Erwerb des Profil- und Plattengeschäfts der Kömmerling GmbH&Co KG durch die HT TROPLAST AG im September 2000

Stellungnahme der Europäischen Kommission gemäß der Europäischen Fusionskontrollverordnung (Artikel 4 der Verordnung Nr. 4064/89 des Rates)

Öffentlich verfügbares Dokument aus der CELEX-Datenbank, Dokumentennummer 300M2094 vom 28.09.2000

Die HT TROPLAST AG beabsichtigte, den Geschäftsbereich Kunststoffextrusion (Fensterprofile und Platten) der Kömmerling GmbH&Co KG, Pirmasens, vom Insolvenzverwalter in Form eines gemischten Asset/Share-Deals (Kauf von Vermögenswerten und Anteilsrechten) zu erwerben.
Es sollen die Kömmerling Produktions- und Vertriebsaktivitäten für Kunststoffprofile und -platten in Pirmasens/Deutschland, Spanien, Italien, Frankreich, USA und Tianjing/VR China sowie die einschlägigen Vertriebsgesellschaften in der Schweiz, Großbritannien, Belgien und Polen erworben werden.
Die anderen Geschäftsbereiche (Kleb- und Dichtstoffe für die Bereiche Bau, Kfz und Schuhindustrie) von Kömmerling sollen an andere Erwerber veräußert werden.

Die Kommission kommt zu dem Ergebnis, dass durch den Zusammenschluß weder in einzelnen nationalen Märkten noch im EG-Markt eine marktbeherrschende Stellung von HT TROPLAST AG (nach Erwerb von Kömmerlings Profilgeschäft) entsteht.

Die Kommission hat deswegen beschlossen, keine Einwände gegen den angemeldeten Zusammenschluß zu erheben und ihn mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen für vereinbar zu erklären.

Am 5.10.2000 veröffentlichte die RÜTGERS AG (Eigentümer der HT TROPLAST AG), dass als wichtiger Schritt im Rahmen der RÜTGERS-Konzernstrategie nach Zustimmung der europäischen Kartellbehörden der Kauf der Kömmerling Kunststoffwerke GmbH in Pirmasens durch die zum RÜTGERS-Konzern gehörende HT TROPLAST AG in Troisdorf perfekt sei und damit der führende Hersteller von Kunststofffensterprofilen in Europa entstehe. Bei einer Jahresproduktion von 200.000 Tonnen würde der Marktanteil 23 Prozent betragen.

DE

Fall Nr. COMP/M.2094 - HT-TROPLAST / KÖMMERLING

Nur der deutsche Text ist verfügbar und verbindlich.

VERORDNUNG (EWG) Nr. 4064/89 ÜBER FUSIONSVERFAHREN

Artikel 6, Absatz 1, b KEINE EINWÄNDE
Datum: 28/09/2000

Auch in der CELEX-Datenbank verfügbar
Dokumentennummer 300M2094

Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften
L-2985 Luxembourg

KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 28.09.2000
SG(2000)D/107152

In der veröffentlichten Version dieser Entscheidung wurden bestimmte Informationen gem. Art. 17 (2) der Ratsverordnung (EWG) Nr. 4064/89 über die Nichtveröffentlichung von Geschäftsgeheimnissen und anderen vertraulichen Informationen ausgelassen. Die Auslassungen sind durch Klammern [...] gekennzeichnet. Soweit möglich wurden die ausgelassenen Informationen durch eine Bandbreite/Bereichsangabe von Zahlen oder eine allgemeine Beschreibung ersetzt.

ÖFFENTLICHE VERSION

FUSIONSVERFAHREN
ARTIKEL 6(1)(b) ENTSCHEIDUNG

An die anmeldenden Parteien

Sehr geehrte Damen und Herren!

Betrifft : Fall Nr. COMP/M.2094 – HT-Troplast/Kömmerling
Anmeldung vom 28.08.2000 gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates (Fusionskontrollverordnung)

1. Am 28.08.2000 ist die Anmeldung eines Zusammenschlußvorhabens gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates[1] bei der Kommission eingegangen. Danach ist folgendes beabsichtigt: Das Unternehmen HT Troplast AG ("Troplast"), das von RAG AG kontrolliert wird, erwirbt im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Ratsverordnung die Kontrolle über das Profil- und Plattengeschäft der Kömmerling GmbH&Co KG ("Kömmerling") durch Kauf von Vermögenswerten und Anteilsrechten.

2. Nach Prüfung der Anmeldung hat die Kommission festgestellt, daß das angemeldete Vorhaben in den Anwendungsbereich der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates fällt und hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen keinen Anlaß zu ernsthaften Bedenken gibt.

I. DIE TÄTIGKEITEN DER PARTEIEN UND DAS VORHABEN

3. Die beteiligten Unternehmen sind in folgenden Bereichen tätig:

---

1 ABl. L 395 vom 30.12.1989, S.1, berichtigte Fassung ABl. L 257 vom 21.9.1990, S. 13; zuletzt geändert durch Verordnung (EWG) Nr. 1310/97 (ABl. L 180 vom 9.7.1997, S. 1, Berichtigung in ABl. L 40 vom 13.02.1998, S. 17.)

Rue de la Loi 200, B-1049 Bruxelles/Wetstraat 200, B-1049 Brussel - Belgien
Telefon: Zentrale 299.11.11
Fernschreiber: COMEU B 21877. Telegrammadresse: COMEUR Brüssel.

- Troplast: Kunststoffverarbeitung für die Bereiche Kfz, Bau, Sport und Freizeit

- Kömmerling: Kleb- und Dichtstoffe für die Bereiche Bau, Kfz und Schuhindustrie, Kunststoffextrusion (Fensterprofile und Platten), Fensterbau.

4. Troplast beabsichtigt den Erwerb des Geschäftsbereiches Kunststoffextrusion (Fensterprofile und Platten) von Kömmerling. Der Erwerb erfolgt vom Insolvenzverwalter für Kömmerling in Form eines gemischten Asset-/Share-Deals. Es sollen die Kömmerling Produktions- und Vertriebsaktivitäten für Kunstoffprofile und -platten in Pirmasens/Deutschland, Spanien, Italien, Frankreich, USA und Tianjin/VR China sowie die einschlägigen Vertriebsgesellschaften in der Schweiz, Großbritannien, Belgien und Polen erworben werden. Die anderen Geschäftsbereiche von Kömmerling sollen an andere Erwerber veräußert werden.

5. Troplast verfügt über Kunststoffextrusionsaktivitäten im Bereich Fensterprofile. Im Bereich "Kunstoffextrusion Platten" ist Troplast bisher nicht tätig.

II. ZUSAMMENSCHLUSS

6. Durch die Transaktion erwirbt Troplast alleinige Kontrolle über die Kunststoffextrusionsaktivitäten von Kömmerling.

III. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

7. Die Unternehmen Troplast und Kömmerling haben zusammen einen weltweiten Gesamtumsatz von mehr als 5 Mrd. EUR[2] (Troplast 13.650 Mio. EUR und Kömmerling[3] 327,7 Mio. EUR). Jedes von ihnen hat einen gemeinschaftsweiten Gesamtumsatz von mehr als 250 Mio. EUR (Troplast 11.350 Mio. EUR und Kömmerling[4] 267 Mio. EUR). Allerdings erzielen sie nicht mehr als zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Gesamtumsatzes in einem und demselben Mitgliedstaat. Das Vorhaben hat folglich gemeinschaftsweite Bedeutung im Sinne von Artikel 1 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung.

IV. VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT

A. Sachlich relevante Märkte

8. Zu den Geschäftsbereichen, die erworben werden, gehört der Geschäftsbereich "Kunststoffextrusion Fenster", in denen beide Parteien tätig sind. Es handelt sich dabei um den Geschäftsbereich, der Rahmenmaterialien für Fenster und Türen aus PVC herstellt und vertreibt.

---

2 Die Umsatzberechnung erfolgte auf der Grundlage von Artikel 5 (1) der Fusionskontrollverordnung und der Bekanntmachung der Kommission über die Berechnung des Umsatzes (ABl. C 66 vom 2.3.1998, S.25). Vor dem 1. Januar 1999 erzielte Umsätze wurden nach Maßgabe der durchschnittlichen ECU-Wechselkurse berechnet und im Verhältnis 1:1 in EUR umgerechnet.

3 Von Troplast zu erwerbende Aktivitäten.

4 Von Troplast zu erwerbende Aktivitäten.

9. Die anmeldenden Parteien erklären, daß der Markt für Fensterprofilmaterialien aus PVC, Aluminium und Holz der sachlich relevante Markt ist. Fenster- und Türrahmen werden aus Kunststoff (PVC), Aluminium, Holz sowie in den letzten Jahren zunehmend auch aus einer Holz/Aluminium-Kombination angefertigt. Kunststoff und Aluminiumprofile werden auf eine Länge von ca. 6 - 6,5 Meter geschnitten und in dieser Form an Fensterbauer geliefert. Die Fensterbauer schneiden die Profile dann auf die jeweils erforderliche Größe zu, und stellen das Fenster aus Profil, Glas, Beschlägen und Dichtungen her. Der Einbau vor Ort erfolgt entweder durch den Fensterbauer oder einen Subunternehmer; teilweise werden die fertigen Fenster auch an Händler weiterverkauft. Holzprofile werden meist aus zugekauften Hölzern vom Fensterbauer selbst angefertigt.

10. Sowohl aus der Sicht der Fensterbauer als auch aus der Sicht der Endabnehmer seien die verschiedenen Rahmenmaterialien miteinander austauschbar. Für die Fensterbauer sei die Marge, die für den Einbau von Fenstern unterschiedlicher Materialien erzielt werden kann vergleichbar. Entscheidend für die Wahl des Fenstermaterials sei letztlich die Entscheidung der Endabnehmer.

11. Die Untersuchung der Kommission hat ergeben, daß für den Endabnehmer in erster Linie der Preis, aber auch Gesichtspunkte wie Langlebigkeit, Ästhetik, Wärme- und Geräuschdämmung, Wartungsfreiheit und kulturelle lokale Prägung entscheidend für die Wahl des Fenstermaterials sind.

12. Der Preis für Aluminiumfenster liegt erheblich über dem für PVC- und Holzfenster. Während die Marktuntersuchung der Kommssion ergeben hat, daß sich die Preise für Holz- und PVC-Fenster auf einer Ebene bewegen, geht ein großer Teil der Marktteilnehmer von einem 20%-30% höheren Preis für Aluminiumfenster aus. Es besteht allerdings eine bis zu 50 Jahre höhere Lebensdauer von Aluminiumfenstern gegenüber den beiden anderen Materialien. Andere Eigenschaften von Aluminiumfenstern sind ebenfalls geeignet, den höheren Preis in den Augen der Endabnehmer zu rechtfertigen, wie z.B. deren Stabilität, die größere Spannweiten erlaubt, stärkere Einbruchshemmung und optische Vorteile.

13. Die Ansprüche der Endabnehmer an die Funktionalität der Fenster können durch alle genannten Profilmaterialien befriedigt werden, da ähnliche technische Charakteristika mit den verschiedenen Materialien erreicht werden können. So ist oftmals zur Zeit der Ausschreibung eines baulichen Objektes die Art der Fenster noch nicht festgelegt. Beschränkungen der Austauschbarkeit können allerdings anhand ästhetischer Gesichtspunkte, lokaler und regionaler Eigenheiten und in einigen Fällen aus Gründen des Denkmalschutzes auftreten.

14. Die Untersuchung der Kommission hat allerdings Anhaltspunkte dafür ergeben, daß der Markt für Fensterprofilmaterialien nach Materialsorte getrennt zu betrachten sein könnte. Die meisten Fensterbauer, die Kunden der Parteien, haben sich nämlich entweder auf das Fensterprofilmaterial PVC oder auf Aluminium spezialisiert, während Holz als Fensterprofilmaterial zumeist von lokalen Schreinern bearbeitet wird. Ein Wechsel der Fensterbauer zwischen der Verwendung der Materialien PVC und Aluminium würde erhebliche Investitionen notwendig machen und selbst bei einer Erhöhung des Materialpreises von 5-10% des jeweils verwandten Materials nicht in Erwägung gezogen.

15. Eine genaue Abgrenzung der sachlich relevanten Märkte ist jedoch nicht notwendig, weil bei keiner in Betracht kommenden Abgrenzung wirksamer Wettbewerb im EWR oder in einem wesentlichen Teil dieses Gebiets erheblich behindert würde.

B. Räumlich relevante Märkte

16. Der räumlich relevante Markt ist nach Darstellung der anmeldenden Partei europaweit abzugrenzen. Viele große europäische Extrudeure beliefern ihre Abnehmer innerhalb und außerhalb Europas zentral von einem Produktionsstandort aus. Die europaweit zehn größten Anbieter von PVC-Rahmenmaterialien, die zusammen 70% dieses Marktes repräsentieren und in ihrer Mehrheit in Deutschland produzieren, aber auch in Belgien, Frankreich und Großbritannien ansässig sind, bieten bis auf einen Hersteller ihre Produkte grenzüberschreitend an.

17. Gegen einen europaweiten Markt könnte die unterschiedliche Nachfragestruktur hinsichtlich der verschiedenen Rahmenmaterialien in den einzelnen Mitgliedstaaten sprechen: Während in Schweden und Portugal der Anteil von PVC Rahmenmaterialien an allen Rahmenmaterialien insgesamt unter 2% liegt, liegt er in Irland bei 72%. Deutschland, Österreich, Frankreich und Großbritannien sind ebenfalls große Abnehmer von PVC-Rahmenmaterialien. Dort liegt der Anteil von PVC-Rahmenmaterialien zwischen 43% und 56%. Belgien, Dänemark und Niederlande liegen mit Anteilen zwischen 25% und 35% im Mittelfeld, während in Finnland, Italien, Griechenland und Spanien die Anteile von PVC-Rahmenmaterialien geringfügig über 10% liegen. Verantwortlich für diese Nachfragestruktur sind die Besonderheiten der einzelnen Länder wie unterschiedliche Industrienormen, Bautraditionen, Verbraucherpräferenzen und klimatische Bedingungen.

18. Die Marktuntersuchung der Kommission hat auch ergeben, daß das Nachfrageverhalten der Fensterbauer eher national ausgerichtet zu sein scheint: der überwiegende Teil der befragten Unternehmen bestellt Fensterprofilmaterialien in ihrem eigenen Land über die dortige Präsenz der Hersteller. Allerdings erfolgen auch grenzüberschreitende Bestellungen direkt bei den Herstellern, in erster Linie, aber nicht ausschließlich, aus den Ländern, in denen die Hersteller keine Vertretungen unterhalten.

19. Eine genaue Abgrenzung der räumlich relevanten Märkte ist jedoch nicht notwendig, weil bei keiner in Betracht kommenden Abgrenzung wirksamer Wettbewerb im EWR oder in einem wesentlichen Teil dieses Gebiets erheblich behindert würde.

C. Beurteilung

20. Das Gesamtmarktvolumen[5] für alle Rahmenmaterialien betrug 1999 in der EU 73 Millionen Fenstereinheiten. Deutschland ist der größte Verbraucher mit 22 Millionen Fenstereinheiten, gefolgt von Großbritannien mit 13 Millionen, Spanien mit 10 Millionen, Frankreich mit 9 Millionen und Italien mit 6 Millionen Fenstereinheiten. Belgien, Niederlande und Österreich verbrauchten zwischen 2 und

---

5 Zahlenangaben über Rahmenmaterialien für Fenster und Türen erfolgen üblicherweise nicht nach Umsatzwert, sondern nach Fenstereinheiten. Eine Fenstereinheit entspricht dem Materialeinsatz für ein Fenster in der Größe 130 cm x 130 cm. Für PVC- und Aluminiumfenster beträgt der durchschnittliche Materialeinsatz ca. 18 kg.

3 Millionen Fenstereinheiten. Dänemark, Schweden, Griechenland, Portugal und Irland zwischen 1 und 2 Millionen, während Finnland 0,6 Millionen Fenstereinheiten insgesamt abnahm.

1. Europaweiter Markt für alle Rahmenmaterialien

21. Auf der Grundlage eines europaweiten Marktes für alle Rahmenmaterialien, der von den Parteien vorgeschlagen wurde, liegt der Marktanteil der Parteien bei [10-15]%. Die beiden nächstgrößten Wettbewerber haben Marktanteile von jeweils [5-10]% und [unter 5]%. Auf der Grundlage dieser Marktdefinition ist eine marktbeherrschende Stellung der Parteien daher auszuschließen.

2. Europaweiter Markt für PVC- Profile

22. Das Gesamtmarktvolumen für einen europaweiten Markt für PVC- Profile liegt bei 30 Millionen Fenstereinheiten. Das entspricht rund 40% des gesamten Profilmarktes. Auf einem solchen Markt liegt der Marktanteil der Parteien bei [20-25]%, gefolgt von den beiden nächstgrößten Wettbewerbern mit jeweils [10-15]% und [10-15]%. Auch unter dieser Prämisse führt der Zusammenschluß nicht zu einer Marktbeherrschung durch die Parteien.

3. Nationale Märkte für alle Rahmenmaterialien

23. Auf der Grundlage von nationalen Märkten für alle Rahmenmaterialien liegt der Marktanteil der Parteien lediglich in Deutschland über 15%. Dort haben die Parteien einen Marktanteil von [15-20]%. Die nächstgrößten Wettbewerber auf dem deutschen Markt für alle Rahmenmaterialien haben Marktanteile von [10-15]%, [5-10]%, [5-10]% und [5-10]%. In Österreich haben die Parteien Marktanteile von [10-15]%; in allen anderen Mitgliedstaaten liegt der Marktanteil der Parteien zumeist weit unter 10%. Eine Marktbeherschung der Parteien ist auch auf dieser Grundlage auszuschließen.

4. Nationale Märkte für PVC- Profile

24. Auf der Grundlage nationaler Märkte für PVC- Rahmenmaterialien haben die Parteien in fünf Mitgliedstaaten Marktanteile von über 20% (Italien [20-25]%, Niederlande [25-30]%, Deutschland [30-35]%, Spanien [40-45]% und Griechenland [45-50]%). Auf allen diesen Märkten sind PVC-Rahmenmaterialien allerdings einem gewissen Wettbewerbsdruck seitens der benachbarten Rahmenmaterialmärkten ausgesetzt. Dies gilt insbesondere für die Märkte in Spanien und Griechenland, da in diesen Märkten der Anteil der PVC-Fensterprofile an den insgesamt verkauften Fensterprofilen 11% nicht übersteigt.

a. Italien

25. Auf einem italienischen PVC-Profilmarkt haben die größten Wettbewerber der Parteien Anteile von [40-45]%, [10-15]% und [5-10]%. Mit [20-25]% Marktanteil können die Parteien auch bei der engstmöglichen Marktabgrenzung in Italien bereits angesichts der Größe ihres größten Wettbewerbers eine marktbeherrschende Stellung nicht erreichen.

b. Niederlande

26. Die größten Wettbewerber der Parteien verfügen im Bereich PVC-Profile über Marktanteile von [15-20]%, [10-15]% und [5-10]%. Mit [25-30]% Marktanteil sind die Parteien zwar Marktführer in diesem Bereich. Diese Marktposition gewährt ihnen jedoch keine Marktbeherrschung.

c. Deutschland

27. In Deutschland haben die vier nächstgrößten Wettbewerber der Parteien jeweils [15-20]%, [10-15]% und [5-10]% Marktanteile. Trotz eines gemeinsamen Marktanteiles der Parteien von [30-35]% ist in Deutschland nicht mit einer marktbeherrschenden Stellung zu rechnen:

28. Die größten europäischen Hersteller von PVC-Fensterprofilen - d.s. sieben der zehn größten europäischen Hersteller - haben ihren Sitz und ihre wichtigsten Produktionsstätten in Deutschland. Sie verkaufen zusammen knapp 60% aller in Europa verkauften PVC-Profile. Knapp 98% aller in Deutschland verkauften PVC-Profile werden von deutschen Unternehmen hergestellt.

29. Die wirtschaftliche Kapazitätsauslastung der PVC Extrudeure lag im Bereich PVC-Rahmenmaterialien in den Jahren 1997, 1998, 1999 europaweit bei ca. 70%. Dies wurde durch die Marktuntersuchung der Kommission auch für den deutschen Markt bestätigt. Unter diesen Umständen ist eine einseitige Preiserhöhung seitens des Marktführers nicht möglich, da Wettbewerber jederzeit mit Produktionserhöhungen und niedrigeren Preisen reagieren können.

30. Aus der Marktuntersuchung der Kommission ist zu entnehmen, daß im Bereich der PVC-Profile seit einigen Jahren ein starker Preiswettbewerb, der teilweise sogar als "Preiskampf" bezeichnet wird, unter den Herstellern von PVC- Rahmenmaterialien zu verzeichnen ist. Die Hersteller waren nicht in der Lage, gestiegene Kosten für PVC, welches je nach Preisentwicklung zwischen 30% und 50% der gesamten Herstellungskosten für Profile ausmacht, über die Profilkosten an ihre Abnehmer weiterzugeben.

31. Unter diesen Umständen ist eine marktbeherrschende Stellung der Parteien in Deutschland durch den Zusammenschluß nicht zu erwarten.

d. Spanien

32. Dem Marktanteil der Parteien von [40-45]% stehen Anteile der nächstgrößten Wettbewerber von [20-25]%, [10-15]%, und [10-15]% gegenüber. Bei den sieben größten Wettbewerbern handelt es sich mit einer Ausnahme um deutsche Hersteller. Der gemeinsame Marktanteil der sechs deutschen Hersteller liegt bei 83%. Die für Deutschland gemachten Angaben hinsichtlich des Preiswettbewerbs sind auch hier gültig, ebenso die Ausführungen zu Überkapazitäten. Beides ist geeignet, einseitige Preiserhöhungen des Marktführers zu verhindern. Auf Grund dieser Faktoren wird auch in Spanien der Verhaltensspielraum der neuen Einheit wirksam begrenzt und erlangt diese keine marktbeherrschende Stellung.

e. Griechenland

33. Alle in Griechenland verkauften PVC-Profile werden von deutschen Herstellern vertrieben. Durch den Zusammenschluß werden die Parteien mit [45-50]% Marktanteil auch in Griechenland Marktführer, gefolgt von zwei weiteren Wettbewerbern mit jeweils [35-40]% und [15-20]%. Angesichts dieser Struktur sowie auch der vorhandenen Überkapazitäten und dem bestehenden Preiswettbewerb (siehe die Erwägungen oben Ziff. 29 und 30, die auch auf den griechischen Markt zutreffen) führt der Zusammenschluss nicht zu einer marktbeherrschenden Stellung der neuen Einheit.

D. Ergebnis

34. Nach den vorstehenden Ausführungen führt der Zusammenschluß in keinem der untersuchten alternativen Märkte zu einer marktbeherrschenden Stellung von Troplast.

35. Folglich schafft oder verstärkt der beabsichtigte Zusammenschluß keine beherrschende Stellung, als deren Ergebnis wirksamer Wettbewerb im EWR oder einem wesentlichen Teil davon erheblich behindert würde.

V. NEBENABREDEN

36. Die Verkäufer verpflichten sich gegenüber Troplast, jeweils für die Dauer von fünf Jahren auf dem Gebiet des Vertriebs von Kunststoffprofilen und -platten in ihrem gegenwärtigen räumlichen Tätigkeitsbereich jegliche Betätigung zu unterlassen. Troplast hat diese Vereinbarung als Nebenabrede angemeldet.

37. Diese Vereinbarung ist ein Wettbewerbsverbot und als Nebenabrede von der vorliegenden Entscheidung erfaßt, soweit sie drei Jahre nicht überschreitet. Eine solche Einbeziehung ist angesichts des zu übertragenden Kundenstammes und der Art des für diesen Industriebereich relevanten Know-hows angemessen, um zu gewährleisten, daß der Erwerber den vollständigen Wert des übertragenen Vermögens erhält.

VI. SCHLUSS

38. Aus diesen Gründen hat die Kommission beschlossen, keine Einwände gegen den angemeldeten Zusammenschluß zu erheben und ihn mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen für vereinbar zu erklären. Diese Entscheidung beruht auf Artikel 6 (1) b der Fusionskontrollverordnung und auf Artikel 57 des EWR-Abkommens.

Für die Kommission
M. SCHREYER (Mitglied der Kommission)