

## VORLESUNG "EUROPÄISCHES UND DEUTSCHES KARTELLRECHT"

### Fallstudie 3: Missbrauch von Marktmacht

Ein fiktiver Sachverhalt: Die Sunshine AG (S) ist eine weltweit tätige Brauerei mit Sitz in Hamburg. Sie stellt nicht nur Bier, sondern auch eine Reihe weiterer Erfrischungsgetränke, Mineralwasser und Fruchtsäfte her.

S ist Inhaberin der Marke Bäx. Unter dieser Marke bringt die S ihre Biere auf den Markt. Der Getränke-Einzelhandel ist darauf angewiesen, Biere der Marke Bäx in seinem Sortiment zu haben, andernfalls die Endkunden dieses Sortiment als unvollständig ansehen würden. Dies zeigt sich auch an der Marktdurchdringung der Marke Bäx. Circa 80 % der Getränke-Einzelhändler führen Biere der Marke Bäx in ihrem Sortiment.

In Deutschland sind neben der S zwei weitere internationale Großbrauereien, die Alpha GmbH (A) und die Beta KG (B), sowie eine Vielzahl kleinerer Brauereien tätig. Sie alle vertreiben ihre Getränke grundsätzlich über den Groß- und den Einzelhandel an Endkunden. Die "Markt"anteile der Brauereien verteilen sich wie folgt:

	Deutschland		Europa	
	Bier	Getränke	Bier	Getränke
<b>Sunshine AG</b>	40 %	30 %	35 %	30 %
<b>Alpha GmbH</b>	35 %	30 %	35 %	35 %
<b>Beta KG</b>	15 %	25 %	20 %	25 %
<b>Rest</b>	10 %	15 %	10 %	10 %

A versucht bereits seit mehreren Jahren, durch aggressiven Preiswettbewerb die Marktführerschaft von der S zu übernehmen (und war damit – teilweise – auch bereits erfolgreich). Um sich dem weiter zunehmenden Wettbewerbsdruck durch die A entgegenstellen zu können, plant die S ihr Vertriebssystem umzustrukturieren:

1. Auch die S verkauft ihre Getränke grundsätzlich an den Getränke-Großhandel. Lediglich 20 Einzelhändler sind – historisch gewachsen – zum Direktbezug ihrer Getränke bei der S berechtigt. Alle anderen Einzelhändler decken ihren Bedarf an Getränken der S beim Getränke-Großhandel. Der Direktbezug bei der S ist mit preislichen Vorteilen verbunden, da die direkt beziehenden Einzelhändler ihre Getränke zum (niedrigeren) Einkaufspreis des Großhandels bei der S beziehen können. Alle nicht direkt beziehenden Einzelhändler kaufen im Großhandel zum (höheren) Einkaufspreis des Einzelhandels ein.

Zwei bislang direkt beziehenden Einzelhändlern will die S mit sofortiger Wirkung ihre Direktbezugsverträge kündigen. Es handelt sich dabei um den überregional tätigen Einzelhändler 1, der auf seinen Großhandelsmärkten marktführend ist, und um seinen deutlich kleineren, lediglich lokal tätigen Mitbewerber, den Einzelhändler 2. Beide Einzelhändler sollen vom Direktbezug ausgeschlossen werden, da sie preisaggressiv am Markt tätig sind, d.h. insbesondere Biere der Marke Bäck zu "Discountpreisen" verkaufen und hierdurch – aus Sicht der S – unnötig das Preisniveau für die Getränke der S "kaputtmachen".

2. Alle anderen, weiterhin direkt bei der S beziehenden Einzelhändler sollen zukünftig verpflichtet werden,
  - a) langfristig ihren gesamten Getränkebedarf bei der S zu decken und
  - b) eine zusätzliche "Rampengebühr" (für den Direktbezug an der Lieferrampe der Brauerei) zu zahlen. Mit ihr will die S die zusätzlichen Kosten decken, die ihr durch den Direktbezug entstehen.