



Bußgelder wegen vertikaler Preisabsprachen beim Vertrieb von Bier

Branche: Vertrieb von Bierprodukten über den Lebensmitteleinzelhandel

Aktenzeichen: B10-20/15

Datum der Entscheidung: 16.06.2015, 30.12.2015, 28.04.2016 und 02.12.2016

Das Bundeskartellamt hat am 16.06.2015, 30.12.2015, 28.04.2016 und 02.12.2016 wegen vertikaler Preisabsprachen beim Vertrieb von Bier-Produkten der Brauerei Anheuser Busch InBev Germany Holding GmbH Geldbußen in Höhe von insgesamt rund 112 Mio. Euro verhängt. Bei den bebußten Unternehmen handelt es sich um die

- A. Kempf Getränkegroßhandel GmbH, Offenburg (*Kempf*),
- EDEKA Handelsgesellschaft Hessenring mbH, Melsungen (*EHR*),
- EDEKA Handelsgesellschaft Minden-Hannover mbH, Minden (*EMH*),
- EDEKA Handelsgesellschaft Nord mbH, Neumünster (*ENO*),
- EDEKA Handelsgesellschaft Rhein-Ruhr mbH, Moers (*ERR*),
- EDEKA Handelsgesellschaft Südbayern mbH, Gaimersheim, (*ESBY*),
- EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH, Offenburg (*ESW*),
- EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen GmbH, Rottendorf (*ENBY*) – alle vorgenannten EDEKA-Gesellschaften und Kempf zusammenfassend (*Edeka*)
- Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG, Neckarsulm (*Kaufland*),
- METRO AG, Düsseldorf (*Metro*), und
- NETTO Marken-Discount AG & Co. KG, Maxhütte (*Netto*) – alle vorgenannten zusammenfassend (die nebenbetroffenen Handelsunternehmen)

Keine Geldbuße wurde gegen die Anheuser Busch InBev Germany Holding GmbH, Bremen (*AB InBev*) und die REWE – Zentral-Aktiengesellschaft, Köln (*Rewe*) verhängt. Zwar ist die Bonusregelung des Bundeskartellamts¹ nicht einschlägig, weil diese nur auf Kartellverfahren bezüglich des Horizontalverhältnisses zwischen Wettbewerbern anwendbar ist und nicht - wie im vorliegenden Fall - auf ein Vertikalverhältnis zwischen Hersteller/Lieferant und dessen Abnehmer; doch kann das Bundeskartellamt die Kooperation von (Neben-)Betroffenen in Vertikalfällen im Rahmen seines Ermessens bis hin zu einem Bußgelderlass berücksichtigen. Rewe hatte bereits vor Einleitung der Verfahren ab August 2011 umfassend mit dem Bundeskartellamt kooperiert, und der Kooperationsbeitrag von AB InBev versetzte das Bundeskartellamt in die Lage, die Taten mit Bezug zu den übrigen nebenbetroffenen Handelsunternehmen (außer Rewe) nachzuweisen. Von einer Bebußung von AB InBev ausschließlich im Verhältnis zu Rewe wurde im Ermessen nach Würdigung der Kooperation im Übrigen abgesehen.

Alle bebußten Unternehmen mit Ausnahme von EHR und ENO haben einer einvernehmlichen Verfahrensbeendigung (sog. Settlement) zugestimmt, was zu einer Reduktion der Geldbußen in Höhe von 10% geführt hat. Der Bußgeldbescheide aus Juni 2015, Dezember 2015 und Mai 2016 sind inzwischen rechtskräftig.

Gegen EHR und ENO hat das Bundeskartellamt am 02.12.2016 Bußgeldbescheide erlassen. Diese sind noch nicht rechtskräftig; gegen sie kann Einspruch eingelegt werden, über den das Oberlandesgericht Düsseldorf entscheiden würde.

Nach dem Ergebnis der Ermittlungen hatten Verantwortliche von AB InBev mit Verantwortlichen der nebenbetroffenen Handelsunternehmen spätestens Anfang 2006 jeweils eine Grundvereinbarung geschlossen, aufgrund derer die nebenbetroffenen Handelsunternehmen ein bestimmtes Mindestniveau der Ladenverkaufspreise für Bierprodukte von AB InBev einhalten, wenn und soweit AB InBev die Ladenverkaufspreise durch Maßnahmen der „*Preispflege*“ moderiert, d. h. dafür sorgt, dass auch die wesentlichen Wettbewerber auf der Handelsseite diese Ladenverkaufspreise einhalten. Diese Grundvereinbarungen bezogen sich sowohl auf Regal- bzw. Normalpreise als auch auf Aktionspreise, und, soweit bei den Handelsunternehmen nach DNP(=Dauer-Niedrig-Preis)-Konzept vermarktet wurde, auch auf DNP-Preise. Im Vordergrund dieser Grundvereinbarungen standen dabei die so genannten Premiummarken von AB InBev, d. h. Beck's, Franziskaner und Hasseröder, die einen Großteil des Absatzvolumens von AB InBev

¹ Bundeskartellamt, Bekanntmachung Nr. 9/2006 über den Erlass und die Reduktion von Geldbußen in Kartellsachen vom 7. März 2006 – Bonusregelung.

ausmachen und in einem zumindest überregionalen bis bundesweiten Vertriebsgebiet vermarktet werden.

Ziel der von AB InBev mit den nebenbetroffenen Handelsunternehmen geschlossenen Grundvereinbarungen war es, ein bestimmtes Mindestniveau der Ladenverkaufspreise (zumindest knapp unterhalb der jeweiligen Verkaufspreisempfehlungen der AB InBev) aufrecht zu erhalten. Damit sollten im Interesse von AB InBev und der nebenbetroffenen Handelsunternehmen insbesondere so genannte Kampfpreise – eine deutliche Unterschreitung des abgestimmten Verkaufspreisniveaus – vermieden werden, die einen Preiskampf und damit einen Verlust gegenüber den jeweils erwarteten Vertriebsspannen hätten auslösen können.

Die Moderationsmaßnahmen von AB InBev, die die nebenbetroffenen Handelsunternehmen von AB InBev zur Umsetzung der Grundvereinbarungen erwarteten und die allgemein als „Preispflege“ bezeichnet wurden, umfassten im Zeitraum 2006 bis 2009 insbesondere die Koordination von Verkaufspreiserhöhungen der Nebenbetroffenen Edeka, Kaufland, Metro, Netto und Rewe nach entsprechenden Einkaufspreiserhöhungen seitens AB InBev. Diese Koordination erfolgte wiederholt nach demselben Verhaltensmuster. Die nebenbetroffenen Handelsunternehmen stellten die Akzeptanz einer Einkaufspreiserhöhung seitens der Nebenbetroffenen InBev unter die Bedingung, dass alle relevanten Handelsunternehmen ebenfalls ihre Verkaufspreise erhöhten. Die Nebenbetroffene InBev verpflichtete sich, eine möglichst zeitnahe Verkaufspreiserhöhung innerhalb eines Umsetzungszeitraums von in der Regel vier bis sechs Wochen zwischen allen relevanten Handelsunternehmen im Markt zu koordinieren. Durch einen wechselseitigen Austausch von Informationen zwischen den nebenbetroffenen Handelsunternehmen einerseits und AB InBev andererseits wurden Umsetzungsstichtage und angestrebte Verkaufspreisniveaus abgestimmt. In den Jahren 2006 bis 2009 gewährte die Nebenbetroffene AB InBev den Nebenbetroffenen Edeka, Kaufland, Metro, Netto und Rewe Gegenleistungen dafür, dass von diesen das abgestimmte Verkaufspreisniveau bestimmter InBev-Produkte (im Wesentlichen) eingehalten wurde. Die unterschiedlichen Gegenleistungen, zu denen Konditionsverbesserungen in Form erhöhter Rückvergütungen und Rabatte auf den Einkaufspreis sowie eine zeitversetzte Anhebung der Einkaufspreise erst nach der Anhebung der Ladenverkaufspreise zählten („*altpreisige Belieferung*“), wurden zumeist im Rahmen der Jahresvereinbarungen oder von Gesprächen über die Umsetzung der Preiserhöhung getroffen. Zumindest ein nebenbetroffenes Handelsunternehmen erhielt zusätzlich mehrfach Pauschalvergütungen („*first-mover-Vergütung*“) für ihre Bereitschaft, als eines der ersten die Verkaufspreise anzuheben und damit ein Signal an die übrigen Handelsunternehmen im Markt zu senden. Die kombinierten Einkaufs- und

Verkaufspreiserhöhungen wurden von InBev – der Erwartungshaltung der Handelsunternehmen entsprechend – im Übrigen so konzipiert, dass beide Seiten von der Verkaufspreiserhöhung zu Lasten der Endverbraucher profitierten. Im Falle einer erfolgreichen Umsetzung der Verkaufspreiserhöhung im von InBev vorgeschlagenem Umfang sollte der Zugewinn – unabhängig von den weiteren finanziellen Anreizen für die Handelsunternehmen – in der Regel im Verhältnis von 60% zu Gunsten von InBev und 40% zu Gunsten der Handelsunternehmen aufgeteilt werden.

Die abgestimmten Ladenverkaufspreise wurden von den Nebenbetroffenen Edeka, Rewe, Metro, Netto und Kaufland in den Jahren 2006 bis 2009 flächendeckend und preislich weitgehend umgesetzt, wobei es teilweise regional unterschiedliche abgestimmte Verkaufspreisniveaus gab. Mit den einzelnen Umsetzungsmaßnahmen wurden die Grundvereinbarungen im Zeitraum von Anfang 2006 bis Ende 2009 fortlaufend aktualisiert. Das Bundeskartellamt geht davon aus, dass die Verhaltensweisen, die nicht nur den Produktbereich Bier betrafen, erst durch die Durchsichtung des Bundeskartellamts am 14.01.2010 (damals hinsichtlich der Produktbereiche Kaffee, Süßwaren und Tiernahrung) endeten.

Die Grundvereinbarungen wurden dabei durch unterschiedliche Maßnahmen umgesetzt:

- Mitwirkung an entsprechenden Jahres- und Preiserhöhungsgesprächen und entsprechenden Vereinbarungen, in denen die Einhaltung des abgestimmten Verkaufspreisniveaus und die Gegenleistungen im Hinblick auf bestimmte Bier-Produkte von AB InBev erörtert bzw. festgelegt wurden.
- Mitwirkung an der „Moderation“ der Anhebung der Ladenverkaufspreise für bestimmte Bier-Produkte von InBev im Rahmen der Preiserhöhungen zum März 2006, Mai 2007, Mai 2008, Juli 2008, September 2008 und Februar 2009, insbesondere durch die Absprache mit AB InBev über konkrete „Umsetzungstichtage“ und damit an entsprechenden Vereinbarungen.
- Mitwirkung an der unterjährigen Abstimmung und/oder Vereinbarung von Aktionspreisen und (Sonder-)Vergütungen für die Einhaltung bestimmter Verkaufspreisniveaus und damit an entsprechenden Vereinbarungen.
- Mitwirkung an der vereinbarten oder abgestimmten laufenden Überwachung der Entwicklung der Ladenverkaufspreise durch Beschwerden bei Unterschreitung der Preisempfehlungen von AB InBev („UVP“) bzw. des abgestimmten (regionalen)

Verkaufspreisniveaus. In den Beschwerden wurde regelmäßig damit gedroht, in der nächsten Aktion ebenfalls den niedrigen oder einen noch niedrigeren Ladenverkaufspreis zu zeigen und finanzielle Ausgleichsforderungen zu stellen, sollte es AB InBev nicht durch eine erfolgreiche Intervention gegenüber dem Preisabweichler gelingen, das abgestimmte Verkaufspreisniveau aufrecht zu erhalten. In der Regel erfolgte diese Drohung in der Erwartung, dass diese auch an das preisabweichende Handelsunternehmen weitergegeben wurde.

Das Bundeskartellamt ist bei der Bebußung von einer einheitlichen Tat ausgegangen. Dabei wurden durchweg Geldbußen im Rahmen des umsatzbezogenen Bußgeldrahmens unter Anwendung der Bußgeldleitlinien des Bundeskartellamts² aus dem Juni 2013 verhängt. Bei der Höhe der Geldbußen hat das Bundeskartellamt der Art und Schwere sowie der Dauer des Kartellverstoßes Rechnung getragen.

Der Fallbericht gibt den Stand vom 13. Dezember 2016 wieder und trägt etwaigen späteren Ereignissen (Einspruchseinlegung, -rücknahme usw.) keine Rechnung.

² Vgl. Bundeskartellamt, Leitlinien für die Bußgeldzumessung in Kartellordnungswidrigkeitenverfahren vom 25. Juni 2013 – Bußgeldleitlinien.