

**Mitteilung gemäß Artikel 27 Absatz 4 der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 des Rates in der Sache  
COMP/A.39.116/B2 — Coca-Cola**

(2004/C 289/08)

(Text von Bedeutung für den EWR)

## 1. Einleitung

- (1) Die Europäische Kommission hat verschiedene förmliche Verpflichtungszusagen von The Coca-Cola Company („TCCC“) und dreier seiner wichtigsten Abfüllbetriebe im EWR, Coca-Cola Hellenic Bottling Company, Coca-Cola Enterprises und Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG (zusammen „Unternehmen“ genannt), erhalten. Die Verpflichtungszusagen gehen auf die Untersuchung der Geschäftspraxis der Unternehmen in der Europäischen Gemeinschaft, Norwegen und Island zurück, die die Kommission im Rahmen von Artikel 82 EG-Vertrag und Artikel 54 EWR-Abkommen durchgeführt hat.
- (2) Mit dieser Mitteilung sollen die bisher vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen, welche die Wettbewerbsbedenken der Kommission beseitigen sollen, die sie in ihrer vorläufigen Beurteilung hinsichtlich untersuchter Praktiken der Unternehmen zum Ausdruck gebracht hat, dem Markttest unterzogen werden. Je nach Ergebnis des Markttests wird die Kommission gemäß Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 des Rates vom 16. Dezember 2002 zur Durchführung der in den Artikeln 81 und 82 des Vertrags niedergelegten Wettbewerbsregeln<sup>(1)</sup> eine Entscheidung erlassen, um jene angebotenen Verpflichtungszusagen für die Unternehmen für bindend zu erklären, welche die von der Kommission in der vorläufigen Beurteilung mitgeteilten Bedenken ausräumen. Eine solche Entscheidung würde die Frage, ob eine Zuwiderhandlung vorgelegen hat oder noch vorliegt, nicht beantworten.

## 2. Vorläufige Beurteilung

- (3) Die Kommission hat die Unternehmen mit Schreiben vom 18. Oktober 2004 von ihrer vorläufigen Beurteilung im Sinne von Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung Nr. 1/2003 in Kenntnis gesetzt.
- (4) Diese vorläufige Beurteilung hat erbracht, dass TCCC und ihre entsprechenden Abfüllbetriebe kollektiv eine beherrschende Stellung in bestimmten nationalen Märkten für die Lieferung von kohlen säurehaltigen Erfrischungsgetränken („KEG“) in der EG, Norwegen und Island auf mindestens einem der beiden Vertriebswege haben: dem Haushalts-Vertriebskanal (Supermärkte und andere Einzelhandelsgeschäfte) und dem Außer-Haus-Vertriebskanal, auch bekannt als Horeca- oder Gastronomie-Vertriebskanal<sup>(2)</sup>.

- (5) Die bemängelten Praktiken in beiden Vertriebskanälen sind: Ausschließlichkeitsbindung, Rabatte für Kunden, die davon abhängen, dass der Kunde in einem Quartal ein individuell gesetztes Kaufmengenziel erreicht, wobei nach Cola- und Nicht-Cola-Getränken unterschieden wird, Kopplungsvereinbarungen und Bestimmungen, wonach ein Händler eine Auswahl verschiedener Cola-Gebinde und/oder Gebinde anderer Getränke führen muss. Im Haushalts-Vertriebskanal gibt es Vereinbarungen zwischen den Unternehmen und Supermärkten, aufgrund deren ein wesentlicher Teil der Regalfläche für KEG den markengeschützten Produkten von TCCC vorbehalten sind. Im Außer-Haus-Vertriebskanal erhalten Kunden Vorabfinanzierung, die vom Kauf markengeschützter Produkte von TCCC über mehrere Jahre abhängt. Außerdem haben die Unternehmen bestimmte ausschließkeitsbezogene Auflagen für technische Verkaufseinrichtungen wie Getränkekühlschränke, Zapfanlagen oder Verkaufsautomaten gemacht.
- (6) Die vorläufige Beurteilung hat ergeben, dass sämtliche Praktiken Wettbewerbern den Zugang zu Verkaufsstellen erschweren, was letztlich den Verbraucher schädigt. Insbesondere wurde bei der vorläufigen Beurteilung festgestellt, dass die Unternehmen die Marktkraft ihrer starken Marken und die breite Produktpalette nutzen könnten, um dadurch ihre Marktstellung zu sichern und auszuweiten.

## 3. Verpflichtungszusagen

- (7) Im Folgenden sind die Verpflichtungszusagen kurz zusammengefasst. Sie sind auf der Internetseite der Generaldirektion Wettbewerb in einer nicht vertraulichen englischen Fassung vollständig veröffentlicht:

[http://europa.eu.int/comm/competition/antitrust/cases/decisions/39116/tccc\\_final\\_undertaking\\_041019.pdf](http://europa.eu.int/comm/competition/antitrust/cases/decisions/39116/tccc_final_undertaking_041019.pdf)

- (8) Die Unternehmen schlagen vor, dass die Verpflichtungszusagen in sämtlichen Mitgliedstaaten sowie in Norwegen und Island gelten sollen, sofern die markengeschützten KEG von TCCC („TCCC KEG“) entweder im Haushalts-Vertriebskanal oder im Außer-Haus-Vertriebskanal im Jahr zuvor über 40 % der nationalen KEG-Verkäufe ausmachten und der TCCC-Marktanteil mehr als doppelt so groß war als der des nächstgrößten Wettbewerbers.

- (9) Für beide Vertriebskanäle verpflichten sich die Unternehmen,  
— den Kunden keine Ausschließkeitsbindung aufzuzwingen;

<sup>(1)</sup> ABl. L 1 vom 4.1.2003, S. 1.

<sup>(2)</sup> Auf der Basis von zurzeit verfügbaren Daten (Daten für Zypern, Luxemburg und Malta noch nicht verfügbar), wären die Verpflichtungszusagen anwendbar in: Österreich, Belgien, Dänemark, Estland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn (nur Haushalts-Vertriebskanal), Italien, Lettland, Litauen (nur Haushalts-Vertriebskanal), den Niederlanden, Norwegen (nur Haushalts-Vertriebskanal), Polen (nur Haushalts-Vertriebskanal), Spanien, Schweden und im Vereinigten Königreich.

- keine Zielrabatte für TCCC-KEG zu gewähren, also Rabatte oder sonstige Vorteile für den Umstand, dass ein Kunde ein individuell gesetztes Kaufmengenziel erreicht;
  - keine Kopplungsvereinbarungen aufzuerlegen, welche die Lieferung von TCCC-Cola-KEG oder TCCC-Orangen-KEG von der Abnahme einer oder mehrerer anderer markengeschützter Getränke von TCCC abhängig machen;
  - Vereinbarungen über Sortiment und Angebotspaletten für klassische TCCC-Cola-KEG, kalorienreduzierte TCCC-Cola-KEG und TCCC-Orangen-KEG getrennt zu schließen. Wenn die Verpflichtungszusage eine getrennte Behandlung von TCCC-Orangen-KEG vorsieht, gilt dies nur für Länder, in denen der Anteil der klassischen Fanta Orange im Jahr zuvor entweder im Haushalts-Vertriebskanal oder im Außer-Haus-Vertriebskanal mehr als doppelt so groß war wie der der nächstgrößten Konkurrenz-Limonade mit Orangengeschmack;
  - die Lieferung von TCCC-KEG oder den Umfang eines Vorteils nicht davon abhängig zu machen, dass der Kunde die Beziehung zu einem anderen Lieferanten abbricht, einschränkt oder verändert.
- (10) Speziell für den Haushalts-Vertriebskanal verpflichten sich die Unternehmen,
- jegliche Vereinbarungen über die Reservierung eines Anteils an dauernder auf Raumtemperatur gehaltener Regalfläche in den Verkaufsstellen des Abnehmers für TCCC-Cola-KEG, TCCC-Orangen-KEG und sonstige TCCC-KEG getrennt zu treffen;
  - bei einer Vereinbarung über die Regalreservierung zu beachten, dass der Flächenanteil der dauernden auf Raumtemperatur gehaltenen Regale für KEG, der allein TCCC-Cola-KEG vorbehalten ist, höchstens dem nationalen Verkaufsanteil der TCCC-Cola-KEG an gesamten KEG-Verkäufen im Vorjahr abzüglich 5 % von diesem Anteil entsprechen darf;
  - bei einer Vereinbarung über die Regalreservierung zu beachten, dass der Flächenanteil der dauernden auf Raumtemperatur gehaltenen Regale für KEG, der allein TCCC-Orangen-KEG vorbehalten ist, höchstens dem nationalen Verkaufsanteil der TCCC-Orangen-KEG an gesamten KEG-Verkäufen im Vorjahr entsprechen darf.
- (11) Speziell für den Außer-Haus-Vertriebskanal verpflichten sich die Unternehmen,
- die Geltungsdauer von Finanzierungsverträgen auf höchstens fünf Jahre zu begrenzen und den Kunden die Möglichkeit zu gewähren, a) einen beliebigen Anteil des Kredits in bar zurückzahlen oder b) den Vertrag ohne Vorfalligkeitsentschädigung kündigen zu können. Ferner darf bei solchen Verträgen nicht die Abnahme eines bestimmten Sortiments von TCCC-KEG zur Auflage gemacht werden;
  - die Geltungsdauer von Getränkebezugsverpflichtungen auf höchstens fünf Jahre zu begrenzen und den Kunden die Möglichkeit zu gewähren, die Vereinbarung nach drei Jahren und danach jährlich entschädigungsfrei zu kündigen;
  - beim Sponsoring von Anlagen (z. B. Sportstadien oder Freizeitparks) nur für die Marken oder Geschmacksgruppen, auf die sich das Sponsoring bezieht, Ausschließlichkeit zu verlangen. Beim Sponsoring von Veranstaltungen (z. B. Sportveranstaltungen, Festivals) können die Unternehmen ein Alleinbelieferungsrecht für das gesamte Angebot an KEG der Unternehmen verlangen.
- (12) Speziell bei Geschäftsvereinbarungen im Außer-Haus-Vertriebskanal, die im Zuge einer wettbewerblichen Vergabe zustande kommen, können die Unternehmen ein Alleinbelieferungsrecht für Getränke geltend machen. Dabei ist im Fall von privaten Großabnehmern die Geltungsdauer von Vereinbarungen auf fünf Jahre begrenzt, und die Kunden haben die Möglichkeit, die Vereinbarung frühestens nach drei Jahren und danach jährlich entschädigungsfrei zu kündigen. Die Unternehmen begrenzen zudem das Verkaufsvolumen, das im Rahmen von Vereinbarungen erzielt wird, die infolge einer wettbewerblichen Vergabe durch private Kunden zustande kamen und Alleinbelieferungsrechte für KEG beinhalten, auf 5 % der jährlichen KEG-Verkäufe der Unternehmen.
- (13) Was die Installation von technischen Verkaufseinrichtungen anbelangt, verpflichten sich die Unternehmen,
- für Getränkekühlschränke folgende Bedingungen anzuwenden: erstens, wenn der Kühlschrank unentgeltlich zur Verfügung gestellt wird, können die Unternehmen Ausschließlichkeit verlangen, es sei denn, in der Verkaufsstelle gibt es keinen anderen Getränkekühlschrank, zu dem der Verbraucher direkten Zugang hat; in diesem Fall kann der Kunde mindestens 20 % des Getränkekühlschranks für irgendwelche Produkte seiner Wahl verwenden. Zweitens, wenn der Kunde den Kühlschrank mietet, kann er grundsätzlich mindestens 20 % des Getränkekühlschranks für irgendwelche Produkte seiner Wahl verwenden. Drittens, wenn ein Einzelhändler einen Kühlschrank kauft, dann kann er frei bestimmen, was er darin aufbewahrt;
  - im Fall von Zapfanlagen es dem Abnehmer zu überlassen, ob dieser gleichzeitig Zapfanlagen von Konkurrenten aufstellt. Die Unternehmen verpflichten sich auch, die Geltungsdauer einer Abnahmeverpflichtung für Füllprodukte für Zapfanlagen auf höchstens drei Jahre zu begrenzen und dem Kunden die Möglichkeit einzuräumen, die Abnahmeverpflichtung nach spätestens zwei Jahren jederzeit zu kündigen;
  - bei Verkaufsautomaten es dem Abnehmer zu überlassen, ob dieser gleichzeitig Getränkeautomaten von Konkurrenten aufstellt.

#### 4. Absicht der Kommission

- (14) Vorbehaltlich des Ausgangs des Markttests beabsichtigt die Kommission, eine Entscheidung gemäß Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung Nr. 1/2003 zu erlassen, mit der jene angebotenen Verpflichtungszusagen für die Unternehmen für bindend erklärt werden, welche die von der Kommission in der vorläufigen Beurteilung mitgeteilten Bedenken ausräumen. Sie fordert dazu alle interessierten Dritten auf, ihre Bemerkungen binnen eines Monats ab Veröffentlichung dieser Mitteilung vorzulegen.
- (15) Die interessierten Dritten werden gebeten, ebenfalls eine nicht vertrauliche Fassung ihrer Bemerkungen einzurei-

chen, in der Geschäftsgeheimnisse und sonstige vertrauliche Stellen gestrichen und je nachdem durch eine nicht vertrauliche Zusammenfassung oder durch den Hinweis „Geschäftsgeheimnisse“ oder „vertraulich“ ersetzt werden.

- (16) Die Bemerkungen sind unter Angabe des Aktenzeichens „COMP/A.39.116/B2 — Coca-Cola“ an folgende Anschrift zu richten:

Europäische Kommission  
Generaldirektion Wettbewerb  
Antitrust-Kanzlei  
B-1049 Brüssel  
Fax: (32-2) 295 01 28.