II

(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 14. Mai 1997

in einem Verfahren nach Artikel 86 EG-Vertrag

(IV/34.621, 35.059/F-3 — Irish Sugar plc)

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(97/624/EG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung Nr. 17 des Rates vom 6. Februar 1962: erste Durchführungsverordnung zu den Artikeln 85 und 86 des Vertrags[1], zuletzt geändert durch die Akte über den Beitritt Österreichs, Finnlands und Schwedens, insbesondere auf Artikel 3, Artikel 15 Absatz 2 und Artikel 16 Absatz 1,

gestützt auf den Beschluß der Kommission vom 22. April 1993, in dieser Sache das Verfahren von Amts wegen einzuleiten,

nach Anhörung des betroffenen Unternehmens gemäß Artikel 19 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17 und der Verordnung Nr. 99/63/EWG der Kommission vom 25. Juli 1963 über die Anhörung nach Artikel 19 Absätze 1 und 2 der Verordnung Nr. 17 des Rates[2],

nach Anhörung des Beratenden Ausschusses für Kartell- und Monopolfragen,

in Erwägung nachstehender Gründe:

SACHVERHALT

A. *Gegenstand des Verfahrens*

(1) Das Verfahren betrifft bestimmte Verhaltensweisen der Irish Sugar plc (nachstehend „Irish Sugar") in Verbindung mit der Vermarktung von Zucker in Irland in der Zeit seit 1985.

(2) Im April 1993 eröffnete die Kommission das Verfahren und formulierte Beschwerdepunkte gegenüber Irish Sugar und bestimmte andere Beteiligte. Aufgrund des Vorbringens der Parteien und neuer Beschwerden von Wettbewerbern der Irish Sugar in Irland führte die Kommission weitere Untersuchungen durch und formulierte im März 1996 eine überarbeitete Mitteilung der Beschwerdepunkte gegenüber Irish Sugar.

B. *Das Produkt*

(3) Das relevante Produkt ist Zucker. Zucker wird aus Zuckerrüben und Zuckerrohr gewonnen. Mit Ausnahme eines Teils von Südspanien und den französischen Überseedepartements (DOM) wird Zuckerrohr hauptsächlich in tropischen und subtropischen Gebieten außerhalb der Gemeinschaft angebaut. Die AKP-Staaten können eine bestimmte Quote Rohrzucker ohne Einfuhrabschöpfung nach der Gemeinschaft ausführen.

(4) Im Rahmen der vorliegenden Entscheidung wird zwischen drei Zuckerarten unterschieden: Kristallzucker, Flüssigzucker und Spezialzucker.

(5) Kristallzucker ist das Enderzeugnis nach der Verarbeitung von Rüben und der Raffination von Zukkerrohr. In den entsprechenden Verordnungen[3] der Gemeinschaft werden verschiedene Qualitäten gekennzeichnet. Die Standardqualität ist EG-Zukker der Kategorie II. Die Produktion und der Verbrauch in der Gemeinschaft entfallen zum größten Teil auf Kristallzucker, der an die Indu-

strie und den Einzelhandel verkauft wird. Die Industrie verwendet Kristallzucker als Zutat. An gewerbliche Verbraucher wird Zucker hauptsächlich in loser Schüttung oder in Säcken geliefert. Der Einzelhandel verkauft Kristallzucker weiter an den Endverbraucher, und zwar hauptsächlich in 1-Kilo-Packungen.

(6) Flüssigzucker wird hauptsächlich in der Nahrungsmittelindustrie verwendet. Die höchste Qualität wird durch Auflösung von Kristallzucker erzielt. Niedrigere Qualitäten werden nur aus Rohrzucker durch die Mischung von Dicksäften hergestellt, die in verschiedenen Abschnitten der Rohrzuckerraffination gewonnen werden.

(7) Spezialzucker sind alle Trockenzucker außer Kristallzucker. Zu dieser Kategorie gehören AKP-Rohzucker für den Direktverbrauch, Streuzucker, Farinzucker und andere Mühlenzuckerarten sowie Sirupe und Melassen [4].

(8) Zucker ist ein Süßungsmittel. Andere Gruppen von Süßungsmitteln sind Stärke und künstliche Süßungsmittel. Sie umfassen eine breite Palette von Erzeugnissen von der Isoglukose bis zu Sorbitol, Saccharin, Cyklamaten und Aspartam. Jedes dieser Produkte besitzt seine besonderen Eigenschaften und kann bei verschiedenen gewerblichen Verarbeitungsvorgängen als Zuckerersatz verwendet werden. Aus einer Reihe von Gründen, die von Produkt zu Produkt verschieden sind, d. h. gemeinschaftliche Quoten, mangelnde Lagerqualität in loser Schüttung oder höhere Preise, wirken sie sich auf die Gesamtverkäufe des aus Zuckerrohr und Zuckerrüben gewonnenen Naturzuckers nur geringfügig aus.

C. *Die gemeinsame Marktorganisation für Zucker*

(9) Die gemeinsame Marktorganisation für Zucker [5] soll die Zuckerproduktion in der Gemeinschaft stützen. Die Marktorganisation wurde zuletzt im Mai 1995 überprüft, als der Rat beschloß [6], sie für weitere sechs Jahre (d. h. einschließlich des Wirtschaftsjahres 2000/2001) zu verlängern. Jeder Mitgliedstaat erhält zwei Quoten, eine A-Quote und eine B-Quote, zugeteilt. Die A-Gesamtquote soll grundsätzlich dem Jahresverbrauch der Gemeinschaft entsprechen. Die B-Quote soll einen Überschuß verschaffen, damit der Nachfrage selbst bei Ernteausfall in bestimmten Gebieten entsprochen werden kann.

(10) Es wurde eine Preisstützungsregelung eingeführt, aber nur für A-/B-Quotenzucker. Die von Unternehmen in der Gemeinschaft über ihre A-/B-Quote hinaus erzeugten Mengen gelten als C-Zucker und müssen ohne Stützung am Weltmarkt verkauft oder gelagert und als ein Teil der A-/B-Quoten des nachfolgenden Jahres verwendet werden.

(11) Der jedem Mitgliedstaat zugeteilte Anteil der A-/B-Gesamterzeugungsquoten wird vom Rat bestimmt. Die jedem Land zugeteilte Quote wird sodann von der betreffenden Regierung unter den in ihrem Hoheitsgebiet niedergelassenen Zuckerherstellern aufgeteilt.

(12) Der Rat setzt jährlich institutionelle Preise für den Ankauf und die Verarbeitung von Zuckerrüben und den Verkauf von Zucker fest. Der wichtigste dieser Preise ist der Interventionspreis, nämlich der Preis, zu dem ein Hersteller A-/B-Zucker an nationale Interventionsstellen verkaufen kann. Unternehmen, die Zucker zur Intervention anbieten, erhalten für ihren verarbeiteten Zucker den Interventionspreis. Im Rahmen der Maßnahmen, die getroffen werden, um die Eigenfinanzierung der Zuckermarktorganisation sicherzustellen, wird auf allen A-/B-Zucker einer Abgabe, d. h. die Produktionsabgabe, angewandt. Der Interventionspreis und die Lagerkostenabgabe entsprechen dem garantierten Mindestpreis für A-/B-Zucker. Dieser gilt als der effektive Stützpreis. Die Regelung der öffentlichen Lagerhaltung finanziert sich ebenfalls selbst.

(13) Im Rahmen der Uruguay-Runde wurde die bisherige Einfuhrregelung mit einem Schwellenpreis und veränderlichen Abgaben durch Festtarife ersetzt, die über sechs Jahre hinweg um 20 % verringert werden.

(14) Der Rat setzt auch Mindestpreise fest, die die Verarbeiter an die Zuckerrübenerzeuger zahlen müssen.

(15) Verarbeiter von Rübenzucker können A-/B-Zucker beliebig gemeinschaftsweit verkaufen. Wenn sie ihren Zucker nicht in dieser Weise absetzen können, können sie ihn entweder an Interventionsstellen verkaufen oder in den Weltmarkt ausführen. Wenn sie sich für die letztgenannte Lösung entscheiden, erhalten sie eine Ausfuhrerstattung, die auf der Basis eines Vergabesystems berechnet wird.

(16) Außer für A-/B-Zucker gewährt die Gemeinschaft eine Preisstützung für eine begrenzte im Rahmen des Lomé-Abkommens eingeführte Zuckermenge [7].

D. *Der Zuckermarkt in Irland*

(17) Irish Sugar ist der einzige Verarbeiter von Zuckerrüben in Irland und Nordirland.

(18) Irish Sugar wurde 1933 von der irischen Regierung unter dem Namen Comhlucht Siuicre Eireann, Teo, gegründet. In der ersten Hälfte der achtziger Jahre verzeichnete das Unternehmen schwere Verluste und erhielt erhebliche staatliche Unterstüt-

zung. In der zweiten Hälfte der achtziger Jahre wurde ein Programm zur Rationalisierung des Konzerns durchgeführt, das die allmähliche Wiederherstellung der Rentabilität von Irish Sugar zum Ergebnis hatte. Im April 1991 wurde Irish Sugar privatisiert. Der Mechanismus zur Verringerung der staatlichen Beteiligung an Irish Sugar sah auch die Gründung einer neuen Holding-Gesellschaft, Greencore Plc (nachstehend „Greencore"), vor, die Irish Sugar erwarb. In dem am 27. September 1996 endenden Wirtschaftsjahr verzeichnete Irish Sugar einen Umsatz von 134,7 Mio. IEP und ein Betriebsergebnis von 27,2 Mio. IEP im Rahmen eines Gesamtumsatzes von 459 Mio. IEP und eines Betriebsergebnisses von 49,1 Mio. IEP von Greencore.

(19) Nach dem Beitritt Irlands zur Gemeinschaft wurde die gesamte A-/B-Zuckerquote für Irland Irish Sugar zugeteilt, die diese Quote in Höhe von 200 200 t jährlich weiter hält. Diese Quote liegt über dem Inlandsverbrauch.

Tabelle 1

Herstellung, Vermarktung und Verbrauch von Zucker in seinem natürlichen Zustand in Irland

	1986/87	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94	1994/95 (1)
Quote (A+B) (in 1 000 t)	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Übertrag von Zucker (über die Quote hinaus) aus dem vorhergehenden Wirtschaftsjahr	+10	+11	+34	+29	+16	+16	+10	+10	0
Produktion	186	223	195	214	225	213	223	177	213
Übertrag von Zucker (über die Quote hinaus) auf das nachfolgende Wirtschaftsjahr	-11	-34	-29	-16	-16	-10	-10	—	-13
C-Zucker für die Ausfuhr	—	—	—	27	25	19	23	—	—
Verfügbare Inlandserzeugung	185	200	200	200	200	200	200	187	200
Lagerbewegungen (2)	+3	-19	+1	+11	+1	+8	-3	+11	—
Einfuhr von AKP-Zucker	—	—	—	—	—	—	1	—	—
Einfuhr aus Drittländern	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Einfuhr aus Mitgliedstaaten	13	14	7	6	6	7	6	7	7
Verfügbarer Zucker insgesamt	201	195	208	217	207	215	204	205	207
Ausfuhr nach Drittländern	—	—	13	—	—	6	—	—	6
Ausfuhr nach Mitgliedstaaten	39	42	41	46	39	39	44	32	44
Inlandsverbrauch	162	153	154	171	168	170	160	173	157

Quelle: Statistiken der Generaldirektion Landwirtschaft der Kommission.

(1) Vorläufige Daten.
(2) Wenn Lager abgebaut werden, sind die Zahlen positiv. Wenn Lager aufgestockt werden, sind die Zahlen negativ.

(20) Der Pro-Kopf-Zuckerverbrauch in Irland liegt über dem Durchschnittsverbrauch für die Gemeinschaft (8), woraus die Rolle von Zucker als Zutat in der verhältnismäßig bedeutenden Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie des Landes (1995 zusammen mit anderen Agrarindustrien 16 % der Gesamtbeschäftigung (9)) sowie im Einzelhandelsmarkt ersichtlich wird.

(21) Mit einem Gesamtmarktanteil von über 90 % in den Jahren 1985 bis 1995 ist Irish Sugar der Hauptzuckerlieferant in Irland. Zuckereinfuhren

nach Irland stammten aus Frankreich, dem Vereinigten Königreich (hauptsächlich Nord-Irland) und in begrenztem Ausmaß aus Deutschland und aus Belgien. Aus dem Vereinigten Königreich wird hauptsächlich Zucker von Irish Sugar eingeführt. 1993/94 entfielen ca. [...] bis [...] %([10]) auf Einfuhren von „non-Irish Sugar".

(22) Was die Industrie anbetrifft, entfallen seit 1985 die meisten Einfuhren auf französischen Zucker, der durch die ASI International Trading Ltd und ihre Nachfolgerin ASI International Foods (nachstehend „ASI") geliefert wurde. Diese gewerblichen Lieferungen erfolgten in Säcken von 50 kg Zucker. Die Einfuhr von Zucker in loser Schüttung aus Frankreich nach Irland ist teurer als der Transport von abgesacktem Zucker, besonders wenn der Tanker die Rückreise mit einem leeren Container antreten muß([11]). In dem Plan von Greencore Group Corporate vom Juni 1994 wird festgestellt, daß „Zukker überwiegend in Säcken von 50 kg eingeführt wird, wobei der Transport von Zucker in loser Schüttung verhältnismäßig teuer ist, weil dafür eigene Container verwendet werden müssen" („The vast majority of imports is in 50 kg bags, with bulk sugar transport being relatively expensive because of the need for dedicated containers"). Da die gewerblichen Verbraucher mit den Jahren dazu übergehen, Silos für die Lagerung zu verwenden, geht die Nachfrage nach Sackzucker andauernd zurück([12]).

(23) Der Anteil von Irish Sugar im Einzelhandelsmarkt, der ca. 25 % des gesamten Zuckermarkts ausmacht, bewegt sich seit 1985 über 85 %; ihre Hauptmarke „Siucra" wird von Verbrauchern sehr geschätzt([13]). Ihre Wettbewerber sind vor allen Dingen kleine Unternehmen im Inland. Abhängig von dem relativen Preisgefälle wurde mitunter Einzelhandelszucker aus Nordirland eingeführt, obwohl diese Einfuhren zu einem erheblichen Anteil von Irish Sugar hergestellt werden. In Geschäftsunterlagen von Irish Sugar wird festgestellt, daß die Abnehmer von Einzelhandelszucker herkömmlich je zur Hälfte auf Großhändler und Einzelhandelsketten („multiples") entfallen sind, aber in letzter Zeit die Einzelhandelsketten an Bedeutung gewonnen haben. Einige von diesen Einzelhandelsketten verkaufen „Own-brand"-Einzelhandelszucker. Jedoch „stammt bisher aller Zucker für eigene Sorten von Irish Sugar, da die Quelle ‚Irish' vom Abnehmer als wichtig angesehen wird" („to-date, all sugar for own brands is sourced from Irish Sugar as the Irish source is seen as important to the customer")([14]).

(24) In den achtziger Jahren waren die Hauptwettbewerber von Irish Sugar auf dem Inlandsmarkt für Einzelhandelszucker Round Tower Foods Ltd (nachstehend „Round Tower") und ASI, die bis Ende 1988 die Sorte „Eurolux" der Compagnie Française de Sucrerie (nachstehend „CFS") einführten. In den Jahren 1984/85 bis 1986/87 bestanden die Zuckerlieferungen von Round Tower überwiegend aus Einfuhrzucker. In dieser Zeit war das Unternehmen als Parallelimporteur von Zucker der Irish Sugar aus Nordirland nach Irland tätig. Von einigen Bestimmungsorten führte es Zucker auch direkt ein und bezog aus Frankreich eingeführten Zucker von ASI. Seit 1987/88 hat es fast den gesamten Zucker von Irish Sugar gekauft.

(25) Gegen Anfang 1990 war Round Tower mit einem Marktanteil von [...] bis [...] % der einzige inländische Wettbewerber von Irish Sugar auf dem Einzelhandelsmarkt für Kristallzucker.

(26) Im Jahr 1993 führten vier irische Lebensmittelverpacker, Gem Pack Ltd („Gem Pack"), Burcom Ltd („Burcom"), Tara Foods Ltd und P. J. Lumley Ltd Markenkristallzucker in Kilo-Packungen ein. Diese Unternehmen erreichten gegen Mitte 1994 einen Anteil von ca. 7,5 % am gesamten Einzelhandelsmarkt, wobei Gem Pack am erfolgreichsten war (ca. 5 % der Gesamtnachfrage). Burcom stellte den Handel Mitte Dezember 1994 ein. ASI führte 1993 auch eigene Einzelhandelsverpackungen ein und verwendete eingeführten französischen Zucker, trat aber Mitte 1994 ein zweites Mal aus dem Einzelhandelsmarkt aus.

(27) Burcom verpackte anfänglich Zucker von Irish Sugar und führte von ASI stammenden Zucker ein, während die anderen Verpacker ihren Gewerbezucker von Irish Sugar bezogen. Seit der Liquidation von Burcom und dem Marktaustritt von ASI hat Irish Sugar fast den gesamten („almost all)"([15]) Kristallzucker lose geliefert, der von ihren inländischen Wettbewerbern für den Einzelhandelsmarkt verpackt wird.

(28) Im September 1994 führte Irish Sugar die Marke „Castle" in 1-Kilo-Packungen Haushaltszucker ein, die zu einem niedrigeren Großhandelspreis als Siucra angeboten wurde.

(29) Der Zucker von Irish Sugar in Irland wird durch Sugar Distributors Limited (nachstehend „SDL") vertrieben. Bis Februar 1990 hielt Irish Sugar 51 % des Eigenkapitals (in Form von „B-Anteilen") der Muttergesellschaft Sugar Distributors (Holdings) Ltd (nachstehend „SDH") von SDL. Die übrigen 49 % (in Form von „A-Anteilen") wurden bis 1988 von den Unternehmen Musgraves und Punch und den Herren Garavan und Keleghan und seit 1988 von vier leitenden Angestellten von SDH, nämlich den Herren Lyons, Keleghan, Tully und Garavan, gehalten. Seinerzeit gab es eine gleiche Anzahl von Direktoren für die A- und die B-Anteilseigner und einen unabhängigen Vorsitzenden. Der geschäftsführende Direktor und eine Reihe von anderen Direktoren von Irish Sugar gehörten den Directorien von SDH und SDL an. Ein weiteres Unternehmen JC Cole Ltd (nachstehend „JCC") war für den Zuckervertrieb im Western District von Irland verantwortlich, bis es im März 1988 liquidiert und seine Geschäftstätigkeiten in SDL integriert wurden.

(30) Irish Sugar hat ausdrücklich darauf hingewiesen, daß sie vor Februar 1990 die rechtliche Kontrolle über SDH ausübte, aber nicht deren Geschäftsleitung kontrollierte([16]). Ab Juli 1982([17]) wurde die Verantwortung für technische Dienste und Marketing, einschließlich — ohne auf die Marketing-Strategie begrenzt zu sein — Verbraucherwerbung und Rabattgewährung, auf Irish Sugar übertragen, während SDL für die Verkaufsfinanzierung, Verkaufsförderung, das Merchandising und den Vertrieb der Erzeugnisse von Irish Sugar auf den Märkten im nördlichen und südlichen Landesteil zuständig wurde. Diese Zuständigkeiten wurden in den angegebenen Gebieten zwischen SDL, JCC und William McKinney (1975) Ltd (nachstehend „McKinney") aufgeteilt, wobei SDL für die Verkaufsentscheidung, einschließlich Preisfestsetzungsbeschlüsse, für alle drei Unternehmen verantwortlich wurde. Diese Beschlüsse mußten jedoch gemäß der vom Chief Executive der Sugar Division von Irish Sugar („to be taken in accordance with policy as laid down by the Chief Executive of the Sugar Division") festgelegten Verfahrensweise gefaßt werden, die — wie erwähnt — alle Preisnachlässe für die Abnehmer finanzierte. SDL wurde — Lieferbarkeit vorbehalten — verpflichtet, seinen Zukkerbedarf ausschließlich bei Irish Sugar zu decken, und dem Unternehmen war der Verkauf, der Wiederverkauf und die Absatzförderung für alle Erzeugnisse ähnlicher oder gleicher Art („which are of a like or similar kind") wie Erzeugnisse von Irish Sugar untersagt. Zu den gemeinsamen Verantwortungen von SDL und Irish Sugar gehörten „die Empfehlung und Überprüfung von Preisfestsetzungs- und Verkaufsförderungspolitiken" („advising and reviewing of pricing and promotion policies") und die erforderliche wechselseitige Information über Marketing, Verkäufe, Handel, Reklame, Verbraucherwerbung und finanzielle Tätigkeiten unter allen Gesichtspunkten („communicating information as necessary to each other on all aspects of sugar marketing, sales, trading, advertising, consumer promotions and financial"). Es wurde ein monatliches Gespräch zwischen der Sugar Devision von Irish Sugar und SDL eingeführt, um sicherzustellen, daß alle Aspekte des Zuckerhandels von Irish Sugar und SDL effektiv gegenseitig mitgeteilt wurden („all aspects of sugar trading" ... „effectively communicated") und alle gemeinsamen Verantwortungsbereiche angemessen erfaßt wurden. Den Vorsitz bei diesen Gesprächen führte der Chief Executive der Sugar Division von Irish Sugar.

(31) Im Februar 1990 erwarb Irish Sugar alle noch verbleibenden Anteile bei SDH und wurde so Alleininhaber von SDL.

(32) Irish Sugar ist nicht nur Hauptzuckerlieferant in Irland, sondern auch durch McKinney ein bedeutender Zuckerlieferant in Nordirland. Als dieses Unternehmen 1976 gegründet wurde, gehörte es zu 51 % SDL. 1980 erhöhte SDL seine Beteiligung auf 60 %. SDL und ihr Mutterunternehmen SDH hatten in den Jahren 1985 bis 1989 mit sieben von zehn Direktoren([18]) eine eindeutige Mehrheit im Board of Directors von McKinney. Dem Board gehörte jeweils ein Vertreter von zwei der vier übrigen Minderheitsbeteiligten an. An den Gesprächen des Management Committee von McKinney, bei denen die Geschäftspolitik beschlossen wurde, nahmen jedoch gewöhnlich nur die Herren Lyons, Hogan und Keleghan von SDH/SDL und Herr Wood von McKinney teil([19]). Im Jahr 1989 erhöhte SDL seine Beteiligung an McKinney auf 70 %.

(33) Der Kristallzuckerverbrauch in Nordirland schwankt seit 1984 zwischen 35 000 und 39 000 Tonnen. Hauptlieferant sind Irish Sugar, British Sugar plc und Tate & Lyle plc. In den Jahren 1984 bis 1994 hielt Irish Sugar [...] bis [...] % des Zuckermarkts in Nordirland, ca. [...] bis [...] % entfielen auf British Sugar und [...] bis [...] % auf Tate & Lyle. Im Jahr 1994 wird im Greencore Group Corporate Plan festgestellt: „Gegenwärtig halten wir ca. [...] % des Markeneinzelhandels und ca. [...] % des Marktes für Gewerbezucker" („Currently, we have about [...] % of the retail branded market and about [...] % of the industrial market") in Nordirland.

Gewerbezuckerpreise

(34) Irish Sugar nennt für die Jahre 1985 bis 1994 folgende Preise für Gewerbezucker in Irland und Nordirland:

Tabelle 2

Durchschnittliche Nettoverkaufspreise (IEP pro Tonne) für Gewerbezucker in Irland und Nordirland

	1985/86	1986/87	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94
Irland	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Nordirland	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Quelle: Greencore/Irish Sugar.

(35) Caobisco/Committee of Industrial Sugar Users nennt folgende durchschnittliche indikative Verkaufspreise in IEP für Gewerbezucker in loser Schüttung ab Fabrik in Irland während der nachfolgenden Monate in den Jahren 1986 bis 1994:

Tabelle 3

Durchschnittliche indikative Preise für Gewerbezucker in Irland

03.86	10.86 01.87	10.87 07.88	03.89 10.89	02.90 07.90	02.91 04.91	03.92 07.92 12.92	05.93	02.94 08.94
480	510	524 528	536 538	540 559	562 570	560 560 560	590	610 605

Quelle: Caobisco/Committee of Industrial Sugar Users.

(36) Die Daten von Caobisco gelten für besondere Monate, während es sich bei den Daten von Irish Sugar um Jahresdurchschnitte handelt.

(37) Irish Sugar liefert auch regelmäßig [. . .] bis [. . .] Tonnen Gewerbezucker nach Großbritannien. In den Jahren 1985 bis 1994 werden für Gewerbezucker im Vereinigten Königreich (einschließlich Nordirland) folgende Preise angegeben:

Tabelle 4

Durchschnittliche Nettoverkaufspreise (GBP pro Tonne) für Gewerbezucker (in loser Schüttung) in Großbritannien und Nordirland

	1985/86	1986/87	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94
Vereinigtes Königreich (einschließlich Nordirland)	385	393	398	411	450	480	488	543	580

Quelle: Indikative Preise von Caobisco/Committee of Industrial Users of Sugar. In diesen Jahren ist das Vereinigte Königreich von einer Differenz von ca. 18 bis 20 % nach oben gegenüber dem IEP auf eine Differenz von ca. 2 bis 3 % nach unten zurückgegangen. Die Differenz zwischen den Preisen im Vereinigten Königreich und in Irland in den Jahren 1985 bis 1992 ist nicht ganz so groß wie die Zahlen in den Tabellen 2, 3 und 4 nahelegen.

(38) Obwohl es den eigenen Angaben des Unternehmens in Tabelle 2 nicht zu entnehmen ist, hat Irish Sugar ausgesagt([20]), daß in den Jahren 1984 bis 1993 die Preise in Nordirland und Großbritannien im allgemeinen niedriger als die Preise in Irland waren und in Nordirland insbesondere bei Zucker zeitweise bis zu 18 % unter den Preisen lagen („Northern Ireland and British: prices were in general lower than prices in Ireland and in the particular case of sugar were at times in the order of 18 % lower in Northern Ireland"). Irish Sugar begründet den Unterschied zwischen seinen Zahlen und der Preistendenz, die durch einen für das Unternehmen erstellten vertraulichen Bericht ermittelt wird, mit der Erklärung, daß während des gesamten Zeitraums die gewerblichen Abnehmer von Irish Sugar mächtig genug waren, um die allgemeine Preistendenz umzukehren („throughout the period Irish Sugar's industrial customers were powerful enough to reserve the general price trend"). Hierzu ist zur Kenntnis zu nehmen, daß der Durchschnittspreis für Gewerbezucker in Irland berücksichtigt, daß die beiden Hauptabnehmer von Irish Sugar([21]), auf die zusammen ca. [. . .] % seiner Gewerbezuckerlieferungen entfallen, einen erheblich niedrigeren als den Durchschnittspreis bezahlen. Wie aus Tabelle 6 hervorgeht, bezahlte kein anderer gewerblicher Abnehmer Mitte 1994 einen Nettopreis unter [. . .] IEP, dem von Irish Sugar 1993/94 angegebenen Durchschnittspreis. Außerdem bedeutet ein von Irish Sugar angewandtes System von Zuckerausfuhrrabatten („sugar export rebates"), daß denjenigen gewerblichen Abnehmern, die ihr Enderzeugnis außerhalb Irlands verkaufen, Nachlässe von [. . .] IEP pro Tonne gewährt werden, was im durchschnittlichen Lieferpreis reflektiert wird([22]). Für rein „inländische" („domestic") Abnehmer werden diese Nachlässe nicht gewährt.

(39) Im „Greencore Group Corporate Plan 1993/94—1997/98" vom Juni 1994 wird unter „Volume/Pricing Implications" folgendes festgestellt:

„Der Übergang für Gewerbezucker vom Inlandsmarkt zu Nordirland oder zum Vereinigten-König-

reich-Export hätte einen Verlust in der Gewinnspanne zum Ergebnis wie folgt:

Gewinnspannenverlust	
Northern Ireland Industrial	[...]
UK Industrial	[...].“

Einzelhandelspreise für Zucker

(40) Irish Sugar gibt für die Jahre 1985 bis 1994 folgende Preise für Einzelhandelszucker in Irland und Nordirland an:

Tabelle 5

Durchschnittliche Nettoverkaufspreise (IEP pro Tonne) für Einzelhandelszucker in Irland und Nordirland

	1985/86	1986/87	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94
Irland	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Nordirland	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Quelle: Greencore/Irish Sugar.

(41) Ein handschriftlicher Vermerk auf einem Diapositiv des „Sugar Plan“, der von der Kommission in den Räumlichkeiten von Greencore zusammen mit dem Greencore Corporate Plan vom Juni 1994 kopiert wurde, bezieht sich auf die Inlandsmarktdifferenz nach oben („home market premium“) auf den Zuckerpreis. Ein weiterer handschriftlicher Vermerk mit dem Titel Zuckerplan („Sugar Plan“) stellt fest, daß wegen verschiedener Annahmen für Lieferpreise die Inlandsmarktdifferenz nach oben beibehalten wird („home market premium is retained“) ([23]).

E. *Sachverhalt*

I. Maßnahmen zum Schutz des Inlandsmarkts vor dem Wettbewerb durch Einfuhren aus anderen Mitgliedstaaten

i) *Einfuhren aus Frankreich*

(42) Wie erwähnt, stammt ein hoher Anteil der Zuckereinfuhren nach Irland seit 1985 aus Frankreich.

Beförderungsbeschränkung

(43) Aus den Aktenunterlagen geht hervor, daß Irish Sugar Mitte der 80er Jahre Maßnahmen traf, damit die Transportmöglichkeiten seiner Wettbewerber eingeschränkt wurden. Hierzu sei auf das Protokoll der Irish Sugar/SDL/JCC-Management Committee-Sitzung vom 28. Juni 1985 verwiesen:

„Derzeitige Lage am heimischen Einzelhandelsmarkt ... Bei von Round Tower hergestelltem abgeteiltem Zucker wurde zwischen dem durchschnittlichen Verkaufspreis und dem Preis des „Siucra“ (Irish Sugar)-Produkts eine Differenz von annähernd [...] £ pro Tonne ermittelt. In dieser Frage wurde vereinbart, CSET (Irish Sugar) sollte sicherstellen, daß Round Tower nicht von vorteilhaften Vereinbarungen mit Ihrem Lieferanten oder Spediteur profitierte ...“ ([24]).

(44) Insbesondere versuchte Irish Sugar Mitte 1985, ASI an der Einfuhr von Zucker aus Frankreich zu hindern mit der Drohung, sie werde alle Geschäftstätigkeiten mit dem staatlichen britischen und irischen Schiffahrtsunternehmen („B&I“) einstellen, wenn dieses weiter französischen Zucker befördere, der von dem französischen Hersteller CFS für ASI geliefert wurde. B&I gab Irish Sugar nach und erklärte sich bereit, künftig keinen Zucker für ASI zu befördern. Daraufhin leitete ASI ein gerichtliches Verfahren gegen B&I und Irish Sugar ein. In einer Reihe handschriftlicher Eintragungen in das Bürohauptbuch von Herrn Keleghan wird auf die diesbezügliche Vorgehensweise von Irish Sugar Bezug genommen:

„17. Juli 1985 — Chris Comerford (Managing Director von Irish Sugar) — Brandan Byrd (vertritt B&I) — B&I wird ab Montag, dem 22. Juli keinen französischen Zucker mehr befördern. Letztjährige Menge 228 × 20 = 4 560 — Jahr bis jetzt 91 × 20 = 1 820 — 1 420 bis April ... Charles Lyons gab Brandan Byrd das Versprechen, daß Tanktrans (eine Tochter von Irish Sugar) zusätzliche Geschäfte in B&I einbringen werde ...“.

„1. August 1985 — B&I informierte P. C. (Peter Cunningham von ASI), daß CSET (Irish Sugar) Druck auf sie ausübte, nicht an PC zu liefern — grober und unlauterer Versuch, auf PC vor den Erörterungen Druck auszuüben. PC hatte ein Gespräch mit Alex Spain (Direktor von B&I).“ ([25])

Das Verfahren von B&I wurde außergerichtlich beigelegt. Man kam überein, daß Irish Sugar eine bestimmte Entschädigung an CFS zahlen werde. Irish Sugar gab zu, daß sie B&I „den Vorschlag“ gemacht habe, ihre Kundschaft aufzukündigen, wenn B&I weiter CFS-Zucker von Frankreich nach Irland befördere.

Selektive Preisfestsetzung

(45) In einem Vermerk vom 8. März 1988 an die Mitglieder der CSET (Irish Sugar)/SDL/JCC Exekutive über französische Zuckereinfuhren stellt Herr Keleghan (seinerzeit Sales Director von SDL) folgendes fest:

„Wir haben festgelegt, daß es ca. [...] £ kosten würde, um für alle Abnehmer einen Höchstpreis von [...] £ pro Tonne zu erzielen. (...) Wir erwägen nicht, die Preise für alle Abnehmer zu senken, wodurch die genannten hohen Kosten entstehen, doch müssen wir, wenn wir auf neue niedrige Preise stoßen, sorgfältig reagieren und sicherstellen, daß wir Abnehmer auf allen Ebenen haben, wenn auch in noch so kleinem Umfang. Dies — das ist mir klar — ist ein etwas gefährlicher Schritt, denn es kann sein, daß sehr kleinen Abnehmern die gleichen oder bessere Bedingungen als den größeren eingeräumt werden. Jedoch müssen wir, glaube ich, dieses Risiko eingehen. Mittlerweile haben wir größere Wachsamkeit auf die gewerblichen Abnehmer gerichtet, um das Ausmaß einer verstärkten Tätigkeit von ASI zu ermitteln." [26]

Produkt-Swap und Treuerabatt

(46) Wie erwähnt, wurde Weißzucker von ASI im Einzelhandel üblicherweise durch Round Tower [27] verkauft. Seit 1987/88 bezog Round Tower jedoch nahezu den gesamten Zucker von SDL. Da das bestehende Geschäft von ASI im Industriesektor in große Bedrängnis geriet, beschloß ASI 1988, Zucker von CFS in Kilo-Packungen „Eurolux" auf dem irischen Markt einzuführen.

(47) In der Sitzung vom 28. Juni 1988 des Board of Directors von SDH wurde diese Frage erörtert und in das Sitzungsprotokoll aufgenommen:

„In bezug auf den Einzelhandelsmarkt informierte Herr Keleghan das Board, daß ASI, wie schon bei der März-Sitzung vorgesehen, eine Einzelhandelspackung auf den Markt eingeführt habe. Auch wenn sie bisher damit keinen Erfolg gehabt hätte, glaubte er, es werde ihm gelingen, einige kleine Mengen Zucker in einige unabhängige Einzelhandelsläden zu bringen ...

Herr Comerford (Managing Director von Irish Sugar) erklärte, die Zuckerindustrie sei einer Herausforderung wie der jetzigen noch nie begegnet. Sollten wir diese nicht erfolgreich bestehen, so sähe die Zukunft der Zuckerindustrie in Irland wirklich sehr trübe aus. Er war über die bisherige Reaktion auf die Herausforderung sehr erfreut, aber besorgt über die Kosten für beide (Irish Sugar) und (SDL), die sehr hoch wären ..." [28].

(48) Nachdem ASI „Eurolux" vorgestellt und eingeführt hatte, traf SDL einige Maßnahmen, die auf Beschwerde von ASI vom Director of Consumer Affairs and Fair Trade nach irischem Recht gerichtlich angefochten wurden. Diese Maßnahmen werden in der eidesstattlichen Erklärung von Herrn Anthony Brennan, den im Namen des Direktors handelnden Authorized Officer vor dem Irish High Court folgendermaßen beschrieben.

(49) ASI schloß mit dem irischen Großhandelskonzern Allied Distribution Merchants (nachstehend „ADM") ein Geschäft für die Lieferung von Kristallzucker in Kilo-Packungen im oder um Februar 1988 ab. ADM willigte ein, 1 500 Tonnen Eurolux-Zucker in Kilo-Packungen zu kaufen, und Mitte April würde die erste Sendung von 24 000 Tonnen an das Lager von ADM für den Vertrieb an Einzelhandelsläden der Londis-Ladenkette geliefert. ADM veröffentlichte am 15. April 1988 ein Bulletin für seine sämtlichen Mitglieder, d. h. die Einzelhandelsläden der Londis-Ladenkette, mit dem sie diese informierte, daß Zucker vorrätig sei. Laut der eidesstattlichen Versicherung von Herrn Brennan führte nach der Veröffentlichung dieses Bulletins Herr Keleghan von SDL ein Gespräch mit Herrn Lane (Chief Executive von ADM). Die eidesstattliche Versicherung lautet wie folgt:

„Bei diesem Gespräch informierte Herr Keleghan Herrn Lane, wenn die von der Beklagten eingekaufte Zuckermenge (ca. [...] Tonnen pro Jahr) reduziert werde, so werde die Beklagte (SDL) für ihren Zucker den Bonus senken. Tatsächlich bedeutete dies, daß ADM weder verkaufen noch in Wettbewerb treten konnte und ihren von der Beklagten gewährten Bonus verlor. Herr Lane informierte Herrn Keleghan, daß er eine große Menge der ersten Lieferung von Eurolux-Kristallzucker unverkauft auf Lager halte. Herr Keleghan bot an, diesen Zucker zu kaufen, um ihn an die Verarbeitungsindustrie zu verkaufen, und er erklärte sich damit einverstanden, daß der Betrag, den er hierfür erhielt, auf dem Konto von ADM gutgeschrieben wurde. (...) Die vom Beklagten gekaufte Menge Eurolux-Zucker betrug 21,01 metrische Tonnen." [29]

Herr Brennan erklärte in seiner eidesstattlichen Versicherung weiter:

„Ich erkläre, daß Herr Lane auf meine Frage, warum nicht mehr Zucker bestellt worden sei, entgegnete, er halte den Markt noch nicht aufnahmefähig für Eurolux-Zucker. Er fügte hinzu, daß ADM eine Vereinbarung mit SDL getroffen habe, wonach ADM normalerweise [x] Tonnen Zucker zum Preis für [3 ×] Tonnen kaufe, das sei ein günstigerer Preis. Wenn sie die Zuckereinkäufe verringern müßten, verlöre diese Vereinbarung ihre Wirksamkeit, und sie könnten den Zucker von der Beklagten (SDL) nicht länger zum Preis für [3 ×] Tonnen erhalten." [30]

Aus den Akten geht hervor, daß die genannten 21 Tonnen Eurolux-Zucker von ADM am 22. April 1988 abgeholt wurden.

(50) Ähnliche Maßnahmen wurden gegenüber dem Einzelhändler Kelly's Spar Supermarkt getroffen. Laut der eidesstattlichen Versicherung von Herrn Brennan hatte Kelly ca. Mitte Mai 1988 von dem Vertreter von ASI eine halbe Tonne Eurolux-Zucker abgenommen. Der Eurolux-Zucker wurde zum Verkauf ausgestellt und zunächst gut verkauft. Aus der eidesstattlichen Versicherung von Herrn Brennan geht ferner hervor, daß etwa vier Wochen später SDL im Geschäft nachfragte, wie sich Eurolux verkaufe. Laut der eidesstattlichen Versicherung informierte Herr Kelly SDL, er wolle den Eurolux-Zucker nicht verkaufen, wenn er für Zukker von Irish Sugar einen besseren Preis erhalte. Herr Kelly erklärte, der Herr, der die Beklagte (SDL) vertrat, habe ihn informiert, daß

„wenn er ihn nicht überwälzen könne, würden sie ihn austauschen." ([31])

Die eidesstattliche Versicherung erklärt weiter, daß ca. zwei Stunden später der Eurolux-Zucker abgeholt und gegen eine gleiche Menge Zucker von Irish Sugar ausgetauscht wurde.

(51) In seiner eidesstattlichen Versicherung entgegnete Herr Keleghan von SDL im wesentlichen, daß sowohl ADM als auch Kelly Bedenken gehabt hätte, ob sie den gesamten Eurolux-Zucker, der an sie geliefert worden war, verkaufen könnten. Sowohl ADM als auch Kelly seien sich darüber im klaren gewesen, daß der irische Markt noch nicht aufnahmefähig für Eurolux-Zucker war. Im Fall von Kelly nahm SDL zur Kenntnis, daß Herr Kelly selbst darum gebeten hatte, den Austausch von Eurolux-Zucker gegen die Sorte Siucra zu vereinbaren.

(52) Aus den Aktenunterlagen ist ersichtlich, daß Irish Sugar, obwohl die Maßnahmen für den Produktaustausch von SDL getroffen wurden, von ASI über deren Schwierigkeiten gebührend informiert war. Am 18. Juli 1988 richtete Herr Loane von ASI folgendes Schreiben an Herrn Comerford, Chief Executive von Irish Sugar, unter der Anschrift von Irish Sugar in Dublin.

„Lieber Herr Comerford,

mit diesem Schreiben mache ich Sie auf die unlauteren Handelspraktiken aufmerksam, die neuerdings direkt von Ihrem Unternehmen oder von Sugar Distributors Limited, die unter Ihrer Kontrolle steht, gegen unsere Bemühungen, unsere Sorte Eurolux in 1-Kilo-Packungen in Irland im Einzelhandel zu vermarkten, angewendet werden. Wir haben den Director of Consumer Affairs and Fair Trading gebeten, unsere besonderen Schwierigkeiten zu untersuchen.

Speziell mit diesem Schreiben setzen wir Sie davon in Kenntnis, daß wir dagegen protestieren, daß Ihr Unternehmen unser Erzeugnis in der Spar-Einzelhandelskette Kelly's of Boyle ersetzt. Mit oder ohne Zustimmung des Eigentümers verstößt diese Maßnahme gegen die geltenden Rechtsvorschriften, und wir bitten Sie höflich, unser Erzeugnis hier und an anderen Stellen, bei denen diese Praxis angewandt wurde, wieder einzuführen.

Insbesondere lehnen wir die Anwendung schikanöser Taktiken gegenüber anderen Einzelhändlern ab, die die Vorteile von Eurolux genießen und weiter genießen würden, wenn diese nicht bedroht wären.

Wir bitten um Ihre Zusicherung, daß Sie restriktive Verfahrensweisen und unlautere Wettbewerbshandlungen einstellen und unter gleichen Bedingungen mit uns in Wettbewerb treten, wie wir es gemäß den Regeln der Europäischen Gemeinschaft berechtigt erwarten können." ([32])

(53) Der Director of Consumer Affairs and Fair Trade beantragte eine einstweilige Verfügung des Obersten Gerichtshofes, die es SDL untersagte, Eurolux-Zucker in 1-Kilo-Packungen vom Großhandel oder von Einzelhandelsgeschäften zu beziehen. Die einstweilige Verfügung wurde jedoch nicht erlassen, da nichts darauf hindeute, „daß andauernd gegen die maßgeblichen Verfügungen verstoßen wurde oder daß es voraussichtlich zu weiteren Verstößen kommen werde."

ii) *Einfuhren aus Nordirland*

(54) In den Jahren von 1985 bis 1990, insbesondere in einem Preiskrieg zwischen den britischen Zuckerherstellern British Sugar plc und Tate & Lyle plc, sah sich Irish Sugar vor das Problem grenzüberschreitender Einfuhren aus Nordirland nach Irland gestellt. Grundsätzlich könnten alle Zucker in Nordirland unabhängig von ihrem Ursprung für diese Einfuhren verwendet werden. Einbegriffen waren sowohl Zucker von konkurrierenden Herstellern wie Silver Spoon von British Sugar als auch der eigene Zucker von Irish Sugar, der entweder in loser Schüttung oder in Einzelhandelspackungen (mit dem Etikett McKinney) wiedereingeführt wurde. Diese Frage wurde bei mehreren Gesprächen erörtert und hatte verschiedene spezielle Maßnahmen zum Ergebnis, die als Abwehr gegen diese Einfuhren bezeichnet wurden.

Lieferbeschränkung

(55) Bei einem internen Gespräch zwischen Irish Sugar und SDL vom 23. Januar 1985 über Zucker in Packungen wurde folgendes zur Kenntnis genommen:

„Im November/Dezember über die Grenze eingeführte Zuckermenge schätzungsweise 700 Tonnen mit einer schnellen Zunahme im Januar.

Lieferungen an Großhändler im Grenzgebiet während der letzten beiden Monate wie folgt: (...) Herr A. J. Hogan (General Manager Marketing von Irish Sugar) hat vorgeschlagen, daß wir die jetzigen Rabatte von [...] £ pro Tonne in Nordirland nicht mehr gewähren. Dies hätte einen zweifa-

chen Vorteil, weil die Preise im Norden sich erhöhen und der im Süden erforderliche Rabatt geringer wird. Gleichzeitig mit dieser Maßnahme soll versucht werden, B.S.C. (British Sugar) und Tate & Lyle dazu zu bewegen, sich anzuschließen, aber unser Preis muß auf alle Fälle steigen.

Herr Keleghan (Sales Director von SDL) vertrat die Ansicht, daß es nur zwei Lösungsmöglichkeiten gibt.

a) Nationale Rabatte im Süden. Er hat [. . .] £ pro Tonne auf nationaler Basis mit [. . .] £ in Grenzgebieten für Februar/März vorgeschlagen. Geschätzte Kosten [. . .] £.

b) Aufhebung des jetzigen Rabatts von [. . .] £ im Grenzgebiet, da dieser unmöglich auf selektiver Basis beibehalten werden konnte, und Einschränkungen der Lieferungen von McKinney-Zucker an die Großhändler in Nordirland, die gegenwärtig den Händler im südlichen Landesteil beliefern.

Nach einer Erörterung wurde beschlossen, sich für die letztgenannte Lösung zu entscheiden. Mittlerweile werden die Bemühungen, B.S.C. und Tate & Lyle dazu zu bewegen, ihre Preise zu erhöhen, fortgesetzt." (33)

(56) Bei der Sitzung des Board of Directors von McKinney vom 6. Februar 1985 vermerkte Herr P. Wood (Director von McKinney):

„Wegen der Lieferbeschränkung für Zucker von McKinney im Grenzgebiet haben Tate & Lyle einige zusätzliche Verkäufe gewonnen." (34)

Selektive Rabatte (diskriminierende Preisbehandlung) einschließlich Grenzrabatte

(57) In einem Vermerk „SDL überprüft gegenwärtige (April 1986) Wettbewerbsprobleme bei Inlandszucker und Empfehlungen zur Preis-/Verkaufsförderungsstrategie" wird folgendes festgestellt:

„Seit dem letzten Preisanstieg für abgeteilten Zucker im Oktober 1984 (. . .) hat zwischen dem Inlandspreis und dem Preis des wettbewerbsfähigen Einfuhrerzeugnisses, zu dem wiedereingeführter abgeteilter und abgesackter Zucke von McKinney gehört, ein wesentliches Gefälle bestanden (. . .). Die Tätigkeiten von Round Tower Foods Limited, die gegenwärtig schätzungsweise 40 Tonnen abgeteilten Zucker pro Woche abpackt und verkauft (. . .), sind ein ständiger Grund zur Besorgnis und in diesem Stadium nur ein Merkmal der tatsächlichen/potentiellen Wettbewerbsszene, die die Preis- und Marktanteilsbeherrschung von „Siucra"-Paketzucker im Markt der Republik Irland bedroht". (35)

In demselben Vermerk wurden einige mögliche Strategien dargelegt:

„i) keine Maßnahmen ergreifen; ii) Marktverkaufspreise für alle Abnehmer um IEP [. . .] pro Tonnen reduzieren, wodurch die Lieferpreise Nord und Süd angeglichen werden. Diese Maßnahme müßte alle Probleme hinsichtlich Importwettbewerbsfähigkeit beseitigen, wäre aber finanziell gesehen überflüssig und zugleich unmöglich; iii) Senkung der Verkaufspreise um [. . .] £, was genügen müßte, um Auslandseinfuhren auf die Grenzgebiete zu beschränken und das Abpacken durch Round Tower Foods Limited auf oder unter dem jetzigen Niveau zu halten, aber Nachfrage von Einzelhandelsketten usw. nach gleichen Preisen im Norden und Süden nicht berücksichtigen würde; iv) Durchführung eines koordinierten Programms, um die empfindlichsten Gebiete zu berücksichtigen, mit dem Ziel, die Ladenpreise auf dem jetzigen Niveau zu halten. Dies ist die empfohlene Strategie, und SDL glaubt, daß sie in Anbetracht der ausgezeichneten Beziehungen auf dem Markt zusammen mit dem anerkannten Markenvorteil von Siucra-Produkten für den Rest des Jahres 1985/86 und für 1986/87 gewählt werden sollte. Nach Ansicht von SDL ist dies die vorzuziehende Option, da zu geringsten Kosten, wobei eingeräumt wird, daß nicht gewährleistet werden kann, dem verstärkten Druck von Round Tower Foods Limited/Importeuren standzuhalten. Wenn es zu letzterem kommt, müssen die angeführten aufwendigeren Lösungen erwogen werden." (36)

Zu der empfohlenen Strategie wird sodann weiter folgendes ausgeführt:

„i) weiter Verkaufsförderung im Gebiet Donegal mit [. . .] £ pro Paket [15 × 1-kg-Packungen] und Einbeziehung des Gebiets Monaghan/Dundalk (Grenzgebiet); (. . .) iv) mit ADM sind wegen der Art dieses Konzerns besondere Probleme aufgetreten. Die Kosten der mit ADM getroffenen befristeten Rabattabmachungen sind in Anlage E4 aufgeführt, und es wird damit gerechnet, daß es mit diesem Abnehmer zu weiteren Ausgaben von [. . .] £ pro Jahr kommt." (37)

(58) Der konkurrierende Zuckerverpacker Round Tower Foods war zu der Zeit als Parallelimporteur von Zucker aus Nordirland tätig, der mit seinem Etikett „Gold Seal" verkauft wird. In einem nicht datierten handschriftlichen Vermerk, der im Büro von Herrn Keleghan sichergestellt wurde, wird folgendes erklärt:

„Empfehlungen und Wirkungen betreffend Gold Seal Sugars: 1 R (Empfehlung) weiter wie jetzt, d. h. Rabatt, wenn notwendig. Gegenwärtig gewähren wir Rabatt an: [. . .]. Durch [. . .] gewähren wir Rabatt an viele unabhängige Händler, die größten sind [. . .]. Imp. [Implikation] Diese Methode ist sowohl rechtlich als auch geschäftlich überaus gefährlich. Rechtlich auf der Basis selektiver Preisfestsetzung. Geschäftlich auf der gleichen Basis, außer daß die Selektivität unsere kleineren Abnehmer, d. h. [. . .] begünstigt ... Ex Area Manager [. . .]. ... ist Abnehmer von weniger als [. . .] Tonnen pro Jahr und erhält einen Nettopreis von ... [. . .], der von [. . .] bis [. . .] Tonnen pro

Jahr oder mehr als [. . .] Tonnen gemeinschaftlich erwirbt . . .“ (38).

(59) Im Protokoll eines gemeinsamen Gesprächs von Irish Sugar und SDL vom 5. Juni 1986 steht folgendes:

„Herr C. M. Lyons (Managing Director von SDL) sagte, angesichts der sehr niedrigen Nordirland-Preise, die bereits diskutiert wurden, sei die Beibehaltung der Verkaufsförderungsleistung von [. . .] IEP pro Paket wesentlich. Aus dem genannten Grund wurde vereinbart, diese Verkaufsförderung beizubehalten.“ (39)

(60) In einem Vermerk an Herrn Keleghan vom 26. Juni 1986 schrieb Herr Lyons folgendes:

„1. [. . .]. Ich sprach gestern mit Joe Lane, der wegen des Standpunkts zu [. . .] £ je Paket für Juli anrief. (. . .) Ich riet ihm dazu auch für Juli. Er ging die einzelnen Kunden, die er zurückgenommen hatte, durch, es waren [. . .] von insgesamt [. . .] der Kunden, denen er ihn gegeben hat. Die anderen [. . .] sind treue Kunden, die immer bei ihm geblieben waren, aber in den betroffenen Gebieten unter Druck standen.“ (40)

(61) In einem Gespräch des Board of Directors von McKinney vom 19. September 1986 wurde folgendes berichtet:

„Zwar war die Abnahme der Verkäufe von Zucker in Packungen besorgniserregend, doch durfte nicht außer acht gelassen werden, daß ca. [. . .] Tonnen des weniger verkauften Zuckers auf reduzierte grenzüberschreitende Verkäufe von McKinney-Zuckern zurückzuführen waren.“ (41)

(62) In einem Vermerk „Diskussionspunkte“ (42) werden Probleme bei den grenzüberschreitenden Lieferungen beschrieben:

„2. BSC und Tate & Lyle senken ihre Preise (wir haben uns nicht angeschlossen) um weitere 12—13 £ in kleinen Abholgeschäften im Grenzgebiet (keines davon würde 300 Tonnen pro Jahr erreichen), die nur zu erfreut waren, ihr Produkt zu lagern, da das Erzeugnis McKinney mit einem Preisschild ausgezeichnet war und nicht für den grenzüberschreitenden Verkehr verwendet werden konnte.

Mit den zu niedrigen Preisen bei diesen Cash-and-Carry und Cross Border Merchants, die im Süden kaufen und Dumping betreiben, haben wir daher ein ernstliches Problem, da jetzt CSET (Irish Sugar) ca. [. . .] £ pro Jahr für Preisnachlässe im Grenzgebiet im Süden sowie in Nordirland den Verlust eines Marktanteils von [. . .] % am Einzelhandelspaketmarkt kostet. Das Problem ist potentiell viel schwerwiegender, da der Nachlaßbetrag steigt, und es könnte einen landesweiten Nachlaß auslösen, der bis zu [. . .] Mio. £ kosten könnte . . .“ (43).

(63) Im Protokoll einer Ausschußsitzung von SE (Irish Sugar)/SDL/JCC vom 7. Januar 1987 steht:

„Herr Keleghan berichtete, daß der Rabatt von [. . .] £ je Paket in allen Gebieten, außer in Donegal, auf [. . .] Pence pro Paket gesenkt wurde. Es wurde vereinbart, daß der Rabatt von Donegal ab 1. Dezember 1986 auf [. . .] Cent herabgesetzt wird.“ (44)

(64) Im Protokoll einer gemeinsamen Sitzung von Irish Sugar/SDL vom 12. Januar 1987 wird zu grenzüberschreitenden Lieferungen dargelegt:

„Herr C. M. Lyons sagt, daß die Senkung des grenzüberschreitenden Rabatts von [. . .] £ auf [. . .] Pence je Paket ohne größere Probleme vonstatten gegangen ist und daß die Senkung keine Zunahme der geringen Einfuhr von BSC und T&L-Zucker zum Ergebnis hat. Herr M. Leyden bestätigte eine ähnliche Reaktion im westlichen Landesteil.“ (45)

(65) Bei einer Sitzung des Board of Directors von McKinney vom 21. Januar 1987 wies Herr Keleghan darauf hin, daß der wesentliche Rückgang der Lieferungen an James Finlay Ltd.

„die reduzierten grenzüberschreitenden Lieferungen und auch den Verlust eines größeren VK-Vertrags durch diesen Abnehmer widerspiegelte.“ (46)

(66) Im Protokoll der Sitzung des Board of Directors von SDH vom 18. November 1987 steht:

„Die Grenzrabatte waren im Juli 1987 abgeschafft worden, wurden aber möglicherweise Anfang 1988 wieder eingeführt. Round Tower hat in letzter Zeit, scheint es, eine rationellere Vorgehensweise angewendet.“ (47)

(67) Im Protokoll der Sitzung des Board of Directors von SDH vom 29. März 1988 steht:

„Der kürzliche Preisanstieg bei abgeteiltem Zucker in Nordirland um 20 £ zusammen mit der Stärkung des Pfund Sterling gegenüber dem irischen Pfund hat die grenzüberschreitenden Einfuhren erheblich reduziert . . .“ (48).

(68) Im Protokoll der Sitzung des Board of Directors von SDH vom 28. Juni 1988 steht:

„Die Preissteigerungen für Zucker von BSC und Tate & Lyle haben dazu beigetragen, daß dieser Markt stabilisiert und die Zuckermengen von jenseits der Grenze verringert wurden“. (49)

(69) Im Protokoll einer Management-Sitzung von Irish Sugar/SDL vom 27. Juni 1990 steht:

„Herr T. G. Keleghan sagte, die grenzüberschreitenden Einfuhren aus dem Norden stellten eine potentielle Drohung für den Inlandsmarkt dar. Er sagte, wenn diese Drohung wahrgemacht werde, sei es wichtig, rasch mit geeigneten Gegenmaßnahmen zu reagieren. Dazu gehörten Preisauszeichnung bei McKinney-Zucker und angemessene Verkaufsförderungstätigkeiten im Inlandsmarkt . . .“ (50).

II. Preisverhalten zuungunsten bestimmter Abnehmerkategorien

i) *Zuckerausfuhrrabatte*

(70) Die Preise von Irish Sugar für Gewerbezucker richten sich nach den üblichen Geschäftskriterien wie der Liefermenge und den Zahlungsbedingungen sowie nach einer Reihe von anderen Faktoren. Weitaus am wichtigsten und nützlichsten ist ein Zuckerausfuhrrabatt zugunsten von Abnehmern, die ihr Enderzeugnis, wie etwa Süßwaren und Limonaden, ausführen. Diese Rabatte, die Irish Sugar als „Peripheral Factor Allowances — PFA" bezeichnet, werden entsprechend der letztlich ausgeführten Zuckermenge gezahlt, und aus dem Beweismaterial geht hervor([51]), daß mehrere Abnehmer ihre Ausfuhren vordatierten, um einen Rabatt zu beanspruchen — beispielsweise forderte der Marmeladenhersteller Chivers [. . .] IEP für die Zeit von Juli bis Oktober 1994, davon [. . .] IEP für Ausfuhren nach „Großbritannien und Europa". Irish Sugar erklärt, daß für einige Abnehmer, wie etwa die Kunden des Warenherstellers [. . .] und [. . .] (beste Kunden von Irish Sugar), der Rabatt in den Nettopreis für alle Zuckerkäufe einbezogen wurde, obwohl [. . .] zu den Unternehmen gehört, die Irish Sugar die verwendete Menge Ausfuhrzucker „regelmäßig melden". Obwohl das Ausfuhrrabattsystem demjenigen der allgemeinen Zuckerregelung für Ausfuhren außerhalb der Gemeinschaft ähnlich ist, sind die meisten Ausfuhren, für welche Rabatte gewährt werden, nach anderen Mitgliedstaaten bestimmt. Irish Sugar behauptet, daß das Rabattsystem infolge der Ausfuhrfördermaßnahmen der Regierung in den 70er Jahren entstand. Die Regelung besteht also schon seit beträchtlicher Zeit, und Zuckerausfuhrrabatte wurden schon in Gesprächen zwischen Vertretern von Irish Sugar und SDL vor Februar 1990 erörtert.([52])

(71) In einem Schreiben vom 24. Februar 1994 an das Amt für Verbraucherangelegenheiten erklärte Herr Heaphy von Irish Sugar, daß der Ausfuhrrabatt „[. . .] bis [. . .] £ für jede Tonne Zucker zur Verwendung für die Herstellung des Ausfuhrerzeugnisses betragen hat"([53]). In einem Schreiben an die Kommission erklärte Irish Sugar, daß Durchschnittsdaten der Ausfuhrrabatte nur in den Unternehmensunterlagen von 1987 enthalten sind, und legte Berechnungen des Gesamtrabattwertes für die Gesamtmenge vor, die in den Jahren 1987 bis 1995 einen durchschnittlichen Rabatt von ca. [. . .] IEP pro Tonne ergeben, obwohl ungewiß ist, wie dieser Durchschnitt den einzelnen Abnehmern zugeordnet wird([54]). Tatsächlich ist den Unterlagen zu entnehmen, daß die Ausfuhrrabatte bis zu [. . .] IEP pro Tonne betragen können, daß für Abnehmer, die die gleichen Mengen ausführen, ein Rabatt pro Tonne in unterschiedlicher Höhe gewährt wird, daß der Rabatt zu verschiedenen Zeiten ohne entsprechende Veränderung in den Kauf- oder Ausfuhrmengen oder ohne entsprechende Wechselkursänderungen zu unterschiedlichen Zeiten reduziert werden kann. Irish Sugar hat erklärt:

„. . . wenn ein Unternehmen eine Zeit lang PFA erhalten hat, wird der PFA effektiv in den Kaufpreis des Unternehmens integriert, und das Unternehmen wird infolgedessen denselben Rabatt beanspruchen".([55])

(72) Rabatte können auch differenziert werden, je nachdem für welchen Mitgliedstaat die Ausfuhren bestimmt sind; beispielsweise erhält der Süßwarenhersteller William McKenny [. . .] IEP Rabatt für Zucker, der letztlich für das Vereinigte Königreich bestimmt ist, und [. . .] IEP Rabatt für Ausfuhren nach anderen Staaten. Diese Rabatte werden dann im Durchschnitt mit den für den Inlandsmarkt bestimmten Käufen berechnet, um einen Gesamtrabatt von [. . .] IEP pro Tonne für alle Zuckerkäufe dieses Kunden zu gewähren. Andererseits erhält der Getränkehersteller Clintock [. . .] IEP Rabatt für alle Käufe, weil „ein sehr hoher Anteil ausgeführt wird" („a very high percentage is exported") — es werden keine Daten darüber vorgelegt, welcher Anteil wohin ausgeführt wird. In Gesprächen mit der Kommission haben Vertreter von Irish Sugar dargelegt, daß Rabatte für einzelne Kunden auf Ad-hoc-Basis gewährt werden und daß sie dem Unternehmen, das sie erhält, gemeldet werden. In einem Schreiben vom 7. Oktober 1993 an den Konzern BSN schlägt Herr Heaphy von SDL eine Preissenkung um [. . .] IEP pro Tonne für Zuckerlieferungen an die BSN-Tochter Irish Biscuits vor (im Rahmen der jährlichen Preisverhandlungen mit BSN) und fügt sodann hinzu, „wir wenden eine Ausfuhrrabattabmachung mit Irish Biscuits an, und vorbehaltlich weiterer Erörterungen mit Irish Biscuits schlagen wir einen Rabatt von [. . .] IEP pro Tonne vor"([56]). Es gelten keine festen Sätze oder Schwellenbeträge für Ausfuhrrabatte, und das System wird nicht allgemein bekanntgemacht.

ii) *Preisdifferenzierung gegenüber konkurrierenden Zuckerverpackern*

(73) Anfang 1990 hörte ASI auf, den Zuckereinzelhandel zu beliefern, und der Anteil an nicht-irischen Zuckererzeugnissen war gering und praktisch gleichbleibend (Round Tower hielt einen gleichbleibenden Marktanteil von [. . .] % und verwendete hauptsächlich irischen Zucker). Mitte 1993 führten jedoch vier Verpacker mit Gem Pack und Burcom an der Spitze 1-Kilo-Packungen Zucker im Einzelhandel ein und profitierten dabei von der großen Preisspanne zwischen Gewerbezucker und Haushaltszucker. Gem Pack bezog Zucker nur von Irish Sugar. Burcom verwendete mit der Zeit sowohl Importzucker (von ASI) als auch Zucker von Irish Sugar. 1993 beschloß auch ASI, unter Verwendung von französischem Importzucker seine eigene Einzelhandelspackung auf dem Markt einzuführen.

Für Gewerbezucker in Rechnung gestellter Preis

(74) Zusätzlich zu den Ausfuhrrabatten gewährt Irish Sugar auch verschiedene weniger günstige (zwischen [...] und [...] IEP pro Tonne) nicht mengenbezogene Rabatte. Im allgemeinen sind diese für Abnehmer „im Inland" bestimmt, obwohl vier Unternehmen sie zusätzlich zu den Ausfuhrrabatten erhalten. Es gibt Rabatte für neue Unternehmen, marktfern angesiedelte Unternehmen und Unternehmen, deren rasches Wachstum erwartet wird oder wurde. Tatsächlich erhalten praktisch alle Unternehmen einen Nachlaß irgendeiner Form, mit Ausnahme konkurrierender Zuckerverpacker, wie aus der eigenen Preisliste für losen Gewerbezucker von Irish Sugar vom 30. Juni 1994 hervorgeht.

Tabelle 6

Größte gewerbliche Kunden von Irish Sugar 1994	Einkauf 1994 (in Tonnen)	Bruttopreis 30. 6. 1994 IEP/Tonnen	Nettopreis 30. 6. 1994 IEP/Tonnen
[...]	[...]	[...]	[...]

* Der Bruttopreis enthält bereits den Zuckerausfuhrrabatt.
** Kauft Zucker in Säcken (in der Regel mit Aufschlag).
(S) Zuckerverpacker.

Quelle: Antworten von Irish Sugar vom 10. August 1994 und vom 10. März 1995 auf Auskunftsersuchen der Kommission. Beide sind in Anhang 8 der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 25. März 1996 zu finden.

(75) Den Unterlagen von Irish Sugar ist zu entnehmen, daß 1990 Gem Pack einen PFA oder Ausfuhrrabatt von [...] IEP pro Tronne erhielt. Irish Sugar hat den Grund dafür nicht angegeben, aber geltend gemacht, daß Gem Pack [...] IEP pro Tonne Rabatt zur Unterstützung im Wettbewerb gegen Einfuhren von Zuckerbeuteln bis 1993 erhielt, solange das Unternehmen nicht mit Irish Sugar im Einzelhandelssektor bei Zucker in 1-Kilo-Packungen in Wettbewerb trat. Dieser Rabatt für Zuckerbeutel endete, als Gem Pack bei 1-Kilo-Packungen mit Irish Sugar in Wettbewerb trat. Irish Sugar erklärt [57], daß Gem Pack in der Folge im Oktober 1995 ein Rabatt von [...] IEP pro Tonne gewährt

wurde, der aber auf das Jahr 1994 zurückdatiert wurde. Ferner hat Irish Sugar vorgebracht[58], daß auch der Zuckerverpacker Burcom 1994, obwohl das in dem Antwortschreiben vom August 1994 nicht mitgeteilt worden war, einen Rabatt auf seinen Zuckerpreis erhalten habe, weil für das Unternehmen zum Preis von [...] IEP „ein Preis in Rechnung gestellt wurde, so als habe es [...] bis [...] Tonnen bezogen"[59] als „Burcom in ihrem ersten Geschäftsjahr (Mai 1993/94) [...] Tonnen kaufte"[60]. Hierzu ist zur Kenntnis zu nehmen, daß für Burcom auch nach dem ersten Geschäftsjahr und trotz ihres raschen Wachstums am 30. Juli 1994 weiter [...] IEP berechnet wurden. In dem bis Ende Dezember 1994 laufenden Jahr bezog Burcom ca. [...] Tonnen Zucker. Ferner zahlte der Kaugummi-Hersteller Topps Ireland Ltd, der 1994 nur [...] Tonnen Zucker bezog, einen um nur [...] IEP pro Tonne höheren Bruttopreis als Burcom.

(76) So wie die Ausfuhrrabatte wurden auch andere Rabatte ausschließlich auf Ad-hoc-Basis vereinbart und mündlich mitgeteilt. Also können Unternehmen angesichts ähnlicher Bedingungen ganz unterschiedliche Rabatte erhalten. Beispielsweise erhält der Erfrischungsgetränkehersteller Gleeson [...] IEP pro Tonne Rabatt aufgrund seiner Enfernung vom Dubliner Markt, obwohl er sich näher an Dublin befindet als andere Abnehmer. Batchelor wurde 1994 ein Verkaufsförderungsrabatt („promotional rebate") von [...] IEP pro Tonne gewährt, obwohl seine Einkaufsmengen laut Irish Sugar erheblich zurückgegangen waren („declined significantly"). Sogar Topps erhielt [...] IEP Rabatt auf seinen niedrigen Bruttopreis, weil einige Jahre vorher, als das Unternehmen gegründet wurde, wesentliche Lieferungen erwartet worden waren („expected to be substantial"). Zwischen der Verkaufsleistung besteht ein eindeutiger Zeitabstand, und Rabatte für neugegründete Unternehmen („start-up") und rasch wachsende („fast growing") Unternehmen sind, scheint es, auf nicht im Zuckergeschäft tätige Unternehmen begrenzt.

(77) Wie bei den Ausfuhrrabatten sind nicht nur die Beträge pro Tonne bei diesen inländischen („domestic") Rabatten unterschiedlich hoch, sondern diese werden auch je nach Abnehmer nach verschiedenen Methoden, d. h. mit oder ohne Rechnung, für alle Lieferungen oder rückwirkend (als Pauschalbetrag) und bei bestimmten Liefermengen, gewährt.

Zielrabatte und selektive Preisfestsetzung

(78) Im Frühjahr 1994 (März bis Mai) hat Irish Sugar im Zusammenhang mit einer World-Cup-Werbung den wichtigsten Lebensmittelgroßhändlern in Irland Zielrabatte auf seine Sorte Siucra in 1-Kilo-Packungen angeboten.

(79) Irish Sugar hat erklärt, daß Großhändlern ein zusätzlicher Nachlaß von [...] % auf alle Käufe angeboten wurde, wenn sie diese gegenüber den davor getätigten durchschnittlichen wöchentlichen Käufen um [...] % steigern konnten. Die Steigerung wurde unter Zugrundelegung der 26 Wochen von April bis September 1993 berechnet. Gemäß den Unterlagen, die bei dem Unternehmen sichergestellt wurden, erhielten mehrere Großhandelskonzerne einen höheren zielbezogenen Nachlaß, und zwei Kunden haben dies auf Auskunftsverlangen hin bestätigt. Das Unternehmen National Wholesalers Grocers Alliance Ltd (nachstehend „NWGA"), auf das ca. [...] % des Großhandelsmarkts entfallen, erhielt einen Zielrabatt von [...] %, und der Konzern Musgraves einen Zielrabatt von [...] %. Irish Sugar hat vorgebracht[61], daß diese Unternehmen der Kommission hinsichtlich des als Zielrabatt erhaltenen Prozentsatzes falsche Angaben gemacht haben. Jedoch steht in den eigenen Unterlagen[62] der Irish Sugar für Musgraves eindeutig das Ziel [...] % („Target [...] %"), was der eigenen Erklärung von Musgraves zu dem erhaltenen Zielrabatt entspricht. Irish Sugar bestreitet nicht, daß allen beteiligten Großhändlern eine Art von Zielrabatt gewährt wurde.

(80) In einem handschriftlichen internen Geschäftsbericht („Operations Report") steht für Einzelhandelszucker, „die Verkaufsförderungstätigkeit im April und Mai trug zum Lageraufbau und daher zu niedrigeren Absatzniveaus im Juni und wahrscheinlich auch im Juli bei"[63].

(81) Irish Sugar startete im Oktober eine weitere zweiwöchige Runde von Zielrabatten für Siucra, die wiederum entsprechend den wöchentlichen Durchschnittspreisen in den Monaten April bis September 1993 berechnet wurden. Großhandelskonzernen wurde ein Nachlaß von [...] IEP pro Tonne (ca. 3 % auf den durchschnittlichen Großhandelspreis) eingeräumt, wenn sie ihren Absatz über diesen wöchentlichen Durchschnitt hinaus um 8 % steigern konnten. Gemäß den Rechnungen für verkaufte 1-Kilo-Packungen Siucra bezogen viele Abnehmer erheblich mehr als die Zielmenge.

(82) Zielrabatte wurden auch selektiv angeboten. Im Dezember 1994 bot Irish Sugar der führenden Einzelhandelskette [...] einen Zielrabatt für 1995. In einem unternehmensinternen Vermerk vom 15. Dezember 1994 „Vorschlag 1995 [...]" („[...] 1995 Proposal") steht ein „Wachstumsimpuls" („growth incentive") von [...] % auf Siucra-Käufe 1995, abhängig von „einer Steigerung der Siucra-Mengen um [...] Tonnen" („an increase of [...] tonnes in Siucra volumes"). Da ein sehr großer Anteil der gesamten Lieferungen von Zucker der Marke Siucra 1994/95 an [...][64] auf Zucker in 1-Kilo-Packungen entfielen, würde eine Zunahme der Siucra-Käufe weitgehend Käufe von Siucra in 1-Kilo-Packungen einschließen. Seinerzeit stand Irish Sugar hinsichtlich der Belieferung von [...] mit Zucker der eigenen Marke [...]

in 1-Kilo-Packungen mit Burcom in Wettbewerb. Im Greencore Corporate Plan vom Juli 1994 steht, daß [...] % im April 1994 [...] wieder auf den Markt gebracht hat, „[...] % von Burcom und [...] % von uns selbst geliefert" („supplied [...] % by Burcom and [...] % by ourselves"), und daß „[...] entschlossen ist, [...] einzuführen ... [...] räumt für [...] und Siucra den gleichen Ladenraum ein". Wenn [...] mehr Siucra kaufte, so führte das wohl zu rückläufigen Verkäufen der Marke [...] in 1-Kilo-Packungen, dem Erzeugnis, bei dem Burcom als Lieferer konkurrierte.

(83) Irish Sugar hat geltend gemacht, daß Burcom die Geschäftstätigkeit am 14. Dezember 1994 einstellte und der unternehmensinterne Vermerk daher die Betriebsschließung von Burcom vordatiert und daß „seinerzeit Burcom nicht auf den Markt allgemein oder für Rechnung von [...] im besonderen in Wettbewerb trat" [65]. Der Zielrabatt für [...] steht jedoch auch im Auszug des Verzeichnisses „Ergänzende Bedingungen" („Register of Supplementary Terms") von Irish Sugar, das, wie Irish Sugar ausdrücklich festgestellt hat, eine umfassende Aufstellung seiner Bedingungen enthält, um die Anforderungen des irischen Lebensmittelgesetzes („Irish Groceries Acts") [66] zu erfüllen. In dem Auszug [67] steht, daß das „Markenerzeugnis Siucra [...] % Wachstumsanreize Siucra [...] %" am 8. Dezember 1994 in das Verzeichnis eingetragen und somit an oder vor diesem Datum bestimmt worden war. Außerdem nahmen die eigenen unternehmensinternen Gewinn- und Verlustvorausschätzungen von Irish Sugar nach der Einführung der Marke Castle auf den Markt Ende 1994 in Aussicht, daß Burcom ihre Käufe von Zucker in loser Schüttung von [...] Tonnen in den Jahren 1993/94 auf [...] Tonnen 1994/95 [68] verdoppeln würde.

(84) Irish Sugar hat erklärt, daß im Februar 1995 dem Großhandelskonzern [...] für Erzeugnisse von Irish Sugar in der Zeit von März bis Februar 1996 ein Zielrabatt und ein nicht zielbezogener Rabatt angeboten wurden. Im Jahr davor hatte [...] Erzeugnisse von Irish Sugar im Wert von ca. [...] Mio. IEP bezogen. Die festgelegten Bedingungen, die von [...] bestätigt wurden, waren ein uneingeschränkter Rabatt von [...] % auf den Kaufwert und ein weiterer von der Zunahme der Käufe während des Jahres um [...] % anhängiger Rabatt von [...] %.

RECHTLICHE WÜRDIGUNG

ARTIKEL 86

(85) Nach Artikel 86 EG-Vertrag ist mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar und verboten jede mißbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung auf dem Gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben durch ein oder mehrere Unternehmen, soweit dies dazu führen kann, den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen.

A. *Der relevante Markt*

Der produktmäßig relevante Markt

(86) Wie der Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften in seinem Urteil in der Rechtssache Hoffmann-La Roche gegen Kommission [69] befand, „[setzt nämlich] der Begriff des relevanten Marktes die Möglichkeit eines wirksamen Wettbewerbs zwischen zu ihm gehörenden Erzeugnissen voraus, so daß ein hinreichender Grad von Austauschbarkeit zwischen allen zum gleichen Markt gehörenden Erzeugnissen im Hinblick auf die gleiche Verwendung erforderlich ist."

(87) In ihrer Entscheidung im Fall Napier Brown-British Sugar [70] über bestimmte wettbewerbsbeschränkende Praktiken bei dem Verkauf von Kristallzukker vertrat die Kommission den Standpunkt, daß der Markt für Kristallzucker der produktmäßig relevante ist.

(88) Spezialzucker, flüssige Zucker und Sirupe werden für andere Zwecke eingesetzt als Kristallzucker; sie entsprechen nicht den gleichen Anforderungen und sind demnach nicht Teil des produktmäßig relevanten Markts, da sie vom Standpunkt der Verbraucher nicht austauschbar sind.

(89) Industriell hergestellte Zuckersurrogate wie Sacharin, Cyclomate oder Aspartam konkurrieren mit natürlichem Zucker nur in begrenzten Anwendungsmöglichkeiten wie den Diätprodukten und gehören daher nicht zu dem gleichen produktmäßig relevanten Markt wie Kristallzucker.

(90) Die Kommission erkennt jedoch das Vorbringen von Irish Sugar [71] an, daß der Kristallzuckermarkt wiederum in zwei Märkte aufgeteilt ist, den Gewerbe- und den Haushaltszuckermarkt. Beide Märkte weisen sich überschneidende Merkmale auf; bei beiden handelt es sich um das gleiche Ausgangsprodukt, Kristallzucker, und die Gesamtversorgung von beiden ist durch die Marktorganisation für Zucker beschränkt. Während jedoch versorgungsmäßig ein gewisses Maß an Substitution besteht, unterscheiden sich die Märkte hinsichtlich der Verwendung der Erzeugnisse, der Absatzmengen und der Abnehmerkategorien. Gewerbezucker wird lose und in großen (z. B. 50-kg-)Packungen verkauft und wird entweder als ein Bestandteil von Nahrungsmitteln und Getränken verarbeitet oder als Haushaltszucker abgepackt. Die Abnehmer von Gewerbezucker sind daher weitgehend Nahrungsmittel- und Getränkehersteller und Verpacker. In bestimmten Mitgliedstaaten sind auch einige Zuckerhändler oder -zwischenhändler auf dem gewerblichen Markt tätig. Haushaltszucker wird in kleineren Mengen, z. B. in 1-kg-Packungen und in -Beuteln verkauft und in erster Linie in Haushalten oder im Gastronomiehandel verwendet. Die Abnehmer von Haushaltszucker sind, soweit es sich um den Zuckerverarbeiter handelt, der Großhandel und der Einzelhandel.

Diese Unterschiede in der Verpackung, im Vertrieb und in den Kundenprofilen für Gewerbe- und Haushaltszucker führen zu unterschiedlichen Preisstrukturen in den beiden Märkten gemeinschaftsweit.

Der räumliche relevante Markt

(91) Der räumlich relevante Markt wird vom Gerichtshof wie folgt definiert [72]:

„Ein abgegrenzter räumlicher Bereich, in dem es [das Produkt] vertrieben wird und in dem die Wettbewerbsbedingungen hinreichend homogen sind, um eine Einschätzung der wirtschaftlichen Macht des betroffenen Unternehmens zu ermöglichen."

(92) Der räumlich relevante Markt, in dem die Marktmacht von Irish Sugar zu beurteilen ist, ist Irland. Dies ergibt sich aus folgenden Tatbestandsmerkmalen.

(93) Wie erwähnt, ist ein Hauptmerkmal der gemeinsamen Marktorganisation für Zucker, daß in der Gemeinschaft jedem Mitgliedstaat eine Grundmenge von aus Rüben gewonnenem Zucker zugeteilt wird, den er in Quoten auf seine zuckerrübenverarbeitenden Unternehmen aufteilt („A-/B-Zucker"). Da in Irland Zuckerrüben nur von Irish Sugar verarbeitet werden, erhält das Unternehmen die gesamte A-/B-Zuckerquote für dieses Land zugeteilt. Diese Quote, die gegenwärtig 200 000 Tonnen pro Jahr beträgt, überschreitet den Inlandsverbrauch bei weitem. Die Produktion von Irish Sugar genügte bisher, um den Gesamtbedarf an Zucker in Irland zu decken. Im Fall Suiker Unie und andere gegen Kommission hat der Gerichtshof befunden, daß die gemeinsame Organisation des Zuckermarkts die Herstellung und den Verkauf von Zucker in der Gemeinschaft stark beeinflußt [73].

„Es steht fest, daß durch die vorstehend geschilderte Quotenregelung, die eine zunehmende Verlagerung der Produktion in für den Rübenanbau besonders geeigneten Gebieten und darüber hinaus eine merkliche Erhöhung der Produktion verhindert hat, die Mengen begrenzt wurden, die die Hersteller im Gemeinsamen Markt abzusetzen vermögen."

„Diese Beschränkung ist in Verbindung mit den verhältnismäßig hohen Frachtkosten geeignet, einen beachtlichen Einfluß auf einen wesentlichen Wettbewerbsfaktor, nämlich das Angebot, und damit auf Umfang und Struktur des Handels zwischen Mitgliedstaaten auszuüben."

Jedoch

„Welche Einwände sich auch immer gegen das System vorbringen lassen, das insbesondere mittels nationaler Quoten der Abschottung der nationalen Märkte Vorschub leistet und auf dessen Auswirkungen noch einzugehen sein wird, Tatsache ist, daß für die Wettbewerbsregeln ein echter, wenn auch schmaler Anwendungsbereich bleibt.

(94) Irish Sugar ist der einzige Zuckerhersteller mit einem gut eingeführten Absatzsystem, durch das die Abnehmer landesweit beliefert werden. Die gewerblichen und Einzelhandelskunden in Irland beziehen ihre Lieferungen im Inland. Sie kaufen ihren Zucker entweder von Irish Sugar oder von Importeuren, tätigen aber selbst keine Direkteinfuhren.

(95) Irish Sugar hat vorgetragen, der Gerichtshof habe im Fall Suiker Unie hervorgehoben, daß sich in der Gemeinschaftsregel auch Bestimmungen finden, die die Entwicklung des Handels zwischen Mitgliedstaaten und hierdurch einen wirksamen Wettbewerb fördern oder doch wenigstens geeignet sind, die von den obengenannten Bestimmungen herrührenden gegenteiligen Wirkungen abzuschwächen. Insbesondere werde darauf Bezug genommen, daß durch die Einführung von Überschuß- und Zuschußgebieten ein gewisser innergemeinschaftlicher Verkehr mit raffiniertem Zucker in das gemeinschaftliche System eingefügt wurde [74]. Obwohl die irische A-/B-Zuckerquote weit über dem Inlandsverbrauch liegt, wird Irland durch die Zuckerregelung als Zuschußgebiet behandelt. Das bedeutet, daß der Interventionspreis für Zucker in Zuschußgebieten wie Irland höher ist, um Einfuhren aus Überschußgebieten nach Zuschußgebieten zu fördern. Weiter trägt Irish Sugar vor, daß riesige Zuckerüberschüsse in Frankreich, Deutschland, Dänemark, Belgien und den Niederlanden vorhanden sind, die grundsätzlich nach Irland verkauft werden könnten. Es müsse jedoch zur Kenntnis genommen werden, daß bisher nur ein kleiner Anteil des gesamten Kristallzuckerverbrauchs in Irland auf Zuckereinfuhren nach Irland entfiel [75]. Eine Hauptschranke für die Zuckereinfuhr vom Kontinent sind die Frachtkosten, insbesondere mangels einer Ladung in die entgegengesetzte Richtung. Irish Sugar hat vorgetragen [76], daß trotz der erwähnten Aussage über den Einsatz von speziellen („dedicated") Containern in dem Plan, Greencore Corporate Plan von Juni 1994 „das Fehlen von Rücksendungen kein Problem mehr ist" („the absence of return loads is no longer an issue"), weil die für den Zuckerimport eingesetzten Container jetzt für Rücksendungen verwendet werden können. Unabhängig von der derzeitigen Lage zeigt jedoch die eigene Aussage von Irish Sugar, daß die Frachtkosten praktisch während des gesamten Bezugszeitraums ein Hindernis für Rohzuckereinfuhren waren. Außerdem besteht für Einfuhren von abgepacktem Zucker das strukturelle Hindernis, daß die gewerblichen Abnehmer im Laufe der Jahre dazu übergegangen sind, ihren Zucker in Silos abzulagern. Dies hat einen andauernd rückläufigen Markt für abgepackten Zucker zum Ergebnis, auf den heute weniger als 7 000 Tonnen entfallen.

(96) Nordirland gehört nicht zu demselben räumlichen Markt wie Irland. Obgleich Irish Sugar in der Provinz einen recht hohen Marktanteil ([. . .] %) hält, herrscht eindeutig ein ganz anderes Wettbewerbsklima als in Irland. In Nordirland wird kein Zucker hergestellt. Irish Sugar tätigt ihre Einfuhren durch ihre Tochergesellschaft McKinney, und Haushaltszucker wird unter der Marke McKinney verkauft. Außerdem stehen die beiden britischen Hersteller British Sugar und Tate & Lyle, die auf dem Markt von Irland nicht vertreten sind, auf dem nordirischen Markt in Wettbewerb. Auf diese Hersteller entfallen im übrigen [. . .] bis [. . .] %. Auch auf der Nachfrageseite des Marktes besteht ein erheblicher Unterschied, da viele Abnehmer Konzernen angehören, die auch in anderen Teilen des Vereinigten Königreichs eingeführt sind und ihren Zuckerbedarf deshalb wohl eher bei britischen Herstellern decken. Außerdem bestehen zwischen Nordirland und Irland erhebliche Preisunterschiede. Insbesondere war Haushaltszucker in Nordirland immer erheblich billiger als in Irland, und in den von der Kommission kopierten geschäftsinternen Unterlagen von Greencore wird auf den Inlandsrabatt („home market premium") auf Zucker verwiesen. Solange auf dem Markt für Haushaltszucker ein genügend großer Preisunterschied zwischen Nordirland und Irland bestand, um Einfuhren aus Nordirland anzulocken, zeigte sich, daß Irish Sugar allen Angriffen auf ihre Stellung in ihrem eigenen „Inlandsmarkt" (home market) Irland widerstehen konnte. Während des Preiskriegs im Vereinigten Königreich konnte Irish Sugar insbesondere für Haushaltszucker in Irland einen wesentlichen Preisunterschied aufrechterhalten. Bei Gewerbezucker konnte Irish Sugar auch erheblich höhere Preise für nur auf dem Inlandsmarkt tätige Abnehmer beibehalten.

(97) Daher ist ein ganzer Mitgliedstaat, Irland, der räumlich relevante Markt. Dies ist ein wesentlicher Teil des Gemeinsamen Markts. 1993/94 betrug der gesamte Zuckerverbrauch in Irland 173 000 Tonnen. Wie erwähnt, ist der Pro-Kopf-Zuckerverbrauch in Irland höher als im Gemeinschaftsdurchschnitt, woraus seine Rolle in der wirtschaftlich bedeutenden Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie des Landes sowie auf dem Einzelhandelsmarkt ersichtlich wird.

(98) Die Kommission kommt daher zu dem Schluß, daß die Märkte für Kristallzucker für den Einzelhandel sowie für gewerbliche Zwecke in Irland die relevanten Märkte sind. Ferner gelangt sie zu dem Ergebnis, daß dies — ausgehend vom Umfang der Herstellung und des Verbrauchs von Zucker — ein wesentlicher Teil des Gemeinsamen Marktes ist.

B. *Beherrschende Stellung*

(99) Irish Sugar nimmt auf dem Markt für Kristallzukker für den Einzelhandel und für gewerbliche Zwecke in Irland eine beherrschende Stellung ein.

(100) In seinem Urteil in der Rechtssache Hoffman-La Roche gegen Kommission definiert der Gerichtshof den Begriff Beherrschung wie folgt([77]):

„Mit dieser beherrschenden Stellung [im Sinne des Artikels 86] ist die wirtschaftliche Machtstellung eines Unternehmens gemeint, die dieses in die Lage versetzt, die Aufrechterhaltung eines wirksamen Wettbewerbs auf dem relevanten Markt zu verhindern, indem sie ihm die Möglichkeit verschafft, sich seinen Wettbewerbern, seinen Abnehmern und letztlich den Verbrauchern gegenüber in einem nennenswerten Umfang unabhängig zu verhalten . . .

Das Vorliegen einer beherrschenden Stellung kann sich aus dem Zusammentreffen mehrerer Faktoren ergeben, die jeweils für sich genommen nicht ausschlaggebend sein müssen, unter denen jedoch das Vorliegen erheblicher Marktanteile im hohen Maße kennzeichnend ist."

(101) Für die Entscheidung, daß Irish Sugar auf den Märkten für Kristallzucker für gewerbliche Zwecke und den Einzelhandel in Irland eine beherrschende Stellung innehat, werden folgende Faktoren berücksichtigt.

(102) Von 1985 bis 1995 hielt Irish Sugar über 90 % des gesamten Kristallzuckermarktes. Infolgedessen hatten die Wettbewerber von Irish Sugar in beiden Märkten nur geringfügige Marktanteile. ASI — Haupteinführer von Gewerbezucker und zu bestimmten Zeiten von Haushaltszucker nach Irland — hielt von 1985 bis 1995 einen Marktanteil von ca. [. . .] % oder weniger. Round Tower hielt jahrelang einen Anteil von [. . .] bis [. . .] % des kleineren Einzelhandelsmarkts. Gem Pack hielt 1993/94 einen Anteil von [. . .] % des Zuckermarkts für den Einzelhandel, bezieht aber ebenfalls seinen Gewerbezucker von Irish Sugar.

(103) Für die Bestimmung der Stellung von Irish Sugar am irischen Markt ist es unerheblich, daß Irish Sugar gegenüber anderen Zuckerherstellern in anderen Mitgliedstaaten gemessen an der Zuckerherstellung verhältnismäßig klein ist. Die Tatsache, daß Irish Sugar in der ersten Hälfte der achtziger Jahre Verluste verzeichnet, ist mit dem Vorliegen einer beherrschenden Stellung nicht unvereinbar([78]).

(104) Die Zuckerregelung der Gemeinschaft begrenzt die Verkäufe von in der Gemeinschaft hergestelltem Zucker in der Gemeinschaft auf die Gesamtmenge der nationalen Produktionsquoten. Irish Sugar ist der einzige Zuckerhersteller der Insel und erhält jährlich die gesamte Zuckerquote Irlands zugeteilt. Diese Quote reicht aus, um den Gesamtbedarf an Kristallzucker in Irland zu decken. Das Unternehmen hat ein guteingeführtes Absatzsystem, durch das es landesweit Abnehmer in der Industrie sowie im Groß- und Einzelhandel beliefert.

(105) Der Wettbewerb durch Einfuhrzucker hat Irish Sugar seit 1985 nicht daran gehindert, weiter hohe Marktanteile zu halten und somit eine beherrschende Stellung im Sinne von Artikel 86 einzunehmen. Nur ein geringer Anteil des gesamten Kristallzuckerverbrauchs in Irland entfiel auf eingeführten Zucker. Insbesondere beeinflußten die Zuckereinfuhren aus Nordirland und Frankreich die Wettbewerbsstellung von Irish Sugar nur geringfügig.

(106) Irish Sugar hat vorgetragen([79]), daß sie auf dem Gewerbezuckermarkt in Irland nicht beherrschend sei wegen der Marktstärke („position of strength vis-à-vis Irish Sugar") ihrer gewerblichen Hauptabnehmer gegenüber Irish Sugar, insbesondere ihrer beiden größten Kunden [...] und [...], auf die zusammen ca. [...] % ihrer gewerblichen Verkäufe entfallen und die, macht das Unternehmen geltend, die Produktion in Irland überhaupt einstellen könnten, wenn die Produktionsfaktoren zu teuer würden („could cease production in Ireland altogether if the factors of production become too expensive. In such an event these companies would be likely to produce elsewhere and therefore be lost to Irish Sugar for good"). „In einem solchen Fall würden diese Unternehmen wahrscheinlich andernorts tätig werden und wären für Irish Sugar für immer verloren."

(107) Jedoch auch wenn zugegebenermaßen diese besonderen Abnehmer eine bestimmte Kaufkraft haben, sind sie für ihre Losezuckerlieferungen auch auf Irish Sugar angewiesen. Wie unter Randnummer 94 festgestellt, bewirkt die Zuckerregelung, daß der Umfang anderer Zuckerlieferungen eingeschränkt wird. Überdies sind die Frachtkosten für Zucker nach dem Ausland eine Hauptschranke für die Einfuhr von Zucker nach Irland. Wie erwähnt, ist die Marktnische für eingeführten Gewerbezukker, insbesondere abgepackten Zucker, in den letzten Jahren fortschreitend kleiner geworden, da die gewerblichen Abnehmer dazu übergehen, ihre Zukkerlieferungen in Silos zu lagern. Zudem erschwert es die geringe Größe der irischen Märkte den Zuckerherstellern in den Beneluxstaaten, Frankreich, Deutschland und Dänemark, für ihre Investitionen in Verkäufe auf dem irischen Markt ausreichende Erträge zu erzielen. Die Tatsache, daß Unternehmen langfristig Betriebsverlagerungen beschließen können, schließt nicht aus, daß sie heute auf einen besonderen Anbieter angewiesen sind.

(108) Wie die Kommission in der Fusionsentscheidung Nestlé/Perrier([80]) vorgetragen hat, muß die Konzentration auf der Nachfrageseite mit der Konzentration auf der Angebotsseite verglichen werden. Im Falle des irischen Gewerbezuckermarkts, auf den im fraglichen Zeitraum über 90 % (und die meiste Zeit [...] %) auf Irish Sugar entfielen, ist belegt, daß sich trotz der Marktpräsenz zweier Großkunden die Nachfrageseite aus einer Anzahl von Käufern zusammensetzt, die nicht gleich stark sind und zu einer Gruppe zusammengefaßt werden können, damit sich folgern ließe, daß sie die Marktposition des Anbieters mit über 90 % bedrängen können. Der Anteil der Verkäufer der beiden größten Kunden ist kein Gegengewicht zu der beherrschenden Stellung von Irish Sugar. Wie im Fall Nestlé/Perrier vorgetragen wird, muß die Kommission bei der Anwendung der Wettbewerbsregeln auch die schwächeren Kunden mit schützen. Wie nachstehend erläutert, hat Irish Sugar besonderen Kundenkategorien unterschiedliche Verkaufsbedingungen auferlegt. Außerdem gehörten die durchschnittlichen Ab-Werk-Preise für losen Kristallzucker in Irland zu den höchsten in der Gemeinschaft. Sie waren andauernd höher als die Durchschnittspreise im Vereinigten Königreich, dem nächstgelegenen Mitgliedstaat, in dem auch Zucker hergestellt wird.

(109) Obwohl Irish Sugar im fraglichen Zeitraum einen etwas geringeren Anteil am Einzelhandelszuckermarkt hielt (über 85 %), ist sie auch auf diesem Markt beherrschend. Die Tatsache, daß große Ladenketten wie [...] und andere Einzelhandelsketten in den letzten Jahren ihren Marktanteil gegenüber den Großhandelskonzernen gesteigert haben, schließt eine Marktbeherrschung nicht aus. Wie die Kommission in den beiden Fusionsentscheidungen Nestlé/Perrier und Procter & Gamble/VP Schickedanz II([81]) vortrug, muß bei der Bestimmung des verhältnismäßigen Verhandlungsspielraums von Einzelhändlern gegenüber Herstellern die Stärke der Markentreue des Verbrauchers berücksichtigt werden. Irish Sugar hat selbst den anerkannten Markenvorteil („recognised branding advantage") ihrer Siucra-Markenerzeugnisse zugegeben.

Sogar die wenigen Einzelhändler, die eigenen Markenzucker anbieten, beziehen diesen aus Gründen der Kundentreue gegenüber einer Marke aus irischer Produktion von Irish Sugar. Außerdem halten diese Unternehmen sehr geringe Marktanteile und decken nahezu ihren gesamten Bedarf an Gewerbezucker bei Irish Sugar, obwohl in den letzten zehn Jahren mehrere inländische Wettbewerber auf dem Einzelhandelsmarkt tätig gewesen sind.

(110) Nach den Ausführungen oben konnte sich Irish Sugar in dem relevanten Zeitraum gegenüber seinen Wettbewerbern in beiden Märkten, einschließlich Unternehmen in Irland, die Zucker für Einzelhandelsverkäufe auf dem irischen Markt abpacken und Zuckerherstellern mit Sitz in anderen Mitgliedstaaten, in einem nennenswerten Umfang unabhängig verhalten.

(111) Vor 1990 hielt Irish Sugar 51 % an SDH (Muttergesellschaft von SDL) und stellte die Hälfte des Board von SDH. Irish Sugar hat jedoch betont, daß sie in dieser Zeit die Geschäftsleitung von SDH nicht kontrollierte. Dem Board von SDH und SDL gehörten der Managing Director von Irish Sugar und mehrere andere Direktoren von Irish

Sugar an, und die Verantwortungen und Mitverantwortungen von Irish Sugar und SDL wurden ab Mitte 1982 zugewiesen. SDL war für Verkäufe und Preisstellungsbeschlüsse verantwortlich. Wie oben angeführt, erörterte Irish Sugar außerdem in gemeinsamen monatlichen Besprechungen mit Vertretern ihrer Vertriebstöchter ihr geschäftspolitisches Konzept einschließlich der Probleme, die sich sowohl für Irish Sugar als auch SDL/SDH als eine Folge von Einfuhren stellten, und welche Defensivmaßnahmen getroffen werden sollten. In Treffen der Vertreter von SDL/SDH und Irish Sugar wurden auch die Preise für Einzelabnehmer einschließlich der Zuckerausfuhrrabatte in Einzelheiten besprochen.

(112) Neben der Kapitalbeteiligung von Irish Sugar an SDH, ihrer Vertretung in den Boards von SDH und SDL, der Beschlußfassungsstruktur der Unternehmen und dem Kommunikationsprozeß zu ihrer Erleichterung bestanden direkte wirtschaftliche Verbindungen zwischen den Unternehmen. SDL war verpflichtet, ihren gesamten Zucker von Irish Sugar zu kaufen. Irish Sugar bezahlte die gesamte Verkaufsförderung und Rabatte von SDL für Einzelkunden. Diese wirtschaftlichen Verbindungen schafften eindeutig gleichgelagerte Interessen der beiden Unternehmen gegenüber Dritten. Der Gerichtshof befindet in seinem Urteil in der Rechtssache Italian Flat Glass([82]), daß, wenn zwei oder mehr unabhängige wirtschaftliche Einheiten auf einem spezifischen Markt durch wirtschaftliche Bande so miteinander verknüpft sind, daß sie infolgedessen eine beherrschende Stellung im Verhältnis zu den anderen Marktteilnehmern einnehmen, sie zusammen eine beherrschende Stellung einnehmen können.

(113) Irish Sugar hatte folglich während des gesamten relevanten Zeitraums alleine oder zumindest — vor Februar 1990 — eine gemeinsame beherrschende Stellung auf dem Kristallzuckermarkt sowohl für Einzelhandels- als auch für industrielle Abnehmer in Irland inne.

C. *Mißbrauch der marktbeherrschenden Stellung*

(114) Nach den Ausführungen, die sich auf die Beweisunterlagen stützen, ergibt sich, daß in den Jahren seit 1985 ein Hauptmerkmal der Geschäftspolitik von Irish Sugar die Abschottung ihres einheimischen Markts in Irland einerseits vor Einfuhren aus anderen Mitgliedstaaten und andererseits vor konkurrierenden Zuckerverpackern in Irland gewesen ist. Außerdem gehörte es mindestens zehn Jahre lang zur Geschäftspolitik von Irish Sugar, im Inlandsmarkt eine diskriminierende Preispolitik vorzuschreiben. Im Rahmen dieser Verfahrensweisen bediente sich Irish Sugar anderer als der Methoden, die den auf der Leistung der Händler beruhenden ordnungsgemäßen Wettbewerb bei Produkten oder Dienstleistungen bedingen, mit der Wirkung, daß die Aufrechterhaltung des auf dem Markt noch bestehenden Wettbewerbs oder dessen Entwicklung behindert wurde. Die Kommission kommt daher zu dem Schluß, daß Irish Sugar seine beherrschende Stellung auf dem Zuckermarkt in Irland mißbräuchlich ausgenutzt hat([83]).

(115) Die Feststellung, daß eine marktbeherrschende Stellung gegeben ist, beinhaltet an sich keinen Vorwurf gegenüber dem betreffenden Unternehmen, sondern bedeutet nur, daß dieses unabhängig von den Ursachen dieser Stellung eine besondere Verantwortung dafür trägt, daß es durch sein Verhalten einen wirksamen und unverfälschten Wettbewerb auf dem Gemeinsamen Markt nicht beeinträchtigt([84]). Die Tatsache, daß Irish Sugar durch ihre Quotenproduktion bestimmte Verantwortungen im Rahmen der gemeinsamen Marktorganisation für Zucker übertragen worden sind und daß teilweise als ein Ergebnis davon Irish Sugar eine beherrschende Stellung auf dem Markt in Irland einnimmt, entbindet sie nicht ihrer Verpflichtung, nicht mißbräuchlich zu handeln. Artikel 1 der Verordnung Nr. 26/62 des Rates vom 4. April 1962 zur Anwendung bestimmter Wettbewerbsregeln auf die Produktion landwirtschaftlicher Erzeugnisse und den Handel mit diesen Erzeugnissen([85]), geändert durch die Verordnung Nr. 49([86]), bestimmt, daß die Artikel 85 bis 90 EG-Vertrag auf alle in den Artikeln 85 Absatz 1 und 86 EG-Vertrag genannten Vereinbarungen, Beschlüsse und Verhaltensweisen bezüglich der Produktion der in Anhnag II des EG-Vertrags aufgeführten Erzeugnisse und den Handel mit diesen Anwendung finden. Während die genannte Verordnung für die Anwendung von Artikel 85 bestimmte Ausnahmen vorsieht, gilt Artikel 86 im landwirtschaftlichen Bereich ausnahmslos.

(116) Irish Sugar hat, um seinen Markt zu verteidigen, auf verschiedene Formen mißbräuchlicher Verhaltensweisen zurückgegriffen, die in der ganzen Zeit seit 1985 abwechselnd oder in Verbindung miteinander immer dann angewandt wurden, wenn es für notwendig gehalten wurde.

(117) Die Maßnahmen, die von Irish Sugar vor 1990 hinsichtlich der Frachtbeschränkung, von beiden Unternehmen hinsichtlich der Grenzrabatte, Ausfuhrrabatte und des Treuerabatts und von SDL hinsichtlich des Produktaustauschs und der selektiven Preisfestsetzung getroffen wurden, wurden in gemeinsamer marktbeherrschender Stellung ergriffen.

(118) Aufgrund der Beweisunterlagen gelangt die Kommission zu dem Schluß, daß Irish Sugar und/oder SDL folgende vorschriftswidrige Verhaltensweisen anwandten, die — wie erwähnt — Teil einer anhaltenden allgemeinen Verfahrensweise zum Schutz der Inlandsmärkte von Irish Sugar für Gewerbezucker ebenso wie für Einzelhandelszucker waren.

I. Maßnahmen zum Schutz des Inlandsmarkts vor dem Wettbewerb durch Einfuhren aus anderen Mitgliedstaaten

i) *Einfuhren aus Frankreich*

(119) Seit 1985 trafen Irish Sugar und SDL Maßnahmen zur Behinderung des Wettbewerbs durch französischen eingeführten Gewerbe- und Haushaltszucker. Die Maßnahmen bestanden in der Frachtbeschränkung für französischen Zucker nach Irland und in einer selektiven Preisstellung, einschließlich Gewährung von Treuerabatt und Produktaustausch.

Frachtbeschränkung

(120) 1985 traf Irish Sugar Maßnahmen, um zu verhindern, daß ASI ihren französischen Zucker durch die staatliche Linienreederei B&I nach Irland befördern ließ. Irish Sugar übte auf dieses Speditionsunternehmen, dessen Dienste ASI in Anspruch nahm, Druck aus, und der Spediteur gab diesem Druck nach. Seinerzeit beförderte nicht nur B&I Güter auf dem Seewege zwischen Frankreich und Irland, doch wandte sich ASI an das Unternehmen als einen geeigneten Spediteur für seinen Zucker. Das Vorgehen von Irish Sugar schränkte das Einfuhrgeschäft von ASI mit französischem Zucker unvermeidlich ein und führte dazu, daß ASI ein gerichtliches Verfahren gegen B&I und Irish Sugar einleitete.

(121) Irish Sugar hat vor der Kommission zugegeben, daß es gegenüber B&I die Aussage gemacht hat, aus dem Geschäft auszusteigen, wenn B&I weiter CFS-Zucker aus Frankreich nach Irland beförderte. Jedoch macht es geltend, daß es sich von CFS, einem viel größeren Zuckerhersteller, bedroht fühlte. Ihres Erachtens war es seinerzeit auch mit den Verpflichtungen gegenüber ihrem gemeinsamen Anteilseigner, nämlich dem irischen Staat, unvereinbar, daß B&I Frachtdienste für CFS bereitstellte.

(122) Nach Auffassung der Kommission ist dies keine gültige Begründung. Die Ausübung von Druck auf ein Speditionsunternehmen, um es an der Beförderung von Konkurrenzware zu hindern, kann nicht als ein normales Geschäftsgebahren gelten. Diese Maßnahme bezweckte und bewirkte den Schutz der Marktstellung von Irish Sugar in Irland und somit die Einschränkung des Wettbewerbs in diesem Markt zuungunsten der Verbraucher. Bei diesen Gegebenheiten wird gefolgert, daß Irish Sugar, dadurch daß es auf die Reederei B&I Druck im Hinblick auf die Einstellung der Beförderung von französischem Zucker für ASI ausübte, Artikel 86 verletzt hat.

Selektive Preise

(123) In einem Vermerk vom 8. März 1988 an die Mitglieder der Exekutive von Irish Sugar/SDL/JCC zu den französischen Zuckereinfuhren legt Herr Keleghan (seinerzeit Verkaufsdirektor von SDL) eine Politik der selektiven niedrigen Preisstellung für potentielle Abnehmer von ASI dar. Diese Niedrigpreise sollten nicht allgemein, auch nicht Großabnehmern angeboten werden. Eine derartige Politik verstößt gegen den im Fall Michelin gegen Kommission([87]) aufgestellten Grundsatz.

Produktaustausch

(124) Der Kommission liegt Beweismaterial darüber vor, daß SDL, als ASI 1988 CFS-Zucker in 1-kg-Packungen als Haushaltszucker der Marke Eurolux einführte, mit einem Großhändler und einem Einzelhändler vereinbarte, ihren eigenen Zucker gegen Eurolux-Zucker auszutauschen. Irish Sugar hat dies vor der Kommission zugegeben. Laut Irish Sugar wurde aber entgegen der Aussage in der eidesstaatlichen Versicherung von Herrn Brennan, dem Bevollmächtigten (Authorized Officer) des Director of Consumer Affairs and Fair Trade, vom irischen High Court nicht mit einer finanziellen Sanktion gedroht. Für Irish Sugar war der Austausch eine Reaktion auf die unzulängliche Nachfrage nach dem schleppend vermarkteten französischen Erzeugnis. Der Produktaustausch bewirkte somit nicht, daß die Einführung von CFS auf dem irischen Markt behindert wurde.

(125) Den Aussagen von Irish Sugar über die Umstände des Produktaustausches kann schwerlich zugestimmt werden. Im Falle von ADM erfolgt der Austausch schon kurz, nachdem ADM ihre sämtlichen Mitglieder (d. h. die Einzelhandelsläden der Londis-Kette) mit einem Bulletin vom 15. April 1988 über die Lieferbarkeit des Eurolux-Zuckers informierte. Die Beteiligten ließen somit nicht genügend Zeit für die Einführung und Vermarktung des neuen Erzeugnisses. Was Kelly betrifft, wurde laut der eidesstattlichen Versicherung von Herrn Brennan das Erzeugnis zunächst gut verkauft. Dafür, daß Kelly plötzlich den Eurolux-Zucker gegen eine gleiche Menge des entsprechenden Erzeugnisses umzutauschen hatte. Die Kommission kommt daher zu dem Schluß, daß in beiden Fällen Irish Sugar mit dem Produktaustausch offensichtlich verhindern wollte, daß Eurolux überhaupt auf dem Markt in Irland eingeführt wurde und somit den erforderlichen geschäftlichen Goodwill erlangte. Der Austausch selbst bewirkte, daß der Eintritt eines neuen Erzeugnisses auf den irischen Markt, das mit der Marke Siucra von Irish Sugar konkurrieren würde, behindert wurde. Ferner ist zur Kenntnis zu nehmen, daß laut der Aussage von Herrn Comerford (General Manager von Irish Sugar) in der Besprechung des Board von SDL vom 28. Juni 1988 Irish Sugar seinerzeit den Wettbewerb durch Eurolux nicht als nebensächlich betrachtete. Irish Sugar war von ASI über die Maßnahme von SDL informiert worden.

(126) Der Produktaustausch durch ein beherrschendes Unternehmen stellt einen Mißbrauch im Sinne von

Artikel 86 dar, sofern die Einschränkung oder Ausschaltung des Wettbewerbs durch einen Marktteilnehmer bezweckt oder bewirkt([88]) wird. Dies ist hier der Fall. Tatsächlich führte der Produktaustausch zu einer Konsolidierung der gemeinsamen Marktstellung von Irish Sugar und SDL mit einer Quasimonopolisierung des Zuckerangebots im Markt.

Treuerabatt

(127) Die Vereinbarung zwischen SDL und ADM, durch die ADM sich einen günstigen Preis sicherte, wenn sie ein bestimmtes Zielkaufpreisniveau erreichte (d. h. der Preis von [3x] Tonnen, wenn sie [x] Tonnen abnahm), war offensichtlich kein normaler Mengenrabatt und stellte einen Ziel- oder Treuerabatt dar, der die Ankoppelung eines Abnehmers an den beherrschenden Anbieter bewirkte. Somit lag ein Verstoß gegen Artikel 86 mit Zustimmung der SDL und Mitteln von Irish Sugar vor.

ii) *Einfuhren aus Nordirland*

Selektive Rabatte (diskriminierende Preise) einschließlich Grenzrabatte

(128) Durch eine Politik der selektiven oder diskriminierenden Preise auf dem Zuckermarkt Irland trafen Irish Sugar und SDL insbesondere im Zeitraum 1985 bis 1988 Maßnahmen, um die Einfuhren aus Nordirland zu beschränken. Zu dieser Politik gehörte die Gewährung von Sondernachlässen für ausgewählte Abnehmer. Insbesondere wurde bestimmten Abnehmern im Grenzgebiet zu Nordirland ein Sonderrabatt („border rebate") eingeräumt. Dieser Rabatt wurde zwischen Irish Sugar und SDL offen erörtert und mit Mitteln von Irish Sugar gewährt. Mit diesem Rabatt sollten die Einfuhren billigerer Haushaltspackungen von Nordirland nach Irland reduziert werden. Zwischen dem Grenzrabatt und objektiven Wirtschaftsfaktoren wie der Absatzmenge der Kunden bestand keine Beziehung. Er wurde angewandt und moduliert, wenn die Auffassung bestand, daß der Preisunterschied zwischen Nordirland und Irland einen Anreiz für grenzüberschreitende Lieferungen geboten haben könnte.

(129) Die Anwendung des Grenzrabatts ist ein Mißbrauch der gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Irish Sugar und SDL im Sinne des Artikels 86. Tatsächlich bedeutet dies, daß Irish Sugar/SDL auf gleichwertige Geschäfte mit anderen Handelspartnern ungleiche Bedingungen anwandten und somit diejenigen, die für den Rabatt nicht in Betracht kamen, wettbewerblich benachteiligten. Zudem sollte mit diesem Rabatt von Zuckereinfuhren aus Nordirland, gleich ob es sich um Zukkereinfuhren von Konkurrenten der Irish Sugar oder um Wiedereinfuhren ihres eigenen Zuckers handelte, abgeschreckt werden und wurden somit die Märkte zuungunsten der Verbraucher begrenzt. Der Grenzrabatt ist daher Bestandteil eines Geschäftsgebarens, wonach Märkte aufgeteilt und Wettbewerber ausgeschlossen werden. Es fehlte dafür eine objektive wirtschaftliche Rechtfertigung wie etwa die von dem Abnehmer bezogenen Mengen, das Marketing und die Transportkosten oder irgendwelche Werbe-, Lager-, Wartungsfunktionen oder sonstige Funktionen, die der relevante Verbraucher ausgeübt haben könnte. Er wurde lediglich aufgrund des Standorts des Einzelhändlers gewährt, insbesondere danach, ob sich der Standort des jeweiligen Kunden im Grenzgebiet zu Nordirland befand oder nicht. Diese selektiven oder diskriminierenden Preispraktiken wurden von der Kommission und dem Gerichtshof in vorhergehenden Fällen verurteilt([89]).

(130) Irish Sugar bestreitet grundsätzlich nicht, daß sie zusammen mit SDL Geschäftspraktiken anwandte, um mit Billigeinfuhren aus Nordirland nach Irland zu konkurrieren. Irish Sugar hat jedoch vorgetragen, daß die Kommission die relevante Verhaltensweise gemessen an dem wirtschaftlichen und sachlichen Hintergrund beurteilen sollte. Insbesondere wird darauf hingewiesen, daß die fraglichen Praktiken tatsächlich in den Jahren 1984 bis 1986 zur Zeit des in Nordirland ausgefochtenen Preiskriegs zwischen British Sugar und Tate & Lyle angewandt wurden. Irish Sugar macht geltend, da sie seinerzeit schwere Verluste verzeichnete, habe sie auf diese Billigeinfuhren nicht durch Senkung ihrer Preise auf das Niveau von Konkurrenzeinfuhren reagieren können.

(131) Irish Sugar hat in ihrer Antwort auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte weiter vorgetragen, daß ihre Politik der selektiven Preisstellung sowohl hinsichtlich der französischen als auch der nordirischen Einfuhren eine Defensivmaßnahme war. Irish Sugar hat unter Bezugnahme auf eine Klausel in der Entscheidung der Kommission über einstweilige Anordnungen im Fall ECS/AKZO([90]) dargelegt, „daß es nicht mißbräuchlich ist, wenn ein marktbeherrschender Anbieter seine Preise anpaßt, um sie auf Konkurrenzangebote an seine vorhandenen Kunden abzustimmen"([91]) („it is not abusive for a dominant supplier to align its prices to match competing offers made to its existing customers"). Irish Sugar hat im wesentlichen geltend gemacht, daß sie durch diese Geschäftspraktiken ihre Existenzfähigkeit als Zuckeranbieter zu wahren versuchte. Irish Sugar behauptet, damit sollte sichergestellt werden, daß Irish Sugar ihre Pflichten im Rahmen der gemeinsamen Marktorganisation erfüllen konnte, indem sie den Handel mit ihren eigenen Erzeugnissen einzuschränken versuchte, wodurch sich ihre Verluste erhöhten und ihre Existenzfähigkeit bedroht wurde; dieser Handel sei nur wegen des Preisgefälles möglich gewesen, nicht durch das fragliche Unternehmen verusacht und durch die expansive Preisstrategie größerer Zuckerverarbeiter in anderen Mitgliedstaaten noch verschärft worden.

(132) Irish Sugar hat weiter auf die Entscheidung der Kommission im Fall BPB-Industries plc[92] Bezug genommen, in dem die von BPB Industries angebotenen Preisermäßigungen für Abnehmer in einem bestimmten räumlichen Gebiet, in dem sie mit Lafarge UK Ltd im Wettbewerb stand, eine mißbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung waren, da der „Anteil des Preisnachlasses einer geringfügigen Preisermäßigung" (4—4,5 %) entsprach und [war nicht Bestandteil irgendeines Plans zur systematischen Anpassung der Preise an die Konkurrenzware] („amounted to a small price reduction ... not in themselves predatory, nor were they part of any scheme of systematic alignment").

(133) Erstens ist zur Kenntnis zu nehmen, daß die von Irish Sugar und SDL angewandte selektive Preisstellung erheblich über die von ihnen erwähnten Geschäftspraktiken hinausging. Insbesondere im Falle der Grenzrabatte wurde diese, wie aus oben Gesagtem hervorgeht, einem breiten Kundenkreis in verschiedenen Grenzbezirken zu verschiedener Zeit angeboten. Sie umfaßten auch Nachlässe von [über 5,5 %][93]. Außerdem gehörte die Anwendung selektiver Preise in beiden Fällen zu einer systematischen Verfahrensweise, von Einfuhren in den Markt, in dem sie eine gemeinsame beherrschende Stellung einnahmen, abzuhalten und daher den vorhandenen begrenzten Wettbewerb zu beschränken. Im Fall von Angeboten an potentielle ASI-Kunden versuchten diese, das Wachstum einer kleinen Gesellschaft, die Gewerbe- und Haushaltszucker in den irischen Markt importierte, zu behindern.

(134) Es steht außer Zweifel, daß ein Unternehmen in beherrschender Stellung berechtigt ist, diese Marktstellung zu verteidigen, indem es mit einem anderen Unternehmen auf deren Markt in Wettbewerb tritt. Jedoch darf das beherrschende Unternehmen nicht vorsätzlich Wettbewerber auszuschließen versuchen bzw. tatsächlich ausschließen. Es trägt eine besondere Verantwortung dafür, das auf dem Markt verbleibende Ausmaß an Wettbewerb nicht weiter zu beeinträchtigen[94]. Unternehmen, die in einem räumlichen Markt stark oder sogar beherrschend sein können, sind in bezug auf andere räumliche Märkte, in denen sie mit einem lokalen beherrschenden Unternehmen im Wettbewerb stehen, in einer anderen Stellung. Die Aufrechterhaltung eines Systems des wirksamen Wettbewerbs erfordert jedoch, daß der Wettbewerb von Unternehmen, die auf dem räumlichen Markt, in dem die Beherrschung vorliegt — unabhängig von ihrer Marktstellung in separaten räumlichen Märkten zur Beurteilung der Marktbeherrschung —, nur kleine Wettbewerber sind, vor den Verhaltensweisen des beherrschenden Unternehmens geschützt werden, die darauf abgestellt sind, sie nicht aufgrund größerer Wirksamkeit oder besserer Leistung, sondern durch einen Mißbrauch von Marktmacht vom Markt auszuschließen. Bei der abschließenden Entscheidung der Kommission im Fall ECS/AKZO[95] wurde festgestellt, daß ein Unternehmen mit einem Marktanteil von mindestens 50 % mißbräuchlich handelt, wenn es Kunden eines kleineren Wettbewerbers selektiv Niedrigpreise anbietet, während es für seine bestehenden Abnehmer weiter wesentlich höhere Preise anwendet. Der Gerichtshof hat diesen Grundsatz aufrechterhalten. In der Zeit, in der Irish Sugar die Einfuhren zu beschränken versuchte, hielt sie den irischen Gewerbe- und Haushaltszuckermarkt beide zu 90 %.

(135) Die Kommission kommt zu dem Schluß, daß sämtliche vorstehend erwähnten Geschäftspraktiken, d. h. Grenzrabatte, Frachtbeschränkung sowie Produktaustausch und Treuerabatt, denselben Zweck verfolgten, nämlich den Schutz der Marktstellung von Irish Sugar in Irland. Die kumulative Wirkung dieser Geschäftspraktiken trug zur Abriegelung dieses Marktes für Wettbewerber bei. Daher wird gefolgert, daß Irish Sugar und SDL, dadurch daß sie diese Praktiken anwandten, eine gemeinsame marktbeherrschende Stellung mißbraucht haben.

II. Preisstellungsverhalten, das besondere Abnehmerkategorien diskriminiert

i) *Zuckerausfuhrrabatte*

(136) Durch die Gewährung von Rabatten an bestimmte Abnehmer je nach dem abschließenden Verwendungszweck des Zuckers mißbraucht Irish Sugar seine beherrschende Stellung durch Preisdiskriminierung, d. h. die Anwendung ungleicher Bedingungen auf gleiche Geschäftsabschlüsse im Sinne des Artikels 86 Buchstabe c), und benachteiligt sie dadurch wettbewerblich.

(137) Erstens liegt eine Ungleichbehandlung im Ausfuhrrabattsystem vor, da es „Ausführer" („Exporters") gibt, die nicht im gleichen Ausmaß wie andere Vorteile erzielen, entweder weil sie nur einen verhältnismäßig geringen Anteil ihrer Produktion exportieren oder weil Irish Sugar beschließt, ihnen für den Anteil, den sie ausführen, einen verhältnismäßig niedrigen Ausfuhrrabatt einzuräumen. Obwohl Irish Sugar vorgetragen hat, daß ein Hauptgrund für das Ausfuhrrabattsystem die Wechselkursschwankungen und Veränderungen bei anderen Kostenfaktoren für Ausführer gewesen sei, zeigen die Tatsachen und gibt Irish Sugar zu, nachdem ein besonderer Rabattsatz mit einem Unternehmen vereinbart worden sei, habe die Tendenz bestanden, diesen trotz Änderungen bei den jeweiligen Wechselkursen und anderen Produktionsfaktorkosten jahrelang anzuwenden. Irish Sugar hat in ihrer Antwort auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte erklärt, daß sie ihr Ausfuhrrabattsystem „revidieren" und Beschwerden wegen Ausfuhrrabatten prüfen wird.

(138) Ferner ist das Ausfuhrrabattsystem an sich diskriminierend. Der Umstand, daß Gewerbezucker verarbeitet und nach anderen Mitgliedstaaten ausge-

führt wird, ändert nichts am Wesen des Geschäfts, und es besteht kein Unterschied hinsichtlich der Art des gelieferten Produkts oder der Lieferkosten, die Irish Sugar trägt.

(139) Außerdem hat Irish Sugar vorgetragen, daß im fraglichen Zeitraum im größeren Umfang Nahrungsmittel nach Irland eingeführt wurden. Dies sei teilweise „die Entwicklung neuer Handelsallianzen in Irland ... zwischen VK-Käufergruppen und Käufergruppen in Südirland sowie zwischen Käufergruppen auf dem Kontinent und irischen Käufergruppen. Diese Veränderungen im Handel haben einen erheblichen stärkeren Wettbewerb sowie andere Handelsbedingungen und Preise von großen Lebensmittelherstellern im VK, VK-Ladenketten und VK-Käufergruppen mit sich gebracht. Anfänglich kam dies durch Nordirland ... aber in letzterer Zeit direkt nach Irland" ([96]) („the development of new trade alliances in Ireland ... between UK buying groups and southern Ireland buying groups, as well as between mainland European buying groups and Irish buying groups. These trade changes have brought significantly increased competition, as well as different trade terms and prices coming from large food manufacturers in the UK, UK multiples and UK buying groups. Initially this has come through Northern Ireland ... but more recently directly into Ireland").

Irische Lebensmittelhersteller, die den Inlandsmarkt versorgen, einschließlich — wie Irish Sugar zugibt — Zuckerverpacker sind daher mit stärkerem Wettbewerb und einem schwierigeren Marktumfeld konfrontiert. Laut Irish Sugar hält diese Tendenz offenbar an, während Wechselkurse schon dem Wesen nach in beiden Richtungen schwanken. Irish Sugar hat jedoch fortwährend gleiche Preise zugunsten inländischer Lebensmittelhersteller angewandt.

(140) Die Kommission stimmt dem Vorbringen von Irish Sugar nicht zu, daß Zuckerausfuhrrabatte nicht diskriminierend seien, weil diejenigen Hersteller, die sich dafür entscheiden, ihre Ware nur auf dem Inlandsmarkt anzubieten, im Vergleich zu den Ausführern „wettbewerblich nicht benachteiligt sind([97])" („are not at a competitive disadvantage"). Irish Sugar hat außer acht gelassen, daß in einer Volkswirtschaft, die nach anderen Mitgliedstaaten ausführt und von dort einführt, Faktoren wie Wechselkursschwankungen, alle, ob „inländische" oder „ausführende" Unternehmen, die handelsfähige Güter herstellen, betreffen. Ein „inländischer" Kunde von Irish Sugar, der mit einem Unternehmen aus einem anderen Mitgliedstaat auf dem irischen Markt in Wettbewerb tritt, ist eindeutig wettbewerblich benachteiligt im Vergleich zu einem bezuschußten „ausführenden" Kunden, der mit demselben „ausländischen" Unternehmen im Mitgliedstaat des Unternehmens in Wettbewerb tritt. Dadurch daß Irish Sugar sich auf die Beziehung zwischen ihren Abnehmern konzentrierte, hat sie außer acht gelassen, daß sie gegenüber Dritten wettbewerblich benachteiligt werden können.

(141) Zweitens hat Irish Sugar nicht berücksichtigt, daß Ausfuhrrabatte Zucker, der für den irischen Markt bestimmt ist, quersubventionieren. Wie erwähnt, wird das Zuckerausfuhrrabattsystem häufig auf die Zuckerkäufe insgesamt angewandt, ohne Kontrolle der in verarbeiteter Form ausgeführten Menge. Jedoch auch wenn das System angemessen überwacht würde, kann es zu einer Quersubventionierung kommen. Das liegt daran, daß aus der Sicht des Abnehmers seine Käufe — ob letztlich für den Inlandsmarkt oder die Ausfuhr — gleichwertig sind. Beliebige Rabatte werden nur in der geschäftsinternen Abrechnung auf alle Käufe durchschnittlich verteilt, um den Durchschnittskostenpreis für Zucker zu bemessen. Der Kostenpreis des Ausgangsstoffes wird für alle Prozesse angewandt.

(142) Im Fall United Brands gegen Kommission([98]) gab der Gerichtshof sogar eine noch umfassendere Definition des Begriffs Wettbewerbsnachteil mit der Feststellung, daß United Brands für grüne Bananen, die in verschiedenen Mitgliedstaaten tätigen Vertriebshändler/Reifereien „entsprechend den Gegebenheiten der Mitgliedstaaten" („according to the circumstances of the Member States") diskriminierende Preise anwandte, was bestimmte Vertriebshändler/Reifereien im Wettbewerb benachteiligte, der im Vergleich zu dem, was er hätte sein müssen, verfälscht wurde („since compared with what it should have been competition had thereby been distorted"). Der Gerichtshof entschied somit gegen die von United Brands praktizierte räumliche Preisdiskriminierung, obwohl in den verschiedenen Mitgliedstaaten, in denen diese Käufer tätig waren, verschiedene Marktbedingungen galten.

(143) Das Ausfuhrrabattsystem hat die zusätzliche Wirkung, daß die Zuckerverpacker auf Weiterverkaufsebene gegenüber Irish Sugar im Wettbewerb ungleich gestellt sind, und enthält somit Merkmale der vertikalen Ungleichheiten zwischen Vertriebshändlern/Reifereien und UBC, die in der Entscheidung der Kommission im Fall Chiquita([99]) festgestellt wurden. Auch hier hat Irish Sugar, dadurch daß sie ihre Abnehmer nur jeweils untereinander verglich, ihr Wettbewerbsverhältnis zu Dritten, einschließlich Irish Sugar selbst, außer acht gelassen.

(144) Darüber hinaus wird die diskriminierende Art der Ausfuhrrabattregelungen noch deutlicher, dadurch daß sie dem Ziel der gemeinsamen Zuckermarktorganisation nicht entspricht. Irland wird durch die Zuckermarktorganisation als Zuschußgebiet behandelt, und der Interventionspreis für Zucker ist höher, um Zuckereinfuhren zu fördern. Durch die Bezuschussung der Zuckerausfuhren aus Irland nach anderen Mitgliedstaaten sind jedoch die Ausfuhrrabatte des Unternehmens geeignet, die Regelung zu verfälschen, indem sie als ein Einfuhrhindernis wirken und den nationalen Markt noch stärker isolieren.

ii) *Aktive Diskriminierung gegenüber konkurrierenden Verpackern*

Preisstellung für Gewerbezucker

(145) Während das von Irish Sugar praktizierte Ausfuhrrabattsystem möglicherweise nicht in erster Linie eine Diskriminierung gegenüber konkurrierenden Zuckerverpackern bezweckte, zeigt das System der Zusatzrabatte eine aktivere Diskriminierung zu ihren Ungunsten. Irish Sugar wendet nicht nur ungleiche Bedingungen für gleiche Geschäftsabschlüsse an, sondern kann auch keinen Grund dafür angeben, der nicht wie der nachträgliche Versuch erscheint, ihre Diskriminierung gegenüber Zuckerverpackern zu rechtfertigen. Die Erklärungen, die Irish Sugar für „Start-up" und „Fast-growth"-Rabatte geliefert hat, würden für mindestens zwei der Zuckerverpacker genauso gelten.

(146) Irish Sugar hat geltend gemacht, daß die Geschäftspraxis, den konkurrierenden Zuckerverpackern keine Rabatte anzubieten, kein Mißbrauch war, weil die Verpacker nicht gegenüber anderen gewerblichen Abnehmern wettbewerblich benachteiligt werden können, weil die Verpacker nicht mit ihnen im Wettbewerb stehen („cannot be placed at ad competitive disadvantage vis à vis other industrial customers because the packers do not compete with them")([100]). Dies läßt das Urteil des Gerichtshofs im Fall United Brands gegen Kommission([101]) außer acht, daß das Spiel von Angebot und Nachfrage nicht in dem Markt, in dem der Käufer tätig ist, sondern zwischen dem Anbieter und dem Erstkäufer gelten sollte, wenn beurteilt wird, ob eine Diskriminierung stattfand. Die Zukkerverpacker kauften genau das gleiche Erzeugnis, Gewerbezucker, von Irish Sugar wie andere Abnehmer, und dies zu den gleichen Standardverkaufs- und -lieferbedingungen.

(147) Ferner wurde in der Entscheidung der Kommission im Fall Napier Brown/British Sugar([102]) festgestellt, daß British Sugar, dadurch daß sie sich weigert, Rübenzucker an Napier Brown zu verkaufen, für das letztgenannte Unternehmen einen gemeinschaftlichen Lagerrabatt und somit eine effektive Kostenpreissenkung erlangen konnte, das Unternehmen gegenüber anderen (Nicht-Zuckerverpakkern) Abnehmern diskriminiert hat, denen die Lieferung von Rübenzucker garantiert wurde. Nach Auffassung der Kommission hat British Sugar, dadurch daß sie sich weigerte, nur Rübenzucker an Napier Brown zu verkaufen (und somit effektiv den entsprechenden Zuckerpreis zu erhöhen), während sie ihn an Nicht-Zuckerverpacker lieferte, „unterschiedliche Bedingungen bei gleichen Leistungen gegenüber anderen Handelspartnern angewandt hat, wodurch diese im Wettbewerb benachteiligt wurden" („discriminatory conditions to equivalent transactions with other trading parties, thereby placing them at a competitive disadvantage").

(148) Im Gegensatz dazu würde die Auffassung, daß für konkurrierende Zuckerverpacker kein Wettbewerbsnachteil entsteht, folgerichtig bedeuten, daß Anbieter in marktbeherrschender Stellung berechtigt wären, über Wettbewerbsbedingungen und relevante Produktmärkte, in denen ihre Abnehmer tätig sind, einseitige Entscheidungen zu treffen und insbesondere die Austauschbarkeit der verschiedenen Erzeugnisse, die ihre Abnehmer herstellen, zu bestimmen und ihre Abnehmer entsprechend in verschiedene Preisgruppen einzustufen. Die in einer willkürlich bestimmten Preisgruppe festgesetzten Preise mußten hinsichtlich der verkauften Mengen oder sonstiger Lieferkosten zweifellos nicht an die Preise in anderen Preisgruppen gebunden sein.

(149) Als ein Unternehmen in marktbeherrschender Stellung, unabhängig von den Ursachen dieser Stellung, darf Irish Sugar die „Entwicklung des noch bestehenden Wettbewerbs auf einem Markt nicht behindern, auf dem der Wettbewerb gerade wegen der Anwesenheit des fraglichen Unternehmens bereits geschwächt ist" (Hoffmann-La Roche gegen Kommission, vgl. Tetrapak)([103]). Ihr Rabattsystem zeigt einen eindeutigen Mißbrauch ihrer beherrschenden Stellung.

(150) Außerdem kann, obwohl ein Unternehmen in einer beherrschenden Stellung nicht gesetzlich verpflichtet ist, gleiche Preise in Rechnung zu stellen oder seine Bedingungen zu veröffentlichen, der bloße Mangel an Transparenz des gesamten Rabattsystems von Irish Sugar, einschließlich der Ausfuhrrabatte, bei dem weder die Rabatte noch die Mengen, auf die sie sich beziehen, einheitlich sind oder den Kunden schriftlich mitgeteilt werden, als ein Mißbrauch einer beherrschenden Stellung gelten. Im Falle Michelin wurde das individualisierte und unobjektive (d. h. zwischen Abnehmern nicht vergleichbare) Rabattsystem des Unternehmens und seine verbale Art von der Kommission als diskriminierend beanstandet. Außerdem kam der Generalanwalt zu dem Schluß, daß die Anwendung eines Bonus und allgemeiner Rabatte, die auf individueller Grundlage festgesetzt und nicht allen Händlern im voraus einheitlich mitgeteilt werden, die Möglichkeit einer gegenseitigen Diskriminierung untereinander enthalten und an sich als Mißbrauch im Sinne von Artikel 86 anzusehen sind([104]). Das nichttransparente und variable Rabattsystem von Irish Sugar bot ihr die Gelegenheit, den bereits begrenzten Wettbewerb auf dem Gewerbezuckermarkt in Irland mühelos einzuschränken.

Zielrabatte und selektive Preise

(151) Im Frühjahr 1994 bot Irish Sugar den größten Lebensmittelgroßhändlern in Irland Rabatte an, wenn sie ihre Käufe von 1-kg-Packungen der Marke Siucra innerhalb von drei Monaten steigern konnten. Als Referenzzeitraum wurden die Monate April—September 1993 zugrunde gelegt. Im Oktober 1994 wurde unter Zugrundelegung des glei-

chen Referenzzeitraums ein weiterer Zielrabatt an Großhändler für Siucra angeboten. Anfang Dezember 1994 bot Irish Sugar der Haupteinzelhandelskette [...] einen Zielrabatt oder „incentive" an, um eine vereinbarte Zunahme ihrer Käufe von 1-kg-Packungen der Marke Siucra 1995 zu erreichen, zu einer Zeit, als Irish Sugar für die Lieferung der Marke Siucra in 1-kg-Packungen an [...] mit Burcom konkurrierte. Der Umstand, daß Burcom schließlich Mitte Dezember den Handel einstellte, ändert nichts daran, daß zu der Zeit, als der Zielrabatt erwogen und vereinbart wurde, Irish Sugar im Wettbewerb mit Burcom um das [...]-Geschäft stand, und daß der Rabatt voraussichtlich bewirkte, [...] an Irish Sugar anzubinden. 1995 bot Irish Sugar dem [...]-Konzern, einem Hauptabnehmer von Gem Pack, auch wieder für ein Jahr einen Zielrabatt an. Es liegen keine Beweisunterlagen vor, die darauf schließen lassen, daß Irish Sugar seither die Praxis, Zielrabatte anzubieten, aufgegeben hat.

(152) Die Rabattgewährung durch ein Unternehmen in beherrschender Stellung, die davon abhängig gemacht wird, daß ein Unternehmen besondere Ziele erfüllt, die über den vorhergehenden Kaufbeträgen liegt, verstößt gegen Artikel 86, da diese Praxis eindeutig darauf abzielt, Kunden eng an das beherrschende Unternehmen anzubinden und es Wettbewerbern zu erschweren, auf dem Markt Fuß zu fassen. Wie der Gerichtshof in der Rechtssache Michelin gegen Kommission([105]) feststellte, wirkt sich eine solche Praxis noch stärker aus, wenn der Marktanteil des beherrschenden Unternehmens von dem seiner Wettbewerber stark abweicht. Da außerdem fünf Wettbewerber auf dem Inlandsmarkt im Sommer 1993 (d. h. nachdem der Referenzzeitraum für die 1994er Absatzwerbung für Großhändler angelaufen war) sämtlich neue Haushaltsmarken einführten, müßten die Mengenrabatte, die Irish Sugar im Frühjahr 1994 und im Oktober 1994 aufgrund von Käufen im Sommer davor gewährte, eng mit dem Gesamtbedarf an Haushaltszucker des Abnehmers verbunden gewesen sein. Auf die einzigen anderen Zuckerverpacker auf dem Einzelhandelsmarkt entfielen vor Mitte 1993 unter 10 % der Verkäufe. Irish Sugar hat selbst festgestellt, daß Großhändler sich während der Werbekampagne im Frühjahr mit 1-kg-Packungen Zucker der Marke Siucra eingedeckt und ihre Käufe von Zucker in Kilopackungen in der Folge reduziert hatten. Diese Eindeckung muß sich auf die Käufe von konkurrierenden Zuckerverpackern nachteilig ausgewirkt haben.

(153) Der Umstand, daß die Rabatte an die Erfüllung von Mengenzielen gebunden waren, machte sie nicht zu Mengenrabatten, die in der Regel nicht beanstandet werden können. Mengenrabatte werden in der Regel für Einzelaufträge (d. h. es besteht kein Zusammenhang mit den Käufen des Abnehmers während einer bestimmten Zeit) und für die vom Anbieter erzielten Kostenersparnisse gewährt. Bei den Rabatten, die Irish Sugar bestimmten Kunden auf der Grundlage individueller wöchentlicher, monatlicher oder jährlicher Ziele gewährte, trifft dies nicht zu. Diese Zielrabatte gelten als mißbräuchliches Verhalten von beherrschenden Unternehmen im Sinne des Artikels 86.

(154) Diese Zielrabatte enthielten auch eine Diskriminierung durch ungleiche Preise gegenüber verschiedenen Kunden, da ihre Gewährung weniger von Kaufmengen in absoluten Zahlen als vielmehr von einer anteilsmäßigen Zunahme der Käufe abhängig gemacht wurden. Ebenso war der Umfang des Zielrabatts für die verschiedenen Abnehmer unterschiedlich. Die von der Erreichung eines Verkaufsziels abhängigen Angebote an konkurrierende Zukkerverpacker wie [...] und den [...] umfaßten auch selektive und diskriminierende Preise. Wie in der Rechtssache Michelin gegen Kommission festgestellt wurde([106]), trägt ein Unternehmen in marktbeherrschender Stellung eine besondere Verantwortung dafür, daß es den auf dem Markt noch bestehenden Wettbewerb nicht weiter beeinträchtigt. Mit dem Angebot von im allgemeinen nicht zugänglichen Preisen an die Abnehmer von viel kleineren Wettbewerbern hat Irish Sugar diese Anforderung offensichtlich mißachtet. Die Zielrabatte, die 1994 allen Großhändlern und 1994 und 1995 besonderen Abnehmern konkurrierender Zuckerverpacker angeboten wurden, gehörten zu einer Politik, das Wachstum des Wettbewerbs durch inländische Zuckerverpacker einzuschränken.

D. *Wirkung auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten*

(155) In der Rechtssache Société Technique Minière gegen Maschinenbau Ulm fand der Gerichtshof, daß der Handel zwischen Mitgliedstaaten durch ein wettbewerbswidriges Verhalten beeinträchtigt wird, wenn „sich anhand objektiver rechtlicher oder tatsächlicher Umstände mit hinreichender Wahrscheinlichkeit voraussehen läßt, daß sie unmittelbar oder mittelbar tatsächlich oder der Möglichkeit nach den Warenverkehr zwischen Mitgliedstaaten beeinflussen und dadurch der Errichtung eines einheitlichen Marktes zwischen den Mitgliedstaaten hinderlich sein kann." ([107])

(156) Hierzu ist zur Kenntnis zu nehmen, daß die vorstehend beschriebenen Mißbräuche, die Irish Sugar und/oder SDL anwandten, um ihren Inlandsmarkt vor Einfuhren zu schützen, den Schutz der Marktstellung des einzigen Zuckerherstellers in Irland vor dem Wettbewerb von aus Nordirland und Frankreich eingeführten oder wieder eingeführten Zucker bezweckten und bewirkten. Insbesondere beeinträchtigten der auf das Speditionsunternehmen B&I ausgeübte Druck, der Treuerabatt zugunsten von ADM und der Austausch von Eurolux-Zucker gegen Siucra-Zucker die aus Frankreich eingeführte Zuckermenge, und der Grenzrabatt beeinträchtigte die (Wieder-)Einfuhr von Zucker aus Nordirland. Die Kommission kommt daher zu dem Schluß, daß die Mißbräuche den Handel zwi-

schen den Mitgliedstaaten im Sinne des Artikels 86 beeinträchtigten.

(157) Die Praxis von Irish Sugar, für in verarbeiteter Form nach anderen Mitgliedstaaten ausgeführten Zucker Ausfuhrrabatte zu gewähren, ist geeignet, den Handel bei Gewerbezucker ebenso wie bei Lebensmitteln mit einem erheblichen Zuckergehalt zu verfälschen und somit den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen.

(158) Die Bemühungen von Irish Sugar, den Wettbewerb durch konkurrierende Zuckerverpacker zu beschränken, wirkte sich auch auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten aus. Von den Zuckerverpakkern, die Mitte 1993 mit Irish Sugar in Wettbewerb traten, verwendete nur einer (ASI) Einfuhrzucker, ein weiterer (Burcom) verwendete sowohl eingeführten als auch irischen Zucker, und die anderen verwendeten nur irischen Zucker. Die kumulativen Bemühungen von Irish Sugar, das Wachstum des Wettbewerbs auf dem Einzelhandelsmarkt in Irland zu behindern, die (wie im Fall Napier Brown/British Sugar) das Ziel oder das vorhersehbare Ergebnis haben, die Ausschaltung von Wettbewerbern auf dem Markt zu beschleunigen, haben daher eine potentielle Wirkung auf die Wettbewerbsstruktur und den Handel im Gemeinsamen Markt und somit auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten im Sinne des Artikels 86.

E. *Spürbare Beschränkung*

(159) Irish Sugar ist der einzige Zuckerverarbeiter auf der Insel Irland und hat während des in Rede stehenden Zeitraums mindestens 90 % des Gewerbezuckermarkts und 88 % des Haushaltszuckermarkts in Irland gehalten. Während der ganzen fraglichen Zeit waren die Preise auf beiden Märkten mit die höchsten in der Gemeinschaft. Die Praktiken, die Irish Sugar und SDL anwandten, um den Wettbewerb durch Gewerbe- und Haushaltszuckereinfuhren zu beschränken, und die Politik von Irish Sugar, Ausfuhren von verarbeitetem Zukker aus Irland zu bezuschussen und den Wettbewerb durch inländische Zuckerverpacker zu beschränken, waren daher eine spürbare Beschränkung des Wettbewerbs, wodurch der Handel zwischen den Mitgliedstaaten beeinträchtigt wurde.

ARTIKEL 3 DER VERORDNUNG Nr. 17

(160) Stellt die Kommission auf Antrag oder von Amts wegen eine Zuwiderhandlung gegen Artikel 85 oder 86 des Vertrages fest, so kann sie die beteiligten Unternehmen und Unternehmensvereinigungen durch Entscheidung verpflichten, die festgestellte Zuwiderhandlung abzustellen.

(161) Was die Maßnahmen betrifft, die in den Jahren 1985 bis 1990 zur Beschränkung der Zuckereinfuhren aus anderen Mitgliedstaaten getroffen wurden, liegt der Kommission kein Beweis dafür vor, daß diese Praktiken fortgesetzt wurden. Hinsichtlich der Praxis der diskriminierenden Preise für Gewerbezucker, um Zuckerausfuhren zu bezuschussen oder eine Diskriminierung gegenüber konkurrierenden Zuckerverpackern auszuüben, und hinsichtlich der Politik der selektiven Preise, einschließlich der Zielrabatte für Abnehmer konkurrierender Verpacker von Haushaltszucker, liegen Beweise dafür vor, daß diese Praxis fortgesetzt wird. Daher sieht sich die Kommission veranlaßt, Irish Sugar zu verpflichten, die Verstöße abzustellen, sofern dies nicht schon geschehen ist, und künftig Vereinbarungen oder Verhaltensweisen zu unterlassen, die gleiches oder ähnliches bezwecken oder bewirken.

(162) Ferner erachtete sie es für notwendig, daß Irish Sugar der Kommission regelmäßig Einzelheiten über die den Kunden für Gewerbe- und Haushaltszucker in Rechnung gestellten Preise zusammen mit den an diese Kunden gelieferten Zuckermengen mitteilt, damit überwacht werden kann, ob Irish Sugar der Entscheidung nachgekommen ist. Die Auflage, daß Irish Sugar auf selektive oder diskriminierende Preise verzichtet, gilt unbefristet, doch wird es für angemessen erachtet, daß die Dauer, während der Irish Sugar diese Einzelheiten vorlegen müßte, auf drei Jahre begrenzt sein sollte.

ARTIKEL 15 DER VERORDNUNG Nr. 17

(163) Nach Artikel 15 der Verordnung Nr. 17 kann die Kommission gegen Unternehmen durch Entscheidung Geldbußen in Höhe von 1 000 bis 1 Mio. Rechnungseinheiten oder über diesen Betrag hinaus bis zu zehn vom Hundert des von den einzelnen an der Zuwiderhandlung beteiligten Unternehmen im letzten Geschäftsjahr erzielten Umsatzes festsetzen. Bei der Festsetzung der Höhe der Geldbuße ist neben der Schwere des Verstoßes auch die Dauer der Zuwiderhandlung zu berücksichtigen.

(164) Nach Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe b) der Verordnung (EWG) Nr. 2988/74 des Rates über die Verfolgungs- und Vollstreckungsverjährung im Verkehrs- und Wettbewerbsrecht der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft([108]) verjährt die Befugnis der Kommission, Geldbußen oder Sanktionen festzusetzen, in fünf Jahren. Nach Absatz 2 dieser Verordnung beginnt die Verjährung mit dem Tag, an dem die Zuwiderhandlung begangen worden ist. Nach Artikel 2 Absatz 1 der Verordnung (EWG) Nr. 2988/74 wird die Verfolgungsverjährung durch jede auf Ermittlung oder Verfolgung der Zuwiderhandlung gerichtete Handlung der Kommission unterbrochen. Handlungen, durch die die Verjährung unterbrochen wird, umfassen u. a. Nachprüfungen aufgrund von Artikel 14 der Verordnung Nr. 17. Nach Artikel 2 Absatz 3 der Verordnung beginnt die Verjährung nach jeder Unterbrechung von neuem.

(165) Am 25. und 26. September 1990 nahm die Kommission Nachprüfungen am Sitz von Irish Sugar in Dublin vor. Am 7. und 8. Februar 1991 fanden Nachprüfungen in den Büros von SDL in Dublin und am 13. Februar 1991 im Büro von McKinney in Belfast statt. Am 16. Januar 1995 nahm die Kommission Nachprüfungen in den Büros von Greencore in Dublin und Irish Sugar in Carlow vor.

(166) In Anbetracht dieser Gegebenheiten ist zu bestimmen, welche besonderen Maßnahmen von Irish Sugar und SDL bei der Festsetzung der Geldbußen berücksichtigt werden können. Insbesondere ist die Frachtbeschränkung nicht geldbußenpflichtig. Die besondere Maßnahme muß im Juli/August 1985 erfolgt sein.

(167) Die anderen mißbräuchlichen Verhaltensweisen von Irish Sugar und/oder SDL, nämlich der Produktaustausch und der Treuerabatt, die Grenzrabatte, die Zuckerausfuhrrabatte, die Diskriminierung durch die Preise für konkurrierende Zuckerverpacker, die Zielrabatte und die selektiven Preise, unterliegen hinsichtlich der Geldbußenpflicht nicht der Verjährung. Irish Sugar versuchte durch diese Verhaltensweise, ihre beherrschende Stellung aufrechtzuerhalten oder zu verstärken, und in der Zeit vor Februar 1990 versuchten Irish Sugar und SDL durch ihre Verhaltensweisen, eine gemeinsame marktbeherrschende Stellung aufrechtzuerhalten. Außerdem sind die EG-Wettbewerbsregeln durch vorhergehende Entscheidungen der Kommission und Urteile des Gerichtshofes und des Gerichts erster Instanz hinreichend entwickelt worden oder sind aus den Bestimmungen des EG-Vertrags hinreichend ersichtlich, so daß sich Irish Sugar und/oder SDL über die Unrechtmäßigkeit ihres Handelns im klaren sein mußten. Daher vertritt die Kommission die Auffassung, daß Irish Sugar ihre beherrschende Stellung vorsätzlich oder zumindest fahrlässig ausnutzte und daß vor Februar 1990 Irish Sugar und SDL ihre gemeinsame beherrschende Stellung vorsätzlich oder zumindest fahrlässig mißbräuchlich ausnutzten. Die Kommission beabsichtigt daher, gegen Irish Sugar wegen ihrer eigenen Zuwiderhandlungen und gegebenenfalls als Nachfolgerin von SDL wegen der von dieser vor Februar 1990 begangenen Zuwiderhandlungen eine Geldbuße festzusetzen.

Bei der Bestimmung der Höhe der Geldbuße in diesem Fall wird die Kommission insbesondere folgende Faktoren berücksichtigen:

Schwere der Zuwiderhandlung

— Bei allen genannten Maßnahmen handelt es sich um schwerwiegende Mißbräuche, die die gleichen Wirkungen haben sollten, nämlich jegliche Form von Wettbewerb, sei es durch in anderen Mitgliedstaaten hergestellten eingeführten Zucker, Wiedereinfuhren ihres eigenen Zuckers oder von konkurrierenden Zuckerverpackern abgepackten Zucker schwerwiegend zu beeinträchtigen oder sogar auszuschalten. Die Kommission räumt jedoch ein, daß nach den ihr vorliegenden Beweisunterlagen der Produktaustausch nur geringe Mengen betraf.

— Zucker ist eine wichtige Zutat in der Lebensmittelindustrie und wird in seiner Haushaltsform von praktisch jedem Haushalt häufig verwendet, so daß die Folgen eines wettbewerbswidrigen Verhaltens weitreichende Wirkungen haben.

— Irish Sugar ist der beherrschende Zuckeranbieter in Irland und hat ihren „Inlandsmarkt" vor jeder Form des Wettbwerbs durch Einfuhren wirksam geschützt. Sie hat eine Politik diskriminierender Preise angewandt, die die Bezuschussung von Zuckerausfuhren nach anderen Mitgliedstaaten und die Verfälschung des Gemeinsamen Markts bewirkt. Sie hat ferner versucht, sich vor konkurrierenden Zuckerverpackern zu schützen, gleich, ob diese Einfuhrzucker oder den eigenen Gewerbezucker von Irish Sugar verwendeten.

— Durch ihre Zuwiderhandlungen konnte Irish Sugar ihre Einzelhandelspreise für Zucker in Irland auf einem erheblich höheren Niveau aufrechterhalten, als dies in anderen Mitgliedstaaten, insbesondere in Nordirland, möglich war, und konnte insbesondere bei Zucker für den Inlandsverbauch ihre Ab-Werk-Preise, die zu den höchsten in der Gemeinschaft zählen, zuungunsten der gewerblichen Verbraucher und der Endverbraucher in Irland aufrechterhalten.

Dauer der Zuwiderhandlung

— Der Produktaustausch und der Treuerabatt wurden 1988 angewandt, als Irish Sugar und SDL mit dem Versuch, Zuckereinfuhren aus Frankreich zu beschränken, ihre gemeinsame marktbeherrschende Stellung mißbräuchlich ausnutzten.

— Die Grenzrabatte wurden zu bestimmten Zeiten in den Jahren 1986 bis 1988 angewandt, als Irish Sugar und SDL mit dem Versuch, Zuckereinfuhren aus Nordirland zu beschränken, ihre gemeinsame marktbeherrschende Stellung mißbräuchlich ausnutzten.

— Die Preisdiskriminierung gegenüber konkurrierenden Zuckerverpackern besteht seit Mitte 1993, als mehrere Unternehmen auf dem Einzelhandelsmarkt mit Irish Sugar in Wettbewerb traten. Ebenso gehören die Zielrabatte und selektiven Preise zu einer Politik der Beschränkung des Wettbewerbs durch andere Zuckerverpacker und sind seit 1993 zu bestimmten Zeiten angewandt worden.

— Die Zuckerausfuhrrabatte haben seit vor 1985 bestanden, und Irish Sugar hat ausgesagt, daß das System bis in die 1970er Jahre zurückreichte.

Vorsätzliche oder fahrlässige Zuwiderhandlung gegen die Wettbewerbsregeln

— Die Mißbräuche sind schwerwiegende Zuwiderhandlungen gegen die Wettbewerbsregeln der Gemeinschaft. Mehrere davon hat der Gerichtshof für Mißbräuche einer beherrschenden Stellung befunden. Irish Sugar und/oder SDL mußten sich über die Rechtswidrigkeit ihres Handelns im klaren sein.

— Die Muttergesellschaft von Irish Sugar, Greencore, veröffentlichte im September 1992 für ihr Personal ein Handbuch für Wettbewerbsrecht (Competition Law Compliance Manual), in dem die potentielle Widerrechtlichkeit bestimmter Praktiken wie diskriminierende Preise und Treuerabatte „or the like" eines Unternehmens in beherrschender Stellung erläutert werden. Obwohl es dieses Handbuch gab, wurden Zukkerausfuhrrabatte, Preisdiskriminierungen gegen konkurrierende Zuckerverpacker, selektive Preise und Zielrabatte von den Mitarbeitern von Greencore nach September 1992 fortgesetzt weiter angewandt.

Relevante Geschäftsdaten

— In dem am 27. September 1996 endenden Geschäftsjahr entfielen auf Irish Sugar ein Umsatz in Höhe von 134,7 Mio. IEP (29 % des Gesamtumsatzes von Greencore) und ein operativer Gewinn in Höhe von 27,2 Mio. IEP (56 % des Gesamtunternehmensgewinns von Greencore). Ungefähr 80 % der Verkäufe von Irish Sugar entfielen auf Irland —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Irish Sugar plc hat gegen Artikel 86 EG-Vertrag verstoßen, dadurch, daß es — im Rahmen einer fortgesetzten und globalen Politik zum Schutz seiner Stellung auf dem Zuckermarkt in Irland — andere als diejenigen Methoden anwandte, die einen normalen Wettbewerb der Erzeugnisse oder Dienstleistungen bedingen, der auf den Ergebnissen der Unternehmen beruht, was bewirkte, daß die Aufrechterhaltung des auf dem Markt noch bestehenden Wettbewerbs oder die Entwicklung dieses Wettbewerbs behindert wurden. Zu diesem Zweck hat Irish Sugar (und/oder Sugar Distributors Limited in der Zeit vor Februar 1990) folgende mißbräuchliche Verhaltensweisen auf dem Kristallzuckermarkt für den Verkauf an den Einzelhandel und die Industrie in Irland angewandt:

1. In den Jahren 1986 bis 1988 hat es bestimmten Einzelhändlern mit Sitz im Grenzgebiet zu Nordirland einen Sonderrabatt (Grenzrabatt — bord rebate) und Kunden eines Einführers von französischem Zucker selektiv niedrige Preise angeboten.

2. 1988 hat es mit einem Großhändler und mit einem Einzelhändler vereinbart, konkurrierende Haushaltszuckererzeugnisse, d. h. Zucker der Marke Eurolux in 1-kg-Packungen der Compagnie Française de Sucrerie, gegen seinen eigenen Zucker auszutauschen.

3. 1988 bot es dem potentiellen Kunden eines Wettbewerbers einen Treuerabatt an, d. h. einen Rabatt, der unter der Bedingung gewährt wurde, daß der Abnehmer seinen Haushaltszuckerbedarf vollständig oder weitgehend durch Käufe von Irish Sugar deckte.

4. Seit (mindestens) 1985 hat es ein System von „Zuckerausfuhrrabatten" angewandt, d. h. von Rabatten für in verarbeiteter Form nach anderen Mitgliedstaaten ausgeführten Zucker, das gegenüber Abnehmern von Gewerbezucker, die den irischen Inlandsmarkt beliefern, diskriminiert.

5. Seit 1993 hat es diskriminierende Preise gegen konkurrierende Zuckerverpacker angewandt, die ihren Gewerbezucker von Irish Sugar kauften oder kaufen.

6. Seit 1993 hat es eine für die Wettbewerbsstellung anderer irischer Zuckerverpacker im Zuckereinzelhandel abträgliche Politik angewandt, insbesondere

   i) hat es zu bestimmten Zeiten 1994 Rabatte an Großhandelskonzerne in Irland unter der Bedingung gewährt, daß diese ihre Haushaltszuckerkäufe von Irish Sugar steigerten, was ihre Anbindung an Irish Sugar zuungunsten konkurrierender Zuckerverpacker bewirkte;

   ii) hat es im Dezember 1994 und im Februar 1995 selektive Rabatte an bestimmte Kunden konkurrierender Zuckerverpacker unter der Bedingung gewährt, daß diese Abnehmer ihre Haushaltszukkerkäufe von Irish Sugar über zwölf Monate hinweg steigerten, wodurch der Wettbewerb durch die konkurrierenden Zuckerverpacker beschränkt werden sollte.

Artikel 2

Gegen Irish Sugar plc wird wegen der in Artikel 1 angeführten Zuwiderhandlungen eine Geldbuße in Höhe von 8 800 000 ECU festgesetzt.

Die Geldbuße ist innerhalb von drei Monaten nach Bekanntgabe dieser Entscheidung in Ecu auf das Konto der Kommission der Europäischen Gemeinschaften 310-0933000-43 bei der Banque Bruxelles Lambert, Agence Européenne, Rond Point Schuman 5, B-1040 Brüssel, zu überweisen. Nach Fristablauf werden Verzugszinsen fällig. Hierfür gilt der Satz, den das Europäische Währungsinstitut berechnet. Stichtag ist der erste Arbeitstag des Monats, in dem die Entscheidung erging. Hinzu kommt ein Aufschlag von 3,5 Prozentpunkten; insgesamt ergeben sich so 7,5 %.

Artikel 3

Irish Sugar stellt, soweit noch nicht geschehen, die in Artikel 1 Nummern 4, 5 und 6 genannten Verstöße unverzüglich ab.

Irish Sugar sieht künftig von allen in Artikel 1 Nummern 4, 5 und 6 aufgeführten Handlungen oder Verhaltensweisen ab, mit denen gleiches oder ähnliches bezweckt oder bewirkt wird.

Insbesondere sieht Irish Sugar künftig davon ab, ungleiche Bedingungen für gleiche Geschäftsabschlüsse mit seinen Käufern von Gewerbezucker anzuwenden, wie Zukkerausfuhrrabatte und andere Rabatte, die, weil sie nicht in bezug zu der gelieferten Zuckermenge und zu den Kosten des Abschlusses stehen, für konkurrierende Zukkerverpacker diskriminierend sind. Irish Sugar informiert seine Käufer von Gewerbezucker entsprechend schriftlich innerhalb von drei Monaten nach der Bekanntgabe dieser Entscheidung.

Irish Sugar sieht künftig davon ab, eine Politik für Haushaltszucker zuungunsten der Wettbewerbsstellung anderer Zuckerverpacker, einschließlich selektiver Preise für Abnehmer von konkurrierenden Zuckerverpackern und der Gewährung von Zielrabatten an Käufer von Haushaltszucker anzuwenden. Irish Sugar informiert schriftlich innerhalb von drei Monaten nach der Bekanntgabe dieser Entscheidung diejenigen seiner Kunden, die gegenwärtig Rabatte erhalten oder denen Rabatte unter der Bedingung angeboten wurden, daß sie besondere oder größere Kaufmengen von Irish Sugar abnehmen, daß diese Rabatte nicht länger gelten.

Artikel 4

Irish Sugar plc übermittelt der Kommission während drei Jahren nach der Bekanntgabe dieser Entscheidung innerhalb von drei Monaten nach dem Ende jedes Kalenderjahres eine Liste der im Vorjahr angebotenen Preise, einschließlich aller Rabatte und Nachlässe für seine Käufer von Gewerbe- und Haushaltszucker, zusammen mit Einzelheiten der von jedem Käufer in dem betreffenden Jahr gekauften Zuckermengen mit.

Artikel 5

Gegen Irish Sugar plc wird ein Zwangsgeld von 1 000 ECU für jeden Tag des Verzugs in Erfüllung der in Artikel 3 und 4 aufgeführten Verpflichtungen, beginnend mit dem Ablauf der für ihre Erfüllung vorgesehenen Dreimonatsfrist festgesetzt.

Artikel 6

Diese Entscheidung ist an Irish Sugar plc, Athy Road, Carlow, Irland, gerichtet.

Diese Entscheidung ist ein vollstreckbarer Titel nach Artikel 192 EG-Vertrag.

Brüssel, den 14. Mai 1997

Für die Kommission
Karel VAN MIERT
Mitglied der Kommission

FUSSNOTEN

(1) ABl. 13 vom 21. 2. 1962, S. 204/62.

(2) ABl. 127 vom 20. 8. 1963, S. 2268/63.

(3) Verordnung (EWG) Nr. 793/72 des Rates (ABl. L 94 vom 21. 4. 1972, S. 1) und Verordnung (EWG) Nr. 2103/77 der Kommission (ABl. L 246 vom 27. 9. 1977, S. 12).

(4) Siehe den Bericht UK Monopolies and Mergers Commission („MMC") Report „über bestehende und beabsichtigte Zusammenschlüsse zwischen Tate & Lyle plc oder Ferruzzi Finanziaria SpA und S&W Berisford" (HMSO Cmd 89 vom Februar 1987), Absätze 2.62—2.73, sowie den Bericht MMC report „Tate & Lyle plc and British Sugar plc" (HMSO Cm 1435 vom Februar 1991), Absätze 4.30—4.32, zu näheren Einzelheiten der drei Zuckerarten.

(5) Verordnung (EWG) Nr. 1785/81 des Rates (ABl. L 177 vom 1. 7. 1981, S. 4) und anschließende einschlägige Rechtsvorschriften.

(6) Verordnung (EG) Nr. 1101/95 des Rates (ABl. L 110 vom 17. 5. 1995, S. 1).

(7) Siehe Fußnote 4.

(8) Auf der Basis von Ankäufen von Zucker im natürlichen Zustand (für den direkten Verbrauch oder die Verarbeitung durch die Industrie) wie in Tabelle 1 betrug der irische Pro-Kopf-Verbrauch 1994/95 0,044 t im Vergleich zum EU-12-Durchschnittsverbrauch von 0,035 t. Unter Berücksichtigung der Ein- und Ausfuhren von verarbeitetem Zucker betrug der Pro-Kopf-Gesamtverbrauch in Irland 1994/95 0,039 t gegenüber einem EU-12-Durchschnitt von 0,034 t (Quelle: Vorläufige Statistiken für das Wirtschaftsjahr 1994/95).

(9) Quelle: Facts about Ireland, Veröffentlichung der irischen Regierung 1995.

(10) In der veröffentlichten Fassung werden bestimmte Angaben gemäß Artikel 21 Absatz 2 der Verordnung Nr. 17 über den Schutz von Geschäftsgeheimnissen weggelassen.

(11) In den Jahren 1985 bis 1994 sind die Transportkosten für Zucker in Säcken aus Frankreich von ca. 30 IEP auf 45 IEP je Tonne gestiegen. Mit durchschnittlich 40 bis 50 IEP je Tonne wären die Transportkosten für die Einfuhr von Zucker in loser Schüttung in dieser Zeit höher gewesen. Bis 1990 betrug der durchschnittliche Unterschied zwischen dem effektiven Stützpreis in Frankreich und dem Marktpreis in Irland ca. 50 IEP, so daß es wirtschaftlich rentabel war, Zucker nicht lose, sondern in Säcken einzuführen.

(12) Da die gewerblichen Verbraucher zu Silos übergehen, ist die Nachfrage nach Sackzucker, auf den Anfang 1980 noch 30 000 Tonnen entfielen, gegenwärtig auf unter 7 000 Tonnen gesunken.

(13) Siehe hierzu unter Randnummer 57 beispielsweise die „Bezugnahme auf den anerkannten Sortenvorteil von Siucra-Produkten" („The recognized branding advantage of Siucra products").

(14) Quelle: Greencore Group Corporate Plan 1993/94—1997/98 vom Juni 1994. In Anhang 4 der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 25. März 1996.

(15) Quelle: Plan von Greencore Group Corporate vom Juni 1994. In Anhang 4 der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 25. März 1996.

(16) Antwort von Irish Sugar vom 1. September 1993 auf die ursprüngliche Mitteilung der Beschwerdepunkte, Randnummer 12.

(17) Siehe Protokoll der Sitzung vom 1. Juli 1982 des Board of Directors von SDL. In Anhang 3 der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 25. März 1996.

(18) Die Herren Gray, Comerford, Garavan, Hogan, Keleghan, Lyons und Tully.

(19) Siehe beispielsweise die Protokolle der Sitzungen des Management Committee von McKinneys vom 29. April 1986, 15. Januar 1987, 16. März 1987 und 14. Dezember 1987.

(20) In ihrer Antwort auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 12. Juli 1996, Ziffer 3.3.4.

(21) |. . .|.

(22) Siehe Randnummer 71.

(23) In Anhang 4 der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 25. März 1996.

(24) „Present situation in home retail market . . . In relation to packet sugar being produced by Round Tower, it was noted that a gap of approximately £|. . .| per tonne existed between their average selling price and the price of „Siucra" (Irish Sugar) product. On this problem it was agreed that CSET (Irish Sugar) should ensure that Round Tower were not enjoying advantageous arrangements with their supplier or shipper . . .".

(25) „17 July 1985 — Chris Comerford (Managing Director of Irish Sugar) – Brendan Byrd (representing B&I) — B&I will not be handling any French sugar from Monday 22 July. Last years tonnage 228 × 20 = 4 560 — Year to date 91 × 20 = 1 820 – 1 420 to April . . . Charles Lyons gave promise to Brendan Byrd that Tanktrans (a subsidiary of Irish Sugar) would put extra business in B&I . . .".
„1 August 1985 — B&I advised P.C. (Peter Cunningham of ASI) that CSET (Irish Sugar) applied pressure to them not to deliver to PC — crude and deceitful attempt to put pressure on PC prior to discussions. PC had meeting with Alex Spain (director of B&I)."

(26) „We have established that it would cost approx. £|. . .| to bring all customers to a maximum of £|. . .| per tonne. (. . .) I do not envisage dropping prices to all customers, thereby involving the heavy cost referred to above, however, where we meet up with new low prices we must respond carefully and ensure that we hold customers at all levels no matter how small. This I am aware is a slightly risky step, as we may have some very small users enjoying terms equal to or better than some bigger ones. I feel this is a risk we must take however. In the meantime we have initiated increased vigilance at Industrial Customers level with a view to establishing the extent of any increased activity by ASI."

([27]) ASI belieferte auch Shamrock Foods Limited mit Goldkristall, einem Spezialzucker.

([28]) „With regard to the retail market, Mr Keleghan advised the board that as he had forecast at the March meeting, ASI did launch a retail pack on the market. While they had so far been unsuccessful in their launch, it was his belief that they would succeed in getting some small quantities of sugar into some independent retail shops . . .
Mr Comerford (Managing Director of Irish Sugar) stated that the sugar industry has never before faced a challenge such as we were now facing. If we did not succeed in meeting this challenge, then the future of the sugar industry in Ireland would be very bleak indeed. He was quite pleased with the response so far to the challenge but was concerned about the cost to both (Irish Sugar) and (SDL) which would be very high . . .".

([29]) „At the said meeting Mr Keleghan informed Mr Lane that if the quantity of sugar purchased from the defendant (about [. . .] tonnes per annum) was reduced then the defendant (SDL) would ‚bonus back' their sugar. In effect this meant that ADM could not sell or compete and they lost their bonus from the defendant. Mr Lane informed Mr Keleghan that he had a large quantity of the first delivery of Eurolux Granulated Sugar in his warehouse unsold. Mr Keleghan offered to buy this sugar to sell to manufacturing industry and he agreed to allow the amount he received for it as a credit in ADM's account. (. . .) The amount of Eurolux sugar purchased by the defendant was 21,01 metric tonnes."

([30]) „I say that in reply to my question as to why more sugar was not ordered, Mr Lane replied that he considered the market was not ready for Eurolux sugar at present. He added that ADM had an agreement with SDL whereby ADM normally buy [×] tonnes of sugar and get this at the [3×] tonne rate, which is a more advantageous rate. If they were to reduce the amount of sugar purchased this agreement would no longer be of effect and they would not be able to obtain the sugar from the defendant (SDL) at the [3×] tonne rate."

([31]) „If he wasn't able to shift it they would swap it for him."

([32]) „Dear Mr Comerford
I am writing to bring to your attention unfair trade practices being initiated either directly by your company or by Sugar Distributors Limited which is controlled by you in relation to our efforts to market our Eurolux 1 kg Retail Sugar in Ireland. We have requested the Director of Consumer Affairs and Fair Trading to investigate specific difficulties we are experiencing.
Specifically this letter is to advise you that we object very strongly to your companies substitution of our product in the Spar retailer, Kelly's of Boyle. With or without the agreement of the proprietor this action contravenes existing legislation and we respectfully demand that you restore our product here and in other instances where this practice has occurred.
We specifically object to the use of oppressive tactics on other individual retailers who are enjoying the benefits of Eurolux and would continue to so do if left unthreatened.
We seek your assurance that you will desist from restrictive practices and unfair trading and compete with us on equal terms as we are entitled to expect under the rules of the European Community."

([33]) „Volume of sugar imported across border in November/December estimated at 700 tonnes with an acceleration in January.
Sales to wholesalers in border area over the last two months as follows: (. . .)
Mr A. J. Hogan (General Manager Marketing of Irish Sugar) suggested we reomove £[. . .]/tonne rebates currently given in Northern Ireland. This would have a double benefit in increased Northern prices plus reducing rebate required in South. This action to be taken while attempting to get B.S.C. (British Sugar) and Tate & Lyle to follow but our price to be increased in any case.
Mr Keleghan's (Sales Director of SDL) view was that there were only two alternatives.
(a) National rebates in the South. He suggested £[. . .]/tonne on a National basis with £[. . .] in border areas for February/March. Estimated cost £[. . .].
(b) Remove present £[. . .] border area rebate as this was impossible to maintain on a selective basis and restrict supplies of McKinney sugar to the Northern Ireland wholesalers who are currently supplying the Southern trader.
After discussion it was decided to implement the latter alternative. In the meantime efforts are to be continued to get B.S.C. and Tate & Lyle to increase prices."

([34]) „Tate & Lyle were gaining some additional sales because of restriction of supplies of McKinney sugar in the border area."

([35]) „Since the last packet sugar price increase in October 1984 (. . .) a substantial differential has existed between home market prices and the price of competitive imported product, the latter including re-imported McKinney packets and bagged sugar. (. . .) The activities of Round Tower Foods Limited which is currently packing and selling an estimated 40 tonnes of packet sugar per week (. . .) are a continuing cause of concern and, at this stage, are but one feature of the actual/potential competition picture which threatens the price and market share dominance of ‚Siucra' packet sugars in the Republic of Ireland market."

([36]) „(i) take no action; (ii) reduce market selling prices to all customers by IR£[. . .] per tonne, thereby equalising the selling prices North and South; this action should totally eliminate all import/competitive problems but would be both unnecessary and impossible from a financial point of view; (iii) reduce selling prices by £[. . .], which should be sufficient to confine cross-border imports to border areas and keep the level of packing by Round Tower Foods Limited to at or below the current level, but would not deal with the demands of multiples, etc., for equal pricing North and South; (iv) operate a selective coordinated programme to take account of the most vulnerable areas, with the objective of maintaining shelf prices at the current level. This is the recommended strategy and SDL believe that, given the excellent relationships which exist in the market place coupled with the recognised branding advantage

of Siucra products, it should be adopted for the balance of 1985/86 and for 1986/87. SDL consider that this is the most preferable least cost option, whilst at the same time recognising that it cannot be guaranteed to withstand increased pressures from Round Tower Foods Limited/importers. If the latter situation occurs serious consideration will have to be given to the more expensive options listed."

(37) „(i) continue with £[. . .] per parcel promotion in Donegal area and extend promotion in Monaghan/Dundalk area (border area); (. . .); (iv) particular problems have arisen with A.D.M. because of the nature of that grouping. The cost of tempory rebate arrangements entered into with A.D.M. are set out in Appendix E4. and it is expected that additional expenditure of £[. . .] p.a. will arise with this customer".

(38) „Recommendations and implications re Gold Seal Sugars: 1R continue as we are, i. e. rebating as the necessity arises. Presently we rebate to: [. . .]. Through [. . .] we rebate to many independent outlets the largest being [. . .]. Imp. [implication] This method is exceedingly dangerous both legally and commercially. Legally on the basis of selective pricing. Commercially on the same basis except that the selectivity is in favour of our smaller customers i. e. [. . .] . . . ex area manager [. . .]. is a user of less than [. . .] t p.a. and has a nett price of . . . whilst [. . .] who purchase from [. . .] to [. . .] t p.a. or more than [. . .] tonnes collectively . . .".

(39) „Mr C. M. Lyons (Managing Director of SDL) said that, in the light of the very low Northern Ireland prices already discussed, it was essential to maintain the IR£[. . .] per parcel [15 × 1 kg bags] Border promotional allowance. It was agreed to continue this promotion for the reason stated."

(40) „1. [. . .].
I spoke yesterday with Joe Lane who range regarding the position on the £[. . .] per parcel for July. (. . .) I advised him to extend the same situation for July. He went through the individual customers he had taken back and these amounted to [. . .] customers out of a total of [. . .] that he has given it to. The other [. . .] are loyal ones who have always remained with him but who were under pressure in the areas involved."

(41) „. . . whilst the drop in packet sugar sales was of concern, it had to be born in mind that approximatley [. . .] tonnes of the reduction was attributable to reduced cross-border sales of McKinney sugars".

(42) Das Dokument ist nicht datiert, stammt aber höchstwahrscheinlich von oder aus der Zeit um Oktober 1986.

(43) „2. BSC and Tate & Lyle cut their prices (we have not followed) by a further £12/13 in small Border Cash & Carry's (none of whom would reach 300 tonnes of sugar per year) who were only too pleased to stock their product as McKinneys was price marked and could not be used for Cross Border Traffic.
We have a serious problem therefore with prices too low in these Cas & Carry's and Cross Border Merchants purchasing and dumping in the South which is now costing C.S.E.T. (Irish Sugar) approximately £[. . .] per annum to discount in the Border area in the South as well as losing [. . .] % retail packet market share in Northern Ireland. The problem is potentially far more serious as the amount of discounting is growing and it could trigger a National discount which could cost up to £[. . .] million . . .".

(44) „Mr Keleghan reported that the [. . .] £ per parcel rebate had been reduced to [. . .] p per parcel in all areas except in Donegal. It was agreed that the Donegal rebate be reduced to [. . .] p from December 1st, 1986."

(45) „Mr C. M. Lyons said that the reduction of the cross-border rebate from £[. . .] to [. . .] p per parcel had worked out well without any major problems and the reduction had not resulted in any increase in the small amount of B.S.C. and T&L sugar being imported. Mr M. Leyden confirmed a similar reaction in the Western area."

(46) „. . . reflected both reduced cross-border sales and also the loss of a major UK contract by this customer".

(47) „Border rebates had been removed in July 1987 but might have to be reintroduced in early 1988. Round Tower appeared to have adopted a more rational policy in recent times . . .".

(48) „. . . the recent £20,00 increase in Northern Ireland packet sugar prices, coupled with the strengthening of sterling against the Irish Pound, had reduced cross-border imports significantly . . .".

(49) „. . . increases in the pricing of BSC and Tate & Lyle sugars had helped to stabilise that market and reduce the amounts of sugar coming across Border".

(50) „Mr T. G. Keleghan said there was a potential threat to the home market from cross-border imports from the North. He said that if this threat materialised it was important to react speedily with appropriate counter measures. These would include price marking on McKinney sugar and appropriate promotional activity on the home market . . .".

(51) Auf Auskunftsverlangen von Irish Sugar vorgelegt und bei einer Inspektion (Prüfung) in den Räumlichkeiten des Unternehmens am 16. Januar 1995 kopiert.

(52) Wie aus den von Irish Sugar am 18. Mai 1995 vorgelegten Auszügen von Management-Sitzungsprotokollen von Irish Sugar und Sugar Distributors in den 80er Jahren ersichtlich.

(53) „. . . has been of the order of £[. . .] to £[. . .] for each tonne of sugar utilised in the manufacture of the export product".

(54) Da die Zahlungsmethode von Abnehmer zu Abnehmer verschieden ist, so daß für einige Abnehmer Ausfuhrrabatte nur für (durch Unterlagen belegte) tatsächlich ausgeführte Zuckermengen (von einigen Kunden, z. B. [. . .] als „Ausfuhrzucker" bezeichnet) gezahlt werden und für andere im Durchschnitt gesenkt und für alle Zuckerkäufe, zur Verwendung im Inland wie auch für die Ausfuhr, gezahlt werden. Bestimmt können Ausfuhrrabatte für ausgeführte Mengen erheblich über [. . .] IEP pro Tonne liegen.

(55) „. . . where PFAs have been granted to a company over a period of time the PFA becomes effectively built in to the company's purchase price and, consequently, the company will demand to receive the same level of rebate".

(56) „. . . we operate an export rebate arrangement with Irish Biscuits and subject to further discussions with Irish Biscuits we are proposing a rebate of £[. . .] a tonne".

(57) In ihrer Antwort auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 12. Juli 1996, Ziffer 6.2.6.

(58) In ihrer Antwort auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 12. Juli 1996, Ziffer 6.3.1.

(59) „. . . charged as if it had purchased [. . .] tonnes".

(60) „. . . in its first year of trading (May 1993/94) Burcom purchased [. . .] tonnes".

(61) Bei der mündlichen Anhörung vom 26. Juli 1996 (Herr McCluskey).

(62) In Anhang 9 der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 25. März 1996.

(63) „. . . promotional activity in April and May contributed to stock build up and, therefore, to lower sales level in June and probably July as well".

(64) In einem bei der Nachprüfung vom 16. Januar 1995 kopierten unternehmensinternen Vermerk stehen für 1994/95 Lieferungen von Irish Sugar an Dunnes im Umfang von [. . .] Tonnen Siucra 1 Kilogramm, [. . .] Tonnen Siucra Spezialzucker, [. . .] Tonnen St. Bernard 1 Kilogramm und [. . .] Tonnen St. Bernard Spezialzucker.

(65) Antwort von Irish Sugar auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 12. Juli 1996, Ziffer 7.3.4.

(66) In der mündlichen Anhörung vom 26. Juli 1996 (Herr Power und Herr McCluskey).

(67) Wie der Kommission am 18. Mai 1995 von Irish Sugar übermittelt und in Anhang 9 der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 25. März 1996.

(68) In Anhang 9 der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 25. März 1996.

(69) Urteil des Europäischen Gerichtshofs im Fall Hoffmann-La Roche gegen Kommission vom 13. Februar 1979, Rechtssache 85/76, Slg. 1979, S. 461, Entscheidungsgrund 28; siehe ferner Urteil des Gerichtshofs im Fall L'Oréal gegen De Nieuwe AMCK vom 11. Dezember 1980, Rechtssache 31/80, Slg. 1980, S. 3775.

(70) Entscheidung 88/518/EWG (ABl. L 284 vom 19. 10. 1988, S. 41).

(71) In ihrer Antwort auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 12. Juli 1996, Ziffern 3.2.1 bis 3.2.7.

(72) Urteil des Gerichtshofs vom 14. Februar 1978, United Brands gegen Kommission, Rechtssache 21/76, Slg. 1978, S. 207, Entscheidungsgrund 11.

(73) Urteil des Gerichtshofs vom 16. Dezember 1975 in den verbundenen Rechtssachen 40 bis 48, 50, 54 bis 56, 111, 113 und 114/73, Slg. 1975, S. 1663, Entscheidungsgründe 16, 17 und 24.

(74) Vgl. Fußnote 73, Entscheidungsgründe 19 und 20.

(75) Aus Tabelle (Übersicht) 1 ist ersichtlich, daß die Einfuhren im Zeitraum 1986 bis 1994 unter 10 % des Gesamtinlandsverbrauchs lagen. Im Zeitraum 1989 bis 1994 entfielen weniger als 5 % des Inlandsverbrauchs auf Einfuhren.

(76) In ihrer Antwort auf die Beschwerdepunkte vom 12. Juli 1996, Ziffer 3.3.6.

(77) Vgl. Fußnote 69, Entscheidungsgründe 38 und 39.

(78) Urteil vom 9. November 1983, Rechtssache 322/81, Michelin gegen Kommission, Slg. 1983, S. 3461, Entscheidungsgrund 59.

(79) In ihrer Antwort auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 12. Juli 1996, Ziffer 3.3.2.

(80) Entscheidung 92/553/EWG (ABl. L 356 vom 5. 12. 1992, S. 1).

(81) Entscheidung 94/893/EG, IV/M.430 Procter & Gamble/VP Schickedanz (ABl. L 354 vom 31. 12. 1994, S. 32).

(82) Urteil des Europäischen Gerichtshofs im Fall Società Italiana Vetro SpA gegen Kommission, Rechtssachen T-68/89, T-77/89 und T-78/89, Slg. 1992, S. II-1403.

(83) Vgl. Fußnote 69, Entscheidungsgrund 91.

(84) Vgl. Fußnote 78, Entscheidungsgrund 57.

(85) ABl. 30 vom 30. 4. 1962, S. 993/62.

(86) ABl. 53 vom 1. 7. 1962, S. 1571/62.

(87) Vgl. Fußnote 78, Entscheidungsgrund 82.

(88) Tetra Pak II, Entscheidung 92/163/EWG der Kommission (ABl. L 72 vom 18. 3. 1992, S. 1).

(89) Vgl. Fußnoten 72 und 73; Entscheidung 85/609/EWG der Kommission im Fall ECS/AKZO (ABl. L 374 vom 31. 12. 1985, S. 1); Entscheidung 88/138/EWG der Kommission im Fall *Hilti* (ABl. L 65 vom 11. 3. 1988, S. 37), in der Folge vom Gericht erster Instanz mit Urteil vom 12. Dezember 1991 im Fall T-30/89, Slg. 1991, S. II-1439, aufrechterhalten.

(90) Entscheidung 83/462/EWG der Kommission (ABl. L 252 vom 13. 9. 1983, S. 13).

(91) Antwort von Irish Sugar auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission vom 12. Juli 1996 unter den Ziffern 9.3.3 und 9.3.4, in der die Entscheidung der Kommission vom 14. Dezember 1985 im Fall ECS/AKZO zitiert wird.

(92) Entscheidung 89/22/EWG der Kommission (ABl. L 10 vom 13. 1. 1989, S. 50).

(93) Auf der Basis von Nachlässen von [. . .] je Paket und [. . .] je Tonne, wie in den obengenannten Geschäftsunterlagen von Irish Sugar und SDL angeführt, und 1985/86 und 1986/87 Preise für Haushaltszucker, wie von Irish Sugar vorgelegt, in Höhe von [. . .] und [. . .] je Tonne. Es ist zur Kenntnis zu nehmen, daß im Falle von mindestens einem Abnehmer ([. . .]) „additional expenditure . . . will arise" (Nummer 57).

(94) Vgl. Fußnote 78, Entscheidungsgrund 57.

(95) Vgl. Fußnote 89.

(96) Aussage von Herrn Noel McCluskey in der mündlichen Anhörung vom 26. Juli 1996.

(97) Antwort von Irish Sugar auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 12. Juli 1996, Randnummer 5.4.1, Ziffer ii).

(98) Vgl. Fußnote 72.

(99) Entscheidung 76/353/EWG der Kommission (ABl. L 95 vom 9. 4. 1976, S. 1).

(100) Antwort von Irish Sugar auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 12. Juli 1996, Randnummer 6.4.3, Ziffer ii).

(101) Vgl. Fußnote 72, Randnummern 229 und 230.

(102) Vgl. Fußnote 70, Randnummer 73.

(103) Urteil des Gerichts erster Instanz vom 6. Oktober 1994 in der Rechtssache T-83/91, Slg. 1994, S. II-755, Entscheidungsgrund 114.

(104) Vgl. Fußnote 78, Schlußanträge des Generalanwalts.

(105) Vgl. Fußnote 78, Entscheidungsgrund 82.

(106) Vgl. Fußnote 78, Entscheidungsgrund 57.

(107) Urteil des Europäischen Gerichtshofs in der Rechtssache Société Technique Minière gegen Maschinenbau Ulm, Rechtssache 56/65, Slg. 1966, S. 283.

(108) ABl. L 319 vom 29. 11. 1974, S. 1.