II

(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 14. Juli 1999

in einem Verfahren nach Artikel 82 EG-Vertrag

(IV/D-2/34.780 — Virgin/British Airways)

(Bekanntgegeben unter Aktenzeichen K(1999) 1973)

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(Text von Bedeutung für den EWR)

(2000/74/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 die Artikel 3 und 15 Absatz 2,

nach Kenntnisnahme der von Virgin Atlantic Airways Limited am 9. Juli 1993 eingelegten Beschwerde und der von Virgin Atlantic Airways am 9. Januar 1998 eingelegten ergänzenden Beschwerde, in denen die Zuwiderhandlungen gegen die Artikel 81 und 82 EG-Vertrag durch British Airways geltend gemacht werden und die Kommission aufgefordert wird, diese Zuwiderhandlungen zu beenden,

gestützt auf den Beschluß der Kommission vom 20. Dezember 1996 zur Einleitung eines Verfahrens in dieser Sache,

nach Anhörung der betroffenen Unternehmen 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:

I. SACHVERHALT

A. **DIE BETEILIGTEN PARTEIEN**

(1) Beim Beschwerdeführer Virgin Atlantic Airways Limited („Virgin") handelt es sich um ein in Privateigentum befindliches Unternehmen, das 1984 als Kapitalgesellschaft nach englischem Recht eingetragen wurde. Virgin betreibt die planmäßige Fluggastbeförderung auf einer Reihe internationaler Strecken zwischen London und den USA, Hongkong, Athen und Tokio. Ihr Hauptsitz befindet sich in West Sussex, England.

Im Jahre 1997 lag Virgin bei den Passagierkilometern im internationalen Linienflugverkehr weltweit an einundzwanzigster und bei den Passagierkilometern im planmäßigen internationalen Luftverkehr und im planmäßigen Inlandsflugverkehr zusammengenommen an einunddreißigster Stelle.

Per 31. Oktober 1994 (Ende des Geschäftsjahrs) erzielte Virgin einen Umsatz von 444 Mio. GBP. Ende 1997 waren bei Virgin 4 522 Mitarbeiter beschäftigt [3].

(2) Beim Antragsgegner British Airways Plc („BA") handelt es sich um ein in Privateigentum befindliches Unterneh-

[1] ABl. 13 vom 21.2.1962, S. 204/62.
[2] ABl. 127 vom 20.8.1963, S. 2268/63.
[3] IATA World Air Transport Statistics No 42 WATS 4/98.

men, das als Kapitalgesellschaft nach englischem Recht eingetragen ist. BA entstand 1972 durch die Zusammenlegung der British Overseas Airways Corporation (1940 gegründet) und der British European Airways (1946 gegründet). BA wurde 1987 privatisiert.

BA ist die größte Fluggesellschaft im Vereinigten Königreich. Es betreibt eine große Zahl inländischer und internationaler Linien- und Charterluftverkehrsdienste. Sein Linienflugnetz umfaßt 15 Zielflughäfen innerhalb des Vereinigten Königreichs und 155 internationale Zielflughäfen in 72 Ländern. Im Jahre 1997 lag BA im Weltmaßstab bei den Passagierkilometern im planmäßigen internationalen Luftverkehr an erster und bei den Passagierkilometern im internationalen und inländischen Luftverkehr zusammengenommen an neunter Stelle ([4]).

Der konsolidierte Umsatz von BA belief sich per 31. März 1998 (Ende des Geschäftsjahrs) auf 8,642 Mrd. GBP bei einem Reingewinn von 460 Mio. GBP. Per 31. März 1998 (Ende des Geschäftsjahrs) beschäftigte BA im Durchschnitt 60 675 Mitarbeiter ([5]).

B. **DIE BESCHWERDEN**

(3) Am 9. Juli 1993 reichte Virgin eine Beschwerde gegen bestimmte Geschäftspraktiken der BA ein, die als Zuwiderhandlungen gegen die Artikel 85 und 86 (jetzt Artikel 81 und 82) EG-Vertrag dargestellt wurden.

Gegenstand der Beschwerde waren insbesondere drei Formen von Praktiken (Übersetzung):

a) das Angebot von Rabatten oder anderen Prämien für Kunden und Reisevermittler zu der ausdrücklichen bzw. stillschweigend vereinbarten Bedingung, daß sie sämtlichen oder den größten Teil ihres Flugbedarfs durch BA decken (Treuerabatte);

b) das Angebot von rückwirkend zahlbaren Rabatten in Abhängigkeit davon, daß Kunden und Reisevermittler einen hohen Anteil ihrer Aufträge mit BA abwikkeln (Zielrabatte);

c) das Angebot von Kurzstreckenflügen, Höherstufungen oder anderen Prämien zu symbolischen oder ohne Kosten unter der Bedingung, daß die Abnehmer Flugscheine für Langstreckenflüge erwerben (Prämien).

Nach Auffassung des Beschwerdeführers fungieren die vorstehend aufgeführten Rabattstrukturen, die Bestandteil von Vereinbarungen zwischen BA und Reisevermittlern und Unternehmenskunden sind, als eine Art Liefervertrag mit Ausschließlichkeitsbindung, der in den Anwendungsbereich von Artikel 85 Absatz 1 EG-Vertrag fällt. Darüber hinaus stellt der Beschwerdeführer die Behauptung auf, daß es sich bei BA um ein beherrschendes Unternehmen handelt, daß seine beherrschende Stellung in Zuwiderhandlung gegen den jetzigen Artikel 82 mißbräuchlich ausnutzt, indem es die vorstehend genannten Praktiken anwendet, deren Wirkung der Ausschluß eines überaus gewinnbringenden und wirtschaftlich maßgeblichen Verkehrssektor des britischen Marktes vom Wettbewerb zum Nachteil kleinerer Wettbewerber wäre.

(4) Am 9. Januar 1998 legte Virgin eine ergänzende Beschwerde gegen die Ergebniszuschlagsregelung von BA („Performance Reward Scheme", PRS) ein und machte darin geltend (Übersetzung), „daß diese PRS nach Auffassung von Virgin eine Zuwiderhandlung gegen Artikel 86 darstellt, die bereits schwerwiegende Verletzung von Artikel 86 in Form der bestehenden Rabattstruktur von BA noch verstärken, und eine zynische Mißachtung der Haltung der Kommission gemäß der Darlegung in der Mitteilung der Beschwerdepunkte im Fall Nr. IV/34.780 und der Erklärung der Kommission auf der mündlichen Anhörung am 12. November 1997 darstellen". Virgin vertrat den Standpunkt, daß die PRS zudem eine Verletzung des jetzigen Artikels 81 EG-Vertrag darstellt.

(5) Mit diesen Beschwerden wurde die Kommission aufgefordert, Maßnahmen gegen die Prämienregelungen von BA für Reisevermittler und die Prämien- bzw. Rabattregelungen von BA für Unternehmenskunden zu ergreifen. Die Rabattregelungen von BA für Unternehmenskunden werden in dieser Entscheidung nicht behandelt.

C. **PRÄMIENREGELUNGEN VON BA FÜR REISEVERMITTLER**

(6) Sämtliche IATA-Reisevermittler im Vereinigten Königreich erhalten von BA eine Basis-Standardprovision. Diese belief sich von 1976 bis 1997 auf 9% für die internationalen Umsatzerlöse und 7,5% für Inlandsumsatzerlöse. Die erste Beschwerde von Virgin betraf die Einführung zusätzlicher Prämienregelungen für in Frage kommende Reisevermittler durch BA unter der Bezeichnung „Marketing-Vereinbarungen" und „Globale Vereinbarungen". In der ergänzenden Beschwerde von Virgin ging es um die PRS, eine Neufassung von BA der für alle Reisevermittler geltenden Prämienregelung.

1. **Die Marketing-Vereinbarungen**

(7) Mit bestimmten IATA-Reisevermittlern im Vereinigten Königreich hat BA besondere Vereinbarungen, die sogenannten Marketing-Vereinbarungen („MV"), geschlossen. Danach erhalten die entsprechenden Reisevermittler außer ihrer Basisprovision Zahlungen in einer oder mehreren der folgenden Rubriken:

a) eine zusätzliche Provision, der sogenannte „Ergebniszuschlag", sowie bestimmte Sonderprämien in Abhängigkeit vom Umfang der mit BA geflogenen Segmente;

([4]) Ebenda.
([5]) British Airways Report and Accounts per 31. März 1998.

b) Bargeldbeträge aus einem Ausbildungsfonds für die Teilnahme von Mitarbeitern des Reisevermittlers an BA-Schulungskursen;

c) Bargeldbeträge aus einem Unternehmensförderungsfonds, die von BA für mit den Reisevermittlern vereinbarte Werbe- und Marketingprojekte von beiderseitigem Interesse bereitgestellt werden.

(8) Diese Sondervereinbarungen sind im Prinzip IATA-Vertretern im Vereinigten Königreich mit Verkäufen von BA-Diensten von jährlich über 500 000 GBP vorbehalten („Flugerlöse"). Per August 1993 hatte BA annähernd 360 MV mit den wichtigsten Reisevermittlern im Vereinigten Königreich abgeschlossen, und zwar ausnahmslos für eine Laufzeit von jeweils einem Jahr. In der Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission vom 20. Dezember 1996 wurde festgestellt, daß diese Regelungen mindestens seit 1992 in Kraft waren. Diese Regelungen gelten seit der Mitteilung der Beschwerdepunkte weiter fort ([6]).

(9) Die Höhe der im Rahmen der MV gewährten Prämien richtet sich nach der Größe des Reisevermittlers. Reisevermittler mit Flugerlösen von jährlich mehr als 500 000 GBP, aber weniger als 10 Mio. GBP können eine Standard-MV abschließen. Mit Reisevermittlern, deren Einnahmen über 10 Mio. GBP liegen, nimmt BA individuell Verhandlungen auf. BA teilt diese Vermittler in die Kategorien A und B ein. Bei Reisevermittlern der Kategorie A sind die Einnahmen höher als 50 Mio. GBP, während die der Kategorie B mehr 10 Mio. GBP erzielen. In die Kategorie A fallen u. a. Thomas Cook, Hogg Robinson und Carlson Wagonlit. Zur Kategorie BA gehört beispielsweise P & O.

a) Der Ergebniszuschlag und andere Sonderprämien

(10) Der Ergebniszuschlag wird gleitend berechnet. Grundlage ist der Umfang, in dem ein Reisevermittler den Wert seiner Umsätze mit BA-Flugscheinen steigert („BA-Flugerlöse"). Je BA-Flugsegment kommen unterschiedliche Sätze des Ergebniszuschlags zur Anwendung (ein Hin- und Rückflugschein hat zwei Segmente), und zwar in Abhängigkeit vom geflogenen Segment: Langstrecke, Kurzstrecke usw. Je höher die Steigerung, desto größer die Bargeldzahlung pro Segment. Außer den vorstehend geschilderten Formen kommen auch bestimmte Flugstrecken (z. B. die Nordatlantikroute) für eine Ergebnissonderprämie in Frage.

Standard-MV

(11) Die folgende Tabelle zeigt die von BA im Rahmen von Standard-MV für 1995/96 für Reisevermittler mit Einnahmen aus BA-Flügen in Höhe von über 500 000 GBP, aber unter 10 Mio. GBP angebotene Regelung der Ergebniszuschläge. (Der in der Tabelle aufgeführte „Ergebniszuschlag" wird an den Reisevermittler für jeden von ihm verkauften BA-Flugschein des in Frage kommenden Typs gezahlt.)

Vorgabe (Flugerlöse in % des Vorjahreswertes	Ergebniszuschlag (in GBP)					Sonderprämie (in GBP)
	Longhaul Premium	World Traveller	Club Europe	Euro Traveller	Super Shuttle Executive	North Atlantic
100	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
105	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
110	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
115	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
120	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
125	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
130	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*

([6]) Aus einem Antwortschreiben von BA vom 13. August 1993 auf ein Auskunftsverlangen der Kommission ging hervor, daß es MV mindestens seit 1992 gab. Diesem Schreiben war eine Standard-MV für den Zeitraum von April 1993 bis März 1994 beigefügt. In einem Antwortschreiben von BA vom 13. Dezember 1995 auf ein Auskunftsverlangen der Kommission ging hervor, daß die Regelung weiter zur Anwendung kam und MV bis Ende der Saison 1995/96 in Kraft waren. Im Anschluß an die Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission vom 20. Dezember 1996 ließ keine der nachfolgenden Erklärungen von BA eine Veränderung der Handelsstrategie des Unternehmens erkennen.

* Teile der vorliegenden Entscheidung wurden so abgefaßt, daß vertrauliche Angaben nicht offengelegt werden; diese Teile stehen in eckigen Klammern und sind durch ein * gekennzeichnet.

Bei den Ergebnisvorgaben handelte es sich um die prozentuale Steigerung in der vom Reisevermittler für BA erzielten Flugerlöse gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres.

Die Kategorien wurden von BA wie folgt definiert:

— Longhaul Premium wird definiert als Concorde, First Class und Club World.

— World Traveller wird definiert als World Traveller nach, von oder innerhalb von Nord-, Mittel- und Südamerika und der Karibik, Afrika, Australien, Neuseeland und Asien.

— Club Europe wird definiert als Club Europe nach, von oder innerhalb von Kontinentaleuropa, eingeschlossen die Republik Irland, Zypern und Israel.

— Euro Traveller wird definiert als Euro Traveller nach, von oder innerhalb von Kontinentaleuropa, eingeschlossen die Republik Irland, Zypern und Israel.

— Longhaul wird definiert als nach, von oder innerhalb von Nord-, Mittel- und Südamerika und der Karibik, Afrika, Australien, Neuseeland, Asien, eingeschlossen die Türkei und Rußland.

— Shorthaul wird definiert als nach, von oder innerhalb von Kontinentaleuropa, eingeschlossen Zypern und Israel.

— North Atlantic wird definiert als nach, von oder innerhalb USA, Kanada und Bermuda.

Die auf den Einzelfall zugeschnittenen MV

(12) Die folgende Tabelle zeigt den Ergebniszuschlag (in GBP) je mit BA geflogenem Segment in den angegebenen Kategorien, dessen Zahlung BA im Rahmen der MV für 1995/96 mit Thomas Cook (ein Reisevermittler der Kategorie A) für den Zeitraum 1. April 1995—31. März 1996 vereinbart hat. (Der in der Tabelle aufgeführte „Ergebniszuschlag" wird an den Reisevermittler für jeden von ihm verkauften BA-Flugschein des in Frage kommenden Typs gezahlt.)

Vorgabe (Flugerlöse in % des Vorjahreswertes	Ergebniszuschlag (in GBP)					Sonderprämie (in GBP)
	Longhaul Premium	World Traveller	Club Europe	Euro Traveller	Super Shuttle Executive	North Atlantic
101,5	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
102,5	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
105,0	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
107,5	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
109,5	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
112,5	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
115,0	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
120,0	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*

(13) In der nachstehenden Tabelle sind der Ergebniszuschlag und die Sonderprämie (in GBP) dargestellt, die bei einer Auswahl der anderen Reisevermittler der Kategorie A im Rahmen der MV für 1995/96 (Zeitraum 1. April 1995—31. März 1996) für jedes geflogene Segment auf Longhaul-Premium- und North-Atlantic-Strecken fällig werden, wenn die Verkäufe von BA-Flügen dieser Reisevermittler 105 % der Vorjahreshöhe erreichen.

Reisevermittler	Ergebniszuschlag (in GBP)	Sonderprämie (in GBP)
	Longhaul Premium	North Atlantic
Hogg Robinson BTI	[…]*	[…]*
Carlson Wagonlit	[…]*	[…]*
American Express (bei 106 %)	[…]*	[…]*

(14) Die MV beinhalten auch „Partnerprämien" für Segmente, die auf ausgewählten Strecken von BA-Franchisepartnern geflogen werden, zum Beispiel von Cityflyer Express, GB Airways, Longanair und Maersk Air Ltd.

(15) Bei diesen Prämienzahlungen sind zwei Besonderheiten zu beachten:

a) Um ihren Anspruch auf die Zahlung eines Ergebniszuschlags oder einer Prämie zu wahren, sind die Reisevermittler gezwungen, ihre Verkäufe von BA-Flugscheinen von einem Jahr zum darauffolgenden zu steigern;

b) zwar werden der Ergebniszuschlag bzw. die Prämien nicht in Verbindung mit Segmenten gezahlt, die auf BA-Inlandsstrecken innerhalb des Vereinigten Königreichs geflogen werden (mit Ausnahme der Super-Shuttle-Executive-Segmente, die zu Executive- und Timesaver-Tarifen geflogen werden), doch werden die Inlandssegmente für das Erreichen der Zielschwellen mitgerechnet, da letztere als globale Flugerlöse berechnet werden, wozu Langstrecken-, Kurzstrecken- und Inlandsflüge zählen.

b) Ausbildungshilfen und Unternehmensförderungsfonds

(16) Im Rahmen der MV stellt BA bestimmte Geldsummen bereit, die von den Reisevermittlern für die Ausbildung ihrer Mitarbeiter verwendet werden können. Zugleich sehen die MV die Einrichtung von Unternehmensförderungs- bzw. Marketingfonds durch BA vor, deren Mittel von den einzelnen Reisevermittlern für Aktivitäten wie den Direktversand von BA-Werbematerial, Konferenzen, Flughafenbesichtigungen und Werbeabende ausgegeben werden können. In den MV ist festgelegt, daß diese Mittel dazu bestimmt sind, die Erlöse für BA zu steigern.

(17) In den MV mit Thomas Cook für 1993/94 lauten die Bestimmungen zu Ausbildungs- und Marketinghilfen beispielsweise wie folgt (Übersetzung):

„8 Thomas Cook wird zusammen mit seinem British Airways-Kundenbetreuer gemeinsame Marketingpläne entwickeln, deren Ziel die Steigerung der Fluggastzahlen und der Einnahmen für beide Partner ist.

9 Zur Verwirklichung dieser gemeinsamen Vorhaben in den Bereichen Marketing- und Verkaufsförderung wird British Airways für das Geschäftsjahr vom 1. April 1993 bis zum 31. März 1993 einen Geldbetrag bereitstellen. Für 1993/94 stehen finanzielle Marketing- und Ausbildungshilfen in Höhe von 670 000 GBP bereit.

(…)

11 Zweck des Einsatzes der Marketingmittel ist die Erwirtschaftung höherer Erlöse für British Airways. Alle Werbeaktivitäten, beispielsweise die nachstehend aufgeführten, die als einnahmesteigernd gelten können, werden bevorzugt:

a) Marketingaktivitäten wie der Direktversand von Werbematerial von Britis Airways (gegebenenfalls kundenorientiert), örtliche Werbung unter Herausstellung von Diensten oder Kampagnen von British Airways.

b) Verkaufsfördernde Aktivitäten wie Veranstaltungen für die Mitarbeiter (z. B. Produktaktualisierungen, Konferenzen), Anreize für die Mitarbeiter, Veranstaltungen für die Kunden (z. B. Flughafenbesichtigungen, Abendveranstaltungen für Werbezwecke, Workshops für Büromitarbeiter) und Anreize für Kunden.

Die Liste der Beispiele läßt sich fortführen. Andere Formen von Marketing- oder Verkaufsförderungsmaßnahmen können jederzeit mit Ihrem Britisch-Airways-Kundenbetreuer erörtert werden.

(…)

17 British Airways verpflichtet sich, Ihre Investitionen in Qualitätsausbildung aus Mitteln des Ausbildungsfonds zu unterstützen. Mittel aus diesem Fonds können für sämtliche Schulungen eingesetzt werden, deren Veranstalter Speedwing Training ist. Ein Verzeichnis des Lehrgangsangebots ist beigefügt. Andere Standorte in der Region werden je nach Bedarf berücksichtigt. Das Angebot kann auch Programme in den Räumlichkeiten des Unternehmens umfassen. Sämtliche Lehrveranstaltungen unterliegen den üblichen Angebotsbedingungen von Speedwing Training, die dem Prospekt dieses Veranstalters zu entnehmen sind. Etwaige Gebühren für nachträgliche Änderungen, Stornierungen oder das Nichterscheinen angemeldeter Teilnehmer gehen zu Ihren Lasten.

18 Ein Betrag von 80 000 GBP ist für Ausbildungszwecke reserviert und bei Speedwing Training avisiert. Dieser Betrag kann in Absprache mit Ihrem British-Airways-Kundenbetreuer nachträglich geändert werden."

(18) Es sei darauf hingewiesen, daß der Unternehmensförderungsfonds auch Ausgaben in Form direkter Anreize für die Mitarbeiter einschließt. Die Bestimmungen zu direkten Mitarbeiteranreizen in den MV mit Thomas Cook für 1993/94 beispielsweise lauten wie folgt (Übersetzung):

„15 Sollte seitens British Airways der Wunsch bestehen, Mitarbeiter von Thomas Cook mit einem bestimmten nationalen/örtlichen Umsatzanreiz direkt oder indirekt zu fördern, so erklärt sich British Airways damit einverstanden, vor der Übermittlung einer solchen Förderung an die Mitarbeiter die schriftliche Zustimmung von Thomas Cook einzuholen. Geschieht dies nicht, behält sich Thomas Cook das Recht vor, die Förderung einzuziehen.

16 Im Zuge des Premier-Selection-Programms erklärt sich British Airways bereit, für die Laufzeit dieser Vereinbarung den Leisure-Mitarbeitern weiterhin 0,25 Prozent des Umsatzes im Rahmen des Thomas Cook Travel Trail Incentive Scheme zu zahlen. Die Zahlung erfolgt aus Mitteln des Marketingfonds."

c) Bedingungen

(19) Die MV von BA beinhalten bestimmte Bedingungen in bezug auf die Verkaufsförderung von BA-Produkten in der Verkaufsstelle eines Reisevermittlers. Zusammengefaßt bestehen sie in der Forderung, daß BA ein Status einzuräumen ist, der nicht unvorteilhafter ist als der der anderen Luftfahrtgesellschaften. So enthielten die Standard-MV für 1995/96 die im folgenden wiedergegebenen Bedingungen. Ähnliche Bestimmungen sind in allen MV zu finden (Übersetzung):

„21 Alle Produkte von British Airways sind in jedes vom Reisevermittler geführte Verzeichnis bevorzugter Anbieter aufzunehmen.

22 Der Vermittler darf sich an keinen Aktivitäten beteiligen, die gegen den Verkauf von Produkten oder Diensten von British Airways gerichtet sind. British Airways ist daher ein Status einzuräumen, der nicht unvorteilhafter ist als der anderer Luftfahrtgesellschaften.

23 Gegebenenfalls wird durch den Vermittler in der für seine Reisebüros zugänglichen elektronischen Tarifdatenbak während des gesamten Jahres der niedrigste Hin- und Rückfluglinientarif von British Airways an einer Stelle aufgeführt, die nicht unvorteilhafter ist als die der anderen Tarife. Bei den Zielflughäfen handelt es sich um die in diesen Datenbanken erfaßten Flughäfen.

24 Der Vermittler wird bei seinen Werbeaktionen und -auslagen die Produkte von British Airways und British Airways Holidays dergestalt in den Vordergrund rücken, daß sie die Aufmerksamkeit seiner Kunden auf sich ziehen. Sie dürfen in keinem Fall in einer gegenüber den anderen Luftfahrtgesellschaften benachteiligten Position ausgestellt werden. Besteht die Möglichkeit einer Schaufensterpräsentation, so verpflichtet sich der Vermittler, für British Airways mindestens zwei Auslagenmöglichkeiten pro Jahr in allen Zweigstellen bereitzuhalten. Der jeweilige Zeitpunkt wird in gegenseitigem Einvernehmen festgelegt.

25 Die einzelnen Reisebüros werden die Linienflugpläne von British Airways auslegen. Sämtliche Broschüren von British Airways und British Airways Holidays müssen durch das Personal in allen Verkaufsstellen in den Regalen das gesamte Jahr über in Augenhöhe angeordnet werden. Dabei dürfen sie auf keinen Fall gegenüber den anderen Luftfahrtgesellschaften benachteiligt sein."

2. **Die weltweiten Vereinbarungen**

(20) Die unter den Randnummern 7 bis 19 beschriebenen Übereinkünfte mit Reisebüros betreffen im Vereinigten Königreich erworbene Flugscheine. Für die Wintersaison 1992/93 allerdings hatte BA mit drei Reisevermittlern, und zwar mit American Express, Rosenbluth und Carlson Travel, gesonderte globale Förderprogramme vereinbart. Diese Programme berechtigten die genannten Reisevermittler zum Erhalt zusätzlicher Provisionen, deren Höhe unter Bezugnahme auf das Wachstum des BA-Anteils an ihren weltweiten Verkäufen berechnet wurde. Diese Übereinkünfte galten zusätzlich zu den in einigen Ländern geschlossenen lokalen Vereinbarungen. Gelang es einem Reisevermittler, den BA-Anteil an seinen gesamten internationalen Verkäufen auf den in den Vereinbarungen genannten Märkten während der Wintersaison um mindestens 1,5 % zu steigern, so wurde dies von BA mit 10 % des durch die Erhöhung bewirkten Einnahmeanstiegs honoriert. Zeigte sich der Vermittler gewillt, das Programm mit Hilfe von Anreizen für die Mitarbeiter anzukurbeln, stellte BA darüber hinaus eine vertraglich festgelegte Summe zur Verfügung, die selbst dann nicht zurückzuzahlen war, wenn das im Vertrag vorgegebene Wachstumsziel nicht erreicht wurde.

3. **Die Ergebniszuschlagsregelung**

(21) Von 1976 bis 1997 blieben die Sätze der Standardprovision, die BA an Reisevermittler im Vereinigten Königreich für internationale Flüge und Inlandsflüge zahlte, konstant bei 9 bzw. 7,5 %.

(22) Am 17. November 1997 teilte BA allen britischen Reisevermittlern auf dem Schriftwege Einzelheiten einer revidierten Verfahrensweise in bezug auf die Vergütung der Verkaufsleistung von Reisebüros durch BA mit. Dabei ging es um zwei Veränderungen:

(23) Zum einen gab BA seine Entscheidung bekannt, ab dem 1. Januar 1998 für alle im Vereinigten Köngreich verkauften BA-Flugscheine eine einheitliche Provision von 7 % zu zahlen.

Zum anderen verkündete BA seine Absicht, ab dem 1. Dezember 1997 eine sogenannte Ergebniszuschlagsregelung anzuwenden (Performance Reward Scheme — PRS). BA gab dazu folgende Erklärung (Übersetzung): „Mit der PRS erhalten Reisevermittler die Möglichkeit, auf ergebnisbezogener Basis Vergütungen zu erzielen, die höher sind als die Verminderung der Standardprovision". Diese PRS ist von dem „Ergebniszuschlag" zu unterscheiden, der den Reisevermittlern gezahlt wurde, mit denen BA eine MV geschlossen hatte.

(24) Dieses neue Verfahren der Provisionsberechnung wird für alle Reisevermittler im Vereinigten Königreich gelten. Danach kann jeder Reisevermittler zusätzlich zu der neuen Pauschalprovision von einheitlich 7 % eine Provision von bis zu 3 % für internationale Flugscheine und bis zu 1 % für Inlandsflugscheine erhalten. Die Größe der variablen Elemente für Inlands- und Auslandsflugscheine wird vom BA-Ergebnis der Reisevermittler abhängen. Die Höhe des Ergebnisses des Reisevermittlers wird gemessen, indem die gesamten der BA-Unternehmensgruppe zukommenden Flugerlöse aus Flugscheinen, die der Reisevermittler für Buchungen von BA-Flügen in einem bestimmten Kalendermonat ausgestellt hat, denen des entsprechenden Vorjahresmonats gegenübergestellt werden. Diese Zusatzprovisionen stellen eine Ergänzung zu anderen „Prämien" im Rahmen bestehender MV dar.

(25) Zur Berechnung des zusätzlichen variablen Elements wird der Ergebnisrichtwert bei 95 % des im entsprechenden Vorjahresmonat erzielten BA-bezogenen Umsatzes angesetzt. Übersteigt das Ergebnis des Reisevermittlers 95 %, so hat dieser Anspruch auf Zahlung eines variablen Elements. Die tatsächliche Größe des variablen Elements erhöht sich mit dem erzielten Ergebnis.

Hierbei ist zu beachten, daß das tatsächliche Ergebnis jedes Reisevermittlers, das ausschlaggebend für dessen Anspruch auf die Gewährung der variablen Elemente ist, zwar anhand der Erlöse aus internationalen Flügen und Inlandsflügen zusammen genommen, das variable Element für internationale und Inlandserlöse jedoch gesondert berechnet wird.

(26) Das variable Element für internationale und Inlandsflugscheine bildet ein prozentualer Anteil an den jeweiligen

internationalen und inländischen Vergütungserlösen, wobei letztere der Anteil der BA-Flugerlöse insgesamt aus Flugscheinen unter dem BA-Kennzeichen sind.

Im Rahmen der PRS verdient der Reisevermittler mit jedem über den Ergebnisrichtwert von 95% hinausgehenden Prozentpunkt zu seiner Standardprovision von 7% für internationale Flugscheine ein variables Element in Höhe von 0,1% hinzu. Bei Verkäufen von Inlandsflugscheinen beläuft sich das variable Element auf 0,1% je Verkaufssteigerung von 3% über den Richtwert von 95% hinaus. Das höchste variable Element, das Reisevermittler im Rahmen der PRS erhalten können, beträgt 3% für internationale Flugscheine und auf 1% für Inlandsflugscheine bei einer Ergebnishöhe von jeweils mindestens 125%.

(27) Erreicht beispielsweise ein Reisevermittler für einen bestimmten Monat ein Ergebnis in Höhe von 112%, dann liegt für diesen Monat das variable Element für Auslandsflugscheine bei 1,7% ((112 minus 95) × 0,1%) der internationalen Vergütungserlöse. Das variable Element für Inlandsflugscheine hingegen beläuft sich bei dieser Ergebnishöhe auf 0,5% ((112 minus 95) ÷ 3 × 0,1%) der Inlandsvergütungserlöse für diesen Kalendermonat. Die Zahlung der variablen PRS-Elemente erfolgt monatlich.

(28) Die PRS sollte bis zum 31. März 1999 laufen. Für den Monat Dezember 1997 sah BA eine Übergangsphase zur Einführung vor. Während dieses Monats galt die PRS zusätzlich zu den bis dahin bestehenden Standardprovisionen von 9 und 7,5% für Auslands- bzw. Inlandsflugscheine. Am 8. Februar 1999 gab BA bekannt, daß die Regelung für 1999/2000 nicht erneuert werden würde.

4. **Gemeinsamkeiten dieser Provisionsregelungen**

(29) Den vorstehend beschriebenen Provisionsregelungen ist ein hervorstechendes Merkmal gemeinsam. In jedem Fall führt das Erreichen der Vorgaben für Verkaufssteigerungen zu einer Erhöhung der gezahlten Provision für alle von dem Reisevermittler verkauften Flugscheine und nicht nur für die nach Erreichen der Vorgabe verkauften. So steigt bei den MV-Regelungen die Barprämie, die dem Reisevermittler je verkauftem Flugschein gezahlt wird, für alle verkauften Flugscheine. Bei der PRS steigt die gezahlte anteilige Provision für die insgesamt von dem Reisevermittler verkaufen Flugscheine. Steht also ein Reisevermittler kurz vor dem Erreichen eines der Schwellenwerte für die Erhöhung des Provisionssatzes, so kann der Verkauf relativ weniger weiterer BA-Flugscheine eine entscheidende Wirkung auf seine Provisionseinnahmen haben. Im umgekehrten Fall muß ein Mitbewerber von BA, der dem Reisevermittler einen Anreiz gewähren möchte, um einige Buchungen von BA auf die konkurrierende Fluggesellschaft umzuleiten, für alle verkauften Flugscheine einen wesentlich höheren Provisionssatz als BA zahlen, um diese Wirkung aufzuheben.

(30) Dieser Effekt der BA-Provisionsregelungen soll anhand eines Beispiels veranschaulicht werden. Angenommen, ein Reisevermittler hat im Bezugsjahr internationale Flugscheine für insgesamt 100 000 GBP verkauft. Verkauft der Reisevermittler monatlich internationale BA-Flugscheine im Wert von 100 000 GBP, so erhält er die Grundprovision von 7% und eine „Ergebnisvergütung" von 0,5% ((100 minus 95) × 0,1%) ([7]), was Gesamteinnahmen aus Provisionen für verkaufte internationale Flugscheine von 7 000 GBP ergibt (100 0000 × (7% + 0,5%)). Hat der Reisevermittler 1% der internationalen Flugscheine für einen Mitbewerber von BA verkauft, so würde seine „Ergebnisvergütung" auf 0,4% ((99 minus 95) × 0,1%) sinken, und dieser geringere Satz würde dann für alle Verkäufe von BA-Flugscheinen dieses Vermittlers gelten. Seine Provisionseinkünfte aus dem Verkauf von internationalen BA-Flugscheinen würden auf 7 326 GBP (99 000 × (7% + 0,4%)) zurückgehen. Eine Verminderung von 1 000 GBP bei den Verkäufen von internationalen BA-Flugscheinen hat einen Rückgang von 174 GBP bei den Provisionseinnahmen zur Folge. Der „Grenzprovisionssatz" kann mit 17,4% angegeben werden. In der Praxis bedeutet dies, daß ein BA-Konkurrent, der in der Lage wäre Flüge anzubieten, die 1 000 GBP der Verkäufe von BA-Flugscheinen des Reisevermittlers ersetzen könnten, eine Provision von 17,4% auf diese Flugscheine anbieten müßte, um das Reisebüro für die entgangenen BA-Provisionseinkünfte zu entschädigen. Zwar muß auch BA diesen hohen Grenzprovisionssatz anbieten, um den Verkauf seiner Flugscheine zu erhöhen, doch befindet sich diese Gesellschaft gegenüber dem neuen Akteur im Vorteil, der diesen hohen Provisionssatz für alle seine Buchungen zahlen muß. Der Grund für dieses Verhalten ist auch darin zu suchen, daß BA bestrebt ist, seine Position auf einem Markt zu behaupten, der erst vor relativ kurzer Zeit dereguliert wurde und wo diese Gesellschaft auf neue Konkurrenz trifft.

Dieser Effekt steigert sich noch, wenn es sich bei der Zahl der betreffenden Flugscheine um einen kleineren Anteil an den Richtwertverkäufen von BA-Flugscheinen des Reisevermittlers handelt. Er wird außerdem verstärkt, wenn der betreffende Reisevermittler nicht zur Zusatzprovisionen im Rahmen der PRS, sondern auch Prämien aus einem MV erhält.

D. **DIE MÄRKTE**

1. **Luftverkehrsvermittlerdienste im Vereinigten Königreich**

(31) Reisevermittler handeln beim Verkauf von Flugscheinen nicht als Hauptauftragnehmer, sondern als Vertreter der Fluggesellschaften, die sämtliche Risiken und Vergütungen für die Bereitstellung von Flugverkehrsleistungen übernehmen und mit den Reisenden direkt vertragliche

([7]) Entsprechend der Formel in Randnummer 26.

Beziehungen eingehen. Vertreter machen die von Fluggesellschaften angebotenen Leistungen bekannt, helfen den Reisenden bei der Auswahl der geeigneten Leistungen, wobei ihre unparteiische Einstellung vorausgesetzt wird, und übernehmen die verwaltungsrechtlichen Vorgänge wie das Ausstellen des Flugscheins, den Einzug des Geldes vom Reisenden und die Abführung dieser Beträge an die Fluggesellschaft. Als Gegenleistung für diese Dienstleistungen für die Fluggesellschaften zahlen diese den Vertretern Provisionen auf der Grundlage der von ihnen verkauften Flugscheine.

(32) Die von einem Reisevermittler angebotene Dienstleistung und seine Fähigkeit, das Interesse der Öffentlichkeit dafür zu wecken, besteht im wesentlichen darin, daß er Reisen auf allen Wegen und mit allen Verkehrsträgern organisieren kann. Zu diesem Zweck werden der Möglichkeit einer Fluggesellschaft, Geschäftsverbindungen mit einem bestimmten Vertreter zu verweigern, mit dem IATA-System (s. u.) Grenzen gesetzt ([8]). Zusammengefaßt haben bei der IATA zugelassene Vertreter bestimmte Einspruchsrechte gegen die Entscheidung von Fluggesellschaften, keine Geschäftsverbindung mit ihnen einzugehen. Es sei ferner darauf hingewiesen, daß ein auf einem bestimmten Markt tätiger Reisevermittler mit einer Fluggesellschaft, die über eine starke Position auf diesem Markt verfügt, nicht nur Geschäfte betreiben muß, sondern auch feststellen wird, daß ein großer Teil der von ihm verkauften Flugscheine zwangsläufig dieser Fluggesellschaft zukommen. Demzufolge machen die von dieser Fluggesellschaft gezahlten Provisionen für den Vermittler einen beträchtlichen Teil der insgesamt von Fluggesellschaften bezogenen Einkünfte aus. Selbst wenn er den Wunsch hätte, mit den Flugscheinen anderer Fluggesellschaften zu handeln, so würde doch sein Einkommen wesentlich von der Art der Provision beeinflußt, die von der starken Fluggesellschaft angeboten wird.

(33) Im Jahre 1995 gab es im Vereinigten Königreich ca. 7 000 Reisevermittler. Die größten und wichtigsten von ihnen sind am Ab- und Verrechnungsplan der IATA (Billing and settlement plan UK — „BSPUK") beteiligt. Ihre Zahl beläuft sich auf insgesamt 4 634. Davon sind 4 108 bei der IATA als Vertreter zugelassen und dürfen damit Flugscheine für planmäßige internationale Luftverkehrsdienste im Rahmen des IATA Passenger Agency Programme verkaufen. Die übrigen 526 Vermittler im BSPUK verkaufen nur Luftverkehrsdienste innerhalb des Vereinigten Königreichs. Die nicht dem BSPUK angehörenden Reisevermittler können Linienflugverkehrsdienste lediglich auf der Basis eines Einzelvertrags mit einer Fluggesellschaft verkaufen.

(34) Nach Angaben der ECTAA, des europäischen Fachverbands für Reisevermittler, werden gegenwärtig im Durchschnitt 70 % der Flugscheine in Europa durch Reisevermittler verkauft. Wie der britische Fachverband für Reisevermittler ABTA einschätzt, liegt diese Quote im Vereinigten Königreich bei derzeit durchschnittlich 80 bis 85 %. Der Rest wird über die eigenen Büros der Fluggesellschaften verkauft ([9]). So wurden z. B. von Januar bis November 1998 im Vereinigten Königreich BA-Flugscheine im Wert von 2 911 Mio. GBP abgesetzt, wovon 2 479 Mio GBP (85 %) durch zugelassene Vertreter der IATA verkauft und über den BSPUK abgewickelt wurden ([10]).

(35) Im Jahre 1992 machte der Verkauf von BA-Flugscheinen über IATA-Reisevermittler 66 % der Verkäufe der zehn führenden Fluggesellschaften aus, die in diesem Jahr über den BSPUK abgewickelt wurden. 1998 beliefen sich die über den BSPUK abgewickelten BA-Verkäufe im Wert von 3 276 Mio. GBP auf 57 % der BSPUK-Verkäufe der zehn führenden Fluggesellschaften, die ihre Verkäufe in diesem Jahr über den BSPUK tätigten.

(36) Die nachfolgende Tabelle vermittelt einen Überblick über den BA-Anteil am Gesamtvolumen der im Zeitraum 1992—1998 über den BSPUK abgewickelten Verkäufe:

Jahr	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
BSPUK-Verkäufe insgesamt (in Mio. GBP)	4 235	4 709	5 420	5 877	7 369	7 885	8 246
BA-Verkäufe über BSPUK (in Mio. GBP)	1 961	2 149	2 357	2 508	2 970	3 311	3 276
BA-Anteil (%)	46,3	45,6	43,5	42,7	40,3	42,0	39,7

([8]) Entscheidung 91/480/EWG der Kommission — IATA Passenger Agency Programme (ABl. L 258 vom 16.9.1991, S. 18, Randnummer 38).

([9]) Schreiben des britischen Fachverbands für Reisevermittler (The Association of British Travel Agents) an die Kommission vom 19. April 1999.

([10]) Schreiben von British Airways an die Kommission vom 20. April 1999.

(37) Der BA-Anteil am Flugscheinverkauf über zehn der größten Reisevermittler stellt sich wie folgt dar([11]):

Reisevermittler	BA-Bruttoerlös (in Mio. GBP)	Gesamt-BSP Bruttoerlös (in Mio. GBP)	BA-Anteil 1997/98 (in %)
American Express UK	[…]*	[…]*	[…]*
Hogg Robinson	[…]*	[…]*	[…]*
Carlson Wagonlit	[…]*	[…]*	[…]*
Carlson Worldchoice	[…]*	[…]*	[…]*
Going Places TVL Ltd	[…]*	[…]*	[…]*
Thomas Cook	[…]*	[…]*	[…]*
Brittanic Travel	[…]*	[…]*	[…]*
P&O Travel	[…]*	[…]*	[…]*
Portman Travel Ltd	[…]*	[…]*	[…]*
The Travel Company	[…]*	[…]*	[…]*
Insgesamt	[…]*	[…]*	[…]*

2. **Fluggastbeförderung aus dem und in das Vereinigte Königreich**

(38) BA bietet auf den Strecken zum, vom und im Vereinigten Königreich mehr Flüge an als jede andere Fluggesellschaft.

Was die Inlandsdienste anbelangt, gab es nach Schätzungen der Civil Aviation Authority (CAA) im Jahre 1994 10,7 Mio. Inlandsfluggäste im Vereinigten Königreich, davon 5,9 Mio. auf Strecken nach oder von London und 4,8 Mio. auf sonstigen Inlandsrouten. Der BA-Anteil an diesen Zahlen lag bei 60,6% auf den London-Strecken und bei 22,4% auf den übrigen Inlandsrouten, woraus sich ein Marktanteil am gesamten britischen Inlandsmarkt von zusammengenommen 46,5% ergibt.

Im internationalen Verkehr wurden im Juli 1995 151 Strecken von Heathrow und 92 von Gatwick bedient. Davon beflog BA 92 bzw. 43, die drei unmittelbar folgenden Wettbewerber 11, 10 bzw. 9 von Heathrow und 4,4 bzw. 4 von Garwick.

Im Winter 1998 besaß BA 38% der in Heathrow verfügbaren wöchentlichen Slots, der zweitplazierte Wettbewerber nur 14%. Die fünf BA am nächsten gelegenen Wettbewerber vereinten insgesamt lediglich 27,42% auf sich.

(39) Nach Angaben des International Passenger Survey („IPS“) entfiel 1994 auf BA ein Anteil von 40% bzw. 21% an den 37,9 Mio. bzw. 18,6 Mio. Fluggästen des internationalen Flugverkehrs in Heathrow und Gatwick.

(40) Damit lag der BA-Anteil am internationalen Flugverkehr ab Heathrow und Gatwick bei 34%.

(41) Im Jahre 1998 belief sich das Gesamtvolumen der für alle Fluggesellschaften im Vereinigten Königreich über den BSPUK abgewickelten Verkäufe auf 8 245 Mio. GBP, wovon 3 276 Mio. GBP (39,7%) auf BA entfielen.

([11]) NERA-Bericht an die BA vom 28. April 1999.

Die nachstehende Tabelle zeigt die Anteile der fünf führenden Fluggesellschaften im Vereinigten Königreich in der Rangfolge nach ihrem im Zeitraum 1992—1998 über den BSPUK abgewickelten Verkaufsvolumen.

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
British Airways	46,3	45,6	43,5	42,7	40,3	42,0	39,7
American Airlines		5,4	7,3	7,7	7,6	3,6	3,8
Virgin	2,8	3,0	3,7	4,0	4,0	5,8	5,5
British Midland	3,6	3,4	3,2	3,0	2,7	—	—
Qantas	3,0	2,7	3,0	2,6	6,4	3,0	3,3
KLM	2,5	—	—	—	—	3,8	5,3

Es sei darauf hingewiesen, daß der BSPUK für einen großen Teil (ca. 85 %) der insgesamt im Linienflugverkehr im Vereinigten Königreich verkauften Flugscheine steht. Es gibt daher keinen Grund anzunehmen, daß die Anteile der vorstehend aufgeführten Fluggesellschaften an den Flugscheinverkäufen im Linienflugverkehr, einschließlich der über die eigenen Verkaufsstellen getätigten, erheblich von den Zahlen des BSPUK abweichen.

(42) Bei den fraglichen Produkten handelt es sich um Flüge zu und von Flughäfen im Vereinigten Königreich. Diese Gruppe umfaßt etliche verschiedene sachlich relevante Märkte, die nach der Herkunft und den Zielorten der Flugreisen sowie nach dem Grad des Zeit- bzw. Preisbewußtseins der Fluggäste definiert werden. So bilden z. B. voll flexible Nonstop-Business-Flugscheine für Geschäftsreisende von Heathrow nach einem wichtigen Wirtschaftszentrum wie New York einen eigenständigen sachlich relevanten Markt, da die Geschäftsleute, die solche Flugscheine kaufen, lediglich in Erwägung ziehen werden, für ihre Reise den Flugschein gegen einen ähnlichen London-New York-Flugschein umzutauschen. Am anderen Ende der Skala könnten beschränkt umbuchbare, vorab gebuchte Economy-Flugscheine für Flüge von London nach Paris als Teil eines breiteren Produktmarkts stehen. Reisende ohne zeitliche oder preisliche Beschränkungen werden auch andere Verkehrsträger in Betracht ziehen, um nach Paris zu gelangen, und ein großer Teil der Flugscheine könnte u. U. an nicht unter Zeitdruck stehende Reisende verkauft werden, die eine längere, aber kostensparende, über Paris hinausgehende Reise unternehmen wollen und dabei nichts gegen einen weiteren Zwischenstop einzuwenden haben.

(43) All diese einzelnen Produkte werden auf unterschiedlichen geographischen Märkten verkauft, in aller Regel am jeweiligen Ende der Route, aber auch an anderen Orten, wenn der Flugschein z. B. als Teil einer Reise mit mehreren Zwischenaufenthalten gekauft wird. BA verkauft diese Produkte im Vereinigten Königreich über britische Reisevermittler im Rahmen der vorstehend beschriebenen Vereinbarungen, und diese Transaktionen werden durchweg über den BSPUK der IATA abgewickelt. Die BA-Konkurrenten im Vereinigten Königreich würden ihre Verkäufe ebenfalls über diese Kanäle tätigen und dabei für Verkäufe an im Vereinigten Königreich ansässige Abnehmer die gleichen Bedingungen zur Anwendung bringen.

E. DIE WICHTIGSTEN ARGUMENTE DER BETEILIGTEN PERSONEN

1. Virgin

(44) In seiner ursprünglichen Beschwerde vom 9. Juli 1993 stützte sich Virgin auf die unter Punkt C.1 und C.2 beschriebenen Prämienregelungen für Reisevermittler. In der ergänzenden Beschwerde von Virgin vom 9. Januar 1998 wurde die unter Punkt C.3 erläuterte „Ergebniszuschlagsregelung“ angeführt. In der ursprünglichen Beschwerde von Virgin ging es darüber hinaus um Rabattvereinbarungen zwischen BA und großen Unternehmenskunden. Diese werden in dieser Entscheidung nicht behandelt.

(45) Virgin stellte die Behauptung auf, daß die Rabattvereinbarungen zwischen BA und Reisevermittlern bzw. großen Unternehmenskunden eine Verletzung von Artikel 81 Absatz 1 EG-Vertrag als „Lieferverträge mit Ausschließlichkeitsbindung“ sowie von Artikel 82 als Versuche eines marktbeherrschenden Unternehmens, BA, seine Konkurrenten von einem Teil des Marktes oder

der Märkte für den Flugverkehr zum und vom Vereinigten Königreich auszuschließen, darstellten.

2. Die Mitteilungen der Beschwerdepunkte der Kommission

(46) In der ersten Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission vom 20. Dezember 1996 wurde geltend gemacht, daß BA sowohl auf dem britischen Markt für Reisevermittlerdienste als auch auf den britischen Märkten für den Reiseverkehr von Unternehmenskunden im Bereich Geschäftsreisen marktbeherrschend ist. In dieser Mitteilung wurden die BA-Vereinbarungen mit Reisevermittlern und Unternehmenskunden kritisiert. In der ergänzenden Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission wurde die Position der Kommission zur marktbeherrschenden Stellung neu formuliert und aktualisiert und die PRS für Reisevermittler als Mißbrauch einer marktbeherrschenden Stellung kritisiert. BA-Vereinbarungen mit Unternehmenskunden bleiben in der vorliegenden Entscheidung unberücksichtigt.

Beherrschende Stellung

(47) In den Mitteilungen der Beschwerdepunkte der Kommission wird festgestellt, daß BA auf dem britischen Markt für Reisevermittlerdienste eine beherrschende Stellung einnimmt. Dies wird begründet mit:

i) seiner strukturbedingten Position, die größte Auswahl an Flügen zum und vom Vereinigten Königreich anzubieten,

ii) seinem Anteil am Gesamtverkauf von Flugreisen im Vereinigten Königreich und infolgedessen seinem Anteil an den Käufen von Luftverkehrsvermittlerdiensten,

iii) seinem Anteil an den Märkten für den Verkauf von Flugreisen und den Kauf von Luftverkehrsvermittlerdiensten bezogen auf den Anteil seiner Wettbewerber,

iv) dem Umstand, daß das Unternehmen für Reisevermittler, die ihren Kunden einen umfassenden Service bieten wollen, ein unumgänglicher Handelspartner ist.

Mißbrauch in Vereinbarungen mit Reisevermittlern

(48) In den Mitteilungen der Beschwerdepunkte der Kommission wird geltend gemacht, daß die Provisionsvereinbarungen von BA mit Reisevermittlern den Mißbrauch einer beherrschenden Stellung darstellen. Die Sonderprovisionen basieren auf dem Umfang, in dem ein Reisevermittler seine eigenen Vorjahresergebnisse von BA-Flugscheinverkäufen erreicht oder übertrifft, und nicht auf der Größe oder Effizienz des Reisevermittlers oder den von BA durch den Reisevermittler angebotenen Diensten. Daher stehen sie nicht in Verbindung mit kostensparenden oder effizienzsteigernden Maßnahmen seitens BA in dessen Geschäftsbeziehungen mit Reisevermittlern. Tatsächlich konnte die Kommission keine Kosteneinsparungen oder Effizienzsteigerungen für BA ausmachen, wenn ein Reisevermittler eine große Zahl von Flugscheinen verkaufte. Davon ausgehend vertrat die Kommission den Standpunkt, daß die gewährten Provisionen eine unterschiedliche Behandlung von Reisevermittlern darstellen. In Anbetracht der Wesensmerkmale der Regelungen, d. h. der Tatsache, daß die Sonderrabatte progressiv gewährt wurden und dadurch an der Schwelle eine überaus große Wirkung erlangten, sowie der Tatsache, daß diese Wirkung von Jahr zu Jahr zunehmen würde, sofern ein Vermittler seine Verkäufe von BA-Flugscheinen steigert, gelangte die Kommission ferner zu der Auffassung, daß es sich hierbei um unrechtmäßige „Ausschließungs-Provisionsregelungen" handelt. Die den Reisevermittlern im Rahmen einiger Provisionsregelungen zusätzlich eingeräumten Vergünstigungen und Barzahlungen führten zu einer Verstärkung der Ausschließungswirkung dieser Regelungen.

3. Die Erwiderungen von BA auf die Mitteilungen der Beschwerpunkte

(49) Auf die Mitteilungen der Beschwerdepunkte der Kommission reagierte BA mit folgenden Antworten:

i) eine schriftliche Erwiderung am 27. März 1997 auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission;

ii) ein ergänzendes Memorandum vom 15. Oktober 1997;

iii) mündliche Ausführungen auf der mündlichen Anhörung vom 12. November 1997;

iv) auf der Anhörung vom 12. November 1997 mit einer Vorlage von Professor Robert S. Pindyck vom Massachusetts Institute of Technology (M.I.T.), die der Kommission auf Antrag von BA vorgelegt wurde;

v) eine Erwiderung von BA vom 20. Mai 1998 auf die ergänzende Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission;

vi) auf einer Zusammenkunft am 28. April 1999 legte BA einen Bericht vor, der von National Economic Research Associates auf Ersuchen von BA angefertigt worden war;

vii) verschiedene Schreiben im Zeitraum Mai 1998 und April 1999.

(50) BA brachte eine große Zahl von sachbezogenen und rechtlichen Argumenten vor, die Fragen der Marktdefinition, Bestimmung einer beherrschenden Stellung, Feststellung mißbräuchlichen Verhaltens, Anwendung von geltendem Verfahrensrecht auf diesen Fall sowie Fragen im Zusammenhang mit den Verpflichtungen der Kommission, über die Fortführung dieses Falls zu entscheiden, betrafen. Diese Argumente werden im weiteren zusammenfassend dargestellt.

Argumente von BA zu allgemeinen Verpflichtungen der Kommission

(51) In seinen Erwiderungen auf die Mitteilungen der Beschwerdepunkte der Kommission lenkt BA die Aufmerksamkeit der Kommission auf Prämienregelungen anderer europäischer Fluggesellschaften für Reisevermittler und große Unternehmenskunden. Diese Regelungen, die jetzt im Ergebnis von Beschwerden von BA gegen eine Reihe europäischer Fluggesellschaften Gegenstand gesonderter Fälle sind, könnten den Regelungen vergleichbar sein, gegen die die Kommission im vorliegenden Fall Einwände erhoben hat. BA hat geltend gemacht, daß es von seiten der Kommission eine Diskriminierung darstelle, gegen BA vorzugehen, bevor sie Maßnahmen gegen die Regelungen anderer Fluggesellschaften ergriffen habe. BA führt an, daß diese Diskriminierung eine Verletzung der grundlegenden rechtlichen Verpflichtungen der Kommission bedeute. Ferner macht BA geltend, daß ein Vorgehen gegen seine Prämienregelungen vor einem Verfahren zu Regelungen in anderen europäischen Ländern, in denen BA seine Flugscheine verkauft, seine allgemeine Wettbewerbsposition auf den relevanten Märkten verschlechtern würde. BA hat vorgeschlagen, daß die Kommission anstelle der Behandlung eines Einzelfalls eine Art allgemeine, für alle EWR-Fluggesellschaften geltende gesetzliche Vorschrift verabschieden sollte, wie dies z. B. bei computergesteuerten Buchungssystemen ([12]) geschehen ist.

Argumente von BA zum geltenden Verfahrensrecht

(52) Aus noch darzulegenden Gründen ist BA nicht der Auffassung, daß die Bereitstellung von Luftverkehrsvermittlerdiensten im Vereinigten Königreich als Markt zu betrachten ist. Daher macht das Unternehmen geltend, daß seine Provisionsregelungen für Reisevermittler lediglich für einen Markt für den „Verkauf von Luftbeförderung durch Reisevermittler" von Bedeutung seien und demzufolge nicht in den Anwendungsbereich der Verordnung Nr. 17 fielen.

Argumente von BA zur Marktdefinition

(53) BA führt an, daß das Angebot von Reisevermittlerdiensten durch Reisevermittler kein korrekt definierter sachlich relevanter Markt sei. Das Unternehmen stützt sich dabei auf folgende Faktoren:

i) Reisevermittler bieten auch andere Dienste an, etwa Hotelreservierungen und Autovermietungen, die mit ihrer Tätigkeit im Bereich Luftverkehr „verwoben" sind. Nach den Ausführungen von BA ergibt sich hieraus eine Angebotssubstituierbarkeit und demzufolge eine Erweiterung der Definition des sachlich relevanten Markts.

ii) Reisevermittler sind keine „eindeutig abgegrenzte Gruppe", sondern z. B. gelegentlich auch vertikal mit Reiseveranstaltern verflochten. BA behauptet, daß dies nach seiner Auffassung eine Angebotssubstituierbarkeit zur Folge hat und sich dadurch die Definition eines relevanten Markts ändert.

iii) BA führt aus, daß die Reisevermittler auch Charterfluggesellschaften Vermittlungsdienste anbieten und daß diese Tätitgkeit nicht in den Marktdaten berücksichtigt worden sei, auf die sich die Kommission stützt. BA schätzt, daß bis zu 50 % der Flugreisen aus dem Vereinigten Königreich, die an Bewohner des Vereinigten Königreichs verkauft werden, Charterflüge sind und daß die Bereitstellung vermittlungsartiger Dienste für Charterbetreiber in den Markt mit eingeschlossen werden sollte.

iv) BA bringt den Umstand zur Sprache, daß Fluggäste nicht nur bei Reisevermittlern Flugscheine kaufen, sondern auch direkt von den Fluggesellschaften per Telefon oder über das Internet. Auch dies sollte nach Meinung von BA in die Marktdefinition der Kommission mit einfließen.

v) BA macht geltend, daß als relevanter Markt die Luftbeförderung zugrunde gelegt werden sollte, da die zur Debatte stehenden Verfahrensweisen die Distribution von Luftbeförderungsleistungen betreffen.

vi) BA behauptet, daß die Kommission von ihren eigenen Leitlinien für die Definition des Marktes abgewichen ist, indem sie sich bei der Festlegung der Märkte nicht auf den SSNIP-Test (kleiner, aber spürbarer und dauerhafter Preisanstieg) stützte.

(54) BA macht geltend, daß der räumlich relevante Markt für Luftverkehrsvermittlerdienste breiter gefaßt werden müsse als nur auf das Vereinigte Königreich beschränkt, da viele Reisevermittler in mehr als einem Mitgliedstaat tätig sind.

([12]) Verordnung (EG) Nr. 3652/93 der Kommission vom 22. Dezember 1993 zur Anwendung von Artikel 85 Absatz 3 des Vertrages auf bestimmte Gruppen von Vereinbarungen zwischen Unternehmen über computergesteuerte Buchungssysteme für den Luftverkehr (ABl. L 333 vom 31.12.1993, S. 37).

Argumente von BA zur beherrschenden Stellung

(55) Im Hinblick auf den Markt für Luftverkehrsvermittlerdienste macht BA folgendes geltend:

i) BA ist im Rahmen der IATA-Vorschriften zum Handel mit allen Reisevermittlern verpflichtet, so daß seine Macht gegenüber Reisevermittlern begrenzt ist.

ii) Im Gegensatz zu Märkten für physische Waren besitzen Reisevermittler keinen „Vorrat" an BA-Flügen und können daher, wie BA ausführt, nicht daran gehindert oder davon abgehalten werden, Verkaufsförderung für Flugscheine anderer Fluggesellschaften zu betreiben.

iii) In Fortführung seiner Argumentation zur „Angebotssituation" durch Reisevermittler macht BA geltend, daß BA durch diese anderen ertragbringenden Tätigkeiten von Reisevermittlern keine beherrschende Stellung ihnen gegenüber einnehmen kann.

(56) In bezug auf die Erkenntnisse der Kommission zu den Märkten für die Luftbeförderung nach und aus dem Vereinigten Königreich bringt BA eine Reihe von Argumenten vor, etwa zur Intensität des Wettbewerbs in der Luftfahrtbranche. Insbesondere wird auf den Erfolg von Neueinsteigern wie Virgin sowie auf eine angebliche Erleichterung des Marktzugangs verwiesen. Es werden Zahlen zu Marktanteilen für einzelne Strecken inner- und außerhalb des Vereinigten Königreichs vorgelegt, bei denen BA und Virgin miteinander konkurrieren. Auf einigen dieser Strecken liege Virgin beim Ort-zu-Ort-Verkehr sogar noch vor BA. BA führt außerdem an, für eine Reihe von Fluggesellschaften als „Generalhandelsvertreter" zu agieren. Die Verkäufe von Flugscheinen für diese Fluggesellschaften könnten in den BSP-Zahlen des Vereinigten Königreichs für BA-Verkäufe eingeschlossen sein, so daß der BA-Marktanteil mit den vorliegenden Angaben zu hoch angesetzt ist. Von BA-Seite wird, ohne eine Grundlage dafür anzugeben, veranschlagt, daß etwa 5 % des in den BSP-Zahlen ausgewiesenen Marktanteils auf solche Verkäufe von Flugscheinen anderer Fluggesellschaften entfallen könnten.

Argumente von BA zu mißbräuchlichem Verhalten

(57) BA führt an, daß zwar der Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften in seinem Urteil in der Rechtssache Michelin ([13]) eine Rabattregelung mißbilligt hat, die nicht auf einer sie rechtfertigenden wirtschaftlichen Dienstleistung beruht, doch sollte dies „im Sinne der Rechtssache Roche verstanden werden" ([14]) und nur auf Rabattregelungen Anwendung finden, mit denen ein Kunde faktisch gezwungen wird, sämtliche oder die meisten der Forderungen des beherrschenden Anbieters anzunehmen.

(58) BA hat zudem Belege dafür vorgebracht, daß sich aus dem Verkauf seiner Flugscheine mit Hilfe eines Vermittlers mit einem großen Geschäftsvolumen Kosteneinsparungen für BA ergeben können. BA macht geltend, daß bestimmte Kosten bei Geschäftsbeziehungen mit einem Vermittler entweder ungeachtet der Größe des Vermittlers feststehen oder nicht unmittelbar im Verhältnis zum Geschäftsvolumen des Vermittlers ansteigen, woraus sich für BA bei den Geschäftsbeziehungen mit größeren Vermittlern Kosteneinsparungen ergeben. Man führt als Beispiel Marketing- und Kommunikationskosten an, wie etwa die Broschürenherstellung und Produktschulung, Betriebskosten aus der Bearbeitung von Anfragen von Vermittlern, das Überprüfen und Eingeben von Bestellungen eines Vermittlers und die Übermittlung von Tarifinformationen an Vermittler sowie betriebswirtschaftliche Kosten für das Eingehen und Verwalten einer vertraglichen Beziehung mit einem Vermittler. Diese Einsparungen resultieren mehrheitlich nicht aus der Zusammenarbeit mit einem Reisevermittler mit nur einer Verkaufsstelle, sondern aus den Geschäftsbeziehungen mit einer Kette von Reisevermittlern.

(59) BA versucht, gegen die Kommission eine vorläufige Stellungnahme eines ihrer hohen Beamten zu verwenden, wonach es nicht hinreichend offenbar gewesen sei, daß es sich bei diesen Rabatten um eine Verletzung von Artikel 82 gehandelt habe, um die Verhängung von einstweiligen Maßnahmen zu rechtfertigen ([15]).

(60) BA führt ferner an, daß Rabatte zur Förderung zusätzlicher Verkäufe Effizienzvorteile mit sich bringen, daß die fraglichen Rabattregelungen keine wettbewerbsverhindernde Wirkung hätten, daß sie in der Luftfahrtbranche gängige Praxis seien und daß andere Fluggesellschaften die Wirkung dieser Vergünstigungen wieder ausgleichen könnten. Nach Auffassung von BA läßt sich aus diesen Faktoren ableiten, daß die in Frage stehenden Rabatte keinen mißbräuchlichen Charakter tragen.

(61) BA hat Belege dafür vorgebracht, daß sich in der Tat Effizienzvorteile für das Unternehmen ergeben, wenn ein Reisevermittler eine hohe Zahl von BA-Flugscheinen verkauft. BA hat Belege dafür vorgebracht, daß beim Verkauf von Flugscheinen über Reisevermittler pro Flugschein bestimmte Kosten geringer ausfallen, wenn die Flugscheine nicht über eine kleine Agentur, sondern über eine große Kette von Reisevermittlern oder eine Kette von Agenturen verkauft werden. Bei den Kosten, die solche Mengenvorteile bieten, handelt es sich um Betriebskosten wie die Bearbeitung von Anfragen, das Erstellen und Nachprüfen von Berichten des Vermittlers, die Verteilung von Tarifinformationen an Vermittler und bestimmte Betriebskosten wie die Anfragebearbeitung.

([13]) Rechtssache C-322/81 Michelin, Slg. 1983, S. 3461.
([14]) Rechtssache C-85/76 Hoffmann-La Roche, Slg. 1979, S. 541.
([15]) Schreiben an Frau Frances Farrow von Virgin vom 24. September 1993.

(62) Effizienzvorteile lassen sich auch bei betriebswirtschaftlichen Kosten wie für die Verwaltung der Beziehung mit dem Vermittler sowie Marketing- und Kommunikationskosten, beispielsweise für das Erstellen und Versenden von Werbematerial und für Produktschulungen, erzielen.

(63) BA hat behauptet, die Kommission habe nur die Wirkung auf die Mitbewerber der Fluggesellschaft und nicht den Effekt für die Kunden gezeigt, und dies sei nicht genug, um einen Mißbrauch nachzuweisen.

(64) Nach Auffassung von BA gibt es Möglichkeiten für Reisevermittler und konkurrierende Fluggesellschaften, die Auswirkungen dieser Provisionsregelungen so gering wie möglich zu halten. Zudem sei es konkurrierenden Fluggesellschaften auch trotz dieser Provisionsregelungen gelungen, Marktanteile von BA zu erobern. Mithin — so BA — wäre der Effekt der Provisionsregelungen nicht groß genug, um als mißbräuchlich eingestuft zu werden.

II. RECHTLICHE WÜRDIGUNG

A. **ALLGEMEINE VERPFLICHTUNGEN DER KOMMISSION**

(65) Wie unter Randnummer 51 festgestellt, hat BA geltend gemacht, daß die Kommission bei dieser Untersuchung gegen eine allgemeine Pflicht der Nichtdiskriminierung verstößt. Es trifft zu, daß die Kommission an die Prämienregelungen anderer Luftfahrtunternehmen die gleichen Maßstäbe anzulegen hat wie an die Regelungen der BA. Sollte die Kommission bei der Untersuchung zu den unter Randnummer 51 angeführten Beschwerden feststellen, daß andere Unternehmen, die sich in einer vergleichbaren Position wie BA befinden, ähnlich handeln, so wird sie diese in gleicher Weise behandeln wie die gegenwärtigen Praktiken von BA. Es sei darauf hingewiesen, daß dieser Entscheidung eine Beschwerde von Virgin aus dem Jahre 1993 zugrunde liegt. Die in Randnummer 51 angeführten Beschwerden datieren aus dem Jahr 1998.

(66) Die Kommission ist jedoch nicht verpflichtet, Entscheidungen zu gleichgelagerten Fällen zur gleichen Zeit zu fällen. Es liegt im Ermessen der Kommission, ihre begrenzten Mittel bei den zahlreichen potentiellen Fällen, die es gibt, so einzusetzen, daß sie ihre Ziele im Rahmen der öffentlichen Ordnung erfüllen kann [16]. Eine Möglichkeit besteht darin, Präzedenzfälle zu schaffen. So hat zum Beispiel die Kommission in einer langen Reihe von Entscheidungen Hersteller verurteilt, die versuchten, den Gemeinschaftsmarkt durch die Gewährung eines vollständigen territorialen Schutzes an ihre Vertreter aufzuteilen, und sie hat insbesondere stets darauf bestanden, daß Alleinvertreter in der Lage sein sollten, unaufgefordert eingehende Aufträge von außerhalb der ihnen zugewiesenen Gebiete anzunehmen [17]. Es ist niemals angeregt worden, daß die Kommission einen dieser Fälle so lange zurückstellen sollte, bis sie alle ähnlichen Praktiken in einer bestimmten Branche ermittelt hat, um dann gegen alle gleichzeitig vorzugehen.

(67) In Verbindung damit ist das Argument vorgebracht worden, daß es diskriminierend wäre, mit dieser Entscheidung fortzufahren, während BA auf anderen räumlich relevanten Märkten nach wie vor dem Wettbewerb mit Luftfahrtunternehmen ausgesetzt wäre, die auf diesen Märkten ähnliche Praktiken betreiben. Eine Beendigung eines mißbräuchlichen Verhaltens auf dem geographischen Markt des Vereinigten Königreichs wird den Wettbewerb auf den relevanten britischen Märkten ankurbeln und so den Verbrauchern zugute kommen. Der Stand des Wettbewerbs auf anderen geographischen Märkten wird sich nicht verändern und damit auch den Verbrauchern nicht zum Schaden gereichen. Eine Entscheidung betreffend den britischen Markt würde den Umfang des Wettbewerbs auf anderen Märkten, auf denen BA ebenfalls tätig ist, nur dann vermindern, wenn ihre Wirkung darin bestünde, BA aus dem Geschäft und damit von diesen Märkten zu drängen. BA hat nicht erkennen lassen, daß diese Möglichkeit überhaupt besteht. Folglich bringt eine Entscheidung zur Beendigung von Mißbrauch auf dem britischen Markt nur positive Effekte mit sich und kann nicht als wettbewerbsverfälschend angesehen werden.

B. **GELTENDE VORSCHRIFTEN**

(68) Diese Entscheidung betrifft das Verhalten von BA auf dem Markt des Vereinigten Königreichs für Luftverkehrsvermittlerdienste. Diese Tätigkeit wird als vom Luftverkehr gesondertes Produkt behandelt [18]. Daher fällt sie nicht in den Anwendungsbereich der Verordnung (EWG) Nr. 3975/87 des Rates [19], die nur für den „Luftverkehr zwischen Flughäfen der Gemeinschaft“ gilt [20]. Verfahrenstechnisch relevant ist daher in diesem Fall die Verordnung Nr. 17. Diese Sachlage ist zu unterscheiden vom kürzlichen UIC-Fall [21], bei dem der Europäische Gerichtshof befand, daß die Verordnung (EWG) Nr.

[16] Rechtssache T-24/90 Automec II, Slg. 1992, S. II-2223.

[17] Beispielsweise die lange Reihe von Verbotsentscheidungen, beginnend mit den Verbundenden Rechtssachen C-56 und 58/64 Consten & Grundig/Kommission, Slg. 1966, S. 299.

[18] Siehe Fußnote 8, IATA Passenger Agency Programme.

[19] Verordnung (EWG) Nr. 3975/87 des Rates vom 14. Dezember 1987 über die Einzelheiten der Anwendung der Wettbewerbsregeln auf Luftfahrtunternehmen (ABl. L 374 vom 31.12.1987, S. 1).

[20] A. a. O. Artikel 1.

[21] Rechtssache C-264/95 P Kommission/Union internationale des chemins de fer, Slg. 1997, S. I-1287.

1017/68 des Rates ([22]) zur Anwendung kommen müsse. Der Anwendungsbereich der Verordnung (EWG) Nr. 1017/68 ist weiter gefaßt als der der Verordnung (EWG) Nr. 3975/87. Der Abschnitt der Verordnung (EWG) Nr. 1017/68, der nach der Auslegung des Gerichtshofs auch Reisevermittlerdienste einschloß, betraf „… Vereinbarungen, Beschlüsse und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen auf dem Gebiet des Verkehrs, welche die Festsetzung von Beförderungsentgelten und -bedingungen, die Beschränkung oder die Überwachung des Angebots an Verkehrsleistungen oder die Aufteilung der Verkehrsmärkte bewirken, …" ([23]).

C. **DIE RELEVANTEN MÄRKTE**

(69) Im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft gilt: „Der sachlich relevante Markt umfaßt sämtliche Erzeugnisse und/oder Dienstleistungen, die von den Verbrauchern hinsichtlich ihrer Eigenschaften, Preise und ihres vorgesehenen Verwendungszwecks als austauschbar oder substituierbar angesehen werden … Der geographisch relevante Markt umfaßt das Gebiet, in dem die beteiligten Unternehmen die relevanten Produkte oder Dienstleistungen anbieten, in dem die Wettbewerbsbedingungen hinreichend homogen sind und das sich von benachbarten Gebieten durch spürbar unterschiedliche Wettbewerbsbedingungen unterscheidet" ([24]).

(70) In ihrer Bekanntmachung über die Definition des relevanten Marktes gibt die Kommission eine genaue Anleitung dafür, wie sie diesen Grundsatz in der Praxis anwendet ([25]). In der Bekanntmachung wird beschrieben, wie die Kommission mit Hilfe von Informationen über Eigenschaften von Produkten, Nachweisen einer Substitution in der Vergangenheit und dergleichen einen Produktmarkt definiert. Der Gedanke einer hypothetischen Preiserhöhung findet Erwähnung, allerdings im Zusammenhang mit der Erläuterung des Begriffs relevanter Markt.

1. **Der Markt für Luftverkehrsvermittlerdienste**

(71) Wie unter den Randnummern 31 bis 37 dargelegt, benötigen Fluggesellschaften für ihren Betrieb eine Reihe anderer Dienstleistungen im Bereich Marketing und Vertrieb von Flugscheinen. In der Luftverkehrsbranche kaufen die Fluggesellschaften diese Leistungen von Reisevermittlern, da Reisevermittler nicht im üblichen Sinne Händler sind, die das Eigentum an Produkten übernehmen und sie auf eigene Rechnung verkaufen. In jüngster Zeit haben Fluggesellschaften begonnen, den Direktverkauf von Flugscheinen auszubauen, wobei sie insbesondere auf moderne Kommunikationsmittel wie das Internet setzen, und diese Leistungen alternativ zum Erwerb von Luftverkehrsvermittlerdiensten von Reisevermittlern auch „intern" auszuführen. Dennoch werden, wie in Randnummer 34 festgestellt, nach wie vor etwa 85 % der Flugscheine über Reisevermittler verkauft.

(72) Durch diese Praxis in der Luftfahrtbranche entsteht ein Markt von Luftverkehrsvermittlerdiensten, die durch Fluggesellschaften von Reisevermittlern gekauft werden. Der Umstand, daß sich die Fluggesellschaften jetzt verstärkt darum bemühen, diese Aktivitäten selbst auszuführen, indem sie diese Dienste „intern" abwickeln und nicht mehr von Reisevermittlern kaufen, ändert nichts an der Tatsache, daß es sich hier um einen abgegrenzten Markt handelt. Es gibt viele Märkte, bei denen die Kunden die Möglichkeit besitzen, einen Teil oder die Gesamtheit ihres Bedarfs an einem Produkt selbst einzubringen. Dadurch bleiben diese Märkte dennoch relevant für diese Produkte; davon berührt wird jedoch die Marktmacht der verschiedenen Anbieter und Käufer.

(73) Reisevermittler bieten auch Dienste an, die nicht mit den Diensten in bezug auf die Vermarktung und den Vertrieb von Flugscheinen zusammenhängen, die sie für Fluggesellschaften übernehmen. Einige davon, etwa das Buchen von Hotelzimmern und Fahrzeugen, können parallel zum Verkauf von Flugscheinen erbracht werden. Darüber hinaus können Reisevermittler ähnliche Dienste auch für Charterfluggesellschaften anbieten. Laut BA werden diese Reisevermittlerdienste gelegentlich von vertikal verflochtenen Reiseveranstaltern übernommen. Nach Auffassung von BA lassen diese Faktoren darauf schließen, daß eine „Angebotssubstituierbarkeit" zwischen Luftverkehrsvermittlerdiensten und/oder Reiseveranstaltern besteht und daß die entsprechende Marktdefinition breiter gefaßt und nicht nur auf Luftverkehrsvermittlerdienste begrenzt werden sollte.

(74) Die korrekte Behandlung der Angebotssubstituierbarkeit gemäß dem Wettbewerbsrecht der Gemeinschaft wird in der Bekanntmachung und Kommission über die Definition des relevanten Marktes erläutert ([26]) und anhand der Papierbranche veranschaulicht. Wie es in der Bekanntmachung heißt, werden in den Papierfabriken sehr unterschiedliche Papierqualitäten hergestellt, die für den Nutzer nicht austauschbar sind. Da jedoch, wie in der Bekanntmachung ausgeführt, jeder Papierhersteller problemlos jede Papierqualität produzieren kann, treten diese bei Herstellung und Bestellungen verschiedener Güteklassen zueinander in Wettbewerb. Unter diesen Umständen kann Papier unterschiedlicher Beschaffenheit zu einem Markt zusammengefaßt werden.

([22]) Verordnung (EWG) Nr. 1017/68 des Rates vom 19. Juli 1968 über die Anwendung von Wettbewerbsregeln auf dem Gebiet des Eisenbahn-, Straßen- und Binnenschiffverkehrs (ABl. L 175 vom 23.7.1968, S. 1).

([23]) A. a. O. Artikel 1.

([24]) Siehe Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft (ABl. C 372 vom 3.12.1997, S. 5), in der diese Definitionen aus den Formblättern A/B und CO zitiert werden.

([25]) Siehe Fußnote 24.

([26]) Siehe Fußnote 24.

(75) Im vorliegenden Fall ist es nicht angebracht, die unterschiedlichen von Reisevermittlern erbrachten Dienste in einer einzigen Marktdefinition zu vereinen, wie von BA in dem Bestreben behauptet, die Marktdefinition der Kommission zu entkräften. Zum einen können die Reisevermittler nicht wie z. B. Papierhersteller frei entscheiden, ob sie sich auf den einen oder anderen Dienst spezialisieren wollen. Es liegt im Wesen der Reisevermittlerdienste, daß Reisevermittler diese Dienste in ihrer Gesamtheit anbieten müssen. Ein Reisevermittler kann seine Aktivität im Bereich der Flugverkehrsvermittlerdienste nicht durch andere Aktivitäten ersetzen. Dies wird in diesem Fall besonders deutlich, wenn, wie später noch erläutert wird, ein mächtiger Käufer dieser Dienste eine beherrschende Stellung innehat, auch wenn die Reisevermittler noch andere Dienste verkaufen.

(76) Zum zweiten ist es nicht angebracht, die von Reisevermittlern angebotenen Dienste zu einem einzigen Markt zusammenzufassen — wie es die Kommission nach Auffassung von BA tun sollte —, da diese verschiedenen Dienste unter verschiedenen Angebots- und Nachfragebedingungen bereitgestellt werden. Reisevermittler bieten Luftverkehrsvermittlerdienste, und zwar sowohl für Charterfluggesellschaften als auch für Linienfluggesellschaften. Charterfluggesellschaften agieren jedoch auf einem anderen Markt als die Linienfluggesellschaften. Überschneidungen sind lediglich bei einer möglichen Substitution von „seat only"-Charterflügen für Plätze auf einem Linienflug durch Kunden eines Reisevermittlers denkbar. Dadurch erhielte der Reisevermittler theoretisch die Gelegenheit zu entscheiden, ob er die gleichen Vermittlerdienste für eine Linien- oder eine Charterfluggesellschaft anbietet. In der Praxis treten solche Fälle allerdings im Vereinten Königreich nicht in wesentlichem Umfang auf, da Charterfluggesellschaften nahezu ausschließlich für Reiseveranstalter tätig sind und keine beachtenswerte Alternative zu Linienflügen darstellen, die über Reisevermittler angeboten werden ([27]).

(77) Wie unter Randnummer 68 festgestellt, hat die Kommission zudem in der Vergangenheit anerkannt, daß Luftverkehrsvermittlerdienste einen gesonderten sachlich relevanten Markt bilden, bei dem Reisevermittler Dienste für Fluggesellschaften anbieten ([28]).

(78) Der räumlich relevante Markt ist das Vereinigte Königreich. Reisevermittler agieren zumeist innerhalb von Staatsgrenzen, da die Kunden ihre Flugscheine in aller Regel im Land ihres Wohnsitzes kaufen. Im vorliegenden Fall erwerben Kunden mit Wohnsitz im Vereinigten Königreich ihre Flugscheine von Reisevermittlern im Vereinigten Königreich. Die Abwicklung erfolgt im allgemeinen in GBP, und die Reisevermittler agieren auf der Grundlage, daß die von ihnen bedienten Märkte durch Staatsgrenzen eingegrenzt sind. Daher vermarkten die Luftfahrtgesellschaften ihre Leistungen und kaufen ihre Luftverkehrsvermittlerdienste innerhalb eben dieser Grenzen.

(79) Zwar hat BA dargelegt, daß einige Reisevermittler, mit denen das Unternehmen geschäftliche Beziehungen unterhält, in mehr als einem Mitgliedstaat tätig sind, doch ist BA imstande, seinen Erwerb von Luftverkehrsvermittlerdiensten im Vereinigten Königreich unter anderen Bedingungen durchzuführen als andernorts. BA hat für seinen Erwerb von Luftverkehrsvermittlerdiensten im Vereinigten Königreich stets andere Bedingungen angewendet als bei seinen Käufen außerhalb des Vereinigten Königreichs. Im Grunde erwirbt BA Luftverkehrsvermittlerdienste auf einer länderspezifischen Basis, und zwar auch dann, wenn das Unternehmen geschäftliche Beziehungen zu einem Reisevermittler unterhält, der in mehr als einem Mitgliedstaat tätig ist. Die in den Abschnitten I.C.1 und I.C.3 beschriebenen MV und PRS gelten lediglich für Verkäufe im Vereinigten Königreich, auch wenn sie mit einem Reisevermittler geschlossen werden, der in mehr als einem Mitgliedstaat tätig ist. BA bringt seine Prämienregelungen für Reisevermittler im gesamten Vereinigten Königreich einheitlich zu Anwendung.

2. **Luftverkehrsmärkte**

(80) BA ist auf dem Gebiet des Luftverkehrs von und nach Orten im Vereinigten Königreich tätig. Das Verhalten, das Gegenstand der Beschwerde ist, wirkt sich auf den Markt bzw. die Märkte für diesen Luftverkehr aus. Jede von BA beflogene Strecke ist potentiell ein gesonderter Produktmarkt. Um zu ermitteln, ob eine bestimmte Linienflugroute ein gesonderter Markt ist, hat der Europäische Gerichtshof folgendes festgestellt: „Entscheidend ist, ob die besonderen Merkmale des Linienflugs auf einer bestimmten Linie im Vergleich zu alternativen Transportmöglichkeiten so kennzeichnend sind, daß er mit ihnen nur in geringem Maße austauschbar und ihrem Wettbewerb nur in wenig spürbarer Form ausgesetzt ist" ([29]).

(81) Legt man dieses Kriterium bei den von BA angebotenen Flügen zugrunde, so kristallisiert sich eine große Anzahl von Produktmärkten für den Flugverkehr von und nach dem Vereinigten Königreich heraus. Nichtzeitbewußte Passagiere sowie insbesondere solche, die ihre Reise möglichst kostengünstig gestalten wollen, können statt eines bestimmten BA-Flugs zwischen zwei Orten auf mehrere praktikable Alternativen zurückgreifen. Sie können sich zu einem anderen Flughafen begeben, um ihre Reise von dort aus anzutreten, oder sie können Zwischenlandungen zum Umsteigen auf andere Fluglinien nutzen und so bis zu ihrem endgültigen Zielort gelangen. Sie können sogar andere Verkehrsträger in Erwägung ziehen, z. B. Bahn, Fähre oder eine Kombination aus beidem. Anders sieht es aus bei zeitbewußten Passagieren, die nur mit einem Direktflug vom nächstgelegenen Flughafen aus reisen. Diese Passagiere werden nicht bereit sein, zusätzliche Zeit mit Zwischenlandungen und Umsteigen auf andere Flüge zu verbringen. Sofern es

([27]) CAA-Bericht CAP 685 „The Single European Aviation Market: The First Five Years" 6/98, Randnummer 70 ff. und Anhang D.

([28]) Siehe Fußnote 8.

([29]) Rechtssache C-66/86 Ahmed Saeed Flugreisen, Slg. 1989, S. 803, Randnummer 40.

kein anderes schnelles Nonstop-Verkehrsmittel für ihren Zielort gibt, wie dies z. B. bei den von London nach Paris oder Brüssel reisenden Passagieren der Fall ist, die im Austausch zu einem Direktflug den Eurostar benutzen können, kommen für diese Passagiere nur Direktflüge vom nächstgelegenen Flughafen bis zu ihrem Zielort als austauschbar in Frage.

(82) Die von BA durchgeführten Flüge werden auf einer Vielzahl von Produktmärkten verkauft. Ausschlaggebend sind die Anforderungen der Passagiere und die verfügbaren alternativen Verkehrsmittel. Auf einigen dieser Produktmärkte ist BA einem Wettbewerb von seiten anderer Verkehrsträger und alternativer Routen ausgesetzt, mit denen eine Reise bis zum Zielort fortgesetzt werden kann. Auf dem lukrativen Geschäftsflugmarkt besteht für einen BA-Flug zwischen zwei Orten u. U. lediglich eine Konkurrenz in von anderen Fluggesellschaften angebotenen Direktflügen zwischen diesen beiden Orten.

(83) Die IATA-Vorschriften über die sequentielle Nutzung von Coupons (die einzelnen Abschnitte eines Flugscheins) gestatten es den Fluggesellschaften, für eine Reise vom Vereinigten Königreich nach einem Ort außerhalb des Vereinigten Königreichs und zurück andere Bedingungen anzuwenden als bei einer Reise mit den gleichen Flügen, jedoch mit Ausgangsort außerhalb des Vereinigten Königreichs. Mit der IATA-Vorschrift wird eine Arbitrage zwischen den beiden Märkten durch den Erwerb von Flugscheinen für Reisen mit Ausgangsort außerhalb des Vereinigten Königreichs verhindert, indem diese in ihre Bestandteile aufgeteilt und wieder als Reisen mit Ausgangsort innerhalb des Vereinigten Königreichs zusammengesetzt werden. Als räumlich relevanter Markt für den Luftverkehr ist daher höchstens das Vereinigte Königreich anzusehen. BA legt die Preise und Bedingungen für seine Flugscheine einheitlich für das gesamte Vereinigte Königreich auf der Grundlage der IATA BSPUK fest und macht sie im gesamten Vereinigten Königreich über elektronische Buchungssysteme bekannt. Daher bildet das Vereinigte Königreich den räumlich relevanten Markt für jede in Randnummer 82 genannte Produktgruppe.

(84) Dieser Fall geht von einer beherrschenden Stellung von BA auf dem britischen Markt für Luftverkehrsvermittlerdienste aus. Daher wird nicht seine Stellung auf jedem einzelnen der zahlreichen Produktmärkte für den Luftverkehr nach und aus dem Vereinigten Königreich untersucht. Die generelle Position des Unternehmens auf all diesen Märkten ist in Abschnitt I.D.2 dargelegt.

D. **WESENTLICHER TEIL DES GEMEINSAMEN MARKTS**

(85) BA nimmt eine beherrschende Stellung ein und nutzt diese auf einem das gesamte Vereinigte Königreich umfassenden Markt für Luftverkehrsvermittlerdienste in der vorstehend beschriebenen Weise mißbräuchlich aus. Dieser Markt ist ein wesentlicher Teil des Gemeinsamen Markts ([30]). Abgesehen davon hat dieser Mißbrauch auch Auswirkungen auf die Märkte für Luftverkehr nach und von Orten im Vereinigten Königreich.

E. **BEHERRSCHENDE STELLUNG**

(86) Der Europäische Gerichtshof hat eine beherrschende Stellung als eine wirtschaftliche Machtstellung definiert, die einem Unternehmen eingeräumt wird und kraft derer es einen wirksamen Wettbewerb auf dem relevanten Markt verhindern kann, indem ihm möglich wird, sich seinen Konkurrenten, seinen Abnehmern und letztlich den Verbrauchern gegenüber in nennenswertem Umfang unabhängig zu verhalten ([31]).

(87) Auch wenn der Marktanteil der unmittelbarste Indikator ist, kann eine Kombination von Faktoren zu dem Schluß führen, daß ein Unternehmen eine beherrschende Stellung besitzt. Diese Feststellung wurde vom Gericht Erster Instanz in der Rechtssache CMB/Kommission getroffen. So könne sich „… eine solche Stellung aus mehreren Faktoren ergeben, die isoliert betrachtet, nicht notwendig entscheidend wären" ([32]).

(88) Im Jahre 1998 erzielte BA bei den über Reisevermittler getätigten Verkäufen im Vereinigten Königreich einen Anteil von 39,7 %, während der nächstfolgende Konkurrent (Virgin) nur auf 5,5 % verkaufte Flugreisen kam. Der BA-Marktanteil belief sich 1998 auf mehr als das 2,2fache des Anteils seiner vier größten Konkurrenten zusammengenommen. Diese Stellung ist über mehrere Jahre unverändert geblieben. Im Jahre 1992 lag der BA-Anteil sogar bei 46,3 %, während der Zweitplazierte nur auf 3,6 % kam. Damit betrug der BA-Anteil das 3,9fache des Anteils seiner vier größten Konkurrenten zusammengenommen.

(89) BA hat geltend gemacht, daß die BSPUK-Zahlen für BA-Verkäufe in einem gewissen Umfang auch Verkäufe anderer Fluggesellschaften einschließen, für die BA als Verkaufsvertreter bzw. Franchisepartner auftritt, wobei die betreffende Fluggesellschaft beim Ausstellen eines Flugscheins vorhandene BA-Flugscheine oder das BA-Kennzeichen verwendet. Es wurde keine Angabe zu den Mengen vorgebracht, sondern lediglich erklärt, daß sich

([30]) Vgl. Rechtssache C-179/90 Porto di Genova, Slg. 1991, S. I-5889, in der befunden wurde, daß der Markt für Kaidienstleistungen in einem italienischen Hafen einen wesentlichen Teil des Gemeinsamen Markts bildet, da über diesen Hafen ein wesentlicher Teil des Handels eines Mitgliedstaats abgewickelt wurde

([31]) Rechtssache C-85/76 Hoffmann-La Roche, siehe Fußnote 14.

([32]) Verbundene Rechtssachen T-24/93, T-25/93, T-26/93 und T-28/93 Compagnie Maritime Belge Transports u. a./Kommission, Slg. 1996, S. II-1439, Randnummer 76.

der Umfang in der Größenordnung von bis zu 5% bewegen könne. Es liegen keine Angaben dazu vor, welcher Fluggesellschaft diese Verkäufe zuzuordnen wären oder inwieweit im BSPUK eine vergleichbare Situation mit den anderen Fluggesellschaften entsteht. Aus diesem Grund ist davon auszugehen, daß die BSPUK-Zahlen den jeweiligen Anteil der einzelnen im Vereinigten Königreich tätigen Fluggesellschaften korrekt wiedergeben. Diese Verkäufe zählen nicht im Hinblick auf Schwellen in den MV oder PRS und führen auch nicht zu einer Erhöhung von Zahlungen im Rahmen der MV oder PRS. Enthalten ist jedoch eine Basisprovision, die der Reisevermittler beim Ausstellen eines Tickets von den vorhandenen BA-Flugscheinen oder bei Verwendung des BA-Kennzeichens erhält und die über das BSPUK-Konto des Vermittlers bei BA abgewickelt wird.

(90) BA ist auf dem britischen Markt für Luftverkehrsvermittlerdienste der beherrschende Käufer. Seine Position auf den britischen Märkten für Flugreisen verleiht ihm eine einzigartige beherrschende Stellung im Hinblick auf die britischen Reisevermittler, von denen das Unternehmen Luftverkehrsvermittlerdienste kauft.

(91) Die beherrschende Stellung von BA ergibt sich aus seiner Stellung auf den britischen Märkten für Flugreisen. Wie in Abschnitt I.D.2 dargestellt, agiert BA auf diesen Märkten überaus erfolgreich. Die wichtigsten Aussagen lassen sich wie folgt zusammenfassen: Das Unternehmen bietet bedeutend mehr Strecken nach und aus dem Vereinigten Königreich an als jede andere Fluggesellschaft. Der Umfang des Erfolgs von BA auf den durch diese Strecken repräsentierten Märkten wird daran deutlich, daß das Unternehmen 1998 39,7% der Verkäufe von Flugreisen über den Verrechnungsplan der IATA für Reisevermittler für sich verbuchen konnte. Dieser Anteil ist nicht nur absolut gesehen hoch, sondern stellt auch ein Vielfaches des Anteils der anderen Fluggesellschaften dar.

Die Stellung von BA auf den Luftverkehrsmärkten wird noch untermauert durch den erheblichen Anteil von Slots, die es auf den relevanten Flughäfen besitzt, sowie durch das System der Besitzstandsregelung, das gegenwärtig für deren Neuzuweisung besteht. Dieses System erschwert Neuzugänge und stärkt damit die Stellung der etablierten Fluggesellschaften wie BA. So hielt beispielsweise im Winter 1998 BA 38% der in Heathrow zur Verfügung stehenden wöchentlichen Slots, der nächstfolgende Wettbewerber lediglich 14%. Die in der Rangfolge hinter BA liegenden fünf Wettbewerber kamen zusammen nur auf 27,4%.

(92) Durch seine Stellung auf den Luftverkehrsmärkten ist BA als Geschäftspartner für Reisevermittler unumgänglich. Den Ausführungen von BA zufolge könnte es durch IATA Passenger Agency Programme gezwungen sein, geschäftliche Beziehungen mit allen Reisevermittlern einzugehen, die bestimmte objektive Kriterien erfüllen. Die beherrschende Stellung von BA ergibt sich jedoch aus dem Umstand, daß die Reisevermittler sich in einer Situation befinden, in der ein sehr hoher Anteil der von ihnen verkauften Flugscheine BA-Flugscheine sind, und damit wird auch ein ähnlich hoher Anteil ihrer Verkäufe an Luftverkehrsdiensten auf BA entfallen. Damit kann BA bei seinen Käufen von Luftverkehrsvermittlerdiensten unabhängig von den anderen Fluggesellschaften handeln, die Luftverkehrsvermittlerdienste erwerben. Ungeachtet der Bedingungen, nach denen BA diese Dienste von Reisevermittlern kauft, müssen diese Vermittler geschäftliche Beziehungen mit BA eingehen und hinnehmen, daß ein großer Teil ihrer Einnahmen von diesen Diensten aus dem Verkauf von BA-Flugscheinen erwirtschaftet wird.

(93) Diese Gesamtstatistik für alle Reisevermittler und alle Fluggesellschaften verschleiert möglicherweise das Ausmaß des BA-Einflusses in maßgeblichen Bereichen. Im Jahre 1998 entfielen auf BA 39,7% der gesamten Flugscheinverkäufe über Reisevermittler, aber 57% der Verkäufe durch die zehn führenden Fluggesellschaften. Im gleichen Jahr vereint BA bei den zehn größten Reisevermittlern 43,7% der Flugscheinverkäufe auf sich. Demnach hat BA gegenüber den führenden Konkurrenz-Fluggesellschaften ebenso wie in bezug auf die wichtigsten Reisevermittler eine besonders starke Position inne.

(94) Aus den Statistiken in Abschnitt I.D.2 geht hervor, in welchem Umfang Reisevermittler gezwungen sind, mit BA geschäftliche Beziehungen einzugehen. Im Jahre 1998 erzielte BA beim Gesamtvolumen der Flugscheinverkäufe über Reisevermittler einen Anteil von 39,7%. Wie unter Randnummer 41 ausgeführt, ist dies ein Mehrfaches des Aufkommens der anderen Fluggesellschaften.

(95) Dies ermöglichte es BA, sich in der vorstehend beschriebenen Weise zu verhalten, d. h. Vermittler in eine Situation zu bringen, in der sie Einnahmen aus Provisionen verlieren, wenn sie einen Flugschein eines BA-Konkurrenten verkaufen, sofern dieser Konkurrent nicht eine Provision für den Flugschein bezahlt, die ein Mehrfaches der von BA gezahlten beträgt. BA führt an, daß Vermittler keine „Vorratshaltung" von Flugscheinen betreiben oder den begrenzten Lager- oder Ausstellungsraum für Flugscheine nutzen müssen, wie dies bei Händlern physischer Waren der Fall ist, und macht geltend, daß diese einem solchen Druck, BA-Flugscheine denen der Konkurrenten von BA vorzuziehen, nicht ausgesetzt seien. Aus der bereits beschriebenen und in Abschnitt F noch zu analysierenden Funktionsweise dieser Rabattregelungen wird deutlich, daß BA in der Lage gewesen ist, Reisevermittler sogar noch einem größeren direkten Druck auszusetzen, damit diese nur BA-Flugscheine verkaufen. Wie bereits festgestellt, hindert auch die Tatsache, daß Reisevermittler andere Dienste als die Luftverkehrsvermittlerdienste für BA anbieten, BA nicht daran, auf dem Markt für Luftverkehrsvermittlerdienste Macht über die Vermittler auszuüben. Die Reisevermittler haben auf die neuen BA-Rabattregelungen nicht damit reagiert, daß sie sich verstärkt um die Reservierung von Hotelzimmern für Kunden bemüht haben, und hätten dies auch gar nicht tun können. In gleicher Weise konnten sie nicht mit einer Erhöhung ihrer Verkäufe von Charterflügen reagieren, da diese Flüge für die Mehrzahl der Kunden keine Alternative zu Linienflügen darstellen.

F. **MISSBRAUCH EINER BEHERRSCHENDEN STELLUNG**

(96) Geht man davon aus, daß BA auf dem britischen Markt für Luftverkehrsvermittlerdienste eine beherrschende Stellung einnimmt, dann stellen die beschriebenen Provisionsregelungen einen Mißbrauch dieser beherrschenden Stellung dar. Insbesondere handelt es sich dabei um Treuerabatte, wie sie in den Rechtssachen Michelin ([33]) und Hoffmann-La Roche ([34]) mißbilligt wurden, sowie um eine mißbräuchliche Diskriminierung zwischen Reisevermittlern.

Ausschließungs-Rabattregelungen

(97) Das Wettbewerbsrecht der Gemeinschaft beschränkt die Arten von Rabattregelungen, die ein marktbeherrschendes Unternehmen anwenden kann. Rabattregelungen, die im Grunde rechtmäßig sind und einen normalen Bestandteil der Geschäftstätigkeit bilden, wenn sie von einem Unternehmen, das sich nicht in beherrschender Stellung befindet, praktiziert werden, können einen mißbräuchlichen Charakter erlangen, wenn sie von einem Unternehmen in beherrschender Stellung angewendet werden. Wie sich jedoch aus der Rechtssache Hoffmann-La Roche eindeutig ergibt, darf ein Unternehmen, das auf dem Markt eine beherrschende Stellung einnimmt, keine Vereinbarung mit einem Kunden schließen, wenn der Kunde zusagt, seinen gesamten Bedarf an einem Produkt oder einen beträchtlichen Teil davon ausschließlich bei dem Unternehmen in beherrschender Stellung zu decken ([35]). Ebenso gilt, daß ein solches Unternehmen keine Rabattregelung anwenden darf, die die gleiche Wirkung hat wie eine Vereinbarung, nach der ein Kunde seinen Gesamtbedarf oder einen Teil hiervon bei dem Unternehmen in beherrschender Stellung deckt ([36]).

(98) In der Rechtssache Hoffmann-La Roche stimmte der Europäische Gerichtshof mit der Kommission überein, daß es sich bei den Hoffmann-La Roche gewährten Rabatten um „Treuerabatte" handelte, die eine mißbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung gleichbedeutend mit einem ausschließlichen Bezug darstellten. Der Gerichtshof unterschied zwischen den von Hoffmann-La Roche gewährten „Treuerabatten" und rechtmäßigen Mengenrabatten wie folgt: „Diese Art der Rabattberechnung weicht von der Gewährung eines Mengenrabattes, der ausschließlich an den Umfang der beim Hersteller getätigten Käufe anknüpft, in dem Punkt ab, daß die streitigen Rabatte nicht objektiv festgesetzten und für sämtliche Abnehmer geltenden Mengen entsprechen, sondern Schätzungen, die von Fall zu Fall für jeden Kunden nach dessen vermuteter Abnahmefähigkeit angestellt werden, wobei das verfolgte Ziel nicht die größtmögliche Menge, sondern der höchstmögliche Prozentsatz des Bedarfs ist."

(99) Mit der Rechtssache Hoffmann-La Roche wurde festgelegt, daß ein System von Nachlässen bzw. Rabatten eine Wirkung haben könnte, die der einer ausschließlichen Bezugsverpflichtung entspricht, und somit bei Anwendung durch einen Anbieter in beherrschender Stellung eine mißbräuchliche Ausnutzung derselben darstellt. Zudem wurde mit dieser Rechtssache die Entscheidung der Kommission bestätigt, daß das von Hoffmann-La Roche angewandte System diesen Charakter trug. In der nachfolgenden Rechtssache Michelin ([37]) wurde erläutert, wann eine Rabattregelung als ausschließlich und damit als mißbräuchliche Ausnutzung gelten kann, wenn sie von einem Anbieter in beherrschender Stellung angewendet wird.

(100) Der Gerichtshof stellte fest, daß sich das in der Michelin-Sache streitige System von dem speziellen System in der Hoffmann-La Roche-Sache unterscheidet ([38]). Der Gerichtshof war der Auffassung, daß zu entscheiden war, ob die Michelin-Rabattregelung die mißbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung war, d. h., ob sie darauf abzielt, „dem Abnehmer durch die Gewährung eines Vorteils, der nicht auf einer ihn rechtfertigenden wirtschaftlichen Leistung beruht, die Wahl zwischen mehreren Bezugsquellen unmöglich zu machen oder zu erschweren …" ([39]). Der Gerichtshof befand schließlich, daß es sich bei dem von Michelin angewandten Rabattsystem, bei dem Rabatte für die Käufe von Abnehmer für ein ganzes Jahr als Gegenleistung für das Erreichen von Verkaufszielen gewährt wurden, die für jeden Abnehmer auf der Basis seines Bedarfs festgelegt wurden, um ein solches System handelte. Der Gerichtshof kam zu dem Schluß, daß es bei diesem System vorrangig um die Belohnung von Treue und nicht um vom Anbieter eingesparte Kosten oder abgesicherte Sondervorteile geht.

(101) Mit den beiden Rechtssachen Hoffmann-La Roche und Michelin wird der allgemeine Grundsatz aufgestellt, daß ein Anbieter in beherrschender Stellung Rabatte gewähren kann, die mit Effizienzsteigerungen verbunden sind, z. B. Rabatte für Großaufträge, die es dem Anbieter gestatten, große Produktmengen herzustellen, jedoch keine Rabatte oder Prämien zur Förderung von Treue gewähren darf, mit denen ein Bezug von einem Wettbewerber des Anbieters in beherrschender Stellung vermieden werden soll. Ferner wird festgelegt, daß die beiden Rabattsysteme, die der Anlaß für die Rechtssachen waren, dieser Form zuzuordnen waren und die mißbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung bedeuteten. Die von BA unterhaltenen Provisionsregelungen stellen eine Verletzung dieses allgemeinen Grundsatzes dar und ähneln hinsichtlich ihrer Form dem vom Gerichtshof im Michelin-Fall verurteilten System. Wenngleich zutrifft, wie BA geltend macht, daß die jeweiligen Begleitumstände zu berücksichtigen sind und Michelin „im Kontext von Roche" zu betrachten sei, darf dies nicht darauf hinauslaufen, daß eine Provisionsregelung, die alle Merkmale der vom Gerichtshof in der

([33]) Siehe Fußnote 13.
([34]) Siehe Fußnote 14.
([35]) Hoffmann-La Roche, in Randnummer 89.
([36]) Hoffmann-La Roche, in Randnummer 90.
([37]) Siehe Fußnote 13.
([38]) Michelin, in Randnummer 72.
([39]) Michelin, in Randnummer 73.

Rechtssache Michelin für bestimmend befundenen Regelung aufweist, auch die Merkmale der im Hoffmann-La Roche-Fall als mißbräuchlich verurteilten Regelung aufweisen muß. Beide Fälle zusammengenommen begründen, daß ein Unternehmen in beherrschender Stellung nur Rabatte als Gegenleistung für erzielte Effizienzsteigerungen und nicht als Gegenleistung für Treue gewähren darf, und begründen, daß die beiden in Frage stehenden speziellen Rabattsysteme zu der Form gehören, bei der nicht Effizienzsteigerungen, sondern Treue belohnt wird.

(102) Die erläuterten Provisionsregelungen stehen eindeutig im Zusammenhang mit Treue und nicht mit Effizienzsteigerungen. Zwar hat BA Belege dafür vorgebracht, daß es Effizienzsteigerungen erzielen kann, wenn es geschäftliche Beziehungen mit einem Reisevermittler unterhält, der eine große Zahl von Flugscheinen verkauft, doch stehen diese Provisionen in keinem Bezug zu diesen Effizienzsteigerungen. Wie im Abschnitt „Diskriminierung" noch zu erörtern sein wird, kann ein Reisevermittler, der eine unwirtschaftlich geringe Zahl von Flugscheinen verkauft, die Höchstprovision verdienen, sofern er mit diesen geringen Verkaufszahlen seine Ergebnisse aus dem Vorjahr um 25 % übertrifft. Ebenso erhält ein Reisevermittler mit hohen Verkaufszahlen keine Sonderprovisionen als Gegenleistung für die Mengenvorteile, die er für BA erzielt, wenn er sein Vorjahresergebnis nicht übertrifft. BA besitzt seit jeher auf dem britischen Luftverkehrsmarkt eine starke Position, die zu seiner beherrschenden Stellung auf dem Markt für Luftverkehrsvermittlerdienste geführt hat. Da diese mächtige Position auf den britischen Luftverkehrsmärkten durch Neueinsteiger und die Abschaffung ordnungspolitischer Schranken für den Wettbewerb in Gefahr gerät, setzt BA seine Provisionsregelungen ein, um Treue direkt zu belohnen. Reisevermittler werden darin unterstützt, BA die Treue zu halten und ihre Dienste nicht an Wettbewerber von BA zu verkaufen, indem sie für die Beibehaltung oder Steigerung der Verkaufszahlen von BA-Flugscheinen Prämien erhalten, die nicht mit dem absoluten Umfang dieser Verkäufe verknüpft sind. Derartige Provisionsregelungen, die von einem Unternehmen praktiziert werden, das sich als Käufer von Diensten von Reisevermittlern in einer beherrschenden Stellung befindet, sind unrechtmäßig, wobei es keine Rolle spielt, ob die Reisevermittler oder konkurrierenden Fluggesellschaften die Möglichkeit haben, die damit verbundenen Auswirkungen möglichst gering zu halten oder zu vermeiden.

(103) Fluggesellschaften, die mit BA im Wettbewerb stehen, besitzen Alternativen zum Erwerb von Luftverkehrsvermittlerdiensten von Reisevermittlern. Die wichtigste davon ist der Direktverkauf per Telefon oder Internet, was auf die „interne" Erbringung von Luftverkehrsvermittlerdiensten hinausläuft. Mit einem Anteil von 85 % an den Verkäufen von Flugleistungen bleiben die Reisevermittler aber die mit Abstand wichtigste Form, mit der Fluggesellschaften im Vereinigten Königreich Luftverkehrsleistungen verkaufen. Das mißbräuchliche Verhalten von BA auf dem Markt für Luftverkehrsvermittlerdienste bringt schwerwiegende Auswirkungen für die konkurrierenden Fluggesellschaften auf den britischen Luftverkehrsmärkten mit sich.

(104) Im Falle der MV gibt es noch einen weiteren Beleg dafür, daß diese Regelungen eher mit Treue als mit Effizienzvorteilen in Zusammenhang stehen. Um in den Genuß des in den Randnummern 16, 17 und 18 beschriebenen „Ausbildungs- und Unternehmensförderungsfonds" zu kommen, mußte sich ein Reisevermittler an der MV-Provisionsregelung beteiligen. Zudem beinhalteten die MV die in Randnummer 19 beschriebenen allgemeinen Bedingungen. Zwar stellen der Fonds und die allgemeinen Bedingungen für sich genommen keinen Mißbrauch dar, doch wurden sie als zusätzlicher Anreiz für die Teilnahme an den MV eingesetzt und verstärkten deren Wirkung.

(105) Bezüglich der Argumente von BA auf der Grundlage des Schreibens, das das Unternehmen von einem leitenden Beamten der Kommission erhalten hatte ([40]), wurde dieses Schreiben eindeutig als „persönliche und vorläufige Reaktion auf Ihre (Virgins) Bitte um vorläufige Maßnahmen"[„personal and provisional reaction to your (Virgin's) request for interim measures"] bezeichnet, was für die Kommission daher nicht bindend ist und sein kann. In jedem Fall wurde in diesem Schreiben lediglich festgestellt, daß der Sachverhalt, die BA-Rabatte für Unternehmenskunden stellten eine Zuwiderhandlung gegen Artikel 82 EG-Vertrag dar, nicht glaubhaft gemacht worden ist. Diese Unternehmensrabatte sind nicht Gegenstand dieser Entscheidung. Abgesehen davon schließt das Nichtvorhandensein eines glaubhaft gemachten Sachverhalts nicht aus, daß sich bei einer umfassenden Untersuchung der Tatsachen das Vorhandensein eines Mißbrauchs zeigt. Die Kommission stellte weitere Nachforschungen an, deren Ergebnis die hier vorgelegte Analyse ist.

(106) Die Ausschließungswirkung der Provisionsregelungen beeinträchtigt alle Wettbewerber von BA und alle etwaigen Markteinsteiger. Mithin schaden sie nicht nur bestimmten Wettbewerbern, die nicht mit BA wegen ihrer besonderen Leistungen konkurrieren können, sondern vor allem dem Wettbewerb im allgemeinen und damit den Verbrauchern.

(107) Trotz der Ausschließungs-Provisionsregelungen ist es Wettbewerbern von BA gelungen, seit der Liberalisierung des britischen Luftverkehrsmarktes Marktanteile von BA zu erobern. Dies bedeutet nicht, daß diese Regelungen wirkungslos geblieben sind. Es kann lediglich angenommen werden, daß die Wettbewerber erfolgreicher gewesen wären, gäbe es diese mißbräuchlich verwendeten Provisionsregelungen nicht.

Diskriminierung

(108) Eines der für die mißbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung in Artikel 82 EG-Vertrag angeführten Beispiele ist die „Anwendung unterschiedlicher

([40]) Siehe Fußnote 15.

Bedingungen bei gleichwertigen Leistungen gegenüber Handelspartnern, wodurch diese im Wettbewerb benachteiligt werden" ([41]).

(109) Die Verpflichtung eines Unternehmens in beherrschender Stellung, nicht diskriminierend zu handeln, bedeutet, daß es bei gleichartigen Transaktionen mit verschiedenen Kunden keine unterschiedlichen Bedingungen anwenden und so einen Kunden in eine unvorteilhafte Wettbewerbsposition bringen darf ([42]). Die geschilderten MV- und PRS-Regelungen werden sich genau in dieser Weise auswirken. Zwei Reisevermittler, die die gleiche Anzahl von BA-Flugscheinen bearbeiten und BA genau den gleichen Umfang an Diensten zur Verfügung stellen, werden unterschiedliche Provisionen erhalten, d. h. einen unterschiedlichen Preis für ihre Luftverkehrsvermittlerdienste, wenn ihre Verkäufe von BA-Flugscheinen im Vorjahr unterschiedlich hoch ausgefallen sind. Im entgegengesetzten Fall könnten zwei Reisevermittler, die unterschiedliche Mengen von BA-Flugscheinen verkaufen und BA einen unterschiedlichen Umfang an Diensten zur Verfügung stellen, den gleichen Provisionssatz verdienen, d. h. von BA zum gleichen Preis bezahlt werden, wenn ihr Verkaufsvolumen von BA-Flugscheinen, gemessen am Vorjahr, um den gleichen Prozentsatz gestiegen ist.

(110) BA legt dar, daß es Kosteneinsparungen erzielen könne, wenn ein Reisevermittler eine große Menge von Flugscheinen verkauft, und daß unterschiedliche Reisevermittler mit unterschiedlicher Effektivität arbeiten und für BA Dienste in unterschiedlichem Umfang zur Verfügung stellen. Zwar ließe sich damit die Zahlung unterschiedlicher Provisionssätze an unterschiedliche Reisevermittler rechtfertigen, doch ändert sich dadurch nichts am diskriminierenden Charakter der Provisionsregelungen, die Gegenstand dieser Entscheidung sind. In den hier zu würdigenden Provisionsregelungen wird weder den unterschiedlichen Verkaufsmengen von Reisevermittlern noch dem unterschiedlichen Umfang an Diensten, die von den Reisevermittlern für BA bereitgestellt werden, Rechnung getragen. Im Rahmen dieser Regelungen ist eine Sonderprovision damit verknüpft, in welcher Höhe ein Reisevermittler seine Vorjahresverkäufe von BA-Flugscheinen übertrifft.

(111) Die Wirkung dieser diskriminierenden Provisionen wird darin bestehen, daß bestimmte Reisevermittler im Wettbewerb gegenüber anderen benachteiligt sind. Reisevermittler müssen bei der Bereitstellung von Vermittlerdiensten für die Allgemeinheit und der Gewinnung von Bürgern für die Reservierung von Flugscheinen miteinander konkurrieren. Die den Reisevermittlern dafür zur Verfügung stehenden Mittel, beispielsweise mit der Förderung des Verkaufs ihrer Dienste an die Öffentlichkeit oder der Weitergabe eines Teils einer Provision an die Reisenden, stammen aus den Provisionseinnahmen. Eine Verzerrung der Höhe des von Reisevermittlern verdienten Provisionseinkommens wird die Fähigkeit der Reisevermittler, im Wettbewerb mit anderen zu bestehen, beeinträchtigen. Wie zudem bereits im Abschnitt „Ausschließungs-Rabattregelungen" erörtert wurde, bewirken diese Regelungen auf den Märkten für Luftverkehrsdienste eine Verzerrung des Wettbewerbs zwischen BA und anderen Fluggesellschaften.

([41]) Artikel 82 Buchstabe c) EG-Vertrag.

([42]) Siehe z. B. Entscheidung 97/1315/EG der Kommission: Irish Sugar plc (ABl. L 258 vom 22.9.1997, S. 1), in der die Kommission der Rechtssache 27/76 United Brands/Kommission, Slg. 1978, S. 207, folgt.

G. AUSWIRKUNGEN AUF DEN HANDEL ZWISCHEN MITGLIEDSTAATEN

(112) Die Praktiken, die Gegenstand der vorliegenden Entscheidung sind, wirken sich vorrangig auf den Markt aus, auf dem BA und andere Fluggesellschaften Luftverkehrsvermittlerdienste erwerben. Die Wirkung dieser Praktiken besteht darin, daß britische Reisevermittler auf unrechtmäßige Weise dazu veranlaßt werden, ihre Dienste BA vor anderen Fluggesellschaften, die mit BA im Wettbewerb stehen, anzubieten. Diese Praktiken sind tendenziell damit verbunden, daß der Umfang an Luftverkehrsvermittlerdiensten, die für andere Fluggesellschaften bereitgestellt werden, sinkt und sich die Bedingungen, zu denen diese Dienste bereitgestellt werden, verschlechtern. Da viele dieser Fluggesellschaften außerhalb des Vereinigten Königreichs ansässig sind, stellen diese Praktiken eindeutig eine Beeinträchtigung des innergemeinschaftlichen Handels mit Luftverkehrsvermittlerdiensten dar.

(113) Zudem betreffen die Verkäufe von Luftverkehrsleistungen, die die Grundlage für die hier zu würdigenden Provisionen sind, auch Strecken innerhalb des Vereinigten Königreichs, zwischen dem Vereinigten Königreich und den anderen Mitgliedstaaten sowie zwischen dem Vereinigten Königreich und Drittländern. Die Folgen dieser mißbräuchlichen Provisionsregelungen werden auf den Märkten für diesen Luftverkehr spürbar sein. Ziel und Wirkung dieser Praktiken bestehen insbesondere darin, BA-Konkurrenten von den Märkten für Luftverkehr mit Ursprung im Vereinigten Königreich auszuschließen. Diese Luftverkehrsleistungen werden zwischen Mitgliedstaaten verkauft. Demzufolge wirken sich diese Praktiken zusätzlich auf den Handel zwischen den Mitgliedstaaten aus.

H. ARTIKEL 3 DER VERORDNUNG Nr. 17

(114) Stellt die Kommission nach Artikel 3 der Verordnung Nr. 17 auf Antrag oder von Amts wegen eine Zuwiderhandlung gegen Artikel 81 oder 82 EG-Vertrag fest, so kann sie die beteiligten Unternehmen oder Unternehmensvereinigungen durch Entscheidung verpflichten, die festgestellte Zuwiderhandlung abzustellen.

(115) Die Kommission kann nicht umhin, von BA zu verlangen, die in Abschnitt F beschriebenen Zuwiderhandlungen abzustellen, soweit dies nicht bereits geschehen ist, und von Vereinbarungen oder Verhaltensweisen mit ähnlichen Zielsetzungen oder Auswirkungen künftig abzusehen.

I. ARTIKEL 15 DER VERORDNUNG Nr. 17

(116) Im Sinne von Artikel 15 der Verordnung Nr. 17 können Zuwiderhandlungen gegen Artikel 82 EG-Vertrag mit einer Geldbuße in Höhe von bis zu 1 Mio. EUR oder bis zu 10 % des im letzten Geschäftsjahr erzielten Umsatzes belegt werden, je nachdem, welcher Betrag höher ist. Zu berücksichtigen ist dabei neben der Schwere des Verstoßes auch die Dauer der Zuwiderhandlung.

(117) Bei der Festlegung der Geldbuße wird die Kommission folgende Faktoren besonders berücksichtigen:

Schwere des Verstoßes

(118) Bei der hier zu würdigenden Verhaltensweise, einer Ausschließungs-Rabattregelung der Form, wie sie in der Vergangenheit von der Kommission und in der Rechtsprechung der Gemeinschaft stets mißbilligt worden ist, handelt es sich um einen schwerwiegenden Mißbrauch einer marktbeherrschenden Stellung mit der Absicht, Konkurrenz für BA auf den Luftverkehrsmärkten im Vereinigten Königreich auszuschalten oder zumindest eine weitere Zunahme derselben zu verhindern. Ein derartiges Verhalten wird als schwerwiegender Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht der Gemeinschaft betrachtet.

(119) Der Luftverkehr stellt bei den Ausgaben der Verbraucher eine nicht unwesentliche Größe dar und ist ein wichtiger Kostenfaktor für Unternehmen im Vereinigten Königreich, namentlich für diejenigen mit Geschäftsbeziehungen ins Ausland, so daß sich diese Verhaltensweise auf die gesamte britische Wirtschaft auswirkt.

(120) Die Annahme scheint gerechtfertigt, daß es BA trotz der Liberalisierung, in deren Folge das rechtliche und ordnungspolitische Umfeld verschwand, dank dessen es zunächst seine führende Position einnehmen konnte, zum Teil aufgrund dieses Verhaltens bisher gelungen ist, auf den britischen Luftverkehrsmärkten einen Marktanteil von durchschnittlich 40 % zu halten. Daraus folgt, daß das Ziel und die Wirkung dieser Mißbräuche darin bestanden und bestehen zu verhindern, daß die Nutzeffekte der Deregulierung vollständig zum Tragen kommen.

(121) Aus diesen Gründen wird die Geldbuße, mit der der Schwere des Verstoßes Rechnung getragen werden soll, auf 4 Mio. EUR festgesetzt, worin der schwerwiegende Charakter, der Umfang und die Auswirkungen des Verstoßes zum Ausdruck kommen.

Dauer der Zuwiderhandlung

(122) Das mißbräuchliche Verhalten von BA war und ist im Hinblick auf ausgewählte große Reisevermittler mittels MV seit mindestens 1992 bis in die Gegenwart festzustellen. Mit den PRS wurde dieses mißbräuchliche Verhalten auf alle britischen Reisevermittler ausgedehnt und die Wirkung auf Vermittler, die vom 1. Januar 1998 bis zum 1. März 1999 einer MV angehörten, verstärkt. Die mißbräuchliche Vorgehensweise dauert seit sieben Jahren an. Um dieser langen Zeitdauer Rechnung zu tragen, sollte der Betrag der aufgrund der Schwere des Verstoßes festgesetzten Geldbuße um 70 % erhöht werden. Daraus ergibt sich eine Geldbuße in Höhe von 6,8 Mio. EUR.

Erschwerende und mildernde Umstände

(123) Für diese Entscheidung liegen keine zu berücksichtigenden erschwerenden oder mildernden Umstände vor —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

British Airways Plc hat gegen Artikel 82 EG-Vertrag verstoßen, indem es bei den Reisevermittlern, von denen es Luftverkehrsvermittlerdienste im Vereinigten Königreich erwirbt, Provisionssysteme und andere Anreize angewandt hat, deren Ziel und Auswirkung durch die Vergütung der Treue von seiten der Reisevermittler und die unterschiedliche Behandlung von Reisevermittlern darin besteht, daß Wettbewerber von British Airways aus dem britischen Luftverkehrsmarkt ausgeschlossen werden.

Artikel 2

Wegen der in Artikel 1 genannten Verstöße wird gegen British Airways Plc eine Geldbuße in Höhe von 6,8 Mio. EUR festgesetzt.

Die Geldbuße ist binnen drei Monaten — gerechnet vom Tag der Bekanntgabe dieser Entscheidung — an die Kommission der Europäischen Gemeinschaften, Konto Nr. 310-0933000-43, Banque Bruxelles Lambert, Agence Euro-

péenne, Rond Point Schuman 5, B-1040 Brüssel, einzuzahlen. Nach Ablauf dieser Frist werden, ohne daß es einer weiteren Rechtshandlung bedarf, Zinsen zu dem Satz fällig, der von der Europäischen Zentralbank bei ihren Repo-Geschäften am ersten Arbeitstag des Monats angewendet wird, in dem der Erlaß dieser Entscheidung erfolgt, zuzüglich 3,5 v. H., d. h. 6 %.

Artikel 3

British Airways Plc hat, sofern nicht bereits geschehen, die in Artikel 1 genannten Verstöße unverzüglich abzustellen.

British Airways Plc enthält sich der Wiederholung der in Artikel 1 genannten Handlungen oder Verhaltensweisen und trifft keine Maßnahmen gleicher Wirkung.

Artikel 4

Diese Entscheidung ist an British Airways Plc, Waterside, PO Box 365, Harmondsworth, UB7 0GB, Vereinigtes Königreich, gerichtet.

Diese Entscheidung ist ein vollstreckbarer Titel gemäß Artikel 256 EG-Vertrag.

Brüssel, den 14. Juli 1999

Für die Kommission

Karel VAN MIERT

Mitglied der Kommission