerking voor een forfaitaire verlaging van het invoerrecht met 14 of 8 ecu/ton, als aan de in artikel 2, lid 5, van Verordening (EG) nr. 1502/95 vastgestelde voorwaarden is voldaan.

BIJLAGE II

Elementen voor de berekening van de invoerrechten (periode van 22. 5. 1996 tot en met 3. 6. 1996):

1. Gemiddelden over de twee weken vóór de dag van de vaststelling:

Beursnoteringen	Minneapolis	Kansas-City	Chicago	Chicago	Mid-America	Mid-America
Produkt (eiwitgehalte bij 12 % vocht)	HRS2. 14 %	HRW2. 11 %	SRW2	YC3	HAD2	US barley 2
Notering (ecu/ton)	183,69	186,12	159,97	154,76	202,59 (!)	138,14 (!)
Golfpremie (ecu/ton)	—	21,37	20,68	13,41	—	—
Groten-Merenpremie (ecu/ton)	25,75	—	—	—	—	—

(!) Fob Duluth.

2. Vrachttarieven/kosten: Golf van Mexico — Rotterdam: 11,56 ecu/ton; Grote Meren — Rotterdam: 20,73 ecu/ton.

3. Subsidies (artikel 4, lid 2, derde alinea, van Verordening (EG) nr. 1502/95: 0,00 ecu/ton).

VERORDENING (EG) Nr. 1005/96 VAN DE COMMISSIE

van 4 juni 1996

tot wijziging van de representatieve prijzen en de aanvullende invoerrechten voor bepaalde producten uit de sector suiker

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE
GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese
Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EEG) nr. 1785/81 van de Raad van
30 juni 1981 houdende een gemeenschappelijke ordening
der markten in de sector suiker ⁽¹⁾, laatstelijk gewijzigd bij
Verordening (EG) nr. 1101/95 ⁽²⁾,

Gelet op Verordening (EG) nr. 1423/95 van de
Commissie van 23 juni 1995 tot vaststelling van de
uitvoeringsbepalingen voor de invoer van producten uit
de sector suiker, andere dan melasse ⁽³⁾, gewijzigd bij
Verordening (EG) nr. 2528/95 ⁽⁴⁾, en met name op artikel
1, lid 2, tweede alinea, en artikel 3, lid 1,

Overwegende dat de representatieve prijzen en de aanvul-
lende invoerrechten voor witte suiker, ruwe suiker en
bepaalde stropen zijn vastgesteld bij Verordening (EG)
nr. 1568/95 van de Commissie ⁽⁵⁾, laatstelijk gewijzigd bij
Verordening (EG) nr. 987/96 ⁽⁶⁾;

Overwegende dat toepassing van de in Verordening (EG)
nr. 1423/95 bedoelde voorschriften en bepalingen op de
gegevens waarover de Commissie thans beschikt, ertoe
leidt de momenteel geldende bedragen te wijzigen en vast
te stellen zoals vermeld in de bijlage bij deze verordening,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

De representatieve prijzen en de aanvullende invoer-
rechten voor de in artikel 1 van Verordening (EG)
nr. 1423/95 bedoelde producten worden vastgesteld zoals
aangegeven in de bijlage.

Artikel 2

Deze verordening treedt in werking op 5 juni 1996.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in
elke Lid-Staat.

Gedaan te Brussel, 4 juni 1996.

Voor de Commissie

Franz FISCHLER

Lid van de Commissie

⁽¹⁾ PB nr. L 177 van 1. 7. 1981, blz. 4.
⁽²⁾ PB nr. L 110 van 17. 5. 1995, blz. 1.
⁽³⁾ PB nr. L 141 van 24. 6. 1995, blz. 16.
⁽⁴⁾ PB nr. L 258 van 28. 10. 1995, blz. 50.
⁽⁵⁾ PB nr. L 150 van 1. 7. 1995, blz. 36.
⁽⁶⁾ PB nr. L 131 van 1. 6. 1996, blz. 57.

BIJLAGE

bij de verordening van de Commissie van 4 juni 1996 tot wijziging van de representatieve prijzen en de bedragen van de aanvullende invoerrechten voor witte suiker, ruwe suiker en produkten van GN-code 1702 90 99

(in ecu)

GN-code	Representatieve prijs per 100 kg netto van het betrokken produkt	Aanvullend recht per 100 kg netto van het betrokken produkt
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⁾ Vaststelling voor de standaardkwaliteit als gedefinieerd in artikel 1 van de gewijzigde Verordening (EEG) nr. 431/68 van de Raad (PB nr. L 89 van 10. 4. 1968, blz. 3).

⁽²⁾ Vaststelling voor de standaardkwaliteit als gedefinieerd in artikel 1 van Verordening (EEG) nr. 793/72 van de Raad (PB nr. L 94 van 21. 4. 1972, blz. 1).

⁽³⁾ Vaststelling per procent sacharose.

VERORDENING (EG) Nr. 1006/96 VAN DE RAAD

van 3 juni 1996

tot instelling van een definitief anti-dumpingrecht op de invoer van actieve kool
in poedervorm van oorsprong uit de Volksrepubliek China

DE RAAD VAN DE EUROPESE UNIE,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EG) nr. 384/96 van de Raad van 22 december 1995 betreffende beschermende maatregelen tegen invoer met dumping uit landen die geen lid zijn van de Europese Gemeenschap⁽¹⁾, inzonderheid op artikel 23,Gelet op Verordening (EEG) nr. 2423/88 van de Raad van 11 juli 1988 betreffende beschermende maatregelen tegen invoer met dumping of subsidiëring uit landen die geen lid zijn van de Europese Economische Gemeenschap⁽²⁾, inzonderheid op artikel 12,

Gezien het voorstel van de Commissie dat na overleg in het Raadgevend Comité is ingediend,

Overwegende hetgeen volgt:

A. VOORLOPIGE MAATREGELEN

(1) De Commissie heeft bij Verordening (EG) nr. 1984/95⁽³⁾, hierna „voorlopige verordening” genoemd, een voorlopig anti-dumpingrecht ingesteld op de invoer in de Gemeenschap van actieve kool in poedervorm (hierna „AKP” genoemd), ingedeeld onder GN-code ex 3802 10 00, van oorsprong uit de Volksrepubliek China.

Bij Verordening (EG) nr. 2736/95⁽⁴⁾ werd de geldigheidsduur van dit recht door de Raad met twee maanden verlengd.

- (2) Na de instelling van het voorlopige recht hebben een Chinese exporteur, de indieners van de klacht en andere belanghebbenden de Commissie schriftelijk hun opmerkingen aangaande de voorlopige bevindingen doen toekomen. Belanghebbenden werden op hun verzoek door de Commissie gehoord. In het bijzonder dient te worden vermeld dat negen importeurs/distributeurs die lid zijn van de „Community of Activated Carbon Importing Companies in Europe” (hierna „Cacic” genoemd) gezamenlijk een schrijven aan de Commissie hebben gericht met opmerkingen over de bevindingen van de Commissie.
- (3) Voorts heeft na de instelling van het voorlopige recht een in de Verenigde Staten van Amerika

gevestigd bedrijf de Commissie laten weten dat het door middel van een joint venture AKP onder eigen merknaam in de Volksrepubliek China produceert en in 1994 begonnen is dit produkt naar de Gemeenschap uit te voeren (d.w.z. na het onderzoektijdvak). Het Amerikaanse bedrijf verzocht van een eventueel definitief anti-dumpingrecht te worden vrijgesteld. Geantwoord werd dat een dergelijke vrijstelling echter slechts kan worden verleend nadat een zogenaamd „onderzoek ten behoeve van een nieuwkomer op de markt” heeft plaatsgevonden, overeenkomstig artikel 11, lid 4, van Verordening (EG) nr. 3283/94. Daar onderhavige procedure bovendien betrekking heeft op een produkt uit een land dat geen markt-economie heeft, zou het bedrijf bovendien ten genoegen van de Gemeenschapsinstellingen moeten aantonen dat het toch voor een individuele behandeling in aanmerking komt. Enkele opmerkingen van algemene aard die dit bedrijf maakte, waren ook al door andere belanghebbenden gemaakt. Met deze opmerkingen is dus zo nodig reeds rekening gehouden.

- (4) Zoals in overweging 76 van de voorlopige verordening vermeld, had geen enkel openbaar of industrieel gebruiker van AKP in het stadium van de voorlopige bevindingen bij de Commissie opmerkingen ingediend. Na de instelling van het voorlopige recht hebben enkele daarvan hun standpunt aan de Commissie ter kennis gebracht.

Op voorstel van enkele importeurs/distributeurs heeft de Commissie „grootgebruikers” van AKP benaderd om informatie te verkrijgen over de ontwikkelingen van het gebruik in de laatste jaren en over hun ervaringen met AKP uit China in vergelijking met het Gemeenschapsprodukt. Te dien einde heeft de Commissie talrijke AKP-gebruikers in de Gemeenschap beknopte vragenlijsten toegezonden. In totaal heeft de Commissie contact opgenomen met 22 gebruikers in zes Lid-Staten. Slechts twaalf van deze gebruikers, die ongeveer 6 % van het totale gebruik in de Gemeenschap vertegenwoordigen, hebben bruikbare opmerkingen of antwoorden toegezonden. Gegevens over de aldus verkregen aanvullende informatie zijn opgenomen in de overweging 62 tot en met 66 van deze verordening.

⁽¹⁾ PB nr. L 56 van 6. 3. 1996, blz. 1.

⁽²⁾ PB nr. L 209 van 2. 8. 1988, blz. 1. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 522/94 (PB nr. L 66 van 10. 3. 1994, blz. 10).

⁽³⁾ PB nr. L 192 van 15. 8. 1995, blz. 14.

⁽⁴⁾ PB nr. L 285 van 29. 11. 1995, blz. 2.

- (5) De Commissie bleef alle verdere gegevens die zij voor haar bevindingen noodzakelijk achtte, zoeken en controleren. Voorts heeft zij de berekeningen tot vaststelling van dumping, onderbieding en schade

die zij in het kader van haar voorlopige bevindingen had gemaakt, op enkele punten herzien. De partijen werden van deze herziene berekeningen in kennis gesteld alsmede van de voornaamste feiten en overwegingen op grond waarvan de Commissie voornemens was de aanbeveling te doen een definitief anti-dumpingrecht in te stellen en over te gaan tot de definitieve inning van de bedragen die uit hoofde van het voorlopige recht als zekerheid waren gesteld. Partijen konden hierover binnen een bepaalde termijn opmerkingen maken. Hun opmerkingen zijn door de Commissie onderzocht die haar bevindingen op grond hiervan zo nodig heeft gewijzigd.

B. PROCEDUREKWESTIES

- (6) Deze procedure werd ingeleid naar aanleiding van een klacht van de „European Chemical Industry Council” (hierna „Cefic” genoemd) die volgens de Cacic „onvolledige feitelijke gegevens” en „onjuiste beweringen” bevatte en waarin een aantal relevante factoren niet waren vermeld die, als zij de Commissie bekend waren geweest, haar ervan hadden weerhouden de procedure in te leiden. De Cacic stelde dat de indieners van de klacht de namen en adressen van hen bekende importeurs in verschillende Lid-Staten hadden weggelaten, waardoor deze importeurs niet in staat waren geweest aan het onderzoek deel te nemen. De Cacic voerde tevens aan dat de Commissie erop opmerkzaam was gemaakt dat de klacht veel verkeerde adressen en fouten bevatte, maar dat zij niettemin geen maatregelen had genomen om de situatie in alle Lid-Staten te onderzoeken.

De Cacic stelde voorts dat de Commissie de medewerking van een importeur/distributeur in Zweden had geweigerd. Het voorlopige recht zou daarom niet relevant zijn voor de situatie op alle Gemeenschapsmarkten. De Cacic was derhalve van oordeel dat de voorlopige verordening niet alleen inbreuk maakte op de rechten van de importeurs in de nieuwe Lid-Staten maar dat bovendien de daarin vervatte marktanalyse gebrekkig was.

- (7) Wat de opmerking van de Cacic betreft over importeurs die niet in de klacht waren vermeld, dient erop te worden gewezen dat de Commissie reeds in een vroeg stadium van de procedure over het bestaan van deze bedrijven werd ingelicht en dat zij deze bedrijven vragenlijsten heeft toegezonden. De Commissie kan in het beginstadium van een procedure niet alle belanghebbende importeurs of exporteurs kennen, daar zij in eerste instantie moet uitgaan van de in de klacht vervatte informatie. In dit bijzondere geval was de Commissie ervan overtuigd dat de indiener van de klacht alle informatie had verschaft waarover hij beschikte. Voorts wordt een bericht bekendgemaakt in het *Publikatieblad van de Europese Gemeenschappen* waarin

alle belanghebbenden worden uitgenodigd zich bij de Commissie bekend te maken en aan de procedure mede te werken.

Wat de opmerking van de Cacic betreft dat de klacht niet de juiste adressen van bepaalde belanghebbenden bevatte, wordt erop gewezen dat de Commissie deze bedrijven opnieuw een vragenlijst heeft toegezonden toen zij door een van de haar bekende importeurs op de fouten werd gewezen.

Wat de bewering betreft dat de Commissie de medewerking van een Zweedse importeur/distributeur heeft geweigerd, wordt erop gewezen dat dit bedrijf zich eerst in februari 1995 bij de Commissie heeft aangemeld. Daar het onderzoek toen reeds in een gevorderd stadium was, werd deze importeur medegedeeld dat het niet meer mogelijk was een vragenlijst in te dienen. De Commissie heeft zich overigens voor opmerkingen van deze importeur aanbevolen gehouden, met name in verband met het belang van de Gemeenschap. Deze importeur heeft eerst na de instelling van het voorlopige recht weer contact opgenomen met de Commissie en heeft toen laten weten dat hij in het onderzoektijdvak geen AKP uit de Volksrepubliek China had ingevoerd.

- (8) Gezien het bovenstaande is de Commissie van mening dat het recht van verdediging van alle partijen is gerespecteerd. De bewering dat het onderzoek van de Commissie niet alle markten bestreek en dat de marktanalyse daarom gebrekkig is, wordt in overweging 67 behandeld.

C. ONDERZOCHT PRODUKT EN SOORTGE- LIJK PRÓDUKT

- (9) Enkele belanghebbenden hebben hun reeds eerder aangevoerde argument opnieuw naar voren gebracht, dat Chinese AKP niet als een produkt van dezelfde soort kan worden beschouwd als het in de Gemeenschap geproduceerde produkt (of het in de Verenigde Staten, het referentieland, geproduceerde produkt). Zij bleven erbij dat, gezien de vele verschillende soorten AKP die op de markt aanwezig zijn, de verschillende wijzen waarop deze geproduceerd worden, de verschillende grondstoffen die daarbij worden gebruikt en de verschillende technische kenmerken van het eindprodukt het een oversimplicatie was al deze soorten AKP als een soortgelijk produkt te beschouwen.
- (10) Een importeur/distributeur herhaalde zijn argument dat de Chinese soort „GA” (chemisch geactiveerd met behulp van zink) zeer efficiënt is voor de behandeling van afvalwater, vooral in vergelijking met het in de Gemeenschap vervaardigde AKP dat normaal voor dit doel wordt gebruikt. Volgens hem kon deze Chinese soort niet als een produkt van dezelfde soort worden beschouwd als de verschillende soorten AKP die in de Gemeenschap worden

vervaardigd. Een grootgebruiker had verklaard dat Chinese AKP die hij voor afvalwaterbehandeling bij deze importeur/distributeur had aangekocht, economisch gezien de voorkeur verdiende boven sommige in de Gemeenschap geproduceerde AKP-soorten. Met andere woorden, Chinese AKP was van betere kwaliteit en werd in vergelijking met sommige in de Gemeenschap geproduceerde soorten tegen een concurrerende prijs verkocht. Dit betekende uiteraard niet dat er geen betere Gemeenschapskwaliteiten waren. Het betekende echter wel dat de in de Gemeenschap geproduceerde soorten van dezelfde kwaliteit duurder zijn en daarom normalerwijze niet voor afvalwaterbehandeling worden gebruikt.

Dezelfde importeur/distributeur voerde voorts aan dat deze soort „GA” ook daarom geen soortgelijk produkt is daar het een lagere zuiverheidsgraad heeft dan de AKP die in de Gemeenschap met fosforzuur wordt geactiveerd. Chinese AKP zou daarom voor vele doeleinden waarvoor het Gemeenschapsprodukt wordt gebruikt, niet kunnen worden gebruikt.

- (11) In antwoord op bovenstaande argumenten merkt de Commissie op dat bij het onderzoek is gebleken dat de soort „GA” in de Gemeenschap aan vele verschillende soorten gebruikers werd verkocht, aan wie de Gemeenschapsproducenten ook hun verschillende soorten AKP verkochten (bij voorbeeld de levensmiddelenindustrie, de chemische industrie en voor waterbehandeling). Bovendien had de enige Chinese exporteur die medewerking verleende zelf verklaard dat de door hem vervaardigde soort „GA” voor vele doeleinden geschikt was, en zowel door chemische en farmaceutische bedrijven als de levensmiddelenindustrie kon worden gebruikt. Dit werd tijdens het onderzoek door verschillende importeurs/distributeurs bevestigd.
- (12) Een andere distributeur stelde dat de Chinese soort „GA” zeer efficiënt is voor gebruik bij de wijnproductie. Daar in de Gemeenschap geen met zink geactiveerde AKP wordt geproduceerd, zou het niet als een soortgelijk produkt kunnen worden beschouwd. Hiertegen kan worden ingebracht dat hoewel in de Gemeenschap geen met zink geactiveerde AKP wordt geproduceerd (zie de overwegingen 11 tot en met 17 van de voorlopige verordening), bij het onderzoek gebleken is dat in de Gemeenschap gelijkwaardig, met fosforzuur geactiveerde AKP wordt geproduceerd dat speciaal voor de wijnindustrie is ontwikkeld. Dit werd overigens onrechtstreeks door de distributeur zelf erkend die beweerde dat Chinese AKP door een hoog antidumpingrecht van de markt zou verdwijnen, waarna slechts de twee grootste Gemeenschapsproducenten op dit bijzondere segment van de AKP-markt met elkaar zouden concurreren.

- (13) Voorts werd aangevoerd dat chemisch geactiveerde AKP uit de Verenigde Staten niet vergeleken kon worden met AKP uit de Volksrepubliek China daar in deze landen verschillende stoffen werden gebruikt om AKP chemisch te activeren. De Commissie is echter van oordeel dat, hoewel de stoffen waarmee AKP wordt geactiveerd niet altijd dezelfde zijn, het toch om dezelfde produktieprocessen gaat (zie overweging 13 van de voorlopige verordening). Bovendien worden in de Verenigde Staten dezelfde grondstoffen gebruikt als in de Volksrepubliek China. De eindproducten zijn voldoende gelijk om met elkaar vergeleken te kunnen worden.
- (14) Gezien het bovenstaande wordt de conclusie getrokken dat, hoewel er enkele verschillen kunnen zijn tussen de verschillende soorten AKP uit de Volksrepubliek China en die welke in de Gemeenschap en de Verenigde Staten worden geproduceerd, zoals uiteengezet in de overwegingen 18 en 19 van de voorlopige verordening, de fysieke kenmerken ervan toch voldoende gelijk zijn om ze als soortgelijke produkten te kunnen beschouwen in de zin van artikel 2, lid 12, van Verordening (EEG) nr. 2423/88. Alle hierboven aangehaalde argumenten verwijzen immers slechts naar potentiële verschillen in kwaliteit. Bovendien heeft geen belanghebbende kunnen aantonen dat AKP uit China niet rechtstreeks concurreert met AKP dat in de Gemeenschap en de Verenigde Staten wordt geproduceerd. De conclusies in de overwegingen 17, 20 en 21 van de voorlopige verordening worden derhalve bevestigd.

D. BEDRIJFSTAK VAN DE GEMEENSCHAP

- (15) Over overweging 22 van de voorlopige verordening werden geen nieuwe opmerkingen ontvangen. Deze overweging wordt derhalve bevestigd.

E. DUMPING

1. Normale waarde — Keuze van het referentieland

- (16) Enkele belanghebbenden betwistten de keuze van de Verenigde Staten als referentieland. De grote, moderne fabrieken in de Verenigde Staten zouden niet vergeleken kunnen worden met de kleine, traditionele fabrieken in de Volksrepubliek China. Door de geheel andere investeringskosten en afschrijvingstermijnen in de Verenigde Staten zou een dergelijke vergelijking „absurd” zijn.

- (17) Bij het maken van een dergelijke opmerking wordt echter geheel over het hoofd gezien dat de Volksrepubliek China geen markteconomie kent en dat investeringen en kosten in een bepaalde industrie en de opbrengsten daarvan rechtstreeks door de staat worden beïnvloed, waardoor binnenlandse prijzen en kosten niet op realistische wijze kunnen worden vastgesteld. Juist om die reden moet een referentieland worden gekozen voor de vaststelling van de normale waarde. De Commissie tracht steeds het meest geschikte referentieland te vinden, rekening houdend met de bijzonderheden van elk geval en past, zo nodig, correcties toe. In onderhavig geval werd de keuze van de Verenigde Staten als referentieland, om de in overweging 25 van de voorlopige verordening omschreven redenen, niet onredelijk geacht.
- (18) Dezelfde belanghebbenden gingen ook uit van de veronderstelling dat de niet-genoemde producenten in de Verenigde Staten die aan de procedure hebben medegewerkt, met Gemeenschapsproducenten waren gelieerd en dat dit niet tot objectieve resultaten kon leiden. Hoewel hierom werd gevraagd, kan de Commissie de namen van deze medewerkende Amerikaanse producenten niet bekend maken, daar de gemiddelde binnenlandse verkoopprijzen (en de technische specificaties van de soorten die ter vergelijking voor de bepaling van de normale waarde waren gekozen) aan de importeurs en de medewerkende Chinese exporteur zijn medegedeeld. De namen van deze producenten kunnen niet worden medegedeeld omdat dit een inbreuk zou zijn op de geheimhoudingsplicht. Ambtenaren van de Commissie hebben deze producenten bezocht en de door hen verstrekte gegevens ter plaatse gecontroleerd. De binnenlandse verkoop die als grondslag heeft gediend voor de berekening van de normale waarde was winstgevend, geschiedde uitsluitend aan onafhankelijke afnemers en was representatief voor de prijzen op de binnenlandse markt van de Verenigde Staten. De vraag of deze producenten al dan niet met Gemeenschapsproducenten zijn gelieerd is daarom irrelevant.
- (19) Een andere belanghebbende heeft gevraagd waarom Maleisië niet als referentieland is gekozen in plaats van de Verenigde Staten, daar, volgens Eurostat, de gemiddelde prijs van het betrokken produkt bij uitvoer vanuit Maleisië naar de Gemeenschap in het onderzoekstijdvak (1 januari tot en met 31 december 1993) lager was dan de gemiddelde prijs bij uitvoer uit China in dezelfde periode. Deze belanghebbende stelde voor de gemiddelde Maleisische uitvoerprijs (volgens Eurostat) te gebruiken voor het vaststellen van de normale waarde van met stoom geactiveerde AKP uit China. Daar Maleisië geen chemisch geactiveerde AKP produceert, stelde deze belanghebbende voor een theoretische uitvoerprijs voor chemisch geactiveerde AKP uit Maleisië te gebruiken om de normale waarde van chemisch geactiveerde AKP uit China vast te stellen.
- (20) Dit voorstel om de normale waarde vast te stellen aan de hand van de Eurostat-cijfers over de gemiddelde uitvoerprijs van het produkt uit Maleisië (welke cijfers overigens op allerlei onbekende soorten betrekking hebben, waaronder misschien ook soorten die geen AKP zijn) is in strijd met het verzoek van alle andere belanghebbenden dat dumping en schade dienen te worden vastgesteld aan de hand van gegevens over vergelijkbare soorten AKP, en voor de twee activeringsmethoden afzonderlijk. Dit voorstel kan derhalve niet worden aanvaard.
- (21) Een andere reden om Maleisië niet als referentieland te kiezen is in overweging 25 van de voorlopige verordening gegeven. De Commissie heeft indertijd de grootste haar bekende producent in Maleisië benaderd, maar deze heeft niet gereageerd op haar verzoek om informatie. Ook blijkt uit de beschikbare informatie dat in Maleisië slechts met stoom geactiveerde AKP wordt geproduceerd, terwijl in de Verenigde Staten en in de Volksrepubliek China zowel met stoom geactiveerde als chemisch geactiveerde AKP-soorten worden geproduceerd en op de binnenlandse markt verkocht.
- (22) De conclusies in overweging 26 van de voorlopige verordening inzake de keuze van een referentieland worden derhalve bevestigd.

2. Normale waarde

- (23) In het kader van de definitieve bevindingen werd de normale waarde vastgesteld door gebruik te maken van de methoden die in de overwegingen 27 en 28 van de voorlopige verordening zijn omschreven.

3. Uitvoerprijs

- (24) Van de enige medewerkende Chinese exporteur werd een verzoek om correctie van de uitvoerprijs ontvangen, omdat ten onrechte aan bepaalde exporttransacties een commissie was toegerekend. Deze correctie werd toegepast daar het verzoek voldoende bewijsmateriaal bevatte.
- (25) Over de conclusies in de overwegingen 29 tot en met 32 van de voorlopige verordening werden verder geen opmerkingen ontvangen. Deze conclusies worden derhalve bevestigd.

4. Vergelijking

- (26) De Commissie heeft alle belanghebbenden op hun verzoek aanvullende technische specificaties toegezonden alsmede gegevens over de voornaamste toepassingen van de Amerikaanse AKP-soorten die bij de produktvergelijkingen waren gebruikt.

(27) Sommige partijen stelden dat de vergelijkingen tussen de Chinese uitvoerprijzen en de normale waarden op onaanvaardbare simplificaties berustten. Zij herhaalden dat een „eerlijke vergelijking” alleen mogelijk was na onderzoek door een onafhankelijk laboratorium. Dit laboratorium zou, voor de berekening van de dumpingmarge, de verschillende soorten Chinese en Amerikaanse AKP moeten vergelijken en voor de berekening van de onderbiedingsmarge de verschillende soorten Chinese en in de Gemeenschap geproduceerde AKP (zie de overwegingen 35, 46 en 47 van de voorlopige verordening).

(28) De importeur/distributeur die het gebruik van onafhankelijke laboratoriumanalyses het eerst heeft voorgesteld, had in zijn schrijven aan de Commissie van 1994 zelf wel vergelijkingen gemaakt tussen de in de Gemeenschap en China geproduceerde AKP-soorten en had zelfs aangegeven welke soort Amerikaanse AKP het vergelijkbaar achtte met de Chinese soort. De Commissie had sommige van deze vergelijkingen gebruikt wanneer de produkten soortgelijke handelsspecificaties leken te hebben en dezelfde toepassingsmogelijkheden. Het was eerst in januari 1995 dat dit bedrijf het voorstel deed onafhankelijke laboratoriumanalyses uit te laten voeren.

Er wordt overigens op gewezen dat bij het onderzoek is gebleken dat de verschillende AKP-soorten, ongeacht hun oorsprong, in hoge mate onderling verwisselbaar zijn wat hun voornaamste toepassingsmogelijkheden betreft. Zoals in de overwegingen 14 en 15 van de voorlopige verordening vermeld, kunnen er kleinere verschillen in technische specificaties zijn tussen de verschillende dezelfde AKP-soorten die voor dezelfde doeleinden worden verkocht. De gebruiker dient daaruit de soort te kiezen die voor zijn specifieke doeleinden de meest gunstige kosten/batenverhouding heeft. Deze verschillen blijken uit de specificatiebladen die de producenten of de importeurs/distributeurs de gebruikers ter beschikking stellen of die bij de facturen, koopcontracten enz. worden gevoegd. De Commissie heeft deze specificatiebladen alsmede de algemene informatie over de bekende basistoepassingen gebruikt bij het maken van vergelijkingen tussen de prijzen van de kennelijk soortgelijke AKP-soorten, daar enkele belanghebbenden de Commissie hadden verzocht geen gebruik te maken van de gemiddelde prijzen van AKP in het algemeen. De Commissie was daarom van oordeel dat nauwkeurige laboratoriumanalyses voor het onderzoek van dit aspect van de zaak niet meer van veel nut zouden zijn.

(29) Dezelfde onderneming heeft ook gevraagd dat een bijeenkomst met de indieners van de klacht en „zo mogelijk ook met een neutrale instantie” zou worden georganiseerd om de produktvergelijkingen te bespreken. Daar het op grond van artikel 7, lid 6,

van Verordening (BEG) nr. 2423/88 mogelijk is dergelijk bijeenkomsten te houden, heeft de Commissie hierover contact opgenomen met de indieners van de klacht. De Cefic heeft echter geantwoord dat zij een dergelijke bijeenkomst niet nodig achtte daar zij alle relevante informatie en technische gegevens waarover zij beschikte en op grond waarvan zinvolle vergelijkingen konden worden gemaakt reeds aan de Commissie had doorgegeven. Er werd daarom geen vergadering georganiseerd met de rechtstreeks betrokken partijen.

(30) Hoewel de Commissie alle belanghebbenden, en met name de importeurs/distributeurs (die over voldoende technische kennis inzake AKP beschikken, of die nu in China, de Gemeenschap en zelfs de Verenigde Staten is geproduceerd) heeft laten weten dat zij bereid was andere vergelijkingsmethoden of correcties voor verschillen in fysieke kenmerken toe te passen, mits hiervoor gegronde redenen werden aangevoerd, heeft zij op dit voorstel slechts weinig relevante informatie ontvangen. Er werd echter informatie ontvangen die twijfel deed ontstaan over de juistheid van de vergelijking die de Commissie had gemaakt voor een bepaalde soort met stoom geactiveerde AKP. De Commissie heeft daarop wijzigingen in die vergelijking aangebracht.

(31) Bevestigd wordt derhalve dat de vergelijkingen per soort die de Commissie aan de hand van de beschikbare technische specificaties en bekende toepassingsmogelijkheden had gemaakt, dienden te worden gehandhaafd.

(32) Voorts werd de Commissie medegedeeld dat de prijzen op de Amerikaanse markt die voor de berekening van de dumpingmarge waren gebruikt, niet op hetzelfde handelsniveau waren en dat daarom correcties dienden te worden toegepast. Met name zou een importeur/distributeur van Chinese AKP in de Gemeenschap niet dezelfde functie hebben als een distributeur van het Amerikaanse produkt in de Verenigde Staten. De kosten voor verpakking, opslag, financiering, technische diensten/ontwikkeling en kwaliteitsbewaking zouden in de binnenlandse prijs van de Amerikaanse producenten zijn begrepen, maar niet in de Chinese uitvoerprijs. Er werden echter geen specifieke voorstellen gedaan over de eventueel voor dit verschil toe te passen correcties.

(33) In de eerste plaats dient erop te worden gewezen dat de Commissie de normale waarde heeft vastgesteld op basis van de binnenlandse prijs in de Verenigde Staten franco distributeur (dat wil zeggen op hetzelfde handelsniveau als bij levering van het Chinese produkt aan de importeurs/distributeurs in de Gemeenschap). Volgens artikel 2, lid 10, van Verordening (BEG) nr. 2423/88 kunnen correcties uitsluitend worden toegepast voor verschillen die van invloed zijn op de vergelijkbaarheid van de prijzen (bij voorbeeld verkoopkosten). Als in over-

weging 34 van de voorlopige verordening vermeld, heeft de Commissie de voor de vergelijking gebruikte binnenlandse prijzen in de Verenigde Staten gecorrigeerd ter compensatie van kortingen, commissies en verpakkingskosten.

- (34) Wat de kosten van herverpakking betreft, is bij het onderzoek gebleken dat Chinese AKP altijd in zakken is verpakt die in containers naar de Gemeenschap worden vervoerd. Enkele importeurs/distributeurs claimden echter dat de kwaliteit van deze zakken voor hun klanten niet aanvaardbaar is en dat het produkt daarom, voordat het wordt verkocht, opnieuw moet worden verpakt. In de voorlopige verordening is vermeld dat de Commissie reeds een aftrek heeft toegepast op de binnenlandse prijs in de Verenigde Staten in verband met de verpakkingskosten van de Amerikaanse producenten. Daarom kan voor verpakking geen verdere correctie worden toegestaan.
- (35) Het argument dat in de Chinese uitvoerprijzen geen kosten voor opslag zijn opgenomen, terwijl dit wel het geval zou zijn voor de Amerikaanse prijzen is niet houdbaar. Het is onvermijdelijk dat de Chinese exportprijzen ook een zeker element voor opslagkosten bevatten daar het produkt moet worden opgeslagen tot een voor export verantwoorde hoeveelheid is verkregen en/of tot de in de koopcontracten genoemde leveringsdata. Er kunnen voor opslagkosten geen correcties worden toegepast, daar deze kosten zowel in de Amerikaanse als Chinese prijzen zijn begrepen.
- (36) Wat de financieringskosten betreft die in de Amerikaanse binnenlandse prijzen zouden zijn opgenomen en niet in de Chinese uitvoerprijzen, wordt erop gewezen dat alle bedrijven in een markteconomie, of zij nu import-, distributie-, productie- of handelsbedrijven zijn, dergelijke kosten maken. Deze kosten zouden ook door de Chinese exporteurs en producenten worden gemaakt indien zij op marktvoorwaarden moesten werken. Daar dit niet het geval is, wordt dit argument in het kader van deze procedure als irrelevant beschouwd. De Chinese exporteurs bleken bij export naar de Gemeenschap ongeveer dezelfde betalingsvoorwaarden toe te passen als de medewerkende Amerikaanse producenten bij verkoop op de binnenlandse markt. Hiervoor dienden dus geen correcties te worden toegepast.
- (37) Wat de kosten voor technische diensten/ontwikkeling en kwaliteitsbewaking betreft, is bij het onderzoek gebleken dat de Chinese exporteurs in hun koopcontracten weliswaar de kwaliteit van het geleverde produkt garanderen en daarom kosten in verband met kwaliteitsbewaking moeten maken, maar dat zij hun klanten geen technische bijstand verlenen en voor hen geen kosten voor produktontwikkeling maken. Daar AKP een produkt is dat op de behoeften van de klanten (d.w.z. de gebruikers) is afgestemd en producenten

dikwijls bepaalde kwaliteiten voor de behoeften van bepaalde afnemers produceren, was de Commissie van oordeel dat dit soort kosten een onderdeel vormt van de verkoopkosten van de Amerikaanse producenten, hoewel deze in hun administratie onder de post „onderzoek en ontwikkeling” worden geboekt. Daarom werd op de binnenlandse prijs van elke Amerikaanse producent een correctie toegepast voor de kosten van technische bijstand en produktontwikkeling.

5. Dumpingmarges

- (38) Op grond van bovenstaande conclusies over de vaststelling van de normale waarde en de uitvoerprijs en de vergelijking tussen beide, is de conclusie, na het definitieve onderzoek van de feiten, dat AKP van oorsprong uit de Volksrepubliek China met dumping wordt ingevoerd.
- (39) Na de wijzigingen in aanmerking te hebben genomen die verband hielden met de vergelijking voor een soort AKP, de toekenning van bepaalde commissielonen en een correctie op de normale waarde voor de kosten van technische bijstand en ontwikkeling bedraagt de gewogen gemiddelde dumpingmarge 69,9 % van de nettoprijs franco grens Gemeenschap, vóór inkling.

F. SCHADE

1. Verbruik in de Gemeenschap

- (40) Een partij voerde aan dat de Commissie niet alleen de ontwikkelingen van het verbruik in de Gemeenschap in de periode 1990-onderzoekstijdvak had moeten onderzoeken, maar ook in de daaraan voorafgaande jaren, daar dan gebleken zou zijn dat het verbruik was gedaald (in plaats van de kleine stijging van 3,3 % in de periode 1990-1993). Indien de ontwikkelingen over een langere periode zouden zijn onderzocht, zou een geheel ander beeld zijn verkregen, met name door de sluiting vóór 1990 van een grote AKP-fabriek in Duitsland.
- (41) De Gemeenschapsinstellingen onderzoeken de ontwikkelingen in verbruik, invoer, marktaandeel, prijzen enz. normalerwijze over een periode van verschillende jaren (meestal vier jaar, met inbegrip van het onderzoekstijdvak). Dit werd ook in onderhavig geval gedaan om een zo objectief mogelijk beeld te verkrijgen van de marktsituatie voor alle betrokkenen. Indien onderzoek van een langere periode een ander beeld van de ontwikkeling van het verbruik te zien had gegeven, dan zou nog steeds zijn gebleken dat het Gemeenschapsprodukt marktaandeel verloren heeft, terwijl het marktaandeel van het Chinese produkt steeds groter is geworden.

- (42) Enkele importeurs/distributeurs stelden voorts dat grote partijen AKP vanuit de Volksrepubliek China naar de Gemeenschap zijn verzonden, maar daar nooit in het vrije verkeer zijn gebracht. Deze partijen werden in douane-entrepots opgeslagen en vandaar uit naar derde landen verkocht. Ook zou Chinese AKP in de Gemeenschap in het vrije verkeer zijn gebracht, maar later toch weer naar derde landen uitgevoerd. De Commissie heeft in dit verband om nadere inlichtingen en documentatie gevraagd, maar heeft deze niet ontvangen, zodat zij niet kon nagaan hoeveel van het ingevoerde AKP weer werd uitgevoerd en in welk jaar. De stelling dat in de Gemeenschap kleinere hoeveelheden AKP zijn verbruikt dan werden ingevoerd, kon dus niet worden aanvaard.

2. Hoeveelheden en marktaandeel van het Chinese produkt

- (43) Er werden geen andere dan de hierboven vermelde opmerkingen ontvangen. De bevindingen in de overwegingen 37 tot en met 44 van de voorlopige verordening worden derhalve bevestigd.

3. Prijzen van het Chinese produkt en prijsonderbieding

- (44) Enkele belanghebbenden hebben aangevoerd dat de vergelijkingen tot vaststelling van de prijsonderbieding van de Chinese AKP-soorten ten opzichte van de in de Gemeenschap geproduceerde AKP-soorten op onafhankelijke laboratoriumanalyses gebaseerd moesten zijn, zoals ook de vergelijkingen tot vaststelling van dumping op onafhankelijke laboratoriumanalyses gebaseerd moesten zijn.

Ook werd aangevoerd dat de technische specificaties van de verschillende AKP-soorten die met het oog op de vergelijking door de Commissie waren gebruikt, onvolledig waren.

In de overwegingen 46 en 47 van de voorlopige verordening, en in de overwegingen 27 tot en met 31 van deze verordening, is uiteengezet waarom vergelijkingen op grond van de beschikbare commerciële en technische specificaties en de bekende toepassingsmogelijkheden van de betrokken AKP-soorten voor het onderzoek toereikend werden geacht. De Commissie heeft de commerciële en technische specificaties gebruikt die de Gemeenschapsproducenten zelf verstrekken en de technische specificaties die normalerwijze bij de koopcontracten voor de Chinese AKP-soorten zijn gevoegd.

- (45) Hoewel de Commissie de resultaten van de vergelijkingen ruim voor de instelling van de voorlopige maatregelen aan alle belanghebbenden heeft medegedeeld, heeft geen enkele van hen een specifiek voorstel gedaan voor een andere vergelijkingsmethode of voor correcties ter compensatie van

verschillen in fysieke kenmerken tussen de verschillende AKP-soorten, hoewel de importeurs/distributeurs, die in sommige gevallen ook in de Gemeenschap vervaardigd AKP verhandelen toch over de nodige technische kennis beschikken om deze informatie zo nodig te verstrekken.

- (46) Beweerd werd dat de marktprijs van Chinese AKP in de Gemeenschap dezelfde is als die van het Gemeenschapsprodukt of, in sommige gevallen, zelfs hoger is dan die van het Gemeenschapsprodukt. Hoewel sommige soorten Chinese AKP in sommige gevallen tegen dezelfde of hogere prijzen naar de Gemeenschap zijn verkocht dan sommige in de Gemeenschap geproduceerde AKP-soorten (zie overweging 48 van de voorlopige verordening), zijn de prijzen van het Chinese produkt in het algemeen toch aanzienlijk lager dan die van het Gemeenschapsprodukt.

- (47) Ten aanzien van de onderbiedingsmarges, wordt eraan herinnerd dat deze verkregen zijn door vergelijking van de gewogen gemiddelde verkoopprijzen van het Gemeenschapsprodukt af fabriek in de Gemeenschap met de gewogen gemiddelde importprijzen van de Chinese AKP van dezelfde soort, en dat de nodige correcties zijn toegepast om de prijzen op het niveau van de nettoprijs af magazijn, na inklaring, te brengen.

De Commissie zou echter, door de Chinese exportprijzen op het niveau af magazijn te brengen en dus op een vergelijkbaar handelsniveau met de prijzen af fabriek van het Gemeenschapsprodukt, niet alle kosten van de importeurs/distributeurs in de Gemeenschap in aanmerking hebben genomen, en ze zou ook geen passende winstmarge hebben toegepast. Deze bewering is echter onjuist daar de Commissie, zoals zij tijdens het onderzoek aan de belanghebbenden heeft medegedeeld, hiervoor 27 % aan de cif-importprijzen van het Chinese produkt heeft toegevoegd.

- (48) Het toegevoegde percentage komt overeen met het gewogen gemiddelde van alle kosten die de medewerkende importeurs zouden maken (douanerechten, kosten voor vervoer, opslag, herverpakking, financiering, afschrijving enz.) plus een redelijke winstmarge. Deze winstmarge was gebaseerd op de winst- en verliesrekeningen van de importeurs/distributeurs. Daar bij de vaststelling van de normale waarde correcties zijn toegepast voor de kosten van technische bijstand en klantgerichte produktontwikkeling, welke kosten geacht werden niet in de Chinese prijzen te zijn begrepen, is bij de definitieve vaststelling van de onderbiedingsmarge voor dit soort kosten in het onderzoektijdvak ook een aftrek toegepast op de verkoopprijzen van de Gemeenschapsproducenten.

- (49) Bij deze herziening werden onderbiedingsmarges van 35 % berekend. Na herziening bedroeg het gewogen gemiddelde van de onderbiedingsmarges 21 %.

4. Situatie van de bedrijfstak van de Gemeenschap

- (50) Daar over de bevindingen inzake productie, productiecapaciteit, voorraden, omzet, marktaandeel, winstgevendheid en werkgelegenheid (overwegingen 51 tot en met 59 van de voorlopige verordening) geen nieuwe opmerkingen werden gemaakt, worden deze bevestigd.

5. Conclusies inzake schade

- (51) Gezien het bovenstaande en in afwezigheid van andere met bewijsmateriaal gestaafde argumenten, wordt de conclusie bevestigd in de overwegingen 60 en 61 van de voorlopige verordening dat de bedrijfstak van de Gemeenschap aanmerkelijke schade heeft geleden in de zin van artikel 4, lid 1, van Verordening (EEG) nr. 2423/88.

G. OORZAKELIJK VERBAND

1. Algemeen

- (52) Een aantal belanghebbenden hebben de opmerkingen inzake de oorzaken van de schade die zij eerder hadden gemaakt, herhaald. Ze stelden dat de Commissie bij het opstellen van de voorlopige bevindingen en in de mededeling van de belangrijkste feiten en overwegingen op grond waarvan zij voornemers was het voorstel te doen om definitieve rechten in te stellen, niet voldoende met hun argumenten rekening had gehouden. Zoals hieronder uiteengezet moet deze stelling worden afgewezen, daar de Commissie bedoelde kwestie in de overwegingen 62 tot en met 71 van de voorlopige verordening uitdrukkelijk heeft behandeld.
- (53) De importeurs bleven bij hun opmerking dat de vraag naar AKP in de Gemeenschap tussen 1990 en het onderzoektijdvak was gedaald door de ontwikkelingen van de techniek en het toenemende gebruik van herwinbare geactiveerde koolstoffen. De Commissie stelde in overweging 70 van de voorlopige verordening dat de vraag naar deze alternatieve producten misschien is toegenomen, maar dat dit niet betekende dat de vraag naar AKP is gedaald. Zoals in de overwegingen 42, 62 en 70 van de voorlopige verordening vermeld, is de vraag (anders gezegd het verbruik in de Gemeenschap) tussen 1990 en het onderzoektijdvak met 3,3 % gestegen. De belangrijkste in aanmerking te nemen factor is evenwel het feit dat de omzet van de Gemeenschapsproducenten in die periode is gedaald, terwijl de invoer (en vooral de invoer met dumping uit China) aanzienlijk is gestegen.
- (54) Tevens werd aangevoerd dat de Chinese invoer is toegenomen door het feit dat vóór 1990 een grote AKP-fabriek in Duitsland werd gesloten (zie overweging 40). De marketingpartner van deze producent beweerde dat hij als het ware „gedwongen” was

in de Gemeenschap geproduceerde AKP door Chinese AKP te vervangen, ook al was hij tevens distributeur van andere in de Gemeenschap geproduceerde AKP en importeur/distributeur van AKP uit verscheidene andere derde landen. Zelfs indien men aanneemt dat deze marketingpartner voor de aankoop van AKP naar andere leveranciers moest uitkijken, dan doet dit niet af aan het feit dat de invoer van AKP uit China met dumping en een aanzienlijke onderbieding van de prijzen van de Gemeenschapsproducenten gepaard ging en dat deze producenten daardoor aanmerkelijke schade leden.

- (55) Met betrekking tot de overwegingen 45 en 56 van de voorlopige verordening voerde een partij aan dat de bedrijfstak van de Gemeenschap geen schade kon hebben geleden door de invoer van AKP uit China, daar de gemiddelde prijzen van het Chinese produkt tussen 1990 en 1993 met 10,6 % waren gestegen. Bovendien waren de gemiddelde verkoopprijzen van de Gemeenschapsproducenten in diezelfde periode ook gestegen. De Commissie wijst er echter op dat de prijzen van in de Gemeenschap geproduceerde AKP in die periode gemiddeld slechts 1,4 % zijn gestegen en in sommige gevallen zelfs zijn gedaald. Rekening houdend met de aanzienlijke prijsunderbieding van 21 % die voor 1993 werd vastgesteld, is de conclusie dat de onderbieding in 1990 (toen het Chinese produkt voor het eerst op de Gemeenschapsmarkt verscheen) nog groter moet zijn geweest en niet dat er geen verband is tussen de invoer met dumping uit China en de schade die de bedrijfstak van de Gemeenschap heeft geleden.
- (56) Ook werd het argument aangevoerd dat de financiële problemen van de Gemeenschapsproducenten niet door de invoer uit China waren veroorzaakt, maar doordat de produktiekosten van deze producenten aanzienlijk waren gestegen en door de zeer hoge kosten die een van hen voor grondstoffen moest maken.
- Ofschoon de Gemeenschapsproducenten op een markt met eerlijke concurrentie tegen prijzen moeten kunnen verkopen die al hun kosten dekken, heeft de Commissie, gezien de opmerkingen die verscheidene belanghebbenden hebben gemaakt, de algemene ontwikkeling van de produktiekosten van de medewerkende Gemeenschapsproducenten opnieuw onderzocht. Daar bij het vaststellen van de schademarge alleen met normale kosten rekening moet worden gehouden, was de conclusie van dit onderzoek dat bepaalde buitengewone kosten voor grondstoffen die een bepaalde Gemeenschapsproducent in het onderzoektijdvak heeft gemaakt buiten beschouwing moesten blijven. Deze werkwijze wordt hierbij bevestigd.
- (57) Enkele belanghebbenden herhaalden dat de invoer van kennelijk laaggeprijsde AKP uit Maleisië invloed zou hebben gehad op de Gemeenschaps-

markt. Daar deze belanghebbenden hierover geen nieuwe inhoudelijke argumenten aanvoerden, was de Commissie echter van oordeel dat dit argument reeds afdoende was weerlegd in de overwegingen 67 en 68 van de voorlopige verordening.

- (58) Zoals in overweging 68 van de voorlopige verordening uiteengezet, kon niet worden aangetoond dat de invoer van AKP uit Maleisië tijdens het onderzoektijdvak met dumping gepaard ging. De Commissie heeft weliswaar enig bewijsmateriaal ontvangen over invoer met dumping uit Maleisië, doch dit had betrekking op 1994 (een jaar na het onderzoektijdvak). Er kon geen verband worden gelegd tussen de eventuele invoer met dumping uit Maleisië in 1994 en de schade die de bedrijfstak van de Gemeenschap in het onderzoektijdvak heeft geleden.
- (59) Enkele belanghebbenden hebben een berekening opgesteld waaruit zou blijken dat de Gemeenschapsproducenten nog aanzienlijke verliezen zouden hebben geleden indien, in plaats van AKP uit China, in het onderzoektijdvak evenveel door hen geproduceerde APK was verkocht. Hierbij wordt echter geen rekening gehouden met het feit dat de omzet van de Gemeenschapsproducenten in die periode, in hoeveelheid en waarde, beïnvloed was door de goedkope invoer uit China en dat deze omzetcijfers dus geen basis voor een dergelijke theoretische berekening kunnen vormen, omdat het uitgangspunt verkeerd is. Aan de hand daarvan kan niet worden aangetoond wat de financiële situatie van de Gemeenschapsproducenten zou zijn indien geen AKP uit China was ingevoerd.
- (60) Enkele partijen voerden aan dat de Gemeenschapsproducenten AKP buiten de Gemeenschap tegen lagere prijzen verkochten dan in de Gemeenschap en dat het prijsniveau in de Gemeenschap dus niet de enige reden van hun huidige „economische” situatie was. Zoals in overweging 69 van de voorlopige verordening vermeld, heeft de Commissie geconstateerd dat de Gemeenschapsproducenten buiten de Gemeenschap met winst verkochten, dat wil zeggen tegen veel hogere prijzen dan in de Gemeenschap, waar AKP met verlies werd verkocht. De gewogen gemiddelde verkoopprijs van alle soorten AKP die door de medewerkende Gemeenschapsproducenten buiten de Gemeenschap werd verkocht was gestegen van 1 792 ecu per ton in 1990 tot 1 839 ecu per ton in het onderzoektijdvak. Het is dus niet zo dat buiten de Gemeenschap tegen lagere prijzen werd verkocht. In de overwegingen 69 en 71 van de voorlopige verordening is overigens vermeld dat de dalende verkoop van de Gemeenschapsproducenten buiten de Gemeenschap ook van invloed was op hun situatie.

2. Conclusies betreffende de oorzaak van de schade

- (61) Gezien het bovenstaande en in afwezigheid van andere geldige, met bewijsmateriaal gestaafde argumenten, worden de conclusies in overweging 71 van de voorlopige verordening bevestigd.

H. BELANG VAN DE GEMEENSCHAP

- (62) Zoals in overweging 4 van deze verordening vermeld, heeft de Commissie, na de instelling van het voorlopige recht, 22 bedrijven in zes Lid-Staten benaderd, waarvan de meeste door bepaalde importeurs/distributeurs als „grootgebruikers” van AKP waren aangewezen. Slechts van twaalf van deze gebruikers, die tezamen goed waren voor ongeveer 6 % van het totale gebruik in de Gemeenschap, werden bruikbare opmerkingen of antwoorden op de beknopte vragenlijst ontvangen.
- (63) Vijf van deze twaalf gebruikers verklaarden dat het gebruik van AKP ongeveer gelijk was gebleven, vier waren minder en drie waren meer gaan gebruiken.
- (64) Van de gebruikers die de vragenlijst van de Commissie hadden beantwoord of die opmerkingen hadden toegezonden, hebben zeven geantwoord dat de prijzen van het Gemeenschapsprodukt en het Chinese produkt vergelijkbaar waren, maar slechts twee van hen hebben de merknamen opgegeven van de soorten die ze vergeleken hadden. Uit de specificaties bleek echter dat ze de Gemeenschapsprodukten met technisch superieure Chinese soorten hadden vergeleken, welke vergelijking voor de doeleinden van dit onderzoek niet bruikbaar is. Twee andere gebruikers hebben opgegeven dat het Chinese produkt veel goedkoper is dan het Gemeenschapsprodukt van dezelfde kwaliteit. Drie gebruikers hebben geantwoord dat zij het Chinese produkt gebruikten vanwege de gunstige prijs/kwaliteitverhouding. Een andere gebruiker heeft geantwoord dat hij om die redenen juist het Gemeenschapsprodukt had gekozen. Twee andere gebruikers waren van het Chinese produkt op het Gemeenschapsprodukt overgeschakeld. Uit de ontvangen informatie kon dus geen conclusie worden getrokken, daar deze tegenstrijdig was.
- (65) Ondanks het verzoek van de Commissie werden geen met bewijsen gestaafde opmerkingen ontvangen over de invloed van de antidumpingmaatregelen op de produktiekosten. De meeste gebruikers waren van mening dat een hoog anti-dumpingrecht ertoe kon leiden dat het Chinese produkt van de Gemeenschapsmarkt zou verdwijnen, waardoor de concurrentie wellicht zou verminderen.

(66) Er wordt nogmaals op gewezen dat handelsbeschermingsmaatregelen ten doel hebben een einde te maken aan de marktversturende werking van schadeveroorzakende dumping en de concurrentie te herstellen. Daarom dienen de conclusies in de overwegingen 75 en 76 van de voorlopige verordening te worden bevestigd.

(67) Een Zweedse importeur/distributeur voerde aan dat hij veel schade zou lijden indien antidumpingrechten zouden worden ingesteld op de invoer van AKP uit China, hoewel hij in het onderzoektijdvak geen AKP uit China in zijn Scandinavische verkooprayon (Zweden, Finland, Denemarken) had ingevoerd. Volgens deze importeur had de Commissie ook de situatie in Zweden en Finland moeten onderzoeken, hoewel deze landen tijdens het onderzoektijdvak geen Lid-Statens van de Gemeenschap waren. De Commissie merkt in dit verband op dat het totale verbruik van AKP in Zweden en Finland op ongeveer 700 ton per jaar wordt geraamd, of ongeveer 2 % van het totale verbruik in de Gemeenschap. Mede gezien het feit dat in het onderzoektijdvak in die landen geen AKP uit China is ingevoerd, is de Commissie van oordeel dat zelfs indien cijfers over invoer, verkoop en het gebruik in deze twee landen in aanmerking waren genomen, dit een te verwaarlozen invloed op de conclusies zou hebben gehad.

(68) Gezien het bovenstaande dienen de conclusies van de Commissie in de voorlopige verordening inzake het belang van de Gemeenschap te worden bevestigd. Er zijn geen feiten aan het licht gekomen die tot de conclusie leiden dat het nemen van definitieve maatregelen niet in het belang van de Gemeenschap zou zijn.

I. VERBINTENIS

(69) De enige medewerkende Chinese exporteur heeft een voorstel gedaan inzake een minimumprijs en een kwantitatieve beperking voor chemisch geactiveerde AKP, die door de Chinese autoriteiten gewaarborgd zou kunnen worden, hoewel de Chinese autoriteiten dit niet hebben aangeboden. Er werden echter geen bepaalde prijzen of hoeveelheden vermeld, noch werd er een voorstel gedaan over de uitvoer van met stoom geactiveerde AKP naar de Gemeenschap. Daar AKP echter in vele

verschillende soorten tegen vele verschillende prijzen op de markt wordt gebracht, is het niet mogelijk een verbintenis voor een gemiddelde minimumprijs te aanvaarden. Verbintenissen voor de verschillende soorten zouden ook moeilijk aanvaard kunnen worden, daar toezicht op de naleving ervan nagenoeg onmogelijk is. Aan de hand van de officiële invoerstatistieken (die niet naar de verschillende soorten zijn opgesplitst), kan niet worden nagegaan welke soorten het bedrijf naar de Gemeenschap uitvoert.

(70) Tevens wordt gewezen op het feit dat deze exporteur, een handelsmaatschappij, weliswaar de grootste exporteur van Chinese AKP naar de Gemeenschap is, maar dat hij niet alle Chinese AKP naar de Gemeenschap exporteert, en zelfs niet het grootste deel ervan. Daar er verscheidene andere exporteurs zijn en de Chinese autoriteiten niet hebben aangeboden de naleving van de verbintenis te waarborgen, lijkt de aanvaarding van een verbintenis in dit geval niet aangewezen.

(71) De exporteur werd ervan in kennis gesteld dat zijn voorstel voor een verbintenis niet kon worden aanvaard. Deze werkwijze wordt hierbij bevestigd.

J. RECHT

(72) In de voorlopige verordening is in detail weergegeven dat de schademarge werd berekend door de gewogen gemiddelde netto verkoopprijzen af fabriek van die soorten in de Gemeenschap geproduceerde AKP die met de ingevoerde Chinese soorten vergelijkbaar waren, op individuele basis te verhogen met het gewogen gemiddelde verlies van alle Gemeenschapsproducenten tot het niveau waarbij een redelijk geachte winst van 5 % kon worden gemaakt. De Cefic voerde aan dat de redelijke winstmarge, die aan de break-even verkoopprijs van AKP van de Gemeenschapsproducenten moest worden toegevoegd om de schademarge te bepalen, gebaseerd diende te worden op de winstgevende verkoop van deze producenten op met koolstof geactiveerde producten en niet op de gemiddelde winst waarin de verliesgevende verkoop van AKP is begrepen. Voorts zou een winst van 5 %, vóór belasting, niet als een redelijk rendement op de investeringen kunnen worden beschouwd, met name omdat de Gemeenschapsproducenten in 1990, voordat het Chinese produkt in grote

hoeveelheden op de Gemeenschapsmarkt kwam, gemiddeld 9,6 % winst maakten op de verkoop van AKP in de Gemeenschap.

- (73) Hierover kan worden opgemerkt dat de gemiddelde winstmarges van de drie medewerkende Gemeenschapsproducenten op hun totale omzet van koolstofgeactiveerde produkten, met uitzondering van de in de Gemeenschap met verlies verkochte AKP, in het onderzoekstijdvak 4,1 % tot 5,4 % was. Ook werd de dalende verkoop van in de Gemeenschap geproduceerde AKP in de periode 1990-onderzoekstijdvak niet geheel gecompenseerd door de verkoop van Chinese AKP, doch slechts voor 70 %, en dat het daarom niet redelijk is de break-evenprijzen van de Gemeenschapsproducenten met de volledige winstmarge van 9,6 % te verhogen die ze in 1990 behaalden.
- (74) Gezien echter bovenvermelde opmerkingen van de belanghebbenden is de werkwijze die in het kader van de voorlopige vaststelling werd gevolgd op enkele punten gewijzigd. Er werd een andere methode gebruikt om het break-evenpunt (d.w.z. alle produktiekosten) te berekenen. Het redelijk winstgevend prijsniveau voor de verschillende soorten in de Gemeenschap geproduceerde AKP zijn vergeleken met de verschillende Chinese soorten.
- (75) Op de produktiekosten per soort van elke Gemeenschapsproducenten werden zo nodig correcties toegepast (zie overweging 56), waarna een winst van 5 % werd toegevoegd. Om een billijke vergelijking te kunnen maken, werden van deze theoretische, winstgevend prijzen de kosten afgetrokken van technische bijstand en produktontwikkeling die elk van deze producenten in het onderzoekstijdvak had gemaakt (zie overweging 48).
- (76) De gemiddelde verkoopprijs af magazijn (d.w.z. de cif-prijs bij invoer plus 27 % voor de kosten en winst van importeurs/distributeurs) voor elke uit China ingevoerde soort AKP werd vervolgens vergeleken met de gewogen gemiddelde winstgevend prijs van het EG-produkt. De enkele EG-prijs voor elke Chinese soort werd berekend om de schademarge te bepalen, waarbij gebruik werd gemaakt van de prijzen van de verschillende

EG-soorten per producent, die waren vastgesteld als in het vorige punt vermeld (gewogen naar de door elke EG-producent verkochte hoeveelheden).

- (77) Het verschil tussen de twee prijzen (volgens ingevoerde hoeveelheden gewogen) was de schademarge. De totale schademarge werd vervolgens uitgedrukt in procenten van de totale cif-waarde van AKP uit China.
- (78) Bovenstaande werkwijze wordt bevestigd. De herziene schademarge bedraagt 38,6 % van de nettoprijs franco grens Gemeenschap, vóór inklaaring.

Daar deze herziene schademarge nog steeds lager is dan de herziene dumpingmarge (zie overweging 39), dient een definitief anti-dumpingrecht te worden ingesteld op basis van de schademarge.

Wat de vorm van het definitieve recht betreft, is de Raad van oordeel dat de structuur van een door de Staat gecontroleerde economie de Chinese exporteurs zeer veel manoeuvreerruimte geeft om hun exportprijzen te verlagen. Teneinde het risico te beperken dat de Chinese exporteurs het recht absolveren, is het daarom in dit geval veeleer aangewezen een specifiek recht (dat is een vast bedrag per ton) op te leggen dan wel een ad-valorem- of een variabel recht.

Het bedrag van het specifieke recht werd berekend op basis van de bovengenoemde schademarge en is gelijk aan 323 ecu per ton (nettogewicht). De Raad is het hiermee eens.

- (79) De Commissie zal de marktsituatie na het nemen van de anti-dumpingmaatregelen bezien en mochten de omstandigheden en met name de prijsevolutie een herziening vereisen, dan zal een nieuw onderzoek worden geopend twee jaar na de aanneming van de definitieve maatregelen.

K. INNING VAN HET VOORLOPIGE RECHT

- (80) Gezien de wijziging van de vorm van het recht, is de Raad van oordeel dat in dit geval het voorlopige anti-dumpingrecht niet definitief mag worden geïnd,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

1. Er wordt een definitief anti-dumpingrecht ingesteld op de invoer van aktieve kool in poedervorm, ingedeeld onder GN-code ex 3802 10 00 (aanvullende Taric-code: 3802 10 00*91) van oorsprong uit de Volksrepubliek China.

2. Het bedrag van het definitieve anti-dumpingrecht wordt vastgesteld op 323 ecu per ton (nettogewicht).

3. De bepalingen inzake de douanerechten zijn van toepassing, tenzij anders vermeld.

Artikel 2

Deze verordening treedt in werking op de dag volgende op die van haar bekendmaking in het *Publikatieblad van de Europese Gemeenschappen*.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in elke Lid-Staat.

Gedaan te Luxemburg, 3 juni 1996.

Voor de Raad

De Voorzitter

C. A. CIAMPI

II

(Besluiten waarvan de publikatie niet voorwaarde is voor de toepassing)

COMMISSIE

BESCHIKKING VAN DE COMMISSIE

van 20 september 1995

inzake een procedure op grond van Verordening (EEG) nr. 4064/89 van de Raad

IV/M.553 — RTL/Veronica/Endemol

(Slechts de tekst in de Engelse taal is authentiek)

(96/346/EG)

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE
GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese
Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EEG) nr. 4064/89 van de Raad van
21 december 1989 betreffende de controle op concentra-
ties van ondernemingen⁽¹⁾, inzonderheid op artikel 8, lid
3, en op artikel 22,

Gezien het besluit van de Commissie van 22 mei 1995
om de procedure in deze zaak in te leiden,

Na de betrokken ondernemingen in de gelegenheid te
hebben gesteld hun opmerkingen met betrekking tot de
door de Commissie aangehaalde punten van bezwaar
kenbaar te maken,

Gezien het advies van het Adviescomité inzake concentra-
ties⁽²⁾,

Overwegende hetgeen volgt:

- (1) Op 21 april 1995 ontving de Commissie van de
Nederlandse Regering een verzoek op grond van
artikel 22 van Verordening (EEG) nr. 4064/89,
hierna „de concentratieverordening” genoemd, om
de voorgenomen gemeenschappelijke onderneming
Holland Media Groep SA, hierna „HMG” genoemd,
tussen RTL4 SA, hierna „RTL” genoemd, Vereni-
ging Veronica Omroeporganisatie, hierna „Veroni-
ca” genoemd, en Endemol Entertainment Holding
BV, hierna „Endemol” genoemd, aan een onder-
zoek te onderwerpen. De Nederlandse Regering

werd op 23 maart 1995 van deze operatie in kennis
gesteld door een door partijen aan de Nederlandse
Regering toegezonden persbericht. Het verzoek op
grond van artikel 22 is daarom gedaan binnen de
in artikel 22, lid 4, gestelde termijn van een maand.

- (2) Na onderzoek van genoemd verzoek kwam de
Commissie tot de gevolgtrekking dat dit verzoek
ontvankelijk was in de zin van artikel 22 van de
concentratieverordening en dat de concentratie
aanleiding gaf tot ernstige twijfels ten aanzien van
de verenigbaarheid daarvan met de gemeenschap-
pelijke markt. Bij beschikking van 22 mei 1995
leidde de Commissie derhalve de procedure in
overeenkomstig artikel 6, lid 1, onder c), in samen-
hang met artikel 22 van de concentratieverorde-
ning.

I. PARTIJEN

- (3) RTL is een vennootschap naar Luxemburgs recht,
die overwegend Nederlandstalige radio- en televi-
sieprogramma's uitzendt onder verantwoordelijk-
heid van de „Compagnie Luxembourgeoise de
Télédiffusion”, hierna „CLT” genoemd. CLT bezit
rechtstreeks en onrechtstreeks 47,27 % van het
aandelenkapitaal van RTL. CLT is een omroep-
maatschappij naar Luxemburgs recht, die zich op
diverse nationale markten op de gebieden televisie,
radio, uitgeverij en aanverwante activiteiten
beweegt. De geconsolideerde omzet van CLT
bedroeg in 1993, 1,937 miljoen ecu. Het Neder-
landse uitgeversbedrijf NV Verenigd Bezit, hierna
„VNU” genoemd, bezit onrechtstreeks 38 % van
RTL. RTL zendt in het Nederlands twee vrije,
commerciële, op Nederland gerichte televisiekana-
len, RTL4 en RTL5, uit.

⁽¹⁾ PB nr. L 395 van 30. 12. 1989, blz. 1; rectificatie in PB nr. L
257 van 21. 9. 1990, blz. 13.

⁽²⁾ PB nr. C 160 van 5. 6. 1996, blz. 3.

- (4) Veronica is een vereniging naar Nederlands recht, die tot september 1995 op de Nederlandse radio- en televisiemarkt actief was als openbare omroeporganisatie. Veronica was een van de drie openbare omroeporganisaties die hun programma's op de openbare zender Nederland 2 uitzenden. In 1994 heeft Veronica het voornemen kenbaar gemaakt om het openbare omroepbestel te verlaten en een commerciële zender te worden. De beslissing om het openbare omroepbestel te verlaten werd onherroepelijk in januari 1995, toen Veronica geen aanvraag om een nieuwe vergunning indiende om per 1 september 1995 als openbare omroeporganisatie actief te zijn.
- (5) Endemol is een naar Nederlands recht opgerichte vennootschap. Endemol is het resultaat van een fusie in 1994 tussen JE Entertainment BV en John de Mol Communications BV. Endemol is een onafhankelijke producent van televisieprogramma's, met Nederland als centrum van de bedrijfsactiviteiten.

II. DE OPERATIE

- (6) Doel van de operatie is de oprichting van een nieuwe onderneming, HMG, die zich toelegt op de samenstelling en de levering van radio- en televisieprogramma's die door haarzelf, CLT, Veronica of anderen naar Nederland en Luxemburg worden uitgezonden. Aangezien de normale bepalingen inzake schorsing van de concentratieverordening niet van toepassing zijn op zaken die uit hoofde van artikel 22 zijn ingeleid, werd de partijen in dit geval toegestaan de operatie te voltooien, zoals verder nader wordt beschreven.

RTL heeft 51 % van de aandelen in HMG in bezit, terwijl Veronica en Endemol, via de holding Veronica Media Groep, hierna „VMG” genoemd, de overige 49 % bezit. RTL heeft tevens 20 % van het aandelenkapitaal van Veronica Blad BV, een dochter van Veronica, die het weekblad van Veronica uitgeeft, en 24,99 % van dat van Endemol verworven.

- (7) Alle bestaande, op Nederland gerichte activiteiten op radio- en televisiegebied van de partijen zijn in HMG ondergebracht.

De door RTL overgedragen activa omvatten de televisiekkanalen RTL4 en RTL5 en de daarmee verbonden activa, het radiokanaal van RTL voor rockmuziek, het recht om gebruik te maken van de omroepvergunning van CLT („concession”), de activiteiten met betrekking tot de levering en de samenstelling van overwegend Nederlandstalige radio- en televisieprogramma's voor uitzending in Nederland en in Luxemburg, en haar 50 %-deelneming in IPN SA, hierna „IPN” genoemd, het reclamebedrijf dat voor de kanalen RTL4 en RTL5 reclamezendtijd verkoopt.

- (8) De door Veronica en Endemol overgedragen activa omvatten het televisiekanaal Veronica en daarmee verbonden activa en de activiteiten van Endemol op radiogebied (namelijk kanaal Holland FM Radio).

- (9) De televisieprogramma's van HMG worden sinds 1 september 1995 over drie afzonderlijke kanalen uitgezonden. De kanalen RTL4 en RTL5 worden uitgezonden door van de Luxemburgse omroepvergunning (concessie) van CLT gebruik te maken. Kanaal Veronica wordt uitgezonden met een Nederlandse vergunning voor commerciële omroep.

III. CONCENTRATIE

- (10) De operatie is een concentratie in de zin van artikel 3 van de concentratieverordening. HMG is een gemeenschappelijke onderneming, hierna „GO” genoemd, met het karakter van een concentratie.

[...](*)

- (11) [...]

Zelfs indien de thans door de partijen naar voren gebrachte interpretatie van artikel 3, lid 4, correct was [...], is er volgens de Commissie toch nog steeds sprake van gezamenlijke zeggenschap over HMG. Het feit dat aan één moederonderneming een beslissende stem wordt toegekend ingeval verzoening ondanks de inspanningen van alle moederondernemingen onmogelijk blijkt te zijn, betekent niet noodzakelijk dat er van gezamenlijke zeggenschap geen sprake is (zie de mededeling over het begrip „concentratie”, PB nr. C 385 van 31 december 1994, blz. 5 (punt 37)). Dit is met name het geval wanneer elke moederonderneming een bijdrage tot de GO levert die voor de activiteiten daarvan van vitaal belang is (punt 34). In het onderhavige geval is het hoofddoel van de GO de beide RTL-kanalen te combineren met het nieuwe commerciële Veronica-kanaal en de voorziening met programma's van Endemol veilig te stellen, hetgeen volgens de partijen van levensbelang is om het profiel van de HMG-zenders te kunnen handhaven. Zowel RTL als Veronica-Endemol leveren derhalve een bijdrage die voor de activiteiten van HMG van vitaal belang is. Onder die omstandigheden kunnen de moederondernemingen van HMG de GO slechts op basis van een wederzijdse instemming met de belangrijkste strategische beslissingen exploiteren. Het gebruik van de omstreden beslissende stem door RTL zou derhalve in de praktijk tot ongewone situaties beperkt blijven en belet niet dat de GO onder gezamenlijke zeggenschap staat.

- (12) Zelfs indien er van gezamenlijke zeggenschap over HMG in de zin van artikel 3 van de concentratieverordening geen sprake zou zijn, zou in de onderhavige zaak niettemin toch een concentratie ontstaan doordat RTL de uitsluitende zeggenschap zou verwerven over de door VMG aan HMG overgedragen activa. In de specifieke omstandigheden van deze zaak zou dit in de navolgende beoordeling geen verandering brengen. Met name de analyse met betrekking tot de gevolgen van de concentratie op de markt voor televisieproducties blijft ongewijzigd, aangezien er hoe dan ook tussen Endemol en HMG een structurele band zou blijven bestaan (zie punt 100).

(*) Weggelaten wegens zakengeheim.

- (13) Aangezien de moederondernemingen vrijwel al hun activiteiten op de markten van de gemeenschappelijke onderneming (commerciële radio en televisie in Nederland) aan HMG overdragen, is er geen ruimte voor coördinatie van het mededingingsgedrag van de moedermaatschappijen buiten de GO.

IV. GEEN COMMUNAUTAIRE DIMENSIE

- (14) Blijkens de door de partijen verstrekte cijfers wordt de drempel van een totale wereldomzet van alle betrokken ondernemingen van 5 miljard ecu niet gehaald. Hieruit volgt dat de concentratie geen communautaire dimensie heeft in de zin van artikel 1 van de concentratieverordening.
- (15) Derhalve kan in het midden worden gelaten of VNU al dan niet een betrokken onderneming in de zin van artikel 1 van de concentratieverordening is. Indien VNU geen betrokken onderneming is, behaalt slechts een der partijen, RTL, een totale omzet in de Gemeenschap van meer dan 250 miljoen ecu.

V. INVLOED OP DE HANDEL TUSSEN LID-STATEN

- (16) De concentratie beïnvloedt de handel tussen Lid-Statens in de zin van artikel 22, lid 3, van de concentratieverordening. De oprichting van de GO zal gevolgen hebben voor de voorwaarden voor toetreding door nieuwe ondernemingen, met inbegrip van televisiestations buiten Nederland, tot de Nederlandse omroep- en televisiereclamemarkten. De concentratie zal ook een invloed hebben op de markt voor de aankoop van buitenlandse (met name Engelstalige) programma's in Nederland. Daarenboven heeft de GO HMG zelf haar zetel in Luxemburg en worden ten minste de programma's van beide kanalen RTL4 en RTL5 met gebruikmaking van de door het Groothertogdom Luxemburg afgegeven vergunning („concession”) uitgezonden. Voorts worden de Nederlandse openbare televisiekanalen op de kabelnetten in België aangeboden. Een verandering in de structuur van de Nederlandse televisiemarkt heeft derhalve ten minste een onrechtstreekse invloed op de televisiemarkten in België. Indien de wettelijke situatie in België met betrekking tot VTM wordt gewijzigd en er derhalve op die markt meer ruimte voor concurrentie van buitenlandse zenders komt, ligt het overigens tamelijk voor de hand dat die concurrentie met name van Nederlandse commerciële kanalen, waaronder de HMG-kanalen, zal komen.

VI. VOORLOPIGE BEOORDELING OP GROND VAN ARTIKEL 2 VAN DE CONCENTRATIE-VERORDENING

A. Relevante produktmarkten

- (17) De concentratie heeft gevolgen voor de volgende produktmarkten:

- i) televisieomroep;

Zoals hieronder nader toegelicht, concurreren alle televisieomroepen met elkaar om kijkers-aandelen. Aangezien er evenwel geen rechtstreekse handelsrelatie bestaat tussen de omroeporganisaties van „vrije” televisiekanalen aan de „aanbodzijde” en de kijkers aan de „vraagzijde”, kan worden geargumenteed dat televisieomroep geen markt in de enge economische betekenis van dit woord is. Voor de onderhavige zaak is het niet noodzakelijk hierover uitsluitel te krijgen; derhalve wordt over deze kwestie geen uitspraak gedaan. Daar de termen „omroepmarkt” en „kijkersmarkt” echter door alle betrokkenen courant worden gebruikt, komt deze terminologie ook in de in deze beschikking gemaakte analyse voor;

- ii) de markt voor televisiereclame;

- iii) de markt voor onafhankelijk geproduceerde Nederlandse televisieprogramma's, met uitsluiting dus van de door de Nederlandse omroepen zelf vervaardigde televisieprogramma's.

Aangezien de marktaandelen van de aan HMG overgedragen radiostations erg klein zijn, is de Commissie van oordeel dat de operatie geen machtspositie in het leven roept of versterkt op de markten voor radio-uitzendingen en -reclame.

- (18) De partijen voeren aan dat het onderzoek van de Commissie in de onderhavige zaak tot de markt voor televisiereclame beperkt moet blijven, daar de Nederlandse Regering de Commissie heeft verzocht na te gaan of de concentratie een machtspositie in het leven zou roepen of zou versterken die tot gevolg heeft dat de daadwerkelijke mededinging op de markt voor televisiereclame in Nederland op significante wijze wordt belemmerd. Aangezien de Nederlandse Regering geen gewag maakte van mededingingsproblemen in verband met andere markten, gaat elk onderzoek naar andere markten derhalve volgens de partijen de in het verzoek van de Nederlandse Regering vervatte opdracht te buiten.
- (19) De Commissie kan het standpunt van de partijen niet delen. Om te beginnen bepaalt artikel 22, lid 3, uitdrukkelijk dat de beoordeling van de Commissie betrekking heeft op de betrokken concentratie als zodanig, en niet op specifieke aspecten daarvan, zoals bepaalde produktmarkten. In dit opzicht verschilt artikel 22 van artikel 9. Op grond van dit laatste artikel kan de Commissie een concentratie met betrekking tot een afgebakende markt binnen een Lid-Staat slechts met inachtneming van de betrokken goederen of diensten en van de geografische referentiemarkt doorverwijzen (artikel 9, lid 3). Over het algemeen kan eerst na het onderzoek van de concentratie, dat de

Commissie op verzoek van de betrokken regering moet uitvoeren, worden vastgesteld op welke markten de concurrentieproblemen zich voordoen. In dit opzicht is de procedure van artikel 22 dezelfde als die voor zaken met een communautaire dimensie. Voorts zou het voor een Lid-Staat moeilijk zijn zich een gegrond oordeel te vormen over de markten waarop zich al dan niet een mededingingsprobleem voordoet, wanneer, zoals in de onderhavige zaak, de betrokken Lid-Staat zonder een eigen wetgeving op het gebied van het toezicht op concentraties geen echte onderzoeksbevoegdheden heeft.

i) Televisieomroep

- (20) Op het gebied van de televisieomroep — of, met een vaak gebruikte term: op de kijkersmarkt — concurreren de omroepen met elkaar om een zo groot mogelijk aandeel van het kijkerspubliek. Dit geldt met name voor commerciële televisie, die met reclame-inkomsten wordt gefinancierd, aangezien hun aandeel op de kijkersmarkt bepalend is voor hun succes op de markten voor televisiereclame. Er kan tevens een strijd om de kijkcijfers worden gevoerd tussen de met commerciële reclame gefinancierde omroepen aan de ene kant en de uitsluitend met kijk- en luistergeld gefinancierde openbare omroepen of met de met abonneegelden gefinancierde leveranciers van betaaltelevisie aan de andere kant. Zelfs voor omroepen die geen reclame uitzenden, blijven de kijkcijfers een belangrijke indicator voor de aantrekkelijkheid en de aanvaarding van de zender bij het brede publiek.

Op grond van het bovenstaande kan er sprake zijn van een kijkersmarkt waarop alle televisieomroepen actief zijn. Wat de handelsrelatie tussen de omroepen aan de aanbod- en de kijkers aan de vraagzijde betreft, moet evenwel een onderscheid worden gemaakt tussen, aan de ene kant de markt voor televisiereclame, waarop de omroepen met elkaar concurreren om de reclame-inkomsten, en aan de andere kant die voor betaaltelevisie, waarop de aanbieders van betaaltelevisie met elkaar om de abonnees concurreren.

- (21) In Nederland betrekken de openbare omroepen hun inkomsten zowel uit kijk- en luistergeld als uit reclame. Voorts is er één aanbieder van betaaltelevisie. Om de hierboven aangegeven redenen heeft de onderstaande analyse van de kijkersmarkt betrekking op alle televisieomroepen waarvan de programma's in Nederland worden verspreid.

Traditioneel omvatten alle beschikbare gegevens omtrent de aandelen op de kijkersmarkt in Nederland steeds ook het segment van het publiek dat thuis naar videopnemen kijkt. Hoewel videopnemen in feite geen deel uitmaken van de markt voor televisieomroep, omvat de onderstaande

analyse van de kijkcijfers ook de gegevens betreffende videokijkers thuis. Dit heeft evenwel geen invloed op de beoordeling van de zaak omdat het kijkersaandeel van de video voor de positie van de omroeporganisaties op de markt voor televisiereclame niet relevant is.

ii) De markt voor televisiereclame

- (22) De concurrentie op de markt voor televisiereclame verloopt hetzij via de rechtstreekse handelsbetrekkingen tussen de televisieomroepen en de adverteerders, hetzij via agentschappen die de adverteerders in hun contacten met de omroepen vertegenwoordigen.

- (23) De markt voor televisiereclame moet worden onderscheiden van die voor reclame via andere media, met name die welke in druk verschijnen. De uiteenlopende typen reclame kunnen gericht zijn op aanzienlijk verschillende categorieën consumenten. De produkten zelf zijn totaal verschillend in termen van techniek en produktiekosten (korte filmpjes voor televisiereclame, grafiek voor tijdschriften). Bovendien zijn de prijzen in verhouding tot de bereikte doelgroepen verschillend. In Nederland bedroegen de kosten per 1 000 advertentiecontacten in 1993 bij voorbeeld 11,22 US-dollar voor televisiereclame (gemiddelde over een gehele dag) tegenover 5,04 US-dollar voor advertenties in tijdschriften⁽¹⁾. Hoewel schommelingen kunnen optreden tussen reclame op televisie en in de andere media, kan worden geconcludeerd dat reclame op televisie en advertenties van de in druk verschijnende media gescheiden markten vormen.

iii) De markt voor onafhankelijk geproduceerde Nederlandse televisieprogramma's, dit wil zeggen met uitsluiting van de door de omroepen zelf vervaardigde produkties

- (24) Zoals nader wordt uiteengezet in de punten 89 en 90, vormt de onafhankelijke produktie van Nederlandse televisieprogramma's een relevante produktmarkt die gescheiden is van die van door de omroepen vervaardigde programma's. De omroepen vervaardigen de eigen produkties doorgaans uitsluitend voor eigen gebruik. Deze produkties concurreren niet met die van de onafhankelijke producenten. De markt voor onafhankelijke produkties wordt gekenmerkt door de handelsbetrekkingen tussen televisiestations, die programma's nodig hebben om deze over hun kanalen uit te zenden, en onafhankelijke producenten, die deze programma's aanbieden.

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

B. Geografische markt

Televisie-uitzendingen

- (25) De relevante geografische markt voor televisie-uitzendingen is in deze zaak beperkt tot Nederland. Tot de relevante factoren behoren de toepasselijke regelgeving, de bestaande taalbarrières, culturele factoren en andere mededingingsvoorwaarden die zich op deze markt doen gelden (bij voorbeeld de structuur van de markt voor kabelnetten). Gelet op deze elementen moet een duidelijk onderscheid worden gemaakt tussen Nederland en andere landen.
- (26) Wat Vlaanderen betreft, zijn de verschillen in wettelijke voorschriften (bij voorbeeld het specifieke Nederlandse openbare omroepbestel, de exclusieve vergunning voor commerciële omroep die in België aan VTM is toegekend) zodanig, dat op Nederland gerichte televisie-uitzendingen op een geografische markt concurreren die zelfs van dit aangrenzende gebied onderscheiden is. Bovendien worden RTL4 en RTL5 in België niet gedistribueerd. Nederland 1, 2 en 3 worden in België ontvangen, aangezien deze in het Belgische kabelaanbod zijn opgenomen. In 1994 behaalden deze zenders in „prime time” (de zendtijd met de grootste kijkdichtheid, tussen 18.00 en 24.00 uur) slechts een kijkersaandeel van, respectievelijk, 3, 4 en 2 % (op Nederlands grondgebied is dit respectievelijk 16, 17 en 18 %). De Belgische commerciële zender VTM kan niet in Nederland worden ontvangen, omdat deze uitsluitend via het kabelnet in België wordt gedistribueerd. De Vlaamse publieke omroepen TV1 en TV2 worden wel via de kabel in Nederland doorgegeven; in 1994 bereikten zij in „prime time” slechts een kijkersaandeel van, respectievelijk, 2 en 1 % (terwijl zij gezamenlijk ongeveer 22 % van de Belgische televisiemarkt voor hun rekening nemen). Cultuurbarrières vormen een belangrijke hinderpaal voor de wederzijdse penetratie van de Nederlandse en de Belgische televisiemarkten. Televisieprogramma's worden in België en in Nederland in dezelfde taal uitgezonden. De verschillen in verbale uitdrukkingen, in nationale smaak en in voorkeur voor bepaalde televisiepersoonlijkheden boven andere zijn evenwel van dien aard, dat de partijen en alle andere, door de Commissie aangesproken televisiestations en producenten van mening zijn dat de televisiemarkten in Nederland en in het Vlaamse Gewest dienen als verschillende geografische markten te worden beschouwd.

Televisiereclame

- (27) De geografische markt voor op de Nederlandse consument gerichte televisiereclame dient eveneens te worden beschouwd als onderscheiden van die voor televisiereclame in België.
- (28) Ten aanzien van de concurrentie om reclameopbrengsten gelden er radicaal verschillende voorwaarden. In Nederland concurreert de 50 %-dochteronderneming van RTL — IPN — met de

STER, de gezamenlijke instelling van de openbare omroeporganisaties, om de reclameopbrengsten. In België was VTM tot voor kort het enige commerciële station dat zendtijd voor commerciële reclame mocht verkopen. Uit onderzoek van de markt blijkt dat de Nederlandse STER (het enige instituut dat in aanmerking moet worden genomen, omdat RTL4 en RTL5 niet in België worden uitgezonden), die reclamezendtijd voor de Nederlandse openbare omroepen verkoopt, geen rekening houdt met de uitwerking van reclame in Vlaanderen, hetgeen betekent dat deze het kijkerspubliek aldaar niet bij haar peilingen betreft. VTM verkoopt in Nederland evenmin reclamezendtijd. Bovendien is de regelgeving inzake reclame in België en in Nederland verschillend (in België gelden bij voorbeeld beperkingen voor op kinderen gerichte reclames rond kinderprogramma's en voor het verwijzen naar prijzen tijdens de reclame). Bovendien bestaan er, evenals het geval is voor televisie-uitzendingen, zoals eerder beschreven, cultuurbarrières (verschillen in verbale uitdrukkingen, in smaak, in voorkeur voor een bepaalde reclamepresentator boven een andere), waarmee bij de bepaling van de geografische markt rekening moet worden gehouden en welke tot de conclusie leiden dat er voor televisiereclame sprake is van een afzonderlijke, tot het Nederlandse grondgebied beperkte geografische markt.

Onafhankelijke Nederlandse televisieproducties

- (29) Er is een afzonderlijke markt voor onafhankelijke Nederlandse producties. Het Vlaamse Gewest moet van de relevante markt worden uitgesloten. De culturele verschillen zijn van dien aard, dat er vrijwel geen Nederlandse producties in België en vrijwel geen Belgische producties in Nederland worden gekocht. Dit wordt bevestigd door het onderzoek van de Commissie in deze zaak: van alle door de Commissie op dit punt ondervraagde Nederlandse producenten, waaronder Endemol, verklaarden slechts drie dat zij enkele producties in België hadden verkocht. Deze zijn in waarde minimaal in verhouding tot de totale waarde van de Nederlandse markt voor onafhankelijke producties. De verschillen tussen de televisieproducties in beide landen zijn met name voor amusementsprogramma's, zoals shows en „sitcoms” (komische televisieseries), en voor programma's met politieke en culturele onderwerpen relevant. Het is moeilijk om in Vlaanderen kijkers te trekken met programma's waarin sterren optreden die wel in Nederland, maar niet in Vlaanderen bekend zijn, of om een Nederlands kijkerspubliek te trekken met voor het Belgische kijkerspubliek vervaardigde programma's.

C. Gevolgen van de concentratie

- (30) De drie bovenbeschreven markten hangen op zodanige wijze samen dat de positie van HMG of haar moederondernemingen op de ene markt een rechtstreekse invloed heeft op hun positie op de andere markten. Het aandeel van een omroep op de

kijkersmarkt is van fundamenteel belang voor zijn positie op de markt voor televisiereclame. Hoge opbrengsten op de reclamemarkt maken de aankoop van aantrekkelijker programma's en rechten op sportuitzendingen mogelijk, hetgeen op zijn beurt de positie op de kijkersmarkt verbetert. Een bevoorrechte toegang tot de aantrekkelijkste programma's versterkt de positie van de omroepen op zowel de reclame- als de kijkersmarkt, terwijl de band die Endemol als producent met de grootste omroep in Nederland heeft, haar positie op de markt voor onafhankelijke produkties versterkt. Zoals hieronder nader toegelicht, verleent met name de combinatie van de sterke punten van de partners in HMG aan de GO zelf en aan Endemol een zeer sterke positie ten opzichte van hun respectieve concurrenten.

1. Televisieomroep

i) De structuur van de Nederlandse televisieomroepwereld vóór de oprichting van HMG

- (31) Het televisieomroepbestel in Nederland omvat openbare en commerciële omroepen. Naast kanalen die specifiek op Nederland gericht zijn, worden via het Nederlandse kabelnet ook buitenlandse, niet specifiek op Nederland gerichte kanalen doorgegeven.

— AVRO	(onafhankelijk liberaal,	648 000 leden),
— EO	(evangelisch,	532 000 leden),
— KRO	(rooms-katholiek,	615 000 leden),
— NCRV	(christelijk,	548 000 leden),
— TROS	(onafhankelijk populair,	530 000 leden),
— VARA	(sociaal-democratisch,	531 000 leden),
— VOO (Veronica)	(onafhankelijk, jongeren,	1 036 000 leden),
— VPRO	(sociaal-kritisch,	543 000 leden).

Het totaal aantal leden van deze organisaties (4 983 000) vertegenwoordigt 89 % van de Nederlandse huishoudens. De structuur van elk kanaal is als volgt tussen deze organisaties verdeeld:

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

Het „Commissariaat voor de Media” stelt de zendtijd als een percentage van de totale uitzendtijd vast die aan elk van deze omroeporganisaties wordt toegewezen, alsmede de dagen of dagdelen waarin zij mogen uitzenden. Voorts wijst het Commissariaat op de drie kanalen zendtijd toe aan ruim 35 andere omroeporganisaties en instellingen, zoals educatieve organisaties (Educom, NOT, RVU en Teleac), kerken (bijvoorbeeld IKON, RKK), sociale

- (32) De openbare sector zendt uit over drie kanalen, Nederland 1, 2 en 3. Deze worden beheerd door de Nederlandse Omroepprogramma Stichting, hierna „NOS” genoemd, namens acht openbare publieke omroeporganisaties (de Algemene Omroepvereniging, hierna „AVRO” genoemd, de Vereniging Evangelische Omroep, hierna „EO” genoemd, de Katholieke Radio Omroep, hierna „KRO” genoemd, de Nederlandse Christelijke Radio Vereniging, hierna „NCRV” genoemd, de TROS, de Omroepvereniging VARA, hierna „VARA” genoemd, de Veronica Omroep Organisatie, hierna „VOO” of „Veronica” genoemd en de Omroepvereniging VPRO, hierna „VPRO” genoemd. De NOS is een overkoepelende organisatie die administratieve diensten verleent en zelf ook uitzendingen verzorgt, voornamelijk nieuws- en sportprogramma's. Deze organisaties hebben een „A”-status (die bepaalt hoelang de omroeporganisatie mag uitzenden, hetgeen neerkomt op 676 uur televisie per jaar op een aangewezen kanaal), welke wordt verleend zodra een organisatie ten minste 450 000 leden heeft. Traditioneel vormen deze organisaties de weerslag van culturele en politieke verschillen in Nederland, waaronder die tussen protestanten, katholieken, liberalen en socialisten. Volgens het „OMROEP Handboek 1994/1995” (bladzijde 2) hebben de grootste acht organisaties de volgende basiskennmerken:

en culturele groeperingen (bijvoorbeeld HOS en Socutera), de Minister van Algemene Zaken en de politieke partijen.

- (33) Het openbare-omroepbestel dat het resultaat van deze configuratie is, is ingewikkeld en mist flexibiliteit. Om te kunnen uitzenden zijn besprekingen tussen deze organisaties onderling noodzakelijk. De onderlinge coördinatie van de programmering verloopt momenteel moeizaam. De Nederlandse Regering heeft de Commissie op de hoogte gesteld van haar pogingen om de huidige coördinatie van de programmering tussen de organisaties te verbeteren. Deze pogingen gaan in twee richtingen: verticaal om een betere coördinatie tot stand te brengen tussen organisaties die op hetzelfde kanaal uitzenden, en horizontaal om de coördinatie tussen de verschillende kanalen te verbeteren. Het valt echter te betwijfelen of deze pogingen in de komende vijf jaar tot wezenlijke veranderingen zullen leiden. De verschillen van mening en van politieke richting zijn zodanig groot, dat verticale

coördinatie in de praktijk ten minste de komende jaren nog moeilijk zal blijven, en horizontale coördinatie wat de eigenlijke inhoud van de programma's betreft, waarschijnlijk eveneens beperkt zal blijven.

(34) De commerciële omroepen in Nederland omvatten omroepen die in het Nederlands uitzenden en die welke in een vreemde taal uitzenden. Tot de omroepen die in het Nederlands uitzenden, behoren RTL4, RTL5 en enige „special interest“- of „niche“-kanalen als Kindernet en Eurosport. Bovendien zijn er enige nieuwkomers, zoals het kanaal SBS6 (dat per september 1995 zou gaan uitzenden), en „special-interest“-kanalen als TV10 Gold en The Music Factory (kanalen van Arcade), die in mei van dit jaar met uitzendingen zijn begonnen. Kanalen waarover in vreemde talen wordt uitgezonden, bieden onder meer ARD, WDR, BBC, TV5 en RAI.

(35) De openbare omroepen zenden uit via terrestrische transmissie en via het kabelnet. Deze kunnen 98 % van de huishoudens bereiken. De commerciële omroepen worden overwegend via het kabelnet gedistribueerd. In 1994 bereikten RTL4 en RTL5 ongeveer 93 % van de Nederlandse huishoudens. Een onderneming kan eerst in Nederland uitzenden wanneer zij aantoonbaar in staat te zijn ten minste 30 % van de bevolking te bereiken in het eerste jaar van uitzending en 60 % in het tweede jaar van uitzending. Naar verluidt zou dit wettelijke vereiste in de toekomst echter wellicht worden afgeschaft. Voorstellen om de Mediawet in die zin te wijzigen zijn reeds ingediend.

(36) RTL begon in 1989 in Nederland uit te zenden, toen het kanaal RTL4 werd geïntroduceerd. Voorafgaand aan dat jaar hadden de openbare omroepen ongeveer 80 % van de Nederlandse kijkersmarkt in handen. In 1992 was hun aandeel gedaald tot 53 % van het totaal aantal kijkers. De gemiddelde jaarlijkse marktaandelen op de Nederlandse televisiemarkt zijn (cijfers over 1994 in „prime time“, dus tussen 18.00 en 24.00 uur):

— Nederland 1:	16 %,
— Nederland 2:	17 %,
— Nederland 3:	18 %,
— RTL4:	26 %,
— RTL5:	6 %,
— Overige (buitenlandse zenders, betaaltelevisie, video):	17 %.

De publieke omroepen hadden in 1994 een marktaandeel van 51 %, RTL4 en RTL5 32 % en de overige omroepen tezamen 17 %. In de eerste drie maanden van 1995 steeg het gezamenlijke marktaandeel van RTL4 en RTL5 tot 34,3 %.

ii) *Structuur van de Nederlandse markt voor televisieomroep na de concentratie*

(37) Overeenkomstig haar eerder bekendgemaakte voornemen verbond Veronica zich ertoe het openbare omroepbestel begin 1995 te verlaten en een volledig commerciële zender te worden, die zeven dagen per week uitzendt in plaats van twee en een halve dag. Veronica heeft van de Nederlandse autoriteiten een vergunning verkregen om een commerciële zender te exploiteren en is op 1 september 1995 met haar uitzendingen begonnen.

(38) Zonder de oprichting van HMG zou Veronica de sterkste commerciële concurrent van RTL4 en RTL5 zijn geweest. Door de oprichting van de GO zullen de programma's van RTL4, RTL5 en Veronica worden gecoördineerd. HMG zal derhalve de sterkste televisieomroep in Nederland worden.

(39) In het (in januari 1995 opgestelde) ondernemingsplan voor HMG verwachten de partijen dat de drie kanalen in 1996 een totaal kijkersaandeel van [...] zullen verwerven (RTL4 [...], RTL5 [...]) en Veronica [...]. De partijen betogen nu dat deze cijfers moeten worden gecorrigeerd, omdat zij van mening zijn dat de nieuwe commerciële zender SBS, die eind augustus 1995 met uitzendingen is begonnen, een betere marktpositie zal bereiken dan zij aanvankelijk hadden verwacht. De partijen verwachten nu dat HMG een kijkersaandeel van [...] zal bereiken indien SBS 4 % bereikt, en [...] indien SBS 8 % bereikt.

(40) De positie van HMG op de omroepmarkt zal worden bepaald door enerzijds de specifieke sterke punten van de combinatie, en anderzijds het vermogen van de openbare omroepen en andere commerciële omroepen, met name SBS, om met HMG te concurreren.

iii) *Sterke punten van HMG*

(41) RTL4 en RTL5 zijn tot heden de enige Nederlandse commerciële kanalen die een volledige programmadienst bieden. RTL4, die sinds 1989 actief is, heeft een gemiddeld jaarlijks kijkersaandeel van 26 % bereikt. De programma's van RTL4 zijn voornamelijk op gezinnen gericht. Eén specifieke doelgroep wordt gevormd door huisvrouwen. RTL4 kan worden gekenmerkt als het station van de sterren, en haar imago is voornamelijk afgeleid van amusementsprogramma's. Het succes van RTL4 kan in dit verband worden geïllustreerd door het feit dat van de 56 niet-sportprogramma's, die in het seizoen 1993/1994 de hoogste kijkcijfers behaalden, er 33 door RTL4 werden uitgezonden. RTL5 werd in 1993 geïntroduceerd en heeft inmiddels een gemiddeld jaarlijks kijkersaandeel van 6 % verworven. Haar programma's zijn deels op jongeren gericht.

Aangezien RTL4 SA deel van het CLT-concern uitmaakt, heeft zij toegang tot de aanzienlijke middelen van het concern, dat tevens sterke en succesvolle televisiekanalen in andere Europese landen exploiteert.

- (42) Veronica wordt algemeen beschouwd als de populairste openbare omroep. Op de dagen dat Veronica op Nederland 2 uitzond, varieerde haar kijkersaandeel van 17 % in juni en juli 1994 tot 25 % in november 1994. Veronica is de omroeporganisatie met verreweg het grootste aantal leden (meer dan 1 miljoen, tegenover 500 000 à 600 000 voor elk van de overige omroepverenigingen). Jongeren zijn de voornaamste doelgroep van Veronica, met name de groep van 20-34 jaar, met inbegrip van jonge gezinnen. Veronica is ook iets meer man-gericht dan de RTL-kanalen. Zoals blijkt uit haar slogan „jong, snel en opwindend”, is het imago van Veronica dat van een modern en dynamisch televisiestation. Tot haar meest succesvolle programma's behoort bij voorbeeld de wekelijkse show „All you need is love”, dat een van de hoogst genoteerde niet-sportprogramma's is.
- (43) Door de combinatie van de drie kanalen RTL4, RTL5 en Veronica is HMG in staat de programma's van deze kanalen te coördineren om een maximaal aantal kijkers te trekken en tegen concurrerende kanalen te reageren. Anders dan wanneer Veronica een zelfstandig commercieel kanaal zou zijn, zal er geen concurrentie zijn tussen Veronica en de RTL-kanalen. In tegendeel, HMG kan de gerichtheid op de uiteenlopende kijkerscategorieën coördineren en de gehele dag door op de drie kanalen een aanvullend programma bieden.
- (44) RTL4 en Veronica nemen de voornaamste doelgroepen voor hun rekening. RTL5 zou derhalve kunnen worden gebruikt als „vechtkanaal”, dat rechtstreeks tegen het programma-aanbod van concurrerende kanalen kan reageren, en met name tegen dat van nieuwe toetreders tot de markt. In de „trend”-brief van HMG aan het personeel van RTL4, Veronica en Endemol verklaarde de Directeur „Programma's” van HMG dat RTL5 het vechtkanaal en het meest flexibele station van Nederland zou worden, dat waar nodig via het programma-aanbod ervan onmiddellijk het hoofd aan concurrerende kanalen zou bieden.
- (45) De combinatie van de RTL-kanalen en Veronica wordt nog versterkt door de structurele banden van HMG met Endemol, een van haar moedermaatschappijen. Zoals hieronder nader wordt uiteengezet (zie punten 91 tot en met 97), is Endemol veruit de grootste onafhankelijke Nederlandse producent van televisieprogramma's. Endemol heeft de rechten op en produceert de populairste televisieprogramma's. Daarnaast heeft Endemol bij voorrang toegang tot succesvolle programmaformules en heeft zij de populairste televisiepersoonlijkheden onder contract, veelal op exclusieve basis. Endemol was reeds in het verleden de belangrijkste leverancier van programma's voor zowel RTL4 en RTL5 als Veronica. Deze relatie is nu echter gestoeld op een structurele band, die de bevoorrechte toegang van de drie kanalen tot de meest succesvolle producties van Endemol garandeert. Hoewel de bevoorrechte toegang reeds voortvloeit uit de structurele band op zich, blijkt deze ook uit de „Productie-overeenkomst” tussen HMG en Endemol, die HMG [...] garandeert.
- (46) Een andere aandeelhouder van HMG is VNU, een van de leidende Nederlandse uitgevermaatschappijen. VNU geeft een groot aantal algemene familie-weekbladen uit (bij voorbeeld Libelle, Margriet, Panorama, Story en Nieuwe Revu), die informatie over televisieprogramma's en andere artikelen bevatten die specifieke programma's en sterren promoten. Een structurele band tussen een televisiestation en in druk verschijnende media, welke onder meer artikelen over televisie bevatten, kan worden gebruikt om reclame te maken voor de televisieprogramma's van het station. Dit kan ondanks het bestaan van regels inzake redactionele vrijheid zeer wel gebeuren. De ervaring leert immers dat die identiteit van de eigenaar van in druk verschijnende media doorgaans niet zonder invloed is op de algemene oriëntering ervan. Bovendien kan er sprake zijn van rechtstreekse samenwerking tussen omroepen en eigenaren van in druk verschijnende media die met elkaar zijn verbonden. Een voorbeeld hiervan is het schoonheids- en gezondheidstijdschrift „Top Santé”, waarin VNU voor 40 % deelneemt. Dit blad is verbonden met het televisieprogramma met dezelfde naam, dat door RTL4 wordt uitgezonden. Geen andere Nederlandse omroep heeft gelijkaardige banden met de in druk verschijnende media.
- In dit verband is ook van belang dat de Veronica-vereniging de „Veronica Gids” bezit, het grootste Nederlandse programmablad met een wekelijkse oplage van 1,2 miljoen exemplaren en een marktaandeel van 25 % op de markt voor televisiebladen. Dit biedt de drie kanalen van HMG bij het maken van reclame voor hun programma's een belangrijk concurrentievoordeel.
- iv) *Mogelijkheden voor de openbare omroepen om te reageren*
- (47) In tegenstelling tot HMG zijn de openbare omroepen niet in staat om het programma-aanbod op de drie openbare kanalen zodanig te coördineren dat deze elkaar aanvullen. Zoals reeds opgemerkt in punt 33, maakt de verschillende oriëntering van de openbare omroepen het moeilijk om een gecoördineerd programma-aanbod op elk van de kanalen tot stand te brengen en om elk kanaal van een specifiek imago of identiteit te voorzien. Het is voor Nederland 1, 2 en 3 afzonderlijk derhalve veel moeilijker dan voor RTL4, RTL5 en Veronica om zich op belangrijke kijkerscategorieën te richten. Bovendien blijkt uit ervaring dat het algemene omroepbestel in Nederland de coördinatie van het programma-aanbod tussen de drie kanalen bemoeilijkt. Het komt voor dat hetzelfde type programma gelijktijdig op meer dan één openbaar kanaal wordt uitgezonden. Hoewel pogingen worden gedaan om de horizontale en

verticale coördinatie in het openbare-omroepbestel te verbeteren, lijkt het erop dat deze pogingen om de eerdergenoemde redenen in de komende vijf jaar slechts een beperkte mate van succes zullen kennen. Voor een aanzienlijke verbetering is waarschijnlijk een radicale wijziging van het openbare-omroepbestel nodig.

- (48) De partijen voeren aan dat de openbare omroepen een gegarandeerde bron van inkomsten hebben in de vorm van het kijk- en luistergeld, dat in 1994 meer dan 900 miljoen Fl. bedroeg, hetgeen samen met de reclameopbrengsten een bedrag van 1,4 miljard Fl. aan inkomsten opleverde, hetgeen voor de openbare omroepen een aanzienlijk concurrentievoordeel betekent. Op te merken valt evenwel dat het kijk- en luistergeld en de opbrengst van radio- en televisiereclame niet uitsluitend voor de NOS en de overige acht grote omroepen bestemd is. De middelen van het Nederlandse Ministerie dat cultuur tot zijn bevoegdheden heeft, voor het gehele Nederlandse openbare-omroepbestel bestonden in 1994 uit 968 miljoen Fl. inkomsten uit kijk- en luistergeld, 460 miljoen Fl. inkomsten uit radio- en televisiereclame en 18 miljoen Fl. renteopbrengsten. Het totale bedrag van 1,446 miljard Fl. werd als volgt verdeeld:

(in miljoen Fl.)

Nationale openbare televisie- en radio-omroep	1 059
NOB (doorgifte, studio's, archieven, radio-orkest enz.)	120
Nederlandse Wereldomroep	79
Regionale radio- en televisieomroep	24
Stichtingen e.d. (Fonds ter stimulering van Nederlandse producties)	72
Reserves	87
Overige	5
Totaal	1 446

Hieruit volgt dat deze middelen en met name de inkomsten uit het kijk- en luistergeld een groot aantal andere uitgaven moeten dekken die niets met de financiering van de NOS en de acht grote omroepen te maken hebben. Zelfs het bedrag van rond 1 miljard Fl. dat specifiek voor de nationale omroep bestemd is, is voor de televisieactiviteiten van deze organisaties niet in zijn geheel beschikbaar. Met dit bedrag moeten tevens de openbare radiostations (217 miljoen Fl.) en de ruim 35 reeds genoemde organisaties die eveneens via de drie openbare kanalen uitzendend, worden gefinancierd. De acht grote omroepen ontvingen in 1994 van de totale openbare inkomsten uit kijk- en luistergeld en uit reclame elk 58,5 miljoen Fl. De NOS ontving 180 miljoen Fl. (129 miljoen Fl. voor algemene programma's, 35 miljoen Fl. voor speciale

gebeurtenissen, 8 miljoen Fl. voor teletekst en 7 miljoen Fl. voor minderheden en voor Friese televisie). De inkomsten uit radio- en televisiereclame (460 miljoen Fl.) mogen uitsluitend voor nationale radio en televisie worden gebruikt. (Van het kijk- en luistergeld wordt dus nog 600 miljoen Fl. gebruikt om de totale begroting van die activiteiten ten bedrage van 1 059 miljoen Fl. rond te krijgen). Dit betekent dat van de middelen die in totaal aan nationale openbare radio- en televisieomroepactiviteiten worden besteed, de reclame-inkomsten ongeveer 43 % opleveren.

Op grond van het bovenstaande kan worden geconcludeerd dat de omroepbijdragen bestemd zijn om een omvangrijk en complex, zowel radio als televisie omvattende openbaar omroepbestel te financieren. De NOS als televisieomroep en de overige acht grote omroepen ontvangen slechts een bepaald deel van de opbrengst van het kijk- en luistergeld. Daarnaast spelen voor hen de opbrengsten van reclame een belangrijke rol.

- (49) Bij de beoordeling van het bedrag aan de gegarandeerde inkomsten dat de openbare televisieomroepen uit het kijk- en luistergeld ontvangen, moet rekening worden gehouden met het feit dat de personeelssterkte en dus ook de „overhead”-kosten van de openbare omroepen veel groter zijn dan die van hun commerciële concurrent RTL4. De grootste negen openbare omroepen hebben samen ongeveer 2 300 werknemers in dienst, terwijl RTL4 en RTL5 ongeveer 350 werknemers hebben. HMG, dat zoals de openbare omroepen drie kanalen zal exploiteren, zal rond 500 personeelsleden hebben. Dat is nog altijd minder dan een kwart van het aantal personeelsleden van de openbare omroepen. Meer in het algemeen leidt de ingewikkeldheid van het Nederlandse openbare-omroepbestel, met name de veelheid van omroeporganisaties en de daaraan verbonden faciliteiten, onvermijdelijk tot verhoudingsgewijs hogere kosten voor de openbare omroepen in vergelijking met de commerciële omroep.

- (50) De partijen wijzen erop dat de openbare omroepen in 1995 naast hun gangbare omroepbijdragen 67 miljoen Fl. extra zullen ontvangen. Hierbij moet echter worden aangetekend dat dit extra inkomen, dat afkomstig is uit de reserves van de openbare omroepen, een eenmalig karakter lijkt te hebben.
- (51) Daarentegen zal, op lange termijn, door de oprichting van HMG, zoals hieronder nader wordt uiteengezet, een aanzienlijke daling van de advertentie-inkomsten van de openbare omroepen optreden in verband met de positie die HMG op de markt voor televisiereclame zal verwerven. Dit verlies van inkomsten zal rechtstreeks gevolgen hebben voor het productiebudget van de openbare omroepen, hetgeen op zijn beurt weerslag op de kijkersmarkt zal hebben. Deze weerslag zou met name aanzienlijk zijn, wanneer de openbare omroepen hun recht

zouden verliezen om belangrijke sportevenementen uit te zenden of ertoe genoopt zouden worden zeer hoge bedragen te bieden om dit recht te behouden⁽¹⁾. De partijen stellen dat de rechten op de Nederlandse voetbalcompetitie momenteel 17 miljoen Fl. kosten, maar dat deze naar verwachting in 1995/1996 tot 75 miljoen Fl. zullen stijgen.

In algemene zin betogen de partijen dat de verwerking van sportrechten omvangrijke investeringen vergt, die niet worden goedge maakt door de daaruit voortkomende reclameopbrengsten, en dat het daarom voornamelijk de met openbare middelen gesteunde openbare omroepen zijn die bereid zouden zijn deze rechten te betalen. De president van HMG verklaarde evenwel expliciet [...].

- (52) De openbare omroepen zullen voorts nadeel onder vinden van de structurele band tussen HMG en Endemol, op grond waarvan HMG bij voorrang toegang krijgt tot de aantrekkelijkste formules en programma's. De openbare omroepen zullen derhalve waarschijnlijk niet erin slagen deze programma's aan te kopen. Hierdoor zal het zeer moeilijk worden om het gat op te vullen dat is ontstaan door het vertrek van Veronica uit het openbare bestel, omdat het succes van het programma-aanbod van Veronica voor een groot deel met de producties van Endemol verband hield.
- (53) Om de in het voorgaande genoemde redenen, die een essentieel structureel element van de Nederlandse televisiemarkt vormen, beschikken de openbare omroepen over beperkte mogelijkheden om op de kijkersmarkt tegen de nieuwe marktpartij HMG te concurreren. Meer in het algemeen beperkt het karakter van openbare omroep op zich het vermogen van de openbare omroeporganisaties om op commerciële wijze met een commerciële zender als HMG te concurreren. Terwijl HMG haar programma-aanbod in commercieel opzicht kan optimaliseren om een maximaal aantal kijkers te trekken, laat de maatschappelijke taak van de openbare omroeporganisaties niet toe te trachten zich op dezelfde wijze te gedragen. De maatschappelijke taak vereist dat de drie openbare kanalen een minimum aan programma's bieden die op het brede kijkerspubliek gericht zijn, en ook programma's die voor een slechts beperkt aantal kijkers aantrekkelijk zijn (bij voorbeeld kunst- en culturele programma's, informatieve programma's voor minderheden, enzovoort).

v) *Toetreding van SBS tot de markt*

- (54) Op 28 augustus 1995 is in Nederland een nieuwe Nederlandse commerciële omroep met uitzenden begonnen. SBS is op de markt gekomen met een algemeen amusementskanaal (SBS6), dat voor 45 % Nederlandstalige producties zal aanbieden. SBS is het eigendom van het „Scandinavian Broadcasting

System" (SBS), dat in 1990 is opgericht en commerciële televisiekanalen in Scandinavië exploiteert, alsmede, sinds februari 1995, een Nederlandstalig kanaal (VT4), dat zich op het Vlaamse Gewest in België richt. De omzet van het SBS-concern bedroeg in 1994 ongeveer 70 miljoen US-dollar.

- (55) De partijen voeren aan dat SBS een sterke concurrent wordt voor de drie kanalen van HMG. Het is echter aannemelijk dat de mogelijkheid voor SBS om in Nederland te concurreren beperkt is in vergelijking met HMG. RTL4 and RTL5 zijn gevestigde commerciële kanalen in Nederland, en hoewel Veronica als commerciële omroep nieuw is, is zij welbekend bij de Nederlandse kijkers, en met name bij haar ruim één miljoen leden. Kanaal SBS6 is daarentegen volledig nieuw voor het Nederlandse publiek en zal van het begin af een imago moeten ontwikkelen. Bovendien zal SBS slechts één kanaal kunnen exploiteren en HMG drie, waardoor deze laatste een afgestemd en complementair programma-aanbod kan bieden en zich op gecoördineerde wijze specifiek tot elke doelgroep van kijkers kan richten.
- (56) De partijen benadrukken dat SBS heeft aangekondigd dat SBS6 een jaarlijks programmabudget van 70 miljoen Fl. zal krijgen. Hieruit maken de partijen op dat SBS een belangrijke marktpartij zou worden en een marktaandeel van ten minste 8 % zou verwerven. Het lijkt echter erop dat een programmabudget van 70 miljoen Fl. voor een volledig commercieel kanaal betrekkelijk gering is. Volgens het ondernemingsplan van HMG is het programmabudget voor het kanaal Veronica alleen al ongeveer [...] Fl.
- (57) De partijen voeren voorts aan dat de belangrijkste aandeelhouders van SBS de Amerikaanse ondernemingen ABC en Viacom zijn, en dat SBS zich derhalve door de financiële middelen en het programmabezit van deze ondernemingen gesteund weet. Opgemerkt zij echter dat Viacom geen echte aandeelhouder is doch slechts over een optie beschikt om 6 % te verwerven. SBS zelf is overigens een betrekkelijk kleine vennootschap vergeleken met, bij voorbeeld, het CLT-concern.

Bovendien heeft CLT er duidelijk een strategisch belang bij om de belangrijkste omroep in Nederland te steunen, maar daarentegen is het zeer de vraag of het strategisch belang van een betrekkelijk klein Nederlands kanaal voor een Amerikaanse mediabedrijf als ABC, dat een aandeel van 23,4 % heeft in SBS, verder gaat dan het krijgen van vaste voet in Nederland. Bovendien moet worden aange te kend dat ABC zelf geen filmrechten bezit. Het is juist dat SBS een overeenkomst heeft gesloten met Paramount Pictures, een dochteronderneming van Viacom, waardoor SBS toegang wordt geboden tot de filothek van Paramount. Toch kan SBS uit deze mogelijkheid de eerstkomende twee tot drie jaar geen geld slaan, [...].

⁽¹⁾ De NOS heeft als lid van de „European Broadcasting Union" (EBU) weliswaar bij voorrang toegang tot bepaalde sportevenementen, maar dit geldt niet voor met name de Nederlandse voetbalcompetitie.

- (58) De partijen voeren voorts aan dat SBS een bevoorrechte toegang zou verkrijgen tot de filmrechten van de „Walt Disney Corporation” wegens de voorgenomen verwerving van „Capital Cities — ABC” door Walt Disney. Hierbij valt evenwel aan te tekenen dat CLT onlangs met Walt Disney een GO heeft opgezet die het nieuwe Duitse televisiekanaal Super RTL zal exploiteren. Naar verluidt vormt deze operatie een onderdeel van een ruimere samenwerking tussen CLT en Walt Disney met de bedoeling gezamenlijk Disney-kanalen in de Europese landen op te zetten. Daarenboven valt te noteren dat ABC een aandeel heeft in het Duitse televisiekanaal RTL2, waarvan CLT ook nog aandeelhouder is. [...].
- (59) Voorts is het wettelijke vereiste in Nederland, dat een nieuw commercieel kanaal een zodanige toegang moet verwerven tot het kabelnet, dat het ten minste 30 % van de huishoudens in ten minste vijf provincies kan bereiken, in het algemeen gesproken een groot obstakel voor nieuwe, voor het televisiekijkend publiek nog onbekende commerciële kanalen. In verband met dit vereiste heeft SBS in haar streven om deze drempel te bereiken en een breed gedeelte van het Nederlandse televisiepubliek te bestrijken (momenteel 45 %) moeten optornen tegen een sterke onderhandelingspositie van de kabelmaatschappijen. Veronica heeft daarentegen reeds de volledige toegang tot alle Nederlandse kabelsystemen verworven, omdat zij reeds in Nederland als openbare omroep aanwezig was en populair is bij de kijkers. Zelfs indien dit vereiste inzake het bereiken van een bepaald percentage kabelabonnees in de toekomst zou worden opgeheven, blijft het in de praktijk noodzakelijk een aanzienlijk aantal van de op de kabel aangesloten gezinnen te bereiken om de Nederlandse markt te kunnen betreden, aangezien de terrestische frequenties in Nederland voor de openbare omroepen gereserveerd zijn en ten gevolge van de hoge mate van bekabeling in Nederland er betrekkelijk weinig gezinnen satellietuitzendingen kunnen ontvangen. Deze noodzaak om op de kabel te komen en de zeer geringe reservecapaciteit op die netten plaatst de Nederlandse kabelexploitanten ten opzichte van elke nieuwkomer in een sterke onderhandelingspositie, hetgeen voor die nieuwkomer een zware handicap is. Dit zal allicht niet erop verbeteren nu de kabelexploitanten, volgens de voorstellen tot wijziging van de huidige Mediawet, ook zelf televisiestations zouden mogen gaan exploiteren en hun eigen pakketten televisiekanalen zouden mogen aanbieden, hetgeen hen nog eens een onderhandelingsvoordeel zou opleveren.
- (60) Ten slotte is SBS bijzonder kwetsbaar voor de mogelijkheid dat HMG RTL5 als „vechtkanaal” zou gebruiken tegen nieuwe concurrenten op de markt. Tijdens de hoorzitting verklaarde SBS zelfs dat het onlangs bekendgemaakte programmaschema van RTL5 een nauwgezette kopie is van het schema dat SBS eerder aan de adverteerders had doen toekomen. Ten gevolge daarvan heeft SBS zich gedwongen gezien haar schema aan te passen in een poging om zich van RTL5 te onderscheiden.
- SBS vreest dat deze wijziging de kansen van SBS6 om de kijkers een avond lang te boeien, zal verkleinen.
- (61) Hieruit volgt dat, hoewel een succesvolle toetreding tot de markt in elk geval moeilijk zou zijn, de kansen voor SBS om een positie van betekenis op de Nederlandse televisiemarkt te veroveren door de oprichting van HMG verder worden bemoeilijkt.
- vi) *Overige kanalen*
- (62) Er zijn nog enige andere Nederlandstalige kanalen actief in Nederland. Dit zijn voornamelijk „special-interest”-kanalen als Kindernet (voor kinderen), Eurosport (sportprogramma's) of regionale of plaatselijke stations. Deze kanalen hebben tot dusver nog geen noemenswaardig marktaandeel bereikt.
- Daarnaast heeft de Nederlandse onderneming Arcade onlangs twee kanalen geïntroduceerd, The Music Factory en TV10 Gold. Het eerstgenoemde is een muziekstation. Ingeval dit kanaal een bepaalde marktpositie zou verwerven, zou dit met name ten koste kunnen gaan van het paneuropese muziekstation MTV, dat op het Nederlandse kabelnet wordt aangeboden. TV10 Gold is een kanaal dat voornamelijk herhalingen van bestaande producties, zoals oude televisieseries, uitzendt.
- (63) Al deze kanalen zijn beperkt wat de reikwijdte van hun programma-aanbod betreft. Zij zouden bij hun eventuele pogingen om hun programma-aanbod te verbreden, op de sterke positie van de drie kanalen van HMG stuiten. Het bestaan van HMG kan derhalve slechts ertoe leiden dat deze kanalen ontmoedigd worden en waarschijnlijk van dergelijke pogingen worden afgehouden. Met betrekking tot de openbare omroeporganisaties moet worden opgemerkt dat zij dezelfde mogelijkheid hadden als Veronica om een commercieel station te worden. Al deze organisaties hebben begin dit jaar echter een openbare-omroepvergunning voor de komende vijf jaar aangevraagd. Daarom is er van de zijde van de openbare omroepen ten minste gedurende deze periode geen nieuw commercieel kanaal te verwachten.
- vii) *Conclusie*
- (64) Om al deze redenen zal HMG een zeer sterke positie op de Nederlandse omroepmarkt gaan innemen. Deze positie zal waarschijnlijk neerkomen op een aandeel van ongeveer 42-43 % en zal de drie HMG-kanalen een groter marktaandeel opleveren dan de drie openbare kanalen tezamen. In elk geval zal de marktpositie ten minste 40 % bedragen, hetgeen HMG en de drie openbare kanalen min of meer op dezelfde voet zou plaatsen. Het is echter niet noodzakelijk het precieze aandeel vast te stellen, omdat het voornaamste belang van dat aandeel voor de beoordeling van deze zaak uit mededingingsoogpunt in het feit gelegen is dat dit de belangrijkste graadmeter voor de bepaling van de marktpositie op de markt voor televisiereclame is. Zoals hieronder uiteengezet, is het standpunt van de Commissie dat HMG in beide gevallen een machtspositie op de markt voor televisiereclame zou kunnen verwerven.

2. Invoed van HMG voor de televisiereclamemarkt

i) Structuur vóór de oprichting van HMG

- (65) In 1994 hadden de openbare omroepen als groep en RTL in Nederland elk een marktaandeel van ongeveer 50 %. Vastgesteld is dat RTL een gelijk aandeel van de televisiereclamemarkt had, hoewel haar kijkersaandeel aanzienlijk kleiner was dan dat van de openbare omroepen. Het aandeel van RTL4 en RTL5 op de reclamemarkt was met name bovenproportioneel met een factor 1,3 (indien de kanalen die niet rechtstreeks op de Nederlandse markt gericht zijn, met een kijkersaandeel van 17 %, buiten beschouwing worden gelaten, bedroeg het kijkersaandeel van RTL4 en RTL5 samen 38,6 % in 1994, hetgeen betekent dat hun aandeel op de reclamemarkt, dat 50 % bedroeg, bovenproportioneel was met een factor 1,3). Dit is onder meer te verklaren door de beperkingen die de Nederlandse mediawetgeving aan de openbare omroepen oplegt. De hoeveelheid reclame die zij mogen uitzenden, is tot 6,5 % van de totale zendtijd beperkt. Bovendien mogen de openbare omroepen hun programma's niet voor reclame onderbreken. RTL is als commerciële omroep daarentegen slechts beperkt door de regels van de Televisierichtlijn uit 1989 (die de reclamezendtijd beperkt tot maximaal 15 % van de totale zendtijd en, belangrijker nog, programmaonderbrekingen voor reclame, zij het met enige beperkingen, toelaat). In de praktijk geeft met name de mogelijkheid van programmaonderbrekingen voor reclame RTL een aanzienlijk commercieel voordeel. Als commerciële omroep geniet Veronica thans ten opzichte van de openbare omroepen hetzelfde voordeel.
- (66) Meer in het algemeen hebben op de markt voor televisiereclame de RTL-kanalen in het verleden, en zullen de HMG-kanalen in de toekomst profiteren van diverse concurrentievoordelen ten opzichte van de openbare omroepen. Terwijl RTL (en in de toekomst HMG) haar kanalen een specifiek profiel kan geven om bepaalde doelgroepen te bereiken, is het voor de openbare omroepen veel moeilijker voor elk van hun kanalen een profiel te ontwikkelen. Aangezien verscheidene openbare-omroeporganisaties een zelfde kanaal moeten delen, is er in feite elke dag een verandering van omroep. Gezien de uiteenlopende strekking van de diverse openbare-omroeporganisaties is het voor een openbare-omroeporganisatie moeilijk, zonet onmogelijk een coherent programmaschema samen te stellen en derhalve een eigen identiteit of een vast profiel te ontwikkelen. Daarenboven maken de verplichtingen die de openbare omroepen uit hoofde van hun publieke taak moeten vervullen, en hun organisatiestructuur het voor hen veel moeilijker permanent een „programmaomgeving” te bieden die voor de reclamebranche echt aantrekkelijk is. Wat de publieke taak van de openbare omroep betreft, kan worden aangetekend dat ten minste 10 % van de zendtijd aan cultuur (waarvan ten minste 5 % aan kunst) en 15 % aan informatieve en educatieve programma's moet worden besteed. Voorts valt nog op te merken dat niet alleen het kijk- en lijstergeld, maar ook de opbrengsten uit reclame (die door de STER worden

geïnd) eerste worden overgedragen aan de Nederlandse Staat. Zoals reeds vermeld, ontvangt de NOS vervolgens een gedeelte van de opbrengsten op basis van een begroting, die jaarlijks door de Nederlandse Regering wordt vastgesteld. De overige acht grote omroeporganisaties ontvangen elk een gelijk deel van de omroepbijdragen en van de reclame-inkomsten. Het ligt voor de hand dat een dergelijk systeem bij de openbare omroepen sommige van de prikkels wegneemt om programma's aan te bieden die als hoofddoel maximalisering van de reclameopbrengsten hebben.

ii) Situatie na de oprichting van HMG

- (67) In hun ondernemingsplan verwachten de partijen in 1996 in termen van opbrengsten uit reclamespots een marktaandeel van [...] te behalen, oplopend tot [...] in 1999. De partijen voeren nu aan dat dit cijfer moet worden bijgesteld, omdat het concurrentievermogen van SBS groter is dan aan het begin van het jaar was voorzien. Volgens de partijen zal het marktaandeel van HMG [...] bedragen indien SBS een marktaandeel van 4 % behaalt, en [...] indien SBS een marktaandeel van 8 % behaalt. Het aandeel voor HMG op de reclamemarkt is in dat geval volgens de partijen bovenproportioneel met een factor [...].
- (68) Zoals in het voorgaande is uiteengezet, is het waarschijnlijk dat de drie kanalen van HMG een kijkersaandeel van 42-43 % zullen verwerven. Een kijkersaandeel van 42 % van de totale markt zou een aandeel van 50,6 % opleveren, indien de buitenlandse stations niet worden meegerekend. Ervan uitgaande dat het aandeel op de reclamemarkt bovenproportioneel is met een factor 1,3 (zoals bij RTL4 en RTL5 in het verleden), zou dit een aandeel op de televisiereclamemarkt van 65,8 % opleveren. Uitgaande van de factor 1,2 [...], zouden de drie kanalen van HMG een aandeel van 60,7 % op de televisiereclamemarkt verwerven.
- (69) De Commissie heeft opdracht gegeven voor een econometrische studie, die is verricht door een adviesbureau dat met de Nederlandse mediemarkt vertrouwd is (een exemplaar van deze studie is naar de partijen gezonden). De studie gaat uit van een econometrisch marktmodel en gebruikt enige elementaire graadmeters die voor de ontwikkeling van de markt voor televisiereclame en voor de positie van de op deze markt aanwezige partijen relevant zijn. Aan de hand van het model zijn de marktaandelen op de televisiereclamemarkt berekend, uitgaande van alternatieve veronderstellingen over de toekomstige structuur van de kijkersmarkt voor de omroepen in Nederland.
- (70) Het eerste scenario neemt de uitgangspunten [...], maar corrigeert dit cijfer door een marktaandeel van 4 % voor SBS6 (!) in aanmerking te nemen. De veronderstellingen over de marktaandelen in 1996 zijn als volgt:

(!) In de studie wordt de 4 % toegerekend aan SBS/Arcade. Zoals in het voorgaande echter is uiteengezet, zou het door Arcade verworven marktaandeel voornamelijk ten koste gaan van MTV en kan dit berhalve in de marktaandelen van de buitenlandse kanalen worden opgenomen.

Veronderstellingen over kijkersmarktaandelen in 1996

(18.00-24.00 uur)

Veronica	16,4 %
<u>RTL4 en RTL5</u>	<u>26 %</u>
HMG	42,4 %
NEDS (¹)	36,6 %
SBS6	4 %
Buitenlandse stations	17 %

(¹) Nederland 1, Nederland 2 en Nederland 3 gecombineerd.

Op basis van deze veronderstellingen zouden de aandelen in de totale televisieopbrengsten als volgt zijn:

Aandelen in de totale reclameopbrengsten (1996)

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

- (71) Het tweede scenario is vergelijkbaar met het eerste, maar nu zou SBS6 een marktaandeel van 8 % bezitten. Dan zijn de veronderstellingen over kijkersmarktaandelen als volgt:

Veronderstellingen over kijkersmarktaandelen in 1996

(18.00-24.00 uur)

Veronica	15,5 %
<u>RTL4 en RTL5</u>	<u>24,8 %</u>
HMG	40,3 %
NEDS	34,7 %
SBS6	8 %
Buitenlandse stations	17 %

Op basis van deze veronderstellingen zouden de marktaandelen op de markt voor televisiereclame als volgt zijn:

Aandelen in de totale reclameopbrengsten (1996)

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

Beide scenario's zijn gebaseerd op de veronderstelling dat de drie kanalen van HMG tezamen een groter kijkersaandeel zouden kunnen verwerven dan de openbare omroepen.

- (72) Een andere reeks scenario's werd gebaseerd op de veronderstelling dat de drie HMG-kanalen een kijkersmarktaandeel zouden kunnen verwerven dat vergelijkbaar is met dat van de openbare omroepen.

Uitgaande van een kijkersaandeel van 39,5 % voor zowel de openbare omroepen als HMG, en van een marktaandeel van 4 % voor SBS6, werden aan de hand van het model de marktaandelen op de markt voor televisiereclame berekend met het volgende resultaat:

Aandelen in de totale reclameopbrengsten (1996)

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

Uitgaande van een kijkersaandeel van 37,5 % voor zowel de openbare omroepen als HMG, en van een marktaandeel van 8 % voor SBS werden aan de hand van het model de marktaandelen op de markt voor televisiereclame berekend met het volgende resultaat:

Aandelen in de totale reclameopbrengsten (1996)

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

- (73) In drie van de vier genoemde scenario's was het marktaandeel van HMG op de markt voor televisiereclame 60 % of meer. In één scenario was het aandeel nog altijd ongeveer 56 % (¹).

- (74) Gezien de eerdergenoemde verwachtingen van de partijen, het bovenproportionele aandeel van HMG op de reclamemarkt en de resultaten van het econometrisch model, is het zeer waarschijnlijk dat het marktaandeel van HMG op de markt voor televisiereclame ten minste 60 % zal bedragen.

(¹) De hypothese van de kijkersaandelen waarvan dit scenario uitging, blijkt evenwel niet realistisch te zijn. Dit geldt eveneens voor andere theoretische scenario's die aan de hand van het model in de studie zijn berekend.

- (75) Er zijn zelfs aanwijzingen dat dit marktaandeel reeds in 1996, of in ieder geval na verloop van tijd, aanzienlijk groter zou kunnen uitvallen. De belangrijke parameters voor de toekomstige ontwikkeling van de positie van HMG op de markt voor televisiereclame zijn met name:
- verbetering van de kijkcijfers en kijkersaandelen;
 - flexibiliteit bij het aanbieden van geschikte reclametijdstippen op de drie kanalen van HMG, met inbegrip van programmaonderbrekingen;
 - mogelijkheid om adverteerders een pakket-aanbod te doen;
 - sponsoring.
- (Aangetekend zij dat niet al deze parameters in de eerdergenoemde studie ten volle in aanmerking zijn genomen.)
- (76) Gezien de eerdergenoemde strategische voordelen van HMG als combinatie van drie kanalen, en haar preferentiële toegang tot de populairste producties van Endemol, valt te verwachten dat het aandeel van de kijkersmarkt van HMG en haar kijkcijfers in de loop der tijd zullen stijgen. Dit geldt des te meer wanneer HMG erin slaagt de rechten op belangrijke sportevenementen, zoals de Nederlandse voetbalcompetitie, te verwerven. Hoewel de partijen stellen dat de advertentieopbrengsten uit sportevenementen vaak niet de kosten van de rechten zelf dekken, kan in het profiel van een zender de uitzending van sportprogramma's een belangrijke factor zijn, en derhalve uit commercieel oogpunt redelijk zijn. Aangezien HMG drie kanalen exploiteert, heeft zij bovendien een goede mogelijkheid om deze rechten in uitzend- en reclameopzicht optimaal te benutten.
- (77) De mogelijkheid om gebruik te maken van programmaonderbrekingen voor reclame betekent een groot voordeel voor de commerciële zenders. Dit voordeel wordt nog groter wanneer een commercieel station drie kanalen exploiteert die volledig gecoördineerd zijn. HMG kan de adverteerders op optimale wijze reclametijdstippen bieden door bij voorbeeld op alle drie kanalen complementaire reclametijdstippen voor bepaalde doelgroepen aan te bieden.
- (78) Meer in het algemeen kan HMG de adverteerders pakketovereenkomsten bieden, die verder gaan dan de gangbare kortingen op basis van de totale waarde van de gekochte reclamezendtijd. HMG kan in commercieel opzicht reclame op één kanaal koppelen aan reclame op een of meer van de andere kanalen. Dit kan worden bereikt door op dit punt een tariefstructuur te bieden die een dergelijk pakket bijzonder aantrekkelijk maakt voor adverteerders, of door de adverteerders verkapte kortingen te bieden door bij voorbeeld op een kanaal dat niet zo goed presteert als de andere kanalen, een bepaalde hoeveelheid gratis zendtijd te bieden. In beginsel kan de STER ook pakketovereenkomsten voor de drie openbare kanalen aanbieden, aangezien deze voor alle openbare omroeporganisaties als verkooporganisatie optreedt. De door HMG aangeboden pakketovereenkomsten zullen waarschijnlijk echter commercieel aantrekkelijker zijn dan die van de STER, daar het wegens de structuur van het openbare-omroepbestel moeilijk is voor elk van de openbare kanalen een specifiek profiel te ontwikkelen en zich op specifieke doelgroepen te richten.
- (79) Een andere belangrijke factor in televisiereclame is sponsoring. Opgemerkt dient te worden dat de in het voorgaande genoemde marktaandelen op de markt voor televisiereclame uitsluitend betrekking hebben op reclamespots en niet op andere soorten reclame. Tot deze andere soorten reclame behoren:
- „bill-boarding” (het vermelden dat een programma wordt gesteund door een bepaald merk);
 - „in-script advertising” (bij voorbeeld het presenteren van een bepaald produkt of merk gedurende een „talk-show”);
 - „in-programme branding” (bij voorbeeld het presenteren van de merken van de produkten die als prijzen in een spelprogramma gewonnen worden);
 - programma's voor een goed doel die reclame maken voor charitatieve organisaties;
 - loterijen die door adverteerders worden gesponsord;
 - consumentenprogramma's die bijvoorbeeld door banken of door gezondheidsinstellingen worden gesponsord;
 - „product placement” (het promoten van specifieke merken in fictie- of andere producties door de aandacht van de kijker op de in het programma gebruikte merken te vestigen).
- (80) Geschat wordt dat deze vormen van sponsoring ten minste 10 % van de totale televisiereclamemarkt in Nederland vertegenwoordigen. Gezien de restricties die ten aanzien van sponsoring voor de openbare omroepen gelden, wordt hiervan met name gebruik gemaakt door RTL4 en RTL5. Het is derhalve aannemelijk dat HMG met haar drie kanalen deze positie in de toekomst zal behouden. Het is duidelijk dat sponsoringovereenkomsten ook kunnen worden gekoppeld aan de verkoop van reclamezendtijd voor spots. De positie van HMG in het sponsoringsegment van de reclamemarkt zal haar positie op de markt voor reclamespots derhalve versterken.
- iii) *Positie van adverteerders*
- (81) De partijen stellen dat de markt voor televisiereclame in het algemeen een kopersmarkt is, waarop de adverteerders reclamezendtijd kopen van zowel de STER, die de openbare omroepen vertegenwoordigt, als van IPN, die RTL4 en RTL5 vertegenwoordigt en dat zij gemakkelijk van de een op de ander zouden overstappen.

Volgens de partijen blijkt de hevige concurrentie op de Nederlandse markt voor televisiereclame voortvloeit uit het feit dat de prijzen sinds 1990 met gemiddeld 6,3 % zijn gedaald (gecorrigeerd naar inflatie).

- (82) Deze redenering gaat evenwel ten eerste voorbij aan het feit dat de huidige mededingingssituatie ten gevolge van de oprichting van HMG een radicale wijziging zal ondergaan. Anders dan voorheen het geval was, toen RTL slechts twee kanalen exploiteerde en zich (met haar belangrijkste kanaal RTL4) voornamelijk op oudere gezinnen en op huisvrouwen richtte, zal HMG, door toevoeging van het Veronica-kanaal dat gericht is op jonge families en op mannen is afgestemd, alle belangrijke en voor adverteerders interessante doelgroepen bedienen. Gelet op het verwachte kijkersaandeel van HMG en haar eerdergenoemde voordelen op de markt voor

televisiereclame, zal het voor adverteerders bijzonder moeilijk zijn om geen reclamezendtijd op de HMG-kanalen te kopen. De adverteerders zullen derhalve afhankelijk zijn van IPN, zodat zij niet in staat zullen zijn om de STER tegen IPN uit te spelen en te voorkomen dat er een situatie ontstaat waarin HMG de prijzen bepaalt.

Ten tweede is het weliswaar juist dat zich een gemiddelde prijsdaling van 6,3 % heeft voorgedaan indien 1990 als referentiejaar wordt genomen, maar dit is toe te schrijven aan de scherpe prijsdaling die tussen 1990 en 1991 optrad, toen RTL4 op de markt verscheen. Wanneer daarentegen 1991 als referentiejaar voor de vergelijking van de prijzen wordt genomen, vertonen de werkelijke prijzen, dus gecorrigeerd naar inflatie, een duidelijke stijging. Volgens de statistieken van de VEA (de vereniging van reclameagentschappen) ontwikkelden de prijzen zich per duizend contacten als volgt:

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

(Deze tabel van de VEA houdt geen rekening met de toepassing van bijzondere kortingen aan adverteerders, aangezien geen officiële gegevens beschikbaar waren. Volgens schatting van de VEA zou de index voor 1994 voor het tijdsbestek 00.00-24.00 uur ten gevolge van een zekere stijging van deze kortingen ongeveer 104 in plaats van 108 bedragen. Dit betekent echter nog steeds dat er zich in de beschouwde periode een significante verhoging van de reële prijzen heeft voorgedaan, die voor 1995 tot een index, inclusief kortingen, van 107 voor het tijdsbestek 00.00-24.00 uur, en van 110 voor het tijdsbestek 18.00-24.00 uur leidt.)

Hieruit blijkt dat de toetreding van RTL4 tot de markt tot een open mededinging leidde, en op korte termijn tot een aanzienlijke prijsdaling. Sinds 1991, toen RTL eenmaal op de markt was gevestigd, zijn de reclameprijzen duidelijk meer gestegen dan het inflatieniveau, en was deze prijsstijging met name groot voor reclame in „prime time” (18.00-24.00 uur). Het valt daarom te betwijfelen of er zelfs in het verleden wel zo hevig op de markt geconcurrereerd werd als de partijen willen doen geloven. In ieder geval is een prijsontwikkeling zoals hierboven beschreven, niet erg typisch voor een kopersmarkt.

- (83) De partijen betogen bovendien dat de ontwikkeling van de markt voor televisiereclame in de loop van de tijd niet geïsoleerd kan worden beoordeeld, omdat adverteerders delen van hun reclamebudget in de loop der tijd van televisiereclame naar advertenties in de in druk verschijnende media, en omgekeerd verleggen. Voor bepaalde merken kan het aandeel van televisiereclame in de mediamix van hun reclamecampagne in de loop der tijd inderdaad toe- of afnemen. Een aantal adverteerders zal echter altijd een deel van hun totale reclamebudget aan televisiereclame moeten besteden. Fluctuaties in de aandelen van de diverse media hangen

eerder samen met een wijziging van de reclamestrategie dan met een wijziging van de prijzen. Dit moge blijken uit het feit dat de markt voor televisiereclame een aanzienlijke en aanhoudende groei vertoonde, hoewel de stijging van de prijzen, na inflatiecorrectie, voor het adverteren in kranten en tijdschriften tussen 1991 en 1995 geringer was dan de stijging van de prijzen van televisiereclame (index 1995: tijdschriften 106, kranten 103).

iv) *Potentiële nieuwe marktpartijen*

- (84) De partijen voeren aan dat de Nederlandse markt voor televisiereclame in de toekomst een aanzienlijke groei zal doormaken en daarom nieuwkomers zal aantrekken. Volgens de algemene verwachting in de markt lijkt een gemiddelde jaarlijkse groei met 8 % realistisch. Een toename van de markt in waarde met 8 % vertaalt zich evenwel niet noodzakelijkerwijs in een groei van de verkoop van televisiereclame met 8 %. In dit cijfer zijn ook de prijsstijgingen in verband met de algemene inflatie en, evenals in het verleden, de prijsverhogingen in reële termen verwerkt.

(85) Waarschijnlijk laat een gemiddelde jaarlijkse groei van de opbrengsten uit televisiereclame met ongeveer 8 % in de komende vier jaar slechts beperkte ruimte voor nieuwkomers. Het ondernemingsplan van de partijen laat een stijging van hun verwachte inkomsten uit reclame zien met [...] in 1997, [...] in 1998 en [...] in 1999. Dit komt overeen met een jaarlijkse groei van [...]. Gezien het grote marktaandeel van de partijen (ten minste 60 % in 1996) zal een jaarlijkse stijging van de opbrengsten uit televisiereclame voor HMG, welke uitgaat boven de verwachte algemene groei van de markt, duidelijk leiden tot een situatie waarin het grootste deel van de groei van de televisiereclamemarkt aan HMG ten goede komt. Bovendien kan worden verwacht dat de andere omroepen die actief zijn op de Nederlandse markt voor televisiereclame ernaar zullen streven hun marktaandeel in stand te houden, dat in 1996 reeds betrekkelijk klein zal zijn. Derhalve valt te verwachten dat ondanks de vrij sterke groei van de Nederlandse markt voor televisiereclame er in de toekomst niet veel ruimte zal zijn voor nieuwkomers op de markt.

(86) Zoals eerder opgemerkt, vormen de sterke punten van HMG bovendien een belangrijk obstakel voor nieuwkomers. Het zou voor een nieuwkomer moeilijk zijn voor de Nederlandse markt een programmapakket samen te stellen dat aantrekkelijk is voor de adverteerders, omdat de belangrijkste doelgroepen reeds door HMG bediend worden. Elke nieuwkomer zou zich gesteld zien tegenover de machtige positie van de drie gecombineerde HMG-kanalen en de mogelijkheid van HMG om onmiddellijk op nieuwe toetreders te reageren, onder andere door RTL5 als „vechtkanaal” te gebruiken. Het bestaan van HMG is voor potentiële nieuwkomers op de markt derhalve op zichzelf al ontmoedigend.

v) Conclusie

(87) In het licht van het bovenstaande zal HMG duidelijk marktleider zijn op de Nederlandse markt voor televisiereclame, aangezien zij een aanzienlijk sterkere marktpositie zal hebben dan de andere marktpartijen, alle actieve pogingen tot concurrentie van reeds aanwezige marktpartijen kan afweren en de toetreding van nieuwkomers tot deze markt zeer moeilijk zal maken. Hierbij valt nog aan te tekenen dat een aantal betalende mediagebruikers en adverteerders, hoewel zij de beslissing van Veronica om een commerciële omroep te worden over het algemeen toejuichen, uiting hebben gegeven aan hun bezorgdheid over het samengaan van de RTL-kanalen en Veronica in HMG.

Op grond van de bovenstaande analyse is de Commissie tot de slotsom gekomen dat de oprichting van HMG tot een machtspositie op de Nederlandse markt voor televisiereclame zal leiden.

3. Markt voor Nederlandse televisieproducties

i) Situatie vóór de oprichting van HMG

(88) Televisieproducties in de Nederlandse taal worden vervaardigd door onafhankelijke producenten of door de eigen productieafdelingen van de Nederlandse omroepen. Terwijl RTL4 en RTL5 slechts een beperkte eigen productie hebben, vervaardigen de openbare omroepen een aanzienlijk deel van hun programma's zelf. Dit geldt met name voor de NOS, die in zenduren gerekend meer dan 80 % zelf produceert (gebaseerd op een analyse van de in maart en november 1994 uitgezonden programma's). Voor de overige openbare omroepen varieert het aandeel van de door onafhankelijke producenten gerealiseerde programma's in zenduren van minder dan 10 % (VRPO) tot ongeveer 50 % voor Veronica en de TROS. Deze cijfers hebben echter betrekking op het totale aantal zenduren, met inbegrip van de in het buitenland aangekochte programma's. Bovendien zijn deze cijfers gebaseerd op het aantal programma-uren en niet op de waarde van de betrokken producties. Met name in het geval van Veronica en de TROS, die het hoogste percentage onafhankelijke producties uitzenden, bestaat de helft of tweederde van de onafhankelijke producties uit amusementsprogramma's die doorgaans duur zijn. Het aandeel van de onafhankelijke producties is daarom in waarde groter dan in aantal. In dit verband moet tevens worden opgemerkt dat de eigen producties van de openbare omroepen vaak tot programma's met een korte levensduur beperkt blijven (zoals nieuws, goedkope spelprogramma's en „talk-shows” (praatprogramma's)), die doorgaans slechts eenmaal worden uitgezonden. Deze vertegenwoordigen derhalve geen grote waarde. Grootschalig amusement en dramaserieën, die voornamelijk door onafhankelijk producenten worden vervaardigd, worden doorgaans voor een aantal gelegenheden geëxploiteerd en vormen een waardevol bezit.

(89) De eigen producties van de openbare omroepen zijn voornamelijk voor eigen gebruik bestemd. Hoewel deze producties soms op de internationale markt worden aangeboden, worden zij doorgaans niet aan de andere omroepen op de Nederlandse markt aangeboden. Er is dan ook geen rechtstreekse concurrentie tussen eigen producties en door onafhankelijke producenten vervaardigde programma's die op de markt worden aangeboden. De partijen voeren echter aan dat de eigen producties tot de algemene markt voor Nederlandse televisieproducties zouden behoren, aangezien een omroep voor zijn programma's steeds een „maken of kopen”-beslissing moet nemen. Dit argument snijdt evenwel geen hout. Een openbare omroep die een aanzienlijke eigen productie heeft, heeft daarvoor allicht aanzienlijk in productiefaciliteiten geïnvesteerd en heeft met name ook het nodige personeel voor die productie in dienst genomen, hetgeen een flinke kostenfactor vormt. Zoals reeds

gezegd is het grote aantal personeelsleden van de openbare omroepen in vergelijking met commerciële omroepen voor een belangrijk deel juist te verklaren door het feit dat er personeel aan eigen produkties werkt. Onder die omstandigheden kan een openbare omroep niet vrijelijk kiezen of hij een programma zelf zal produceren dan wel aan een onafhankelijke producent zal uitbesteden. Indien een openbare omroep zijn bestellingen bij onafhankelijke producenten aanzienlijk zou opvoeren ten nadele van de eigen produktie, zou hij de hoge „overhead”-en personeelskosten voor eigen produktiefaciliteiten moeten betalen zonder dat deze uitgaven in termen van geproduceerde programma's een adequaat rendement opleveren. Een dergelijk beleid zou derhalve, althans op lange termijn, commercieel niet houdbaar zijn. Er bestaat derhalve een markt die beperkt is tot programma's van onafhankelijke producenten en waarvan de voor eigen gebruik vervaardigde programma's geen deel uitmaken.

- (90) Voorts lijken eigen produkties in het algemeen de meest geschikte keuze te zijn voor bepaalde soorten van programma's, zoals nieuws, andere informatieve programma's, cultuur- en jeugdprogramma's, documentaires, sportuitzendingen en sommige soorten van amusement. In deze segmenten behoeven de openbare omroepen, dank zij de door hen opgedane ervaring en kennis, geen beroep te doen op onafhankelijke producenten. De openbare omroepen worden daarentegen over het algemeen niet beschouwd als producenten van grootschalige amusementsprogramma's zoals die welke door Endemol worden aangeboden. Zij hebben zelf te kennen gegeven dat het voor hen zeer problematisch zou zijn dit soort van amusement zelf te vervaardigen. De eigen produkties van de openbare omroepen vormen derhalve wegens hun structurele kenmerken in het algemeen geen tegenwicht voor de positie van Endemol op de markt voor onafhankelijke produkties.

- (91) De markt van onafhankelijke televisieproducenten in Nederland heeft de volgende structuur:

- één zeer grote producent (Endemol),
- een klein aantal relatief kleine, maar belangrijke producenten, en
- een groot aantal zeer kleine producenten (1 tot 10 werknemers).

Uitgaande van de waarde van de in 1994 geproduceerde programma's vertonen de marktaandelen de volgende structuur:

- Endemol: ruim 50 %,
- IDTV: 5-10 %,
- Vier andere producenten: 2,5 % elk,
- Vijf andere producenten: 1-2 % elk,

- Overige (ongeveer 65): < 1 % elk.

Uit deze opbouw blijkt dat Endemol een overweldigend sterke positie op deze markt inneemt. De vennootschap Endemol is het resultaat van de fusie tussen de beide toenmalig grootste producenten van Nederland JE Entertainment BV en John de Mol Communications BV, die in 1994 plaatsvond.

De partijen voeren aan dat de marktaandelen dienen te worden berekend op basis van het geproduceerde aantal programma-uren, en niet op basis van de waarde van de programma's. Die werkwijze zou echter een volkomen vertekend beeld geven van de verhoudingen op de markt. Volgens het onderzoek van de Commissie varieert de waarde van televisieprodukties per uur van 30 000 Fl. voor bij voorbeeld goedkope documentaires tot 300 000 Fl. voor bij voorbeeld dure fictie- en amusementsprogramma's. De enige realistische manier om de marktaandelen te berekenen is dan ook op basis van de waarde en niet op die van de hoeveelheid.

- (92) Naast dit bijzonder grote marktaandeel ten opzichte van haar concurrenten heeft Endemol nog een aantal sterke punten die haar een veel sterkere machtspositie verschaffen dan haar concurrenten.

Endemol bezit een groot aantal van de populairste Nederlandse programmaformules en heeft door haar omvang en haar in vergelijking met de andere onafhankelijke producenten enorme financiële middelen preferentiële toegang tot buitenlandse formules, die vervolgens aan het Nederlandse publiek worden aangepast. Zo waren in de afgelopen drie jaar meer dan [...] van de door JE Entertainment BV of John de Mol geproduceerde programma's gebaseerd op buitenlandse formules die rechtstreeks aan deze ondernemingen in licentie waren gegeven. (De partijen voeren aan dat verscheidene van de op die formules gebaseerde programma's in 1992, 1993 en 1994 werden uitgezonden en dat in die periode door Endemol slechts [...] programma's werden geproduceerd op basis van buitenlandse formules die rechtstreeks eigendom van Endemol waren).

- (93) Endemol heeft een groot aantal van de populairste Nederlandse televisiepersoonlijkheden onder contract, veelal op exclusieve basis. Endemol heeft momenteel [...] exclusieve contracten met televisiepersoonlijkheden en heeft de laatste jaren slechts [...] sterren verloren, [...]. Bovendien is Endemol de enige Nederlandse producent die televisiesterren ook andere mediamogelijkheden kan bieden (zoals theatershows), omdat zij ook actief is in andere vormen van amusement, zoals op theater- en tourneegebied. Ten slotte heeft Endemol een eigen boekingskantoor voor sterren. Met deze faciliteiten kan Endemol sterren opbouwen en deze aan haar binden op een wijze die niet binnen de mogelijkheden van andere Nederlandse producenten ligt.

- (94) De partijen betwisten dat Endemol de meest succesvolle formules zou bezitten en bij voorrang toegang tot buitenlandse formules zou hebben. Zij betwisten eveneens dat zij de meest succesvolle televisiesternen onder contract zou hebben. In het door de Commissie uitgevoerde onderzoek bleek evenwel dat juist deze punten aanleiding gaven tot een grote bezorgdheid bij een groot aantal onafhankelijke producenten en ook bij de openbare en andere commerciële omroepen. Zij bevestigden allen de hierboven weergegeven bevindingen van de Commissie.
- (95) Met de eerdergenoemde middelen produceert Endemol de populairste amusementsprogramma's van Nederland. Zo waren in het seizoen 1993-1994 28 van de 56 niet-sportprogramma's met de hoogste kijkcijfers door Endemol geproduceerd. De programma's van Endemol worden doorgaans in „prime time” uitgezonden. Deze hebben in aanzienlijke mate tot het succes van RTL4 en Veronica bijgedragen en tevens voor een belangrijk deel het gezicht van deze kanalen bepaald.
- (96) Bovendien heeft Endemol omvangrijke activiteiten buiten Nederland. Haar internationale producties vertegenwoordigen momenteel een waarde van ongeveer [...] Fl., tegenover haar Nederlandse producties die op [...] Fl. neerkomen. Ook deze internationale producties leiden tot een verbetering van de positie van Endemol met betrekking tot buitenlandse formules en leveren extra middelen voor haar activiteiten op, welke op hun beurt de positie van Endemol op de Nederlandse productiemarkt versterken. Geen van de concurrenten van Endemol in Nederland heeft op internationaal niveau vergelijkbare activiteiten.
- (97) Om al deze redenen kan worden geconcludeerd dat Endemol op de markt voor Nederlandstalige onafhankelijke producties in Nederland reeds een machtspositie inneemt.
- ii) *Gevolgen van de oprichting van HMG*
- (98) Aangezien Endemol een moedermaatschappij van HMG is, heeft zij door de oprichting van deze onderneming een structurele band gecreëerd met de in de toekomst grootste zender van Nederland. Endemol was weliswaar reeds voor de oprichting van HMG de belangrijkste leverancier van programma's voor RTL4, RTL5 en Veronica, maar bezit nu door haar deelneming in HMG een bredere verkoopbasis voor haar producten, welke veilig gesteld is en door haar concurrenten niet kan worden aangevallen. Dit kan worden geïllustreerd door de garantie die de reeds genoemde Productieovereenkomst tussen HMG en Endemol aan Endemol geeft, welke inhoudt dat HMG [...] van de waarde van haar vraag naar Nederlandstalige programma's van Endemol zal afnemen. Dit betekent dat Endemol alleen al in 1996 producties met een gegarandeerde totale waarde van [...] Fl. zal leveren. [...] Dit toont het strategisch belang van de band van Endemol met HMG aan.
- (99) Bovendien heeft dit bedrag slechts betrekking op de minimaal gegarandeerde leveringen van Endemol aan HMG. Als moedermaatschappij kan Endemol haar invloed in HMG aanwenden om nog meer opdrachten van HMG te verwerven. Geen enkele andere producent in Nederland beschikt over een soortgelijke mogelijkheid om een veilige verkoopbasis te verwerven en het aankoopbeleid van een omroep te beïnvloeden.
- (100) De partijen voeren thans aan dat Endemol geen noemenswaardige invloed op HMG zal hebben, aangezien Endemol volgens hen geen gezamenlijke zeggenschap over HMG heeft. Zoals eerder gezegd is de Commissie evenwel tot de slotsom gekomen dat HMG onder de gezamenlijke zeggenschap staat van RTL aan de ene kant en, via VMG, van Veronica en Endemol aan de andere kant. Zelfs indien van gezamenlijke zeggenschap geen sprake zou zijn, zou Endemol overigens door haar structurele band met HMG hoe dan ook in een positie verkeren om de algemene programmering en het aankoopbeleid van HMG te beïnvloeden op een wijze die de huidige positie van Endemol op de markt voor onafhankelijke producties versterkt.
- In economische termen is VMG een constructie voor het bijeenbrengen van de participaties van Veronica en Endemol in HMG, die samen 49 % van het aandelenkapitaal van HMG vertegenwoordigen. RTL en VMG zijn gelijkkelijk in de aandeelhoudersvergadering vertegenwoordigd, waar de grote strategische beslissingen over het commerciële beleid van HMG worden genomen. De participatie van Endemol in HMG bedraagt 23 % (47 % van 49 %). Een participatie van 23 % in een onderneming die actief is op een markt die afnemer is van de eigen producten, moet als een strategische participatie worden beschouwd, niet als een financiële belegging. Dit is des te meer het geval daar deze participatie gepaard gaat met een reële vertegenwoordiging van de aandeelhouder in het beleidsorgaan van de onderneming. De aandeelhouder verkrijgt zo alle informatie over de strategische beslissingen en wordt bij beleidsbesprekingen en besluitvormingsprocedures betrokken, waarbij hij met name beslissingen met betrekking tot de toeleveringsmarkt waarop hij zelf actief is, kan beïnvloeden.
- Deze algemene beoordeling geldt des te meer in het onderhavige geval, gezien de relatie van leverancier en afnemer die met RTL en Veronica al bestond. Beide kochten het merendeel van hun programma's immers reeds bij Endemol. De partijen hebben zelf verklaard dat deze relatie een belangrijke factor was bij het uittekenen van het profiel van RTL4, RTL5 en Veronica en ook een belangrijke factor zou zijn voor het toekomstige succes van HMG. Tegen de achtergrond van deze feiten zou het onrealistisch zijn aan te nemen dat de participatie van Endemol in HMG louter een financiële belegging zou zijn die aan Endemol geen noemenswaardige invloed over HMG verleent.

- (101) Deze nieuwe situatie, die door de oprichting van HMG ontstaat, leidt tot een aanzienlijke versterking van de reeds machtige positie van Endemol op de Nederlandse produktiemarkt. Endemol is in staat om de toegang van andere producenten tot HMG als grootste omroep van Nederland, en met name tot de extra programma's die Veronica nodig heeft wanneer zij de zeven dagen van de week uitzendt, te blokkeren. De partijen zelf hebben benadrukt dat de Endemol-producties in aanzienlijke mate het imago van RTL4, RTL5 en Veronica zullen bepalen.
- (102) Ten aanzien van de produkties die aan andere omroepen worden geleverd, zal Endemol na de oprichting van HMG nog beter het hoofd kunnen bieden aan de eventuele concurrentie van andere onafhankelijke produkties, omdat zij zal beschikken over een brede en zekere verkoopbasis. Hetzelfde geldt voor de toegang tot aantrekkelijke formules en de exclusieve relaties met de populairste sterren.
- (103) De partijen stellen dat de vraag naar Nederlandstalige produkties in de toekomst zal stijgen in verband met de extra programma's die Veronica als commerciële zender nodig zal hebben en die de openbare omroepen op hun beurt nodig zullen hebben om het gat op te vullen dat door het vertrek van Veronica ontstaat. Ook SBS6 zal als nieuwe marktpartij programma's nodig hebben. Hierbij dient echter te worden aangetekend dat het grootste gedeelte van de extra vraag naar Nederlandse produkties afkomstig zal zijn van Veronica, die programma's nodig heeft om 4 1/2 dag extra zendtijd te vullen. De openbare omroepen behoeven daarentegen slechts een gat van 2 1/2 dag te vullen ten gevolge van Veronica's vertrek uit het openbare omroepbestel. In dit verband is het ook twijfelachtig of de extra programma's die de openbare omroepen zullen bestellen, in waarde vergelijkbaar zullen zijn met die van Veronica, gelet op de daling van de advertentie-inkomsten van de openbare omroepen die de oprichting van HMG teweegbrengt. Zoals reeds opgemerkt, dient met betrekking tot SBS te worden vermeld dat het programmabudget van Veronica bijna driemaal groter is dan dat van SBS6. Veronica zal daarom het grootste deel van de waarde van de extra programma's voor haar rekening nemen, in welke vraag Endemol zal voorzien. Met betrekking tot de overige extra programma's verkeert Endemol, zoals in het voorgaande is uiteengezet, in een veel betere positie dan haar concurrenten.
- (104) Door haar verkoopbasis in HMG en haar invloed op de programmering van de HMG-kanalen kan worden verwacht dat Endemol haar activiteiten met succes zal uitbreiden tot programmasegmenten waarin zij tot heden niet aanwezig is, zoals bij voorbeeld documentaires. Dit zou voor de activiteiten van de kleine televisieproducenten nog meer negatieve consequenties hebben.
- iii) *Conclusie*
- (105) Om de bovenstaande redenen is de Commissie tot de slotsom gekomen dat de machtspositie van Endemol op de Nederlandse markt voor onafhankelijke produkties door de oprichting van HMG zou worden versterkt, of althans dat Endemol een machtspositie op deze markt zou verwerven.
- iv) *Artikel 22*
- (106) De partijen voeren aan dat in het kader van artikel 22, lid 3, de vraag niet is of de concentratie de handel tussen Lid-Staten op enigerlei wijze beïnvloedt, maar in welke mate de concentratie de handel tussen Lid-Staten beïnvloedt. Volgens de partijen beïnvloeden de gevolgen van de concentratie voor de Nederlandse televisie- en reclamemarkt, en met name voor de Nederlandse markt voor televisieprodukties, niet in voldoende mate de handel tussen Lid-Staten om een optreden van de Commissie tegen HMG te rechtvaardigen.
- (107) Het is niet zo duidelijk waar de partijen met deze argumentatie naartoe willen. Zo te zien zijn de partijen van oordeel dat de Commissie slechts met betrekking tot de gevolgen voor de handel tussen Lid-Staten op grond van artikel 22 kan optreden. Dit zou betekenen dat het onderzoek op grond van artikel 22 beperkt zou blijven tot de aspecten van de zaak die de markt van het grondgebied van de Lid-Staat die het verzoek heeft ingediend, te buiten gaan. In dat geval zou artikel 22 elke betekenis verliezen. Deze interpretatie is overigens duidelijk strijdig met de tekst van artikel 22, lid 5, luidens welke „de Commissie (...) slechts de maatregelen (treft) die strikt noodzakelijk zijn om een daadwerkelijke mededinging te handhaven of te herstellen op het grondgebied van de Lid-Staat op wiens verzoek zij is opgetreden”.
- Een andere mogelijkheid is dat de partijen van oordeel zijn dat er een specifieke toetsing moet zijn van de invloed op de handel tussen Lid-Staten, die verschilt van de normale toetsing uit hoofde van, bij voorbeeld, artikel 86. In dat geval is het echter volstrekt onduidelijk wat de aard van die toetsing moet zijn. Concreet bepaalt artikel 22, lid 2, dat de betrokken concentratie de handel tussen Lid-Staten moet beïnvloeden, maar er zijn in het geheel geen aanwijzingen dat deze beïnvloeding groter zou moeten zijn dan op grond van de overige mededingingsregels in het communautaire recht wordt verlangd.
- (108) De door de partijen aangehaalde argumenten hebben slechts zin als ermee wordt bedoeld dat de Commissie een negatieve beslissing uit hoofde van artikel 22 niet op een machtspositie binnen een welbepaalde geografische of produktmarkt kan baseren indien de concentratie geen gevolgen heeft voor de handel tussen Lid-Staten met betrekking tot die markt, ook al zijn die gevolgen er wel op andere markten waarvoor de operatie van belang is. Of die interpretatie van artikel 22 juist is, kan in het midden worden gelaten. Ook al zou de versterking van de machtspositie van Endemol op de markt voor onafhankelijke Nederlandse televisieprodukties op zichzelf geen rechtstreekse gevolgen voor de handel tussen Lid-Staten hebben, dan nog

blijft het een feit dat de drie besproken markten, zoals gezegd, onderling samenhangen en dat de gevolgen van de concentratie op de produktiemarkt de mededingingsvoorwaarden op de andere markten wijzigt. Voorts hebben de partijen zelf verklaard dat de deelneming van Endemol in HMG noodzakelijk is om de marktpositie van de onderneming op het gebied van de produktie van televisieprogramma's buiten Nederland te verbeteren. In dit verband valt verder nog aan te tekenen dat de concentratie de mogelijkheid van Endemol om buitenlandse formules aan te kopen nog versterkt dank zij haar bevoorrechte toegang tot de grootste commerciële omroep in Nederland.

- (109) De partijen voeren voorts aan dat de Commissie in een procedure uit hoofde van artikel 22 niet bevoegd is om een concentratie onverenigbaar met de gemeenschappelijke markt te verklaren zonder vooraf na te gaan of andere maatregelen niet toereikend zijn om de mededinging te herstellen. Volgens de partijen vloeit dit voort uit de hierboven aangehaalde bewoordingen van artikel 22, lid 5. Dit standpunt is echter ingegeven door een verkeerd begrip van het doel en de functie van artikel 22, lid 5. In het kader van artikel 22, lid 3, is de Commissie gerechtigd de beschikkingen te geven als bedoeld in artikel 8, lid 2, tweede alinea, en in de leden 3 en 4 van dat artikel. Indien de Commissie een negatieve beschikking moet geven in de zin van artikel 8, lid 3, omdat de partijen geen afdoende verplichtingen zijn aangegaan in de zin van artikel 8, lid 2, kan de Commissie tevens een beschikking geven in de zin van artikel 8, lid 4, om de daadwerkelijke mededinging te herstellen ingeval de concentratie reeds tot stand is gebracht. In dat geval beperkt artikel 22, lid 5, de uit hoofde van artikel 22, lid 4, te nemen maatregelen tot die welke strikt noodzakelijk zijn om een daadwerkelijke mededinging te handhaven of te herstellen op het grondgebied van de betrokken Lid-Staat. Indien de concentratie nog niet tot stand is gebracht, waarborgt artikel 22, lid 5, dat de negatieve beschikking van de Commissie beperkt blijft tot de machtspositie die in het leven is geroepen of is versterkt in de Lid-Staat die het verzoek heeft gedaan om de daadwerkelijke mededinging in die Lid-Staat te handhaven.

v) *Andere argumenten van de partijen*

- (110) De partijen voeren aan dat zij HMG in zijn huidige vorm nodig hebben om te kunnen concurreren met internationale marktpartijen op de televisie-markt en om vanuit een zo goed mogelijke uitgangspositie aan de toekomstige multimediamarkt deel te kunnen nemen. In dit verband dient echter te worden opgemerkt dat CLT zelf reeds een groot multinationaal mediaconcern is. Het valt moeilijk in te zien waarom de partijen in dit verband een zodanige sterke positie op de Nederlandse televisie markt nodig hebben, die ten koste gaat van andere Nederlandse omroepen. Met betrekking tot de toekomstige multimediamarkten en met name de toekomstige digitale televisie moet worden opgemerkt dat HMG voor het moment voornamelijk is toegerust om actief te zijn in de

huidige analoge omgeving. Zo de partijen actief willen zijn op het gebied van de toekomstige digitale televisie, valt wederom moeilijk in te zien waarom zij juist deze combinatie van de leidende kanalen en de belangrijkste producent nodig hebben. Gezien de gecombineerde kracht van de partijen komt het voor dat HMG de enige grote marktpartij op het gebied van de toekomstige digitale televisie zou kunnen worden. Dit zou zelfs voor de ontwikkeling van digitale televisie in Nederland contraproductief zijn.

VII. DOOR DE PARTIJEN AANGEGANE VERBINTENISSEN

- (111) De partijen hebben voorstellen gedaan voor door hen aan te gane verbintenissen die de twijfel aangaande de verenigbaarheid van de concentratie met de gemeenschappelijke markt zouden moeten wegnemen. De hoofdlijnen van deze voorstellen zijn:

[...]

- (112) De voorstellen met betrekking tot RTL5 zijn niet toereikend om de totstandkoming van een machtspositie voor HMG op de markt voor televisiereclame tegen te gaan. Op basis van de voorstellen van de partijen zou HMG, [...], een aanzienlijke invloed in RTL5 behouden. [...] Het valt bijgevolg niet te verwachten dat RTL5 actief met de HMG-kanalen zou concurreren.

[...] De voorstellen van de partijen met betrekking tot RTL5 kunnen derhalve niet worden beschouwd als een afdoende maatregel om van RTL5 een levensvatbare onafhankelijke concurrent te maken.

Daarenboven bestaat het risico dat het afstoten van RTL5 wel eens niet realiseerbaar zou kunnen blijken te zijn omdat uiteindelijk geen potentiële koper komt opdagen. En zelfs indien het toch zou lukken, is het op dit ogenblik hoe dan ook nog niet mogelijk uit te maken of dat afstoten toereikend zou zijn om de marktpositie van HMG beneden het niveau van een machtspositie terug te dringen [...].

Voorts zou het concurrentievermogen van RTL5 eveneens afhangen van de wijze waarop het kanaal wordt geëxploiteerd in afwachting van de verkoop aan een derde. In dit verband valt aan te tekenen dat [...].

- (113) Wat de voorgestelde verbintenis ten aanzien van Endemol betreft, [...]. De vraag of deze verbintenis in haar geheel de concurrentieverstoring op de Nederlandse markt voor televisieproducties uit de weg ruimt, behoeft echter niet definitief te worden beantwoord daar de verbintenis met betrekking tot RTL5 niet toereikend is om de concurrentieverstoring op de markt voor televisiereclame ongedaan te maken en de concentratie derhalve hoe dan ook niet op grond van de door de partijen gedane voorstellen kan worden toegelaten.

VIII. NEVENRESTRICTIES

- (114) Naar het oordeel van de Commissie kan de „Productieovereenkomst” tussen HMG en Endemol niet worden opgevat als een nevenrestrictie in de zin van artikel 8, lid 2, tweede alinea, van de concentratieverordening. De garantie voor Endemol dat zij in [...] van de waarde van de vraag van HMG naar Nederlandstalige producties zal voorzien, is, evenals het in deze overeenkomst vervatte [...], een restrictie die voor de totstandkoming van de concentratie niet noodzakelijk is.

IX. CONCLUSIE

- (115) In het licht van het voorgaande is de Commissie tot de slotsom gekomen dat de concentratie zou leiden tot het ontstaan van een machtspositie op de markt voor televisiereclame in Nederland en tot het versterken van de machtspositie van Endemol op de markt voor onafhankelijke Nederlandstalige producties in Nederland, waardoor de daadwerkelijke mededinging in Nederland aanzienlijk zou worden belemmerd. De concentratie moet daarom op grond van artikel 8, lid 3, in samenhang met artikel 22, lid 3, van de concentratieverordening onverenigbaar met de gemeenschappelijke markt worden verklaard.
- (116) De concentratie is in de onderhavige zaak reeds tot stand gebracht, daar HMG reeds is opgericht, alle activa aan HMG zijn overgedragen en de uitzendingen in het kader van HMG op 1 september 1995 een aanvang hebben genomen.

De Commissie heeft besloten in deze beschikking uit hoofde van artikel 8, lid 3, geen maatregelen op te nemen op grond van artikel 8, lid 4. De Commissie zal een afzonderlijke beschikking uit hoofde van artikel 8, lid 4, geven om een daadwerkelijke mededinging op de bovengenoemde markten te herstellen. Alvorens een dergelijke beschikking te geven, verzoekt de Commissie de partijen om binnen drie maanden, te rekenen vanaf de kennisgeving van deze beschikking passende maatregelen voor te stellen om een daadwerkelijke mededinging te herstellen op de markten voor televisiereclame en voor onafhankelijke Nederlandse televisieproducties in Nederland,

HEEFT DE VOLGENDE BESCHIKKING GEGEVEN:

Artikel 1

De concentratie die wordt geraamd door de oprichting van de gemeenschappelijke onderneming Holland Media Group wordt onverenigbaar verklaard met de gemeenschappelijke markt. De Commissie nodigt de partijen uit om binnen een periode van drie maanden, te rekenen vanaf de kennisgeving van deze beschikking, passende maatregelen voor te stellen om op de markt voor televisiereclame en op die voor onafhankelijke Nederlandse televisieproducties in Nederland de daadwerkelijke mededinging te herstellen.

Artikel 2

Deze beschikking is gericht tot:

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

Gedaan te Brussel, 20 september 1995.

Voor de Commissie

Karel VAN MIERT

Lid van de Commissie