

DE

DE

DE

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 22. Juni 2005

in einem Verfahren nach Artikel 82 EGV und Artikel 54 EWRA in der

(Sache COMP/A.39.116/B2 – Coca-Cola)

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(Text von Bedeutung für den EWR)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN -

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf das Abkommen über den Europäischen Wirtschaftsraum, insbesondere Artikel 54 und Artikel 56 Absatz 2 zweiter Satz,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 1/2003 des Rates vom 16. Dezember 2002 zur Durchführung der in den Artikeln 81 und 82 des Vertrags niedergelegten Wettbewerbsregeln¹, insbesondere Artikel 9 Absatz 1,

gestützt auf den Beschluss der Kommission vom 29. September 2004 zur Einleitung eines Verfahrens in dieser Sache,

nach Geltendmachung von Bedenken in der vorläufigen Beurteilung vom 15. Oktober 2004,

nachdem allen interessierten Dritten Gelegenheit gegeben wurde, ihre Bemerkungen gemäß Artikel 27 Absatz 4 der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 vorzutragen²,

nach Konsultierung des Beratenden Ausschusses für Kartell- und Monopolfragen,

gestützt auf den endgültigen Bericht des Anhörungsbeauftragten,

in Erwägung nachstehender Gründe:

1. GEGENSTAND

- (1) Diese Entscheidung ist gerichtet an The Coca-Cola Company (nachstehend: *TCCC*) und seine drei Abfüllbetriebe Bottling Holdings (Luxemburg) sarl, Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG und Coca-Cola Hellenic Bottling Company SA. Gegenstand des Verfahrens ist die Lieferung von kohlenensäurehaltigen Erfrischungsgetränken (nachstehend: *KEG*) in der Gemeinschaft, in Island und Norwegen sowohl auf dem Vertriebskanal für den Verbrauch zuhause (nachstehend: *Haushalts-Vertriebskanal*) als auch über den Vertriebskanal für den Verbrauch an Ort und Stelle (nachstehend: *Außer-Haus-Vertriebskanal*). In ihrer vorläufigen Beurteilung befand die Kommission, dass bestimmte Geschäftspraktiken von TCCC und seinen Abfüllgesellschaften bei der Lieferung von KEG Bedenken in Bezug auf Alleinbelieferung, Ziel- und Kaufsteigerungsrabatte und den Einsatz der Hebelwirkung von Marktmacht zwischen verschiedenen Produktgruppen gemäß Artikel 82 EGV und Artikel 54 EWR-Abkommen, die Missbräuche einer beherrschenden Stellung durch ein oder mehrere Unternehmen untersagen, aufwerfen.

¹ ABl. L 1, 4.1.2003, S.1, ergänzt durch Verordnung (EG) Nr. 411/2004 (AbI. L 68, 8.3.2004, S. 1).

² ABl. C 289 vom 26.11.2004, S. 10.

2. DIE PARTEIEN

- (2) Die in Atlanta (Vereinigte Staaten) eingetragene TCCC stellt überwiegend Konzentrat und Sirup für Erfrischungsgetränke her, die sie an ihre Abfüllbetriebe verkauft. TCCC ist Eigentümerin der Marken Coca-Cola, Fanta, Sprite und anderer Marken.
- (3) Die der Coca-Cola Enterprises Inc. gehörende Holdinggesellschaft Bottling Holdings (Luxemburg) sarl hat Tochtergesellschaften in Belgien, Frankreich, Großbritannien, Luxemburg und den Niederlanden. Die in Atlanta (Vereinigte Staaten) eingetragene Coca-Cola Enterprises Inc., der weltgrößte Abfüllbetrieb von Produkten der TCCC, ist in der Herstellung, dem Vertrieb und der Vermarktung alkoholfreier Getränke tätig.
- (4) Die in Berlin (Deutschland) eingetragene Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG, der größte deutsche Coca-Cola-Abfüllbetrieb, ist in der Zubereitung, Verpackung, Vermarktung, Verteilung und dem Verkauf von TCCC-Produkten in Deutschland tätig.
- (5) Die in Athen (Griechenland) eingetragene Coca-Cola Hellenic Bottling Company SA ist der zweitgrößte Abfüllbetrieb von TCCC-Produkten und wurde nach der Fusion der in Athen niedergelassenen Hellenic Bottling Company S.A. mit der Coca-Cola Beverages plc im August 2000 gegründet. Sie ist in der Herstellung, dem Vertrieb und der Vermarktung von TCCC-Produkten in 26 Ländern einschließlich Österreich, Tschechische Republik, Estland, Griechenland, Ungarn, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Polen, Slowakische Republik und Slowenien tätig.
- (6) TCCC, Bottling Holdings (Luxemburg) sarl, Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG und Coca-Cola Hellenic Bottling Company SA werden nachstehend als die „Parteien“ bezeichnet.
- (7) Zusätzlich zu den in den Paragraphen (3) bis (5) erwähnten drei Abfüllbetrieben hat TCCC eine Reihe von Abfüllverträgen mit dritten Unternehmen in bestimmten Mitgliedstaaten, in Norwegen und Island sowie in Teilgebieten dieser Mitgliedstaaten geschlossen, wo keiner der drei Hauptabfüllbetriebe vertreten ist.

3. UNTERSUCHTE PRAKTIKEN

- (8) Es wurden in Bezug auf beide Vertriebskanäle folgende Praktiken von TCCC und seinen Abfüllbetrieben bei der Lieferung von KEG untersucht:
 - Ausschließlichkeitsanforderungen;
 - Ziel- und Kaufsteigerungsrabatte, die für die Kunden einzeln festgesetzt und überwiegend vierteljährlich getrennt für Cola- und andere Getränke errechnet werden;
 - Kopplungsabmachungen einschließlich der Anforderung, dass die Kunden einen Bestand an Gebinden für Cola- und/oder andere Getränke zum Verkauf vorhalten;
 - Ausschließlichkeitsbestimmungen in Bezug auf die Platzierung technischer Verkaufsgeräte wie Kühlschränke, Zapfanlagen oder Verkaufsautomaten.

- (9) Auf dem Haushalts-Vertriebskanal, namentlich den KEG-Vertrieb mittels Verkaufsstellen für den Verbrauch zu Hause (zum Beispiel Supermärkte, Cash & Carry, Discounter usw.) betreffend, hat die Kommission Abmachungen von TCCC und seinen Abfüllgesellschaften untersucht, mit denen in Supermärkten ein großer Teil der KEG-Regale den Markenprodukten von TCCC vorbehalten werden.
- (10) Im Außer-Haus-Vertriebskanal, namentlich den KEG-Vertrieb mittels Verkaufsstellen für den Verbrauch vor Ort und Stelle (zum Beispiel Restaurants, Pubs usw.) betreffend, hat die Kommission die Praktik untersucht, dass die Kunden eine Vorausfinanzierung erhalten und das Darlehen durch den Kauf von TCCC-Markenprodukten über eine Reihe von Jahren zurückzahlen.
- (11) Die Kommission hat während ihrer Untersuchung Beweismittel zu den erwähnten Praktiken in mehreren EWR-Vertragsstaaten gesammelt, die nachweisen, dass eine oder mehrere dieser Praktiken in sämtlichen Mitgliedstaaten, Island und Norwegen angewandt worden sind.

4. VERFAHRENSSCHRITTE GEMÄß DER VERORDNUNG NR. 17/62 UND DER VERORDNUNG NR. 1/2003

- (12) In den Jahren 1996, 1999 und 2001 gingen bei der Kommission mehrere Beschwerden gemäß Artikel 3 der Verordnung Nr. 17 des Rates vom 6. Februar 1996, erste die Artikel 85 und 86 des Vertrages umsetzende Verordnung³, ein, wonach TCCC und seine Abfüllgesellschaften ihre beherrschende Stellung im Sinne von Artikel 82 EGV missbraucht haben sollen.
- (13) In den Jahren 1999 und 2000 führte die Kommission Nachprüfungen gemäß Artikel 4 Absatz 3 der Verordnung Nr. 17 in den Räumlichkeiten der Parteien in Österreich, Belgien, Dänemark, Deutschland und dem Vereinigten Königreich durch. Bis zum Jahr 2004 wurden in 25 Mitgliedstaaten, Norwegen und Island Beweismittel zu den untersuchten Märkten und den beanstandeten Praktiken zusammengetragen.
- (14) Am 29. September 2004 eröffnete die Kommission ein Verfahren im Hinblick auf den Erlass einer Entscheidung nach Abschnitt III der Verordnung (EG) Nr. 1/2003.
- (15) Am 15. Oktober 2004 wurden in einer vorläufigen Beurteilung gemäß Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung Nr. 1/2003 die Wettbewerbsbedenken der Kommission dargelegt, die den Parteien zugestellt wurden.
- (16) Am 19. Oktober 2004 legten die Parteien der Kommission ihre Verpflichtungszusagen in Erwiderung auf die vorläufige Beurteilung vor.
- (17) Am 26. November 2004 wurde im *Amtsblatt der Europäischen Union* eine Mitteilung gemäß Artikel 27 Absatz 4 der Verordnung Nr. 1/2003 veröffentlicht, worin der Fall und die von den Parteien gemachten Zusagen zusammengefasst und alle interessierten Dritten aufgefordert wurden, ihre Bemerkungen zu den Zusagen binnen einem Monat abzugeben.

³ ABl. 13, 21.2.1962, S. 204/62.

- (18) Am 21. Januar 2005 informierte die Kommission die Parteien über die von Dritten auf die Mitteilung vorgebrachten Bemerkungen. Am 25. Februar 2005 legten die Parteien geänderte Verpflichtungszusagen vor.
- (19) Am 20. Mai 2005 wurde der Beratende Ausschuss für Kartell- und Monopolfragen konsultiert. Am 26. Mai 2005 legte der Anhörungsbeauftragte seinen Bericht vor.

5. VORLÄUFIGE BEURTEILUNG

5.1. Relevante Märkte

- (20) Gemäß der vorläufigen Beurteilung der Kommission ist der KEG-Markt der sachlich relevante Markt. Als zu den KEG gehörend wurden folgende Geschmacksrichtungen angesehen: Cola, Orange, Zitrone und/oder Limone, sonstiger Fruchtgeschmack und Bittergetränke. Als außerhalb des sachlich relevanten Marktes befindlich wurden folgende Getränke eingestuft: Abgefülltes Wasser (auch mit Geschmack), Säfte und Nektar, stilles Wasser, Eistee, Sport- und Energiegetränke. Dieser vorläufigen Auffassung betreffend den sachlich relevanten Markt lag die Tatsache zugrunde, dass sich KEG hinsichtlich Produktmerkmalen und Verwendungszweck von anderen Getränken unterscheiden, da sie Kohlensäure enthalten und überwiegend gesüßt sind, was besonders junge Verbraucher anspricht. Außerdem stützte sich die vorläufige Auffassung vom Bestehen eines KEG-Marktes auf Preisunterschiede, abweichende Mengenentwicklungen und Verbrauchervorlieben bei den Ersatzgetränken zwischen den verschiedenen Getränkegruppen sowie auf die Eigenanalyse der Parteien.
- (21) In ihrer vorläufigen Beurteilung war die Kommission der Auffassung, dass der Haushalts- und der Außer-Haus-Vertriebskanal getrennte relevante Märkte bilden. Maßgebend für diese Unterteilung war die vorläufige Auffassung, dass der Verkauf eines KEG im Außer-Haus-Vertriebskanal im Gegensatz zum Haushalts-Vertriebskanal an die Erbringung zusätzlicher Leistungen geknüpft ist. Hinzu kamen erhebliche Preisunterschiede, die unterschiedliche Verwendung der Gebindemischungen, die technische Verkaufsausstattung und die unterschiedliche Rolle der Zwischenhändler in den beiden Vertriebskanälen.
- (22) In der vorläufigen Beurteilung wurden angesichts der je nach Land unterschiedlichem Konsumgewohnheiten und der Unterschiede bei den Anteilen an den nationalen Märkten die räumlich relevanten Märkte als nationale Märkte eingestuft. Diese Auffassung wurde auch durch die unterschiedlichen Verbraucherpräferenzen, die Preisunterschiede und die in den einzelnen Ländern abweichenden Verpackungs- und Recyclingsysteme gestützt.

5.2. Marktbeherrschung

- (23) In ihrer vorläufigen Beurteilung vertrat die Kommission die Auffassung, dass TCCC und seine Abfüllbetriebe in einer Reihe von Ländern und Vertriebskanälen kollektiv eine beherrschende Stellung im Sinne von Artikel 82 EGV und Artikel 54 EWRA auf dem KEG-Markt einnehmen. Diese Einschätzung beruhte darauf, dass TCCC und seine Abfüllbetriebe aufgrund von wirtschaftlichen Verflechtungen, ihrer Entscheidungsfindung, dem von ihnen errichteten Kommunikationssystem und der Art und Weise, wie das "*Coca-Cola-System*" (TCCC und seine Abfüllgesellschaften) auf

dem Markt auftritt und wahrgenommen wird, auf den KEG-Märkten "*die Macht zu einem einheitlichen Vorgehen haben*"⁴, und "*in wirtschaftlicher Hinsicht [...] gemeinsam als kollektive Einheit auftreten oder handeln*"⁵.

- (24) In Bezug auf die marktbeherrschende Stellung von TCCC und seinen Abfüllgesellschaften stützte die Kommission ihre vorläufige Beurteilung u.a. auf die hohen Marktanteile, die TCCC-Marken auf den KEG-Märkten erzielen. Gemäß den für die vorläufige Beurteilung zur Verfügung stehenden Daten des Jahres 2003 lagen die Marktanteile von TCCC-Marken-KEG bei über 40 % und waren damit mehr als zweimal so hoch wie die Marktanteile der nächstfolgenden Wettbewerber 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 dem Vereinigten Königreich⁶.
- (25) In ihrer vorläufigen Beurteilung stellte die Kommission fest, dass TCCC und seine Abfüllbetriebe aufgrund ihrer starken Stellung (hohe Marktanteile, einzigartige Markenbekanntheit, der Zwang, die stärksten Marken von TCCC vorrätig zu halten und die außergewöhnliche Breite des KEG-Angebots) vom Wettbewerb mittels Marktzutrittsschranken in Form Werbe-, „sunk costs“ abgeschottet werden, die einen relevanten Marktzugang verhindern. Außerdem stellte die Kommission fest, dass es keine Gegenmacht gibt, die den Weg für einen wirksamen Neuzugang ebnen würde, da sich die meisten Kunden in den Verhandlungen für die Belieferung mit Marken-KEG von TCCC in einer schwachen Stellung befinden, wie aus den Beweismitteln hervorgeht.

5.3. Bedenken aufwerfende Praktiken

- (26) Nach der ersten Einschätzung der Kommission entsprechen die Bedenken aufwerfenden Praktiken einer gemeinsamen Strategie von TCCC und seinen Abfüllbetrieben, was deren großer Erfassungsbereich deutlich macht. Diese Praktiken lassen sich in drei Gruppen unterteilen: Ausschließlichkeit und darauf bezogene Praktiken, Ziel- und Kaufsteigerungsrabatte sowie Bündelungspraktiken.

Ausschließlichkeit und darauf bezogene Praktiken

- (27) Die Kommission hat Beweismittel zusammengetragen, wonach gemäß ihrer vorläufigen Auffassung einige der Geschäftspraktiken gewährleisten, dass TCCC und seine Abfüllgesellschaften de jure oder de facto die Kunden überwiegend aufgrund von Ausschließlichkeitsvereinbarungen, Finanzierungsvereinbarungen und Abmachungen über technisches Verkaufsgerät (Kühlschränke und Zapfanlagen) ausschließlich mit KEG beliefern.

⁴ Rs. T-228/97, *Irish Sugar plc / Kommission*, [1999] Slg. II-2969, Rdnr. 47 (Berufungsklage zurückgewiesen durch Anordnung des Gerichtes, Rs. C-497/99P, [2001] Slg. I-5333).

⁵ Rs. C-395 & 396/96P, *Compagnie maritime belge transports SA e.a. / Kommission*, [2000] Slg. I-1365, Rdnr. 36.

⁶ Zum Zeitpunkt der vorläufigen Beurteilung lagen für Zypern, Luxemburg und Malta noch keine Datenangaben vor.

- (28) Hinsichtlich der Ausschließlichkeitsvereinbarungen erbrachte die Untersuchung Nachweise sowohl für ausdrückliche Vertragsbestimmungen als auch stillschweigende Vereinbarungen über die Sicherung der Ausschließlichkeit für TCCC und seine Abfüllgesellschaften beim Verkauf von KEG im Einzelhandel. Die Kommission gelangte zu der vorläufigen Auffassung, dass diese Ausschließlichkeitsbestimmungen unabhängig von ihrer jeweiligen Form zur Abschottung von konkurrierenden Anbietern von KEG insbesondere im Außer-Haus-Vertriebskanal führen. Derartige Praktiken wurden in einer Reihe von EWR-Vertragsstaaten ausgemacht⁷.
- (29) Finanzierungsvereinbarungen werden eingegangen, wenn einer Verkaufsstelle im Außer-Haus-Vertriebskanal ein Darlehen gewährt wird, und diese Verkaufsstellen das Darlehen über den Einkauf von TCCC-Markengetränken einer bestimmten Menge zurückgezahlt wird. Die Kommission war zu der vorläufigen Auffassung gelangt, dass die Finanzierungsvereinbarungen geeignet sind, Wettbewerber auszuschließen, wenn sie über längere Zeiträume abgeschlossen werden, die Ausstiegsklauseln für die Kunden zu lästig sind und die TCCC-Markengetränke, mit denen das Darlehen zurückgezahlt wird, gebündelt abgenommen werden müssen. Derartige Vereinbarungen bestehen in einer Reihe von EWR-Vertragsstaaten⁸.
- (30) Die Kommission hat Nachweise dafür, dass sowohl im Haushalts- als auch im Außer-Haus-Vertriebskanal TCCC und seine Abfüllbetriebe Getränkekühlschränke den Kunden mietfrei zur Verfügung stellen. Der Kunde verpflichtet sich im Gegenzug den Kühlschrank ausschließlich mit Marken-KEG von TCCC zu bestücken. In Bezug auf die Ausschließlichkeit bei Getränkekühlschränken war die Kommission zu der ersten Auffassung gelangt, dass der Kunde angesichts des starken Produktangebots der Parteien in Verbindung mit der Mietfreiheit keinen Anreiz mehr hat, einen zweiten Kühlschrank aufzustellen. Diese Ausschließlichkeit bei den Getränkekühlschränken könnte in bestimmten Fällen zu einer De-facto-Ausschließlichkeit bei den Verkaufsstellen führen, wodurch die Vielfalt des Angebots an Kühlgetränken zum Nachteil der Verbraucher eingeschränkt würde. Derartige Vereinbarungen sind in einer Reihe von EWR-Vertragsstaaten weit verbreitet⁹.
- (31) Die Untersuchung hat ergeben, dass im Außer-Haus-Vertriebskanal Zapfanlagen den Verkaufsstätten zuweilen gebührenfrei bereitgestellt werden, die sich verpflichten, diese Anlagen nur für das Ausschänken von TCCC-Marken-KEG zu verwenden. Werden KEG nur über Zapfanlagen angeboten und andere Arten des Ausschanks nicht als machbare Ergänzungen angesehen, würde dieses Erfordernis einer De-facto-Verkaufsstättenausschließlichkeit gleichkommen. Gemäß der vorläufigen Beurteilung hindern diese Ausschließlichkeitsbestimmungen für Zapfanlagen die Verkaufsstätten in unangemessener Weise, auf Wettbewerber von TCCC zurückzugreifen, wobei der

⁷ Z.B. Österreich, Belgien und Deutschland.

⁸ Österreich, Tschechische Republik, Deutschland, Griechenland, Ungarn Island, Malta und Spanien im Jahr 2003.

⁹ Im Haushalts-Vertriebskanal im Jahr 2003: Österreich, Belgien, Tschechische Republik, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Island, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Slowakei, Slowenien, Spanien, Schweden und Vereinigtes Königreich. Im Außer-Haus-Vertriebskanal im Jahr 2003: Österreich, Belgien, Tschechische Republik, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Island, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Slowakei, Slowenien, Spanien, Schweden und Vereinigtes Königreich.

Wettbewerbsdruck auf die bestehenden Lieferanten zurückgeht, wenn die Dauer dieser Bestimmungen überhöht ist, weil sie über den Zeitraum der Abschreibung der Anlagen hinausgeht. Derartige Vereinbarungen bestehen in einer Reihe von EWR-Vertragsstaaten¹⁰.

Ziel- und Kaufsteigerungsvorgaben

- (32) Die Untersuchung hat gezeigt, dass TCCC und seine Abfüllgesellschaften Kunden, die einzeln festgelegte Abnahmeschwellen überschritten haben, häufig unter Bezugnahme auf die Käufe des Kunden in einem vorangehenden Zeitraum erhebliche finanzielle Anreize anbieten. Diese Abmachungen bestehen aus Ziel- und Kaufsteigerungsrabatten, die überwiegend vierteljährlich getrennt für den mit Cola- und Nicht-Cola-Getränken erzielten Absatz errechnet werden. Gemäß der vorläufigen Auffassung der Kommission könnten diese Bestimmungen starke finanzielle Anreize für zusätzliche Käufe von Kunden bieten, die sich dieser Schwelle nähern. Da kleinere Anbieter kaum in der Lage sein dürften, die von TCCC und seinen Abfüllgesellschaften gewährten Anreize zu ersetzen, entstünden den Kunden erhebliche finanzielle Verluste, wenn sie diese Schwellen nicht erreichen. Die Kommission gelangte zu der vorläufigen Auffassung, dass Ziel- und Kaufsteigerungsvorgaben vorgaben die Umstellungskosten der Kunden erhöhen und sie an TCCC und seine Abfüllgesellschaften zum Nachteil der Wettbewerber und Endverbraucher binden, wodurch die Auswahlvielfalt und der Druck auf die Preise verringert werden. Derartige Abmachungen bestehen in einer Reihe von EWR-Vertragsstaaten¹¹.

Bedenken aufwerfende Bündelungspraktiken

- (33) Zu den Geschäftspraktiken von TCCC und seinen Abfüllgesellschaften zählt die Bündelung seiner verschiedenen Gebinden, womit der Kauf eines einzigen Gebinde-Typs unmöglich bzw. weniger vorteilhaft wie der Kauf einer Reihe verschiedener Gebinde gemacht wird. In Anbetracht der breiten Produktpalette von TCCC und seinen Abfüllbetrieben an Gebinde von KEG und von nichtalkoholischen Getränken (nachstehend: „NAG“) einschließlich der am häufigsten verkaufte Marken, die wesentlich stärker sind als die übrigen Marken sowohl von Wettbewerbern als auch von TCCC und seinen Abfüllbetrieben, könnte diese Bündelung Anlass zu Bedenken geben. In der vorläufigen Beurteilung wurden folgende drei Bedenken aufwerfende Arten von Bündelungspraktiken ausgemacht: Kopplung, Sortiment- und Angebotsabmachungen sowie Regalplatzbestimmungen.

Kopplung

¹⁰ Österreich, Belgien, Zypern, Tschechische Republik, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Island, Irland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Slowakei, Slowenien, Spanien, Schweden und Vereinigtes Königreich im Jahr 2003.

¹¹ Im Haushalts-Vertriebskanal im Jahr 2003: Österreich, Belgien, Tschechische Republik, Dänemark, Estland, Finnland, Deutschland, Ungarn, Irland, Lettland, Litauen, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Slowakei, Slowenien, Spanien, Schweden und Vereinigtes Königreich. Im Außer-Haus-Vertriebskanal im Jahr 2003: Österreich, Belgien, Tschechische Republik, Dänemark, Finnland, Deutschland, Ungarn, Irland, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Slowakei, Spanien, Schweden und Vereinigtes Königreich.

- (34) Die Kommission hat Beweismittel dafür, dass TCCC und seine Abfüllbetriebe die Lieferung eines Getränks an einen Kunden von seiner Bereitschaft abhängig machen, auch andere KEG oder nichtalkoholische KEG von ihnen zu beziehen. Nach der vorläufigen Auffassung der Kommission führt das Abhängigmachen der Belieferung mit den stärksten TCCC-Marken von der Abnahme weniger verkaufter KEG und nichtkohlenensäurehaltiger Getränke zur Abschottung des Angebots von Wettbewerbern, da mit dieser Kopplung die Einkaufsmöglichkeiten der Kunden innerhalb eines Getränke-segments eingeschränkt werden. Dies verringert wiederum die Auswahlmöglichkeiten für die Verbraucher und den Druck auf die Preise. Derartige Praktiken wurden in mehreren EWR-Vertragsstaaten ausgemacht¹².

Sortiment- und Angebotsbestimmungen

- (35) Die vorliegenden Beweismittel zeigen, dass TCCC und seine Abfüllgesellschaften zwischen 10 und 20 Gebinde im Außer-Haus-Vertriebskanal und zwischen 20 und 60 Gebinde im Haushaltsvertriebskanal gebündelt haben, indem sie den Kunden, die diese gebündelten Einheiten abnehmen, erhebliche Zahlungen leisteten. Diese Zahlungen beliefen sich auf bis zu 2 % des Gesamtumsatzes, der gewöhnlich getrennt für Cola- und Nicht-Cola-Getränke berechnet wurde, die in beiden Fällen Gebinde mit hoher Nachfrage (z.B. Cola und Fanta Orange) umfassten und dadurch erhebliche Rabattbeträge ergaben. Die Kommission gelangte zu der vorläufigen Auffassung, dass der Umsatz der beliebtesten Gebinde zugrunde gelegt wurde, um die Abnahme einiger umsatzschwächerer Gebinde durchzusetzen. Nach der vorläufigen Bewertung hat diese Praxis zur Folge, dass die für die Wettbewerber verfügbaren Verkaufsplätze z.B. in Warenhäusern, Supermärkten und Gaststätten geringer und die Kosten für Regalplatz für diese größer werden. Dies kann sich in einem Rückgang der Auswahlmöglichkeiten und des Preisdrucks zum Nachteil der Verbraucher auswirken. Sortiment- und Angebotsbestimmungen sind übliche Praxis in einer Reihe von EWR-Vertragsstaaten¹³.

Regalplatzabmachungen

- (36) Die Untersuchung hat das Vorhandensein von Regalplatzabmachungen nachgewiesen, wonach TCCC und seine Abfüllgesellschaften den Haushaltmarkt-Kunden erhebliche finanzielle Anreize anbieten, wenn diese sich verpflichten, einen bestimmten auf den KEG-Anteil von TCCC im Haushalts-Vertriebskanal bezogenen Anteil ihrer gesamten KEG-Regalplatz den TCCC-Markenprodukten vorbehalten. Wenn z.B. der Anteil von TCCC am gesamten KEG-Absatz 60 % beträgt und die Parteien verlangen, dass die für das gesamte TCCC-Markenangebot vorbehaltene Regalplatz 90 % dieses Anteils ausmachen soll, sind TCCC und seine Abfüllgesellschaften berechtigt, 54 % der gesamten KEG-Regalplatz für ihre Produkte zu nutzen. Nach der vorläufigen Einschätzung der Kommission erlauben es diese Vorkehrungen TCCC und seinen Abfüllgesellschaften, unter Ausnutzung ihrer absatzstärksten Gebinde für ihre weniger

¹² Z.B. Österreich, Belgien und Deutschland.

¹³ Im Haushalts-Vertriebskanal im Jahr 2003: Österreich, Belgien, Zypern, Tschechische Republik, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Polen, Slowakei, Spanien, Schweden und Vereinigtes Königreich. Im Außer-Haus-Vertriebskanal im Jahr 2003: Belgien, Zypern, Tschechische Republik, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Island, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Portugal, Spanien, Schweden und Vereinigtes Königreich.

gekauften Produkte mehr Regalplatz vorzubehalten, als diesen Produkten in Anbetracht ihrer Produktivität eigentlich zustünde. Da die Regalplatz in den Läden beschränkt sind, können diese Regalplatzvorkehrungen den Zugang zu den Regalen für die konkurrierenden Marken erschweren oder kostenaufwendiger machen. Dies kann zu einem Rückgang der Auswahlvielfalt für die Verbraucher und des Drucks auf die Preise führen. Abmachungen dieser Art sind in einer Reihe von EWR-Vertragsstaaten weit verbreitet¹⁴.

- (37) Außerdem hat die vorläufige Beurteilung ergeben, dass die Wirkungen der Regalplatzabmachungen die nachteiligen Auswirkungen der Sortiment- und Angebotsbestimmungen verstärken. Während die Sortiment- und Angebotsbestimmungen die Kunden veranlassen könnten, Gebinde von weniger verkauften KEG von TCCC zu führen, sind die Regalplatzabmachungen geeignet, diesen Gebinden die erforderlichen billigen Regalplatz zu sichern.

5.4. Auswirkungen auf den Handel zwischen EWR-Staaten

- (38) In ihrer vorläufigen Beurteilung ist die Kommission zu der Auffassung gelangt, dass in einer großen Anzahl von Gebieten, die einen erheblichen Teil des EWR-Gebietes umfassen, wo, gemäß der vorläufigen Auffassung der Kommission, eine Marktbeherrschung festgestellt wurde und Praktiken derselben Art Wettbewerbsbedenken aufwerfen, der Handel zwischen EWR-Staaten durch diese Praktiken spürbar eingeschränkt werden könnte.

6. VERPFLICHTUNGSZUSAGEN VOM 19. OKTOBER 2004

- (39) Am 19. Oktober 2004 unterbreiteten die Parteien eine Reihe von Verpflichtungszusagen gemäß Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 1/2003.
- (40) Die Verpflichtungszusagen enthalten Bestimmungen für die Anwendbarkeit, Abmachungen für den Haushalts- und/oder Außer-Haus-Vertriebskanal und Bestimmungen für die Durchführung.

6.1. Allgemeine Anwendbarkeit der Verpflichtungszusagen

- (41) Die Parteien haben angeboten, die Zusagen in sämtlichen Mitgliedstaaten, in Norwegen und Island anzuwenden, sofern die Marken-KEG von TCCC im vorangehenden Jahr mehr als 40 % und mehr als das Doppelte des Anteils des nächstfolgenden Wettbewerbers an den Inlandsverkäufen von KEG entweder im Haushalts- oder im Außer-Haus-Vertriebskanal ausmachten. Die Zusagen sollen in den Ländern und Vertriebskanälen gelten, wo die Marken-KEG von TCCC eine starke Stellung gegenüber den Wettbewerbern einnehmen, jedoch nur in diesen Ländern und nur so lange, wie diese starke Stellung fortbesteht. In Ländern, in denen die Marktstellung der Marken-KEG von TCCC nicht die Anwendung der Zusagen im Zeitpunkt der Zustellung der Entscheidung gemäß Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 an die Parteien rechtfertigt, könnte sich die Lage ändern, um eine Anwendung der Zusagen in diesen Ländern und Vertriebskanälen zu rechtfertigen.

¹⁴ Österreich, Belgien, Zypern, Dänemark, Estland, Finnland, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Island, Lettland, Luxemburg, Malta, Norwegen, Polen, Portugal, Spanien und Schweden im Jahr 2003.

6.2. Haushalts- und Außer-Haus-Vertriebskanal

(42) In Bezug auf beide Vertriebskanäle haben die Parteien im Wesentlichen folgende Zusagen angeboten:

- ihren Kunden keine Bestimmungen über Ausschließlichkeit oder auf Prozentzahlen beruhende Abnahmeverpflichtungen aufzuerlegen;
- die Transparenz bei den Ergebnis- und Kündigungsverpflichtungen zu gewährleisten;
- keine Rabatte oder sonstige Vorteile einem Kunden anzubieten, der in einem vorgeschriebenen Bezugszeitraum einzeln festgesetzte KEG-Abnahmeschwellen erreicht bzw. KEG-Abnahmeschwellen oder Wachstumsraten, die unter Bezugnahme auf seine Abnahmemengen in einem vorangehenden Zeitraum errechnet wurden;
- keine Kopplungsbestimmungen aufzuerlegen, die die Lieferung von Cola- oder Orange-Marken-KEG von der Abnahme zusätzlicher Markengetränke von TCCC abhängig machen;
- die Sortiment- und Angebotsvorkehrungen für Cola- und Orange-KEG der TCCC-Marken getrennt festzulegen. Die getrennte Behandlung von Orange-KEG gilt jedoch nur für die Länder, in denen im vorangehenden Jahr auf "Fanta Orange Regular" mehr als das Doppelte des Anteils der nächstfolgenden Wettbewerbermarke von Orange-KEG im Haushalts- oder Außer-Haus-Vertriebskanal entfiel;
- die Lieferung von TCCC-Marken-KEG oder das Ausmaß irgendwelcher Vorteile nicht davon abhängig zu machen, dass der Kunde seine Geschäftsbeziehung mit einem anderen Lieferanten einstellt, verringert oder verändert.

6.3. Haushalts-Vertriebskanal

(43) In Bezug auf den Haushalts-Vertriebskanal haben die Parteien im Wesentlichen folgende Zusagen angeboten:

- Abmachungen, mit denen ein Anteil oder ein Umfang an ständiger Raumtemperatur-Regalplatz in Verkaufsstellen der Kunden vorbehalten wird (nachstehend: Regalplatzabmachungen), getrennt für Cola-, Orange- und sonstige KEG der Marken von TCCC festzulegen;
- bei Regalplatzabmachungen keinen Anteil ständiger Raumtemperatur-Regalplatz für Cola-KEG der Marke TCCC vorzubehalten, der den auf TCCC-Marken-Cola-KEG im vorangehenden Jahr entfallenden Anteil an nationalen KEG-Verkäufen minus 5 % übertreffen würde;
- bei Regalplatzabmachungen keinen Anteil ständiger Raumtemperatur-Regalplatz für Orange-KEG der Marke TCCC vorzubehalten, der den auf Orange-KEG der Marke TCCC im vorangehenden Jahr entfallenden Anteil an nationalen KEG-Verkäufen übertreffen würde.

6.4. Außer-Haus-Vertriebskanal

(44) In Bezug auf den Außer-Haus-Vertriebskanal haben die Parteien im Wesentlichen folgende Zusagen angeboten:

- die Dauer ihrer Finanzierungsvereinbarungen auf höchstens fünf Jahre zu begrenzen und den Kunden die Wahl zu lassen, bei dreimonatiger Kündigungsfrist (a) einen beliebigen Teil der fälligen Darlehenszahlungen in bar zum marktüblichen Zinssatz zurückzuzahlen oder (b) die Vereinbarung ohne Vorfälligkeitsstrafe zu beenden, wobei der ausstehende Betrag zum marktüblichen Zinssatz bis zum Datum des Eingangs der Zahlung zurückzuzahlen ist; diese Vereinbarungen dürfen nicht an die Abnahme eines bestimmten Angebots an TCCC-Marken-KEG gebunden werden;
- die Dauer von Getränkebezugsverpflichtungen, mit denen das Angebot an TCCC-Markengetränken, die von den Kunden angeboten werden müssen, festgelegt wird, auf höchstens fünf Jahre zu begrenzen, und den Kunden erstmalig nach drei Jahren die jährliche Option einzuräumen, die Vereinbarung ohne Strafe zu kündigen;
- bei der Förderung von z.B. Sportstadien oder Freizeitparks die Ausschließlichkeit nur in Bezug auf die fördernden Marken oder Getränkegruppen zu verlangen. Bei der Förderung von z.B. Sportveranstaltungen oder Festivals können die Parteien die ausschließlichen KEG-Belieferungsrechte für ihr gesamtes KEG-Angebot durchsetzen.

(45) In Bezug auf Geschäftsvereinbarungen für den Außer-Haus-Vertriebskanal, die im Rahmen von Ausschreibungen eingegangen werden, können die Parteien gemäß den Zusagen die ausschließliche Getränkebelieferung durchsetzen. Bei Ausschreibungen durch Großkunden der Privatwirtschaft haben die Vereinbarungen eine Höchstdauer von fünf Jahren, wobei den Kunden erstmalig nach drei Jahren die jährliche Option zur Beendigung der Vereinbarung ohne Strafe eingeräumt wird. Gemäß den Zusagen werden die Parteien dem Umfang von Absatzmengen in Vereinbarungen, die im Rahmen von Ausschreibungen mit privaten Kunden eingegangen werden und ausschließliche Rechte zur Belieferung mit KEG enthalten, auf 5 % des Jahresumsatzes der Parteien mit KEG im Außer-Haus-Vertriebskanal begrenzen.

6.5. Technisches Verkaufsgerät

(46) In Bezug auf die Einrichtung mit technischem Verkaufsgerät haben die Parteien die Zusage gemacht, für Getränekühlschränke im Wesentlichen folgende Bedingungen anzuwenden:

- Wird der Kühlschrank mietfrei bereitgestellt, können die Parteien die Ausschließlichkeit auferlegen, sofern in der Verkaufsstätte keine andere Getränekühlkapazität vorhanden ist, zu der der Verbraucher direkten Zugang hat; in einem solchen Fall kann der Kunde wenigstens 20 % des Getränekühlschranks für Produkte seiner Wahl verwenden. Mietet ein Kunde den Kühlschrank, kann er in jedem Fall wenigstens 20 % seiner Kapazität für Produkte seiner Wahl verwenden. Kauft der Kunde den Kühlschrank, kann er über die Bestückung frei befinden;

- den Kunden die Freiheit zu lassen, Zapfanlagen von Wettbewerbern aufzustellen, dabei die Höchstdauer einer Abnahmeverpflichtung für Produkte, die über Zapfanlagen verkauft werden, auf nicht mehr als drei Jahre zu begrenzen und dem Kunden die Option zu geben, die Kaufverpflichtung jederzeit im Anschluss an einen Zeitraum von nicht mehr als zwei Jahren zu beenden;
- bei Verkaufsautomaten den Kunden die Freiheit zu lassen, Automaten der Wettbewerber aufzustellen.

6.6. Durchführung

- (47) Die Parteien haben angeboten, die Zusagen auf alle neuen Vereinbarungen mit ihren Kunden ab dem Datum anzuwenden, an dem ihnen diese Entscheidung, welche die Zusagen für sie für verbindlich erklärt, zugestellt worden ist. Die Übereinstimmung aller bestehenden Geschäftsvereinbarungen mit den Zusagen wäre spätestens an dem Datum der vollständigen Umsetzung, d.h. dem 1. Januar 2006 oder nach einem Neunmonatszeitraum im Anschluss an eine Zustellung nach dem 30. Juni 2005 gewährleistet.
- (48) In den Ländern und Gebieten, die von den drei Hauptbetrieben, an welche diese Entscheidung gerichtet ist, nicht bedient werden (Zypern, Dänemark, Finnland, Teile von Deutschland, Island, Malta, Norwegen, Portugal, Spanien und Schweden), arbeitet TCCC mit anderen Abfüllgesellschaften zusammen, um seine Getränke herzustellen und auf den Markt zu bringen. TCCC hat zugesagt, in Bezug auf diese Abfüllgesellschaften zu gewährleisten, dass für die Länder, in denen die Zusagen anwendbar sind, diese Abfüllgesellschaften die Zusagen binnen 90 Tagen, in denen den Parteien diese Entscheidung zugestellt worden ist, zu unterzeichnen. Damit werden sämtliche von diesen anderen Abfüllbetrieben getroffenen Vereinbarungen mit dem Datum der vollständigen Umsetzung in diesen Ländern mit den Zusagen in Einklang gebracht.
- (49) Für diejenigen Länder, in denen die Zusagen nicht von Anfang an anwendbar sind, hat TCCC angeboten zu gewährleisten, dass die Abfüllbetriebe, die nicht zu den Hauptabfüllbetrieben gehören, sich verpflichten, die Zusagen für den Fall einzuhalten, dass sie zu einem späteren Zeitpunkt anwendbar werden, weil die Marktanteilsschwellen für die Anwendbarkeit der Zusagen in einem oder beiden Vertriebskanälen in ihrem jeweiligen Land erreicht sind.
- (50) TCCC wird nach bestem Willen gewährleisten, dass die Abfüllbetriebe, die nicht zu den Hauptabfüllbetrieben gehören, die Zusagen erfüllen. Als letztes Mittel zur Gewährleistung der Einhaltung durch diese Betriebe hat TCCC sich dazu verpflichtet, die Vereinbarungen mit den Betrieben zu beenden, die sich weigern, die Zusagen zu befolgen.
- (51) Die Parteien haben zugesagt, der Kommission jährlich einen Bericht vorzulegen, worin die zur Einhaltung der Zusagen getroffenen Maßnahmen beschrieben werden.
- (52) Die Parteien haben vorgeschlagen, dass die Zusagen für fünf Jahre ab dem Datum der vollständigen Umsetzung in Kraft bleiben.

7. MITTEILUNG DER KOMMISSION GEMÄß ARTIKEL 27 ABSATZ 4 UND GEÄNDERTE ZUSAGEN

- (53) Am 26. November 2004 wurde im Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften eine Mitteilung nach Artikel 27 Absatz 4 der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 veröffentlicht. Darin wurden alle Interessierten aufgefordert, ihre Bemerkungen zu den Zusagen binnen einem Monat vom Datum der Veröffentlichung an vorzulegen.
- (54) In Erwiderung auf diese Mitteilung gemäß Artikel 27 Absatz 4 der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 gingen bei der Kommission 33 Bemerkungen von Interessierten ein, wovon 19 auf Anbieter im Außer-Haus- und Haushaltsgeschäft und 14 auf Getränkelieferanten entfielen. Die eingegangenen Bemerkungen waren insgesamt positiv, da sie die Wirksamkeit der Zusagen bei der Behebung der von der Kommission vorgebrachten Bedenken bestätigten. Sie veranlassten die Kommission nicht, die in ihrer vorläufigen Beurteilung vorgebrachten Bedenken zu überprüfen, und gaben auch nicht Anlass zur Geltendmachung neuer Bedenken. Die Bemerkungen zielten auf die Stärkung der Zusagen ab, entweder durch eine Änderung des Anwendungsbereichs sowohl in Richtung auf strengere wie auch auf weniger strengere Bestimmungen oder durch die Verbesserung ihres Wortlauts. Folgende Bemerkungen haben sich u.a. als relevant erwiesen:
- in Bezug auf die Bestimmungen über die Finanzierungsvereinbarungen wurde die Kommission auf den Umstand hingewiesen, dass die Zahlung zu einem marktüblichen Zinssatz durch den Kunden im Falle der Rückzahlung in bar oder bei der Beendigung nur verlangt werden sollte, wenn ein solcher Zinssatz in der Vereinbarung vorgeschrieben ist;
 - in den Bestimmungen über die Ausschließlichkeit bei mietfreien Kühlschränken sollte nach Ansicht der interessierten Dritten außerdem gewährleistet werden, dass der Kunde über weitere Kühlkapazitäten in seiner Verkaufsstätte verfügt, in denen KEG von Wettbewerbern gelagert werden können;
 - zu den Bestimmungen über öffentliche Ausschreibungen regte ein interessierter Dritter an, dass die Überwachung ihrer Einhaltung gestärkt werden sollte.
- (55) Diese Bemerkungen sowie ihre eigenen Analysen veranlassten die Kommission, Änderungen an den angebotenen Zusagen vorzuschlagen.
- (56) Am 25. Februar 2005 legten die Parteien Zusagen vor, mit denen der Vorschlag vom 19. Oktober 2004 geändert wurde und die dargelegten Punkte angemessen berücksichtigt wurden.

8. SCHLUSSFOLGERUNG

- (57) Mit dem Erlass einer Entscheidung nach Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung 1/2003 werden die Zusagen, die von den betreffenden Unternehmen angeboten werden, um die in der vorläufigen Beurteilung der Kommission dargelegten Bedenken auszuräumen, für verbindlich erklärt. Nach Erwägungsgrund 13 der Präambel der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 darf die Kommission in dieser Entscheidung keine

Schlussfolgerung zu der Frage ziehen, ob eine Zuwiderhandlung vorlag oder weiterhin vorliegt. Der Befund der Kommission, ob die angebotenen Zusagen ausreichen, um ihre Bedenken auszuräumen, beruht auf der vorläufigen Beurteilung, die eine vorläufige Ansicht der Kommission ist, zu der sie auf der Grundlage der vorausgehenden Untersuchung, ihrer eigenen Analyse und der von Dritten im Anschluss an die im Amtsblatt gemäß Artikel 27 Absatz 4 der Verordnung (EG) 1/2003 erfolgte Veröffentlichung der Mitteilung gemachten Bemerkungen gelangt ist.

- (58) Die hauptsächlichen Bedenken der Kommission betreffend die in der vorläufigen Beurteilung beschriebenen Praktiken waren die Abschottung von Wettbewerbern, der sich daraus ergebende nachlassende Druck auf die Preise und der Verlust an Warenviefalt. Die von dritter Seite im Anschluss an die gemäß Artikel 27 Absatz 4 der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 erfolgte Veröffentlichung der Kommissionsmitteilung eingegangenen Bemerkungen veranlassten die Kommission nicht, ihre Bedenken zu überprüfen.
- (59) Die Parteien haben sich mit ihren Zusagen verpflichtet, ihr Marktverhalten wie vorstehend beschrieben in verschiedener Hinsicht zu ändern. Diese Zusagen sind nach Ansicht der Kommission ausreichend, um die dargelegten Bedenken hinsichtlich der Marktabschottung auszuräumen. Die Parteien werden - ausgenommen besondere Umstände - davon absehen, Ausschließlichkeitsvereinbarungen einzugehen und Ziel- und Kaufsteigerungsrabatte zu gewähren. In der vorläufigen Beurteilung wurde beanstandet, dass diese Praktiken es dritten Anbietern erschweren, einen Leistungswettbewerb zu entfalten. Mit der Zusage, die Anforderungen hinsichtlich Sortiment und Regalplatz für die einzelnen Markengruppen getrennt festzulegen, werden die in der vorläufigen Beurteilung dargelegten Bedenken ausgeräumt, wonach die Stellung der starken Marken zum Nachteil der schwächeren Marken ausgenutzt wurde. In Bezug auf die Finanzierungsvereinbarungen und die Abmachungen über die technische Ausstattung wird mit den Zusagen die Vertragsdauer gesenkt, den Kunden die Wahl der Rückzahlung und eine Beendigung ohne Strafen gelassen und ein bestimmter Anteil an Kühlschrankfläche freigemacht, womit die Bedenken ausgeräumt werden, dass vorhandene Vereinbarungen die Kunden in unzulässiger Weise binden und zur Verkaufsstellen-Ausschließlichkeit führen.
- (60) In Anbetracht der angebotenen Zusagen geht die Kommission davon aus, dass für ein Tätigwerden keine Veranlassung mehr besteht, weshalb das Verfahren unbeschadet Artikel 9 Absatz 2 der Verordnung (EG) 1/2003 eingestellt werden kann.
- (61) Die Entscheidung soll vom Datum ihrer Zustellung bis 31. Dezember 2010 gültig sein. Gemäß Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 ist sie auf einen Zeitraum beschränkt, der ausreicht, damit die Zusagen ihre Wirkungen auf den Wettbewerb in den betroffenen Märkten entfalten können.
- (62) Die Kommission behält sich vor, gemäß Artikel 82 EGV und Artikel 54 EWRA Praktiken, die nicht Gegenstand dieser Entscheidung sind, zu untersuchen und Verfahren einzuleiten.

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die im Anhang aufgeführten Verpflichtungszusagen, die Bestandteil dieser Entscheidung sind, sind für die in Artikel 4 aufgeführten Unternehmen verbindlich.

Artikel 2

Das Verfahren in dieser Sache wird eingestellt.

Artikel 3

Diese Entscheidung ist ab dem Datum ihrer Zustellung an die in Artikel 4 aufgeführten Unternehmen bis 31.12.2010 verbindlich.

Artikel 4

Diese Entscheidung ist gerichtet an:

The Coca-Cola Company
One Coca-Cola Plaza, NW
Atlanta, GA 30313
Vereinigte Staaten von Amerika

Bottling Holdings (Luxembourg) sarl
2 rue des Jones
L-1818 Howald

Coca-Cola Erfrischungsgetränke
Aktiengesellschaft
Friedrichstraße 68
10117 Berlin
Deutschland

Coca-Cola Hellenic Bottling Company SA
9 Fragoklissias str.
151 25 Maroussi
EL-Athen

Brüssel, den 22. Juni 2005

Für die Kommission
Neelie KROES
Mitglied der Kommission

ANLAGE

VERPFLICHTUNGSZUSAGE IN DER SACHE COMP/39.116/B-2 – COCA-COLA

Die Unternehmen machen hiermit folgende Zusage betreffend ihre Geschäftspraktiken und die ihrer Abfüllbetriebe von TCCC-Marken-KEG in den betreffenden europäischen Ländern. Mit dieser Zusage sollen eindeutige, objektive und handhabbare Regeln für die Geschäftspraktiken von The Coca-Cola Company und ihren Abfüllbetrieben eingeführt werden. Sie gilt für den gesamten Absatz von TCCC-Marken-KEG für den Verbrauch in den Ländern, in denen das Verhalten von The Coca-Cola Company oder ihren Abfüllbetrieben den Artikeln 82 EGV bzw. 54 EWRA unterliegen kann. Diese Zusage ergeht unbeschadet der Haltung der Unternehmen für den Fall, dass die Europäische Kommission oder ein Dritter beschließen sollte, ein Verfahren einzuleiten oder andere rechtliche Schritte gegen eines der Unternehmen zu unternehmen. Diese Zusage ist gemäß dem Gemeinschaftsrecht auszulegen.

I. DEFINITIONEN

In dieser Zusage haben die nachstehenden Begriffe folgende Bedeutung:

“Approved Methodology” („genehmigtes Verfahren“): Das folgende Verfahren der Errechnung der in dieser Zusage beschriebenen Anteile zur Festlegung der Begriffe „Länder“ und „TCCC-Marken-Orange-KEG“. Die Anteile werden gemäß den besten verfügbaren vertriebskanalspezifischen wertgestützten Daten für den Haushalts-Vertriebskanal (wie derzeit von AC Nielsen bereitgestellt) und den Außer-Haus-Vertriebskanal errechnet. Liegen für einen Vertriebskanal keine wertgestützten Daten vor, werden die Anteile für diesen Kanal anhand der besten verfügbaren vertriebskanalspezifischen mengengestützten Daten (wie derzeit von Canadean Limited bereitgestellt) errechnet. Wenn keine vertriebskanalspezifischen mengengestützten Daten vorliegen, werden die Anteile für einen oder beide Vertriebskanäle anhand der besten in den einzelnen Ländern verfügbaren mengengestützten Daten (wie derzeit von Canadean Limited bereitgestellt) errechnet.

“Assortment or Range Commitments” („Sortiment- oder Angebotszusagen“): Vertragliche Verpflichtungen, die ein Kunde eingegangen ist, um eine bestimmte Zusammensetzung oder Anzahl an Getränken oder Gebinden physisch auf Lager zu halten.

“Beverage Coolers” („Getränk Kühlschränke“): in der Verkaufsstätte aufgestellte Geräte für die Kühlung verpackter KEG, zu denen der Verbraucher direkten Zugang hat und die weder Verkaufsautomaten noch Zapfanlagen darstellen.

“Bottler” („Abfüllbetriebe“): Ein Unternehmen, das eine Lizenz von TCCC für die Herstellung, den Vertrieb und den Verkauf von TCCC-Marken-KEG in einem betreffenden europäischen Land hält.

“CCE”: Bottling Holdings (Luxemburg) sarl, eine Gesellschaft luxemburgischen Rechts mit Sitz in Howald (Luxemburg) und ihre Tochtergesellschaften.

“CCEAG”: Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG, eine Gesellschaft deutschen Rechts mit Sitz in Berlin (Deutschland) und ihre Tochtergesellschaften.

“CCHBC”: Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A., eine Gesellschaft griechischen Rechts mit Sitz in Maroussi (Griechenland) und ihre Tochtergesellschaften.

“Companies” („Unternehmen“): TCCC, CCE, CCHBC und CCEAG.

“Countries” („Länder“): Alle betreffenden europäischen Länder und zukünftigen EU-Mitgliedstaaten, in denen auf TCCC-Marken-KEG mehr als 40 % und mehr als das Doppelte des Anteils des nächstfolgenden Wettbewerbers am inländischen KEG-Absatz entweder im Haushalts- oder im Außer-Haus-Vertriebskanal des vorangehenden Jahres entfielen. Kommt ein Land nach dieser Definition nur für einen Vertriebskanal in Betracht, gilt diese Zusage nur für diesen Vertriebskanal. Sollten für ein betreffendes europäisches Land oder einen zukünftigen EU-Mitgliedstaat keine Daten einer unabhängigen Stelle verfügbar sein, wird ein Unternehmen mit Zustimmung der Kommission einen unabhängigen Dritten beauftragen, die erforderlichen Marktanteilsinformationen zusammenzustellen, um zu ermitteln, ob diese Zusage anwendbar sein soll. Gemäß Abschnitt III.E.2. dieser Zusage wird TCCC der Kommission schriftliche Jahresberichte vorlegen, in denen aufgeführt ist, in welchen Ländern und Vertriebskanälen diese Zusage anwendbar ist. Zu diesem Zweck werden die Anteile anhand des genehmigten Verfahrens errechnet.

“Coverage Date” („Erfassungsdatum“): Das Datum, an dem diese Zusage für ein Land oder einen Vertriebskanal gilt, entspricht: (1) in Bezug auf die Unternehmen dem Wirksamkeitsdatum; (2) in Bezug auf Abfüllbetriebe in den Ländern, die keine Unternehmen sind, dem Datum, an dem eine solcher Abfüllbetrieb sich verpflichtet, die Bestimmungen dieser Zusage zu befolgen; und (3) in Bezug auf Abfüllbetriebe, die in einem Land oder einem Kanal tätig sind, in dem diese Zusage auf der Grundlage der in einem Bericht enthaltenen Informationen, der der Europäischen Kommission gemäß Abschnitt III.E.2. dieser Zusage vorgelegt wurde, anwendbar wird dem Datum, an dem dieser Bericht vorgelegt wird.

“CSDs” („KEG“): Kohlensäurehaltige Getränke gemäß der Definition von Canadean Limited ohne die Getränke, die unter der Kategorie "flavoured water" (geschmacksversetztes Wasser) aufgeführt sind.

“Effective Date” („Wirksamkeitsdatum“): Das Datum, an dem den Unternehmen die endgültige Entscheidung der Europäischen Kommission gemäß Artikel 9 der Verordnung Nr. 1/2003 des Rates betreffend diese Zusage zugestellt wird.

“Existing Agreement” („bestehende Vereinbarung“): Jede mündliche oder schriftliche Vereinbarung, die von einem Unternehmen in einem Land oder Vertriebskanal an oder vor dem Erfassungsdatum eingegangen wird.

“Financing Agreements” („Finanzierungsvereinbarungen“): Vereinbarungen mit Kunden im Außer-Haus-Vertriebskanal, mit denen von einem Lieferanten einem Kunden

eine Vorausfinanzierung bereitgestellt wird. Diese Gelder sind in der Regel entweder in bar oder durch Getränkekäufe beim Lieferanten, der die Gelder gewährte, rückzahlbar.

“Full Implementation Date” („Datum der vollständigen Umsetzung“): 1. Januar 2006, es sei denn, das Wirksamkeitsdatum liegt nach dem 30. Juni 2005, womit das Datum der vollständigen Umsetzung neun Monate auf das Wirksamkeitsdatum folgt.

“New Agreement” („neue Vereinbarung“): Jede schriftliche oder mündliche Vereinbarung, die von einem Unternehmen in einem Land oder Vertriebskanal nach dem Erfassungsdatum eingegangen wird.

“On-Premise Channel” („Außer-Haus-Vertriebskanal“): Kunden oder Gruppen von Kunden, die Verkaufsstätten für den Außer-Haus- oder Spontanverbrauch von Getränken in den betreffenden europäischen Ländern betreiben oder Getränke zum Weiterverkauf an diese Kunden in den betreffenden europäischen Ländern kaufen oder zum Kauf vorsehen.

“Other TCCC-Branded CSDs” („sonstige TCCC-Marken-KEG“): TCCC-Marken-KEG mit Ausnahme von TCCC-Marken-Cola-KEG und TCCC-Marken-Orange-KEG, sofern in Ländern oder Vertriebskanälen, in denen die Schwelle für TCCC-Marken-Orange-KEG nicht erreicht wird, KEG mit Orangegeschmack, die unter Warenzeichen auf den Markt kommen, die aus dem Fanta-Markenzeichen bestehen oder dieses einbeziehen, in sonstige TCCC-Marken-KEG einbezogen werden.

“Private Tender Agreements” („private Ausschreibungsvereinbarungen“): Geschäftliche Abmachungen für die Lieferung von KEG im Außer-Haus-Vertriebskanal, die nach einem offenen und wettbewerblichen Ausschreibungsverfahren eingegangen werden, dem objektive, transparente und nicht diskriminierende Kriterien zugrunde liegen, und die von Großkunden des Privatsektors für den Verkauf im Außer-Haus-Vertriebskanal durchgeführt werden.

“Public Tender Agreements” („öffentliche Ausschreibungsvereinbarungen“): Kommerzielle Abmachungen für die Lieferung von KEG, die in offenen und wettbewerblichen Ausschreibungsverfahren eingegangen werden, denen objektive, transparente und nicht diskriminierende Kriterien zugrunde liegen, und die von Regierungsstellen oder Behörden, die eine Mustervereinbarung vorschreiben, durchgeführt werden.

“Rebates” („Rabatte“): Zahlungen, Kredite oder sonstige Vorteile, die von einem Kunden unter Bezugnahme auf mehrfach in einem vorangehenden Zeitraum getätigte Käufe erlangt oder behalten werden.

“Relevant European Countries” („betreffende europäische Länder“): Belgien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Island, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Schweden, Slowakische Republik, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Ungarn, Vereinigtes Königreich und Zypern.

“Shelf Space Commitments” („Regalplatzverpflichtungen“): Vertragliche Verpflichtungen eines Kunden, einen prozentual oder absolut ausgedrückten Anteil seiner

ständigen Raumtemperatur-KEG-Verkaufsfläche Getränken vorzubehalten, die von einem bestimmten KEG-Lieferanten bezogen werden.

“SKUs”: Gebinde.

“Sponsorship Agreements” („Fördervereinbarungen“): Geschäftliche Abmachungen mit dem Hauptzweck, eine Veranstaltung oder einen Austragungsort wegen des Werbewertes zu fördern, wobei die Lieferung von Getränken ein Nebenaspekt ist. Fördervereinbarungen werden in der Regel mit Sportvereinen oder Veranstaltern von regelmäßig stattfindenden Unterhaltungs- oder Sportereignissen eingegangen.

“Subsidiaries” („Tochtergesellschaften“): Eine Einheit, an der ein Unternehmen direkt oder indirekt eine Beteiligung von mehr als 50 % hält und die am Vertrieb oder Verkauf von TCCC-Marken-KEG in einem oder mehreren betreffenden europäischen Ländern beteiligt ist.

“Take-Home Channel” (Haushalts-Vertriebskanal): Kunden oder Gruppen von Kunden, die im Einzelhandel mit verpackten Getränken an Verbraucher in den betreffenden europäischen Ländern hauptsächlich für den Haushaltsverbrauch tätig sind, oder diese Kunden beliefern (einschließlich Cash & Carry-Kunden).

“TCCC”: The Coca-Cola Company, eine Gesellschaft nach Recht des Staates Delaware (USA) eingetragen mit Sitz in Atlanta (Georgia, USA) und ihre Tochtergesellschaften.

“TCCC-Branded” („TCCC-Marken“): Unter den Markenzeichen auf den Markt gebracht, die TCCC gehören oder für die es eine Lizenz hält.

“TCCC-Branded Cola CSDs” („TCCC-Marken-Cola-KEG“): TCCC-Marken-Cola-KEG Light und TCCC-Marken-Cola-KEG Regular.

“TCCC-Branded Light Cola CSDs” („TCCC-Marken-Cola-KEG Light“): Niedrigkalorie-Cola-KEG, die unter TCCC-Warenzeichen verkauft werden einschließlich “Coca-Cola Light” und “Coke Light”, ausgenommen solche mit zusätzlichen Geschmacksstoffen (z.B. Coke Light Lemon).

“TCCC-Branded Orange CSDs” („TCCC-Marken-Orange-KEG“): Orange-KEG, die unter Markenzeichen vertrieben werden, die das Warenzeichen „Fanta“ einbeziehen oder daraus bestehen und von Canadean Limited als "Fanta Orange Regular" bezeichnet werden, und auf die in einem Land mehr als das Doppelte des Anteils der nächstfolgenden Orange-KEG-Wettbewerbermarke entweder im Haushalts- oder Außer-Haus-Vertriebskanal des vorangehenden Jahres entfiel. Wird diese Schwelle nur in einem Vertriebskanal erreicht, gelten die Bestimmungen dieser Zusage betreffend TCCC-Marken-Orange-KEG nur für diesen Kanal. TCCC wird der Europäischen Kommission jährlich Berichte vorlegen, in dem die Länder und Vertriebskanäle aufgeführt sind, in denen die Zusage betreffend TCCC-Marken-Orange-KEG anwendbar ist. Zu diesem Zweck werden die Anteile anhand der besten in der Industrie verfügbaren Datenquellen (gegenwärtig Canadean Limited und AC Nielsen) gemäß dem genehmigten Verfahren errechnet.

“TCCC-Branded Regular Cola CSDs” („TCCC-Marken-Cola-KEG): KEG mit Colageschmack, die unter dem Warenzeichen „Coca-Cola“ oder „Coke“ verkauft werden und keine zusätzlichen Geschmacksstoffe (wie z.B. Cherry Coke, Vanilla Coke) enthalten.

“Technical Equipment” („technische Ausstattung“): Getränkekühlschränke, Zapfanlagen und KEG-Verkaufsautomaten.

II. Materiellrechtliche Bestimmungen

Jedes Unternehmen verpflichtet sich, die folgenden Maßnahmen anzuwenden:

A. HAUSHALTS- UND AUSSER-HAUS-VERTRIEBSKANÄLE

Die Zusagen in diesem Abschnitt gelten für sämtliche geschäftliche Abmachungen im Haushalts- und Außer-Haus-Vertriebskanal, gemäß denen ein Unternehmen TCCC-Marken-KEG in den Ländern zum Weiterverkauf in den betreffenden europäischen Ländern verkauft, mit Ausnahme von Fördervereinbarungen und öffentlichen und privaten Ausschreibungsvereinbarungen.

1. Ausschließlichkeit

Es steht den Kunden jedes Unternehmens frei, KEG von Dritten zu kaufen und an diese zu verkaufen. Die Unternehmen verlangen nicht, dass ein Kunde KEG eines dritten Anbieters nicht in das Sortiment aufnimmt, kauft oder verkauft, und machen keine Zahlung oder sonstigen Vorteil davon abhängig, dass ein Kunde sich verpflichtet, dies nicht zu tun.

2. Prozentuale Abnahmeverpflichtungen

Die Unternehmen werden nicht von einem Kunden verlangen, einen bestimmten Mindestprozentsatz seines gesamten KEG-Bedarfs (oder Bedarfs in einer bestimmten KEG-Geschmacksgruppe) abzunehmen, und keine Zahlungen oder sonstigen Vorteile an diesen Kunden von einer Abnahmeverpflichtung abhängig machen.

3. Transparenz

Für die Vereinbarungen der Unternehmen gelten folgende Grundsätze:

- **Transparenz der Leistungsverpflichtungen**. Wird einem Kunden mit einer Vereinbarung eine Zahlung oder ein sonstiger Vorteil als Gegenleistung für dessen Einwilligung angeboten, eine Leistung in Bezug auf den Verkauf eines KEG zu erbringen (d.h. Bezahlung für Leistung), werden in der betreffenden Vereinbarung die Leistung und die damit verbundene Zahlung durch ein Unternehmen eindeutig angegeben.
- **Transparenz der Kündigungsverpflichtungen**. Erlaubt eine Vereinbarung einem Kunden, diese zu kündigen oder seine Verpflichtungen gegenüber einem Unternehmen aufgrund der Vereinbarung zu verringern, werden die Bestimmungen für eine vorzeitige Kündigung oder Verringerung der Verpflichtungen des Kunden eindeutig angegeben

einschließlich der Grundlage für die Errechnung der diesem Unternehmen geschuldeten Zahlungen.

4. Ziel- und Kaufsteigerungsrabatte

Rabatte werden nicht davon abhängig gemacht, dass ein Kunde Abnahmeschwellen oder Wachstumsraten erzielt, die gemäß seinen Bezügen eines Produktes oder einer Produktgruppe errechnet werden, zu denen TCCC-Marken-KEG gehören, die in einem vorangehenden Bezugszeitraum getätigt wurden, oder von der anderweitigen Erzielung einzeln festgesetzter Kaufziel- oder Kaufsteigerungsvorgaben während eines bestimmten Bezugszeitraumes für ein Produkt oder eine Produktgruppe, die TCCC-Marken-KEG einbeziehen.

5. Kopplungsbestimmungen

Die Unternehmen werden keine Vertragsbestimmung eingehen oder aufrecht erhalten, mit denen die Lieferung von TCCC-Marken-Cola-KEG oder TCCC-Marken-Orange-KEG von der Einwilligung des Kunden abhängig gemacht wird, von dem Unternehmen ein weiteres Getränk oder mehrere weitere Getränke zu beziehen.

6. Sortiment- oder Angebotsverpflichtungen

Wenn die Vereinbarungen eines Unternehmens Sortiment- oder Angebotsverpflichtungen für TCCC-Marken-KEG enthalten, beruhen diese auf folgenden Grundsätzen:

- **Separate Verpflichtungen über Lagerhaltung:** Jedes Unternehmen definiert Verpflichtungen über die Lagerhaltung getrennt für TCCC-Marken-Cola-KEG Regular, TCCC-Marken-Cola-KEG Light und TCCC-Marken-Orange-KEG.
- **Keine verbundenen Zahlungen:** Die Unternehmen werden die Zahlung oder die Gewährung sonstiger Vorteile in Bezug auf TCCC-Marken-Cola-KEG oder TCCC-Marken-Orange-KEG nicht davon abhängig machen, dass der Kunde weitere Getränke der Unternehmen auf Lager hält.
- **Prozentuale Sortiment- oder Angebotszahlungen:** Die Unternehmen werden keine Zahlungen oder sonstigen Vorteile von der Einwilligung des Kunden abhängig machen, dass die KEG eines Unternehmens (oder KEG-Untergruppen eines Unternehmens) einen bestimmten Prozentsatz der Gesamtzahl an KEG-Gebinden (oder dieser Untergruppe von KEG-Gebinden) umfassen, die Bestandteil des Sortiments des Kunden im vorangehenden Jahr waren.

7. Vereinbarungen betreffend Produkte von anderen Lieferanten

Die Unternehmen werden keine Bestimmungen vereinbaren oder in einer Vereinbarung aufrecht erhalten, mit denen die Lieferung von TCCC-Marken-KEG oder die

Verfügbarkeit oder das Ausmaß einer Zahlung oder eines sonstigen Vorteils von der Verpflichtung des Kunden abhängig gemacht wird, eine Vereinbarung oder Geschäftsbeziehung mit einem anderen Lieferanten einzustellen, zu verringern, in ihren Bestimmungen zu verändern oder sich einer solchen Vereinbarung zu enthalten.

B. Haushalts-Vertriebskanal

Zusätzlich zu den Zusagen in Abschnitt II.A sind die Zusagen dieses Abschnitts auf die Beziehungen jedes Unternehmens mit Kunden im Haushalts-Vertriebskanal in den Ländern anwendbar.

1. Regalplatzverpflichtungen

Enthalten die Vereinbarungen eines Unternehmens Regalplatzverpflichtungen für TCCC-Marken-KEG, beruhen diese auf folgenden Grundsätzen:

- **Keine Ausschließlichkeit:** Die Unternehmen verlangen von einem Kunden nicht, seine ständige Raumtemperatur-KEG-Verkaufsfläche den TCCC-Marken-KEG vorzubehalten oder eine Zahlung oder einen sonstigen Vorteil davon abhängig zu machen, dass ein Kunde dies tut.
- **Getrennte Verpflichtungen:** Jedes Unternehmen setzt die Regalplatzverpflichtungen getrennt für TCCC-Marken-Cola-KEG und TCCC-Marken-Orange-KEG fest. Regalplatzverpflichtungen in Bezug auf sonstige TCCC-Marken-KEG werden nicht unter Bezugnahme auf den Absatz oder auf die Verkaufsfläche errechnet, die TCCC-Marken-Cola-KEG oder TCCC-Marken-Orange-KEG vorbehalten sind.
- **TCCC-Marken-Cola-KEG:** Die Unternehmen machen die Regalplatzverpflichtungen für TCCC-Marken-Cola-KEG nicht davon abhängig, dass ein Kunde einen Anteil seiner ständigen Raumtemperatur-KEG-Verkaufsfläche bereitstellt, der den landesweiten Anteil an KEG-Verkäufen übersteigt, die gemäß der Erhebung von AC Nielsen auf TCCC-Marken-Cola-KEG im vorangehenden Jahr entfielen, abzüglich 5 % dieses Anteils.
- **TCCC-Marken-Orange-KEG:** Die Unternehmen machen die Regalplatzverpflichtungen für TCCC-Marken-Orange-KEG nicht davon abhängig, dass ein Kunde einen Anteil seiner ständigen Raumtemperatur-KEG-Verkaufsfläche bereitstellt, der den landesweiten Anteil an KEG-Verkäufen übersteigt, der gemäß der Erhebung von AC Nielsen auf TCCC-Marken-Orange-KEG im vorangehenden Jahr entfielen.

C. AUSSER-HAUS-VERTRIEBSKANAL

Neben den Zusagen in Abschnitt II.A gelten die Zusagen in diesem Abschnitt für geschäftliche Vereinbarungen jedes Unternehmens mit Außer-Haus-Vertriebskanal-Kunden in den Ländern, ausgenommen Fördervereinbarungen und öffentliche und private Ausschreibungsvereinbarungen.

1. Finanzierungsvereinbarungen

Die Finanzierungsvereinbarungen, die von einem Unternehmen eingegangen werden, beruhen auf folgenden Grundsätzen:

- **Rückzahlungs-Höchstdauer:** Die Dauer, innerhalb der ein Kunde die im Rahmen einer Finanzierungsvereinbarung vorgestreckten Mittel zurückzahlen kann, darf fünf Jahre nicht überschreiten.
- **Sortiment und Angebotszusagen keine Bedingung für Darlehen:** Die Finanzierungsvereinbarungen der Unternehmen werden nicht davon abhängig gemacht, dass ein Kunde in den Kauf eines bestimmten Sortiments oder Angebots an TCCC-Marken-KEG einwilligt.
- **Rückzahlungsoption des Kunden:** Stellt ein Unternehmen einem Kunden Mittel bereit, die durch den Kauf von TCCC-Marken-KEG bei diesem Unternehmen zurückzuzahlen sind, hat der Kunde die Wahl, mit dreimonatiger Kündigungsfrist einen beliebigen Teil der fälligen Zahlungen, und, sofern die Finanzierungsvereinbarung dies vorsieht, zu Zinsen zu einem marktüblichen Satz bis zum Datum des Eingangs der Zahlung in bar zurückzuzahlen. Sollte der Kunde einen Teil der fälligen Zahlungen in bar zurückzahlen, verringert sich der Betrag der für die Rückzahlung des Darlehens in dem betreffenden Zeitraum erforderlichen Käufe an TCCC-Marken-KEG entsprechend.
- **Kündigungsoption des Kunden:** Die Finanzierungsvereinbarungen der Unternehmen geben den Kunden die Option, jederzeit mit einer Kündigungsfrist, die drei Monate nicht übersteigt, den Restbetrag der vorgestreckten Mittel zurückzuzahlen und die Vereinbarung ohne Vorfälligkeitsstrafen oder sonstige finanzielle Ausgleichszahlungen zu beenden. Wenn die Vereinbarung dies vorsieht, kann der Kunde verpflichtet werden, bis zum Datum des Eingangs der Zahlung auf den Restbetrag Zinsen zu einem marktüblichen Satz zu zahlen.

2. Getränkebezugsverpflichtungen

Vereinbarungen, die einem Kunden vorschreiben, einen Bestand an TCCC-Marken-KEG in seinen verbundenen Verkaufsstellen vorrätig zu halten, dürfen fünf Jahre nicht überschreiten und müssen dem Kunden die Wahl lassen, die Vereinbarung jährlich nach einer Anfangslaufzeit von nicht mehr als drei Jahren ohne Strafe zu beenden.

D. VEREINBARUNGEN ÜBER FÖRDERUNG UND ÖFFENTLICHE UND PRIVATE AUSSCHREIBUNGSVEREINBARUNGEN

1. Förderungsvereinbarungen

Die Förderungsvereinbarungen der Unternehmen beruhen auf folgenden Grundsätzen:

- **Förderung von Austragungsorten:** Wenn ein Unternehmen einen Austragungsort fördert (z.B. Sportstadien, Freizeitparks) wird es nicht verlangen, dass keine anderen als TCCC-Marken-KEG an dem Austragungsort erhältlich sein dürfen, oder hierfür Zahlungen oder sonstigen Vorteile bereitstellen, es sei denn in Bezug auf die werbenden Marken oder Geschmacksgruppen.
- **Förderung von Veranstaltungen:** Fördert ein Unternehmen Veranstaltungen, die in ihrer Dauer begrenzt sind (z.B. Sportveranstaltungen, Festivals) können ausschließliche Rechte zur Belieferung mit KEG für das gesamte KEG-Angebot dieses Unternehmens an die Förderungsvereinbarung geknüpft werden. Diese Ausnahme gilt nur für Veranstaltungen, die 60 Tage pro Jahr nicht überschreiten, die nicht aufeinander folgend sein müssen.

2. **Öffentliche und private Ausschreibungsvereinbarungen**

Die öffentlichen und privaten Ausschreibungsvereinbarungen der Unternehmen beruhen auf folgenden Grundsätzen:

- **Öffentliche Ausschreibungsvereinbarungen:** Jedes Unternehmen darf sich an öffentlichen Ausschreibungen beteiligen, die ausschließliche Rechte zur Belieferung mit KEG vorsehen.
- **Private Ausschreibungsvereinbarungen:** Jedes Unternehmen darf sich an privaten Ausschreibungen beteiligen, die ausschließliche Rechte zur Belieferung mit KEG vorsehen, sofern die Dauer der entsprechenden Abmachungen auf höchstens fünf Jahre beschränkt ist und dem Kunden die Wahl bleibt, die Vereinbarung jährlich ohne Strafe nach einer Anfangslaufzeit von nicht mehr als drei Jahren zu kündigen. Ein Unternehmen darf sich nicht an einer privaten Ausschreibungsvereinbarung beteiligen, die im Zeitpunkt der Auftragsvergabe bewirkt, dass auf die in der privaten Ausschreibungsvereinbarung enthaltenen ausschließlichen Rechte zur Belieferung mit KEG insgesamt mehr als 5 % der jährlichen KEG-Verkäufe des Unternehmens im Außer-Haus-Vertriebskanal entfällt. Jedes Unternehmen wird vollständige Unterlagen der privaten Ausschreibungsvereinbarungen bereithalten und sie auf Ersuchen der Kommission unterbreiten.

E. **AUSSTATTUNG MIT TECHNISCHEM GERÄT**

Die Zusagen in diesem Abschnitt gelten für geschäftliche Abmachungen betreffend die Aufstellung und die Verwendung von technischem Gerät ausgenommen Abmachungen in den Förderungsvereinbarungen und öffentliche und private Ausschreibungsvereinbarungen und unter Ausschluss jeglicher hiermit inkonsistenter Bestimmung in dieser Zusage.

1. Getränkekühlschränke

Die Unternehmen werden bei der Ausstattung mit Getränkekühlschränken nach folgenden Grundsätzen vorgehen:

- **Mietfreie Bereitstellung:** Stellt ein Unternehmen einen Getränkekühlschrank mietfrei bereit, kann es von dem Kunden verlangen, diesen Kühlschrank nur mit Getränken zu bestücken, die von dem Unternehmen vertrieben werden, von dem der Kühlschrank gestellt wurde, sofern der Kunde über andere Kapazitäten zur Kühlung von Getränken in der Verkaufsstätte verfügt, zu denen die Verbraucher direkten Zugang haben und die für die Lagerung anderer KEG als die des Unternehmens geeignet sind. Wird ein Getränkekühlschrank mietfrei bereitgestellt und hat der Kunde keine anderen Kapazitäten zur Kühlung von Getränken in der Verkaufsstätte, zu denen der Verbraucher direkten Zugang hat und die für die Lagerung anderer KEG als die des Unternehmens geeignet sind, steht es dem Kunden frei, wenigstens 20 % der Kapazität dieses Getränkekühlschranks für andere Produkte seiner Wahl zu nutzen.
- **Bereitstellung gegen Miete:** Stellt ein Unternehmen einen Getränkekühlschrank gegen Zahlung einer Miete bereit, steht es dem Kunden frei, wenigstens 20 % der Kapazität des gemieteten Kühlschranks für die Lagerung von Produkten seiner Wahl zu nutzen.
- **Bereitstellung gegen Kauf:** Kauft ein Kunde einen Getränkekühlschrank von einem Unternehmen oder einem Kühlschrankhersteller, der ihm von dem Unternehmen empfohlen wurde, steht es dem Kunden frei, in dem gekauften Getränkekühlschrank jegliche Produkte seiner Wahl zu lagern.

2. Zapfanlagen

Die Unternehmen werden bei der Bereitstellung von Zapfanlagen nach folgenden Grundsätzen vorgehen:

- **Zapfanlagen der Wettbewerber:** Die Unternehmen werden nicht verlangen, dass ein Kunde in seinen Geschäftsräumen keine Zapfanlagen oder verpackte KEG von Wettbewerbern vorsieht, oder Zahlungen oder sonstigen Vorteile hierfür bereitstellen.
- **Begrenzte Vertragsdauer:** Die Dauer von Kaufverpflichtungen für Produkte, die über die von einem Unternehmen bereitgestellten Zapfanlagen verkauft werden, darf drei Jahre nicht überschreiten.
- **Kündigungsoption des Kunden:** Kunden haben die Wahl, derartige Kaufverpflichtungen ohne Strafe nach einem Anfangszeitraum von nicht mehr als zwei Jahren jederzeit zu kündigen. Ein Unternehmen kann von dem Kunden verlangen, seine Absicht, diese Option wahrzunehmen, bis drei Monate im Voraus schriftlich bekannt zu geben.

3. Verkaufsautomaten

In einer Vereinbarung, mit der ein Unternehmen KEG-Verkaufsautomaten einem Kunden bereitstellt (d.h. wenn der Verkaufsautomat entweder direkt einer Verkaufsstätte oder einem unabhängigen Betreiber von Verkaufsautomaten oder Großhändler bereitgestellt wird), darf nicht verlangt werden, dass der Kunde davon absieht, in seinen Verkaufsstätten Verkaufsautomaten von Wettbewerbern aufzustellen. Hierfür dürfen auch keine Zahlungen oder sonstige Anreize bereitgestellt werden.

III. DURCHFÜHRUNG

A. GESAMTE VEREINBARUNG

Diese Zusage umfasst das gesamte Ausmaß der Zusagen oder Vereinbarungen oder Abmachungen der Unternehmen mit der Europäischen Kommission und ersetzt alle vorausgehenden Zusagen oder Vereinbarungen oder Abmachungen der Unternehmen mit der Europäischen Kommission.

B. ANWENDUNGSBEREICH

Die Unternehmen sind an diese Zusage gebunden.

Um zu gewährleisten, dass diese Zusage durch sämtliche Abfüllbetriebe in allen Ländern umgesetzt wird, wird TCCC nach bestem Bemühen gewährleisten, dass innerhalb von 90 Tagen nach dem Wirksamkeitsdatum sämtliche Abfüllbetriebe (mit Ausnahme der Unternehmen) sowohl diese Zusage als auch eine Abfüllervereinbarung unterzeichnen, die sie verpflichtet, die Bedingungen der Zusage einzuhalten, wenn und wie sie für Länder und Vertriebskanäle gelten, in denen sie TCCC-Marken-KEG verkaufen. Hierzu zählt die Mitteilung an jeden Abfüllbetrieb, dass TCCC sein Recht ausüben wird, die entsprechende Abfüllervereinbarung mit dem Abfüllbetrieb zu beenden, wenn dieser die Zusage und eine Abfüllervereinbarung, mit der er sich bereiterklärt, die Bedingungen der Zusage zu befolgen, nicht unterzeichnen sollte. Sollte ein Abfüllbetrieb diese Zusage und Abfüllervereinbarung, mit der er sich bereiterklärt, die Bedingungen der Zusage zu befolgen, nicht unterzeichnen, wird TCCC binnen 120 Tagen vom Wirksamkeitsdatum die Abfüllervereinbarung mit dem Abfüllbetrieb schriftlich kündigen.

TCCC wird nach bestem Bemühen bis zum Datum der vollständigen Umsetzung die Zusage sämtlicher Abfüllbetriebe (mit Ausnahme der Unternehmen) erlangen, die dieser Verpflichtungszusage nicht unterliegen, weil ihre jeweiligen Gebiete in den betreffenden europäischen Ländern keine Länder sind, diese Zusage unverzüglich in ihren Gebieten in den betreffenden europäischen Ländern, sobald sie zu Ländern werden, umzusetzen. Hierzu zählt die Mitteilung an jeden Abfüllbetrieb, dass TCCC sein Recht zur Beendigung der Abfüllervereinbarung ausüben wird, falls der Abfüllbetrieb die Zusage und eine Abfüllervereinbarung, mit der er sich zur Befolgung der Bestimmungen der Zusage verpflichtet, nicht unterzeichnen sollte. Sollte ein Abfüllbetrieb die Zusage und die Abfüllervereinbarung, mit der er sich zur Befolgung der Bestimmungen der Zusage verpflichtet, nicht unterzeichnen, wird TCCC binnen 30 Tagen ab dem Datum der vollständigen Umsetzung die entsprechende Abfüllervereinbarung mit dem Abfüllbetrieb schriftlich kündigen.

Jedes Unternehmen, das nach dem Wirksamkeitsdatum zu einem Abfüllbetrieb in einem Land wird, hat mit dem Zeitpunkt, an dem es ein Abfüllbetrieb geworden ist, diese Zusage zu befolgen, und ungeachtet Abschnitt III.C die Bestimmungen dieser Zusage unverzüglich anzuwenden. Ein Unternehmen, das nach dem Wirksamkeitsdatum ein Abfüllbetrieb in einem betreffenden europäischen Land wird, das nicht ein Land ist, weil die anwendbaren Schwellen nicht erreicht werden, hat mit dem Datum, an dem es ein Abfüllbetrieb geworden ist, diese Zusage und eine Abfüllervereinbarung, die es verpflichtet, die Bestimmungen der Zusage zu befolgen, zu unterzeichnen und ungeachtet Abschnitt III.C die Bestimmungen dieser Zusage in ihrem Gebiet umzusetzen, sowie ihr Gebiet ein Land wird.

Mit der Verpflichtung, die Bestimmungen dieser Zusage anzuwenden, wird ein Abfüllbetrieb, der kein Unternehmen ist, in einem Land als Unternehmen im Sinne dieser Zusage behandelt.

C. ZEITPLAN FÜR DIE UMSETZUNG

Mit der Anwendbarkeit dieser Zusage in einem Land oder Vertriebskanal zum Erfassungsdatum wird jedes Unternehmen diese Zusage wie nachstehend dargelegt befolgen. Jedes Unternehmen wird für die Gewährleistung seiner Befolgung dieser Zusage verantwortlich.

1. Neue Vereinbarungen

Alle neuen Vereinbarungen unterliegen dieser Zusage.

2. Bestehende Vereinbarungen

Alle bestehenden Vereinbarungen werden in Übereinstimmung mit dieser Zusage gebracht: (1) in Bezug auf Unternehmen ab dem Datum der vollständigen Umsetzung; (2) in Bezug auf Abfüllbetriebe in den Ländern, die keine Unternehmen sind, ab dem Datum der vollständigen Umsetzung; und (3) in Bezug auf Abfüllbetriebe, die in einem Land oder einem Vertriebskanal tätig sind, in dem diese Zusage gemäß den Informationen anwendbar wird, die in einem Bericht enthalten sind, der der Europäischen Kommission gemäß Abschnitt III.E.2 dieser Zusage vorgelegt wird, spätestens zum Ende des Kalenderjahres, in dem dieser Bericht vorgelegt wird, es sei denn, der Bericht wird nach dem 30. Juni unterbreitet. In diesem Fall hat der betreffende Abfüllbetrieb neun Monate ab dem Datum, an dem der Bericht vorgelegt wurde, um die Vereinbarkeit aller bestehenden Vereinbarungen für ein Land oder einen Vertriebskanal mit dieser Zusage herzustellen.

D. ÄNDERUNGEN BEI DER ANWENDBARKEIT

Wenn die Anwendbarkeit dieser Zusage in einem Land oder Vertriebskanal endet, weil die betreffenden Schwellen nicht mehr erreicht werden, ist die Anwendbarkeit auf die einschlägigen Bestimmungen der Vereinbarungen des betreffenden Unternehmens ab dem Datum beendet, an dem die in Abschnitt III.E.2 genannten Berichte der Kommission vorgelegt werden.

E. VORLAGE VON BERICHTEN

1. Bekanntgabe von rechtlichen Schritten Dritter

Jedes Unternehmen wird der Kommission unverzüglich schriftlich anzeigen, wenn ihm bekannt wird, dass ein Dritter bei einer zuständigen Regulierungsbehörde oder einem Gericht rechtliche Schritte eingeleitet hat, mit denen vorgebracht wird, dass das Unternehmen gegen die Bestimmungen dieser Zusage verstoßen habe.

2. Anwendungsbereich

Jedes Unternehmen hat zu bestimmen, auf welche Gebiete und Vertriebskanäle innerhalb seiner Gebiete in den betreffenden europäischen Ländern diese Zusage anwendbar ist.

TCCC wird der Europäischen Kommission jährlich schriftliche Berichte vorlegen, in denen diese Vertriebskanäle und Länder aufgeführt sind. Diesen Berichten beizufügen sind Angaben zu den Marktanteilen (derzeit erhältlich von A.C. Nielsen und Canadean Limited), die diesen Berichten zugrunde liegen, nebst einer Erläuterung der Schlussfolgerungen hinsichtlich der Anwendbarkeit dieser Zusage.

TCCC wird diese schriftlichen Berichte der Europäischen Kommission binnen 30 Tagen von der Veröffentlichung der Marktanteilsangaben (derzeit erhältlich von A.C. Nielsen und Canadean Limited), die diesen Berichten zugrunde liegen, vorlegen.

3. Nachweis der Befolgung

Jedes Unternehmen wird jährlich einen Bericht vorlegen, in dem die von ihm zur Befolgung dieser Zusage getroffenen Maßnahmen beschrieben werden. Darin ist nachzuweisen, dass das berichtende Unternehmen ein Befolgungsprogramm durchgeführt hat, mit dem es seiner Geschäftsführung und seinen kaufmännischen Beschäftigten den Inhalt dieser Zusage mitgeteilt hat, so dass sämtliche Beschäftigten mit den Bestimmungen dieser Zusage vertraut werden. Diese Berichte sind der Europäischen Kommission bis spätestens 31. März jeden Jahres vorzulegen.

F. VERÖFFENTLICHUNG

1. Anwendungsbereich

TCCC wird auf seiner Webseite die Länder und Vertriebskanäle veröffentlichen und aktualisieren, in denen diese Zusage anwendbar ist.

2. Bestimmungen der Zusage

Jedes Unternehmen wird nach bestem Bemühen gewährleisten, dass diese Zusage seinen Kunden und anderen Beteiligten dieses Wirtschaftszweiges bekannt und verständlich gemacht wird. Hierzu zählen insbesondere zwei Maßnahmen:

- **Allgemeine Bestimmungen und Verkaufsbedingungen:** Auf der Rückseite der Rechnungen werden für sämtliche Vereinbarungen jedes Unternehmens mit Ausnahme von Fördervereinbarungen und öffentliche und private Ausschreibungsvereinbarungen die allgemeinen Verkaufsbedingungen aufgeführt, wonach es den Kunden des Unternehmens freisteht, KEG von dritten Anbietern zu führen, zu kaufen und zu verkaufen.
- **Webseiten:** Der volle Wortlaut dieser Zusage und eine Liste der Länder und Vertriebskanäle, in denen sie anwendbar ist, wird auf den Webseiten jedes Unternehmens (bzw. auf deren für die Kunden bestimmten Teilen) deutlich erkennbar aufgeführt.

G. DAUER UND ÜBERPRÜFUNG

1. Dauer

Diese Zusage bleibt für einen Zeitraum von fünf Jahren nach dem Datum der vollständigen Umsetzung anwendbar.

2. Überprüfung

Gemäß Artikel 9 Absatz 2 a) der Verordnung (EG) Nr. 1/2003 kann ein Unternehmen von der Europäischen Kommission verlangen, ein Verfahren wieder aufzunehmen, um diese Zusage zu ändern, wenn sich ein Sachverhalt, auf dem die Entscheidung der Kommission gemäß Artikel 9 Absatz 1 der Verordnung beruht, wesentlich geändert hat.

H. VERBINDLICHE SPRACHE

Im Falle eines Rechtsstreites ist die englische Fassung dieser Zusage verbindlich.