II

(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 15. Mai 1974

betreffend ein Verfahren nach Artikel 85 des EWG-Vertrags (IV/400 — Vereinbarungen zwischen Herstellern von Verpackungsglas)

(Nur der französische, der deutsche, der italienische und der niederländische Text sind verbindlich)

(74/292/EWG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, insbesondere auf Artikel 85,

gestützt auf die Verordnung Nr. 17/62 des Rates vom 6. Februar 1962 (1), insbesondere auf Artikel 1, 3 und 5,

im Hinblick auf die am 30. Oktober 1962 gemäß Artikel 5 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17/62 von Herrn Rechtsanwalt Dr. A. E. Rüdell im Auftrag der International Fair Trade Practice Rules Administration (IFTRA), Vaduz (Liechtenstein) bewirkten Anmeldungen eines „Mustervertrags" über „Regeln für den lauteren Wettbewerb", oder „IFTRA-Regeln", der von europäischen Verpackungsglasherstellern angewandt wird,

im Anschluß an Nachprüfungen gemäß Artikel 14 der Verordnung Nr. 17/62 und die Anhörung der beteiligten Unternehmen gemäß Artikel 19 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17/62 in Verbindung mit der Verordnung Nr. 99/63/EWG vom 25. Juli 1963 (2),

im Hinblick auf die vom Beratenden Ausschuß für Kartell- und Monopolfragen am 27. März 1974 gemäß Artikel 10 der Verordnung Nr. 17/62 abgegebenen Stellungnahme,

in Erwägung nachstehender Gründe:

(1) ABl. Nr. 13 vom 21. 2. 1962, S. 204/62.
(2) ABl. Nr. 127 vom 20. 8. 1963, S. 2268/63.

I. SACHVERHALT

Folgender wesentlicher Sachverhalt ist auf Grund der Vereinbarungen für die Anwendung der „IFTRA-Regeln" (A.) und der von den Beteiligten abgeschlossenen und mit diesen Regeln im Zusammenhang stehenden Vereinbarungen (B.) sowie hinsichtlich der Struktur des betroffenen Industriezweiges (C.) festzustellen:

A. DIE VEREINBARUNGEN ÜBER DIE „IFTRA-REGELN"

1. Der „Mustervertrag" über die IFTRA-Regeln ist in der deutschen Originalfassung sowie in der später von den französischen Beteiligten angenommenen französischen Fassung angemeldet worden. Diese Vereinbarung enthält die nachfolgend wiedergegebenen Vorschriften. Die Abweichungen sind jeweils in eckiger Klammer durch D für die Besonderheiten im deutschen, durch F für die im französischen Text gekennzeichnet.

„Gruppe A:

Die Regeln der Gruppe A umfassen Wettbewerbshandlungen, die nach den bestehenden Gesetzen [F: als] unlauter und wettbewerbswidrig [F: anzusehen] sind.

A.1. Verkauf unter Selbstkosten und Behinderungswettbewerb

a) Es ist unlauter, Ware unter Selbstkosten zu verkaufen in der Absicht, Mitbewerber in ihrer Existenz zu gefährden oder zu vernichten.

b) Es ist unlauter, wenn ein Unternehmen unter Ausnutzung seiner Kapitalkraft bestimmte Waren unter Selbstkosten anbietet oder verkauft mit der Absicht oder der Wirkung, eine monopolartige Stellung zu erlangen.

c) Es ist unlauter, die Angebote eines Mitbewerbers planmäßig zu unterbieten oder in dessen Angebote planmäßig einzutreten mit dem Ziel seiner Existenzgefährdung oder Vernichtung. [F: Dies schließt nicht die Verpflichtung ein, sich den Preisen eines Konkurrenten anzupassen.]

A.2. Diskriminierungen

a) Es ist unlauter, Abnehmern der gleichen Wirtschaftsstufe bei Leistungen der gleichen Art und Qualität unterschiedliche Preise, Rabatte oder Geschäftsbedingungen anzubieten oder einzuräumen und hierdurch nicht nur den Abnehmer, sondern auch den Mitbewerber unbillig zu behindern.

Hierzu gehören also nicht Preisstellungen, Rabatte oder Bedingungen, deren Unterschiedlichkeit der unterschiedlichen Stellung und Funktion des Abnehmers innerhalb der Wirtschaftsstufe entspricht oder durch seine Mengenabnahme begründet ist.

Es steht dem Unternehmen frei, seine Abnehmer nach eigenem Belieben [F: nach handelsbräuchlichen Bedingungen sowie nach seinen Liefermöglichkeiten] auszuwählen, es sei denn, die Auswahl erfolge mit der Absicht und der Wirkung, eine monopolartige Stellung zu erlangen.

b) Es ist unlauter, Abnehmern Sondervergünstigungen einzuräumen, wie z. B. Zugaben, Zugabe der Vertragsware zu anderen Waren, Nebenleistungen, Provisionen irgendwelcher Art, Kredite [F. ohne entsprechende Zinsbelastung], Berücksichtigung ungerechtfertigter Reklamationen, Berechnung von Ware zweiter Wahl, die im Ergebnis einer Ermäßigung des Vertragspreises gleichkommen und nicht allen [F: vergleichbaren] Abnehmern in gleicher Weise gewährt werden.

c) Es ist unlauter, Mengenrabatte, Jahresrückvergütungen oder sonstige Vergütungen, die von der Höhe der Abnahmen abhängig sind, vor Erreichung der entsprechenden [F: in den Verkaufsbedingungen der Hersteller nach Handelsbrauch festgelegten] Mengen zu gewähren oder solche Abzüge stillschweigend zu dulden.

d) Es ist unlauter, einem Dritten im Zusammenhang mit dem Zustandekommen eines Geschäfts Vergütungen irgendwelcher Art einzuräumen oder ihm sonstige Vorteile zu gewähren, die nach den gesetzlichen Vorschriften nicht beansprucht werden können und nach Zweck und Wirkung unzulässigen Vergütungen gleichkommen.

A.3. Kopplungsgeschäfte

Es ist unlauter, die Abnahme von Überflußartikeln durch die Angabe von Mangelerzeugnissen des lebenswichtigen Bedarfs zu erzielen.

A.4. Nachahmungen

Es ist unlauter, Handelsmarken, Handelsnamen oder andere Kennzeichnungen von Mitbewerbern nachzuahmen, um Abnehmer irrezuführen.

A.5. Irreführende Benutzung von Lockartikeln

a) Es ist unlauter, Ware unter Selbstkosten zu verkaufen, wenn zu Unrecht der Anschein einer besonders billigen allgemeinen Preisstellung der Firma erweckt werden soll.

b) Es ist insbesondere unlauter, Waren unter Selbstkosten zu verkaufen, um die Abnahme anderer Artikel zu erzielen und hierdurch den bei den Lockartikeln entstandenen Verlust auszugleichen, wenn dies in der Absicht oder mit der Wirkung geschieht, die Abnehmer zu täuschen und irrezuführen.

A.6. Irreführung von Abnehmern und Mitbewerbern

a) Es ist unlauter, Preisangebote oder Zusagen von Rabatten sowie Skonti oder sonstige Geschäftsbedingungen zu machen, deren vertragsgemäße Erfüllung ernstlich nicht beabsichtigt wird oder von vornherein [D: offensichtlich] unmöglich ist.

Es ist eine unlautere Irreführung, wenn ein Unternehmen von seinen [D: öffentlich verbreiteten, insbesondere in Preislisten bekanntgegebenen] Angeboten [F: oder Preislisten] heimlich abweicht, um durch Ausnutzung und Mißbrauch des Vertrauens, das Abnehmer und Mitbewerber in die Gültigkeit der Preisveröffentlichung setzen, geschäftliche Vorteile zu erlangen.

b) Es ist unlauter, [D: absichtlich] falsche Rechnungen und Verkaufsbelege derart auszustellen, daß [D: die in ihnen bekundeten Geschäftsvorgänge, wie Preisstellung, Nachlässe oder Zuschläge, Berechnung von Nebenleistungen usw. [F: sie] durch Aufnahme unrichtiger Angaben oder durch Auslassung wichtiger Einzelheiten irreführend wiedergegeben werden.

Eine unlautere Irreführung ist zu vermuten, wenn die Rechnungen mit den Auftragsbestätigungen nicht übereinstimmen, und zwar auch dann, wenn es sich um geringfügige Mehr- oder Minderlieferungen handelt, die sich im Endwert auswirken können.

c) Es ist unlauter, Ware unter unwahren Angaben über Herkunft, Herstellungsweise, [D: Beschaffenheit und Güte / F: Rohstoffe] oder Verwendungsmöglichkeit anzubieten oder zu verkaufen.

A.7. Prima-facie-Beweis

In Streitfällen ist eine unlautere Wettbewerbshandlung zu vermuten, wenn einem Unternehmen diskriminierende bzw. von der veröffentlichten Preisliste abweichende Preisstellungen, Nachlässe oder Geschäftsbedingungen nachgewiesen werden.

Dem Unternehmen steht die Widerlegung dieser Prima-facie-Vermutung durch Nachweis überzeugender Rechtfertigungsgründe offen, wie Preissenkungen, die einer besonderen, [D: lediglich vorübergehenden] Absatznotwendigkeit (z. B. Zwangsverkäufe im Konkurs- oder Vergleichsverfahren) Rechnung tragen.

Hierzu gehört auch der Nachweis, daß der niedrigere Preis bzw. höhere Nachlaß oder Sondervergünstigungen nur deshalb einzelnen Abnehmern gewährt wurden, um neuen vorausgegangenen Preismaßnahmen eines Mitbewerbers wirksam zu begegnen. Diese Rechtfertigung wird nur zugelassen, wenn das Unternehmen den Beweis erbringt, daß es über das gebotene Maß der Gegenwehr nicht hinausgegangen ist, insbesondere also seine Preisstellung im Einzelfalle lediglich derjenigen dieses Mitbewerbers auf dem jeweils örtlichen Markt angepaßt, ihn jedoch nicht unterboten hat.

Gruppe B

Die Gruppe B umfaßt Regeln und Grundsätze, die als branchenüblich angesehen werden und deren Erfüllung daher für die Lauterkeit der Geschäftsmethoden von Bedeutung [D: sein kann / F: ist].

B.1. Vertragstreue

Bestehende Verträge, ob brieflich oder mündlich geschlossen, sind Geschäftsverpflichtungen, die nach dem Buchstaben und dem Geist zu erfüllen sind.

B.2. Preislisten

Die Veröffentlichung und Verbreitung von individuell aufgestellten Bruttopreislisten einschließlich der Rabatte ist bei der Vielzahl der Artikel in der Glasindustrie branchenüblich.

B.3. Preisschleuderei

Die Preise sollen so bemessen werden, daß sie die nach den Regeln einer ordnungsgemäßen Kalkulation ermittelten Kosten decken und den Lieferanten in die Lage versetzen, seinen Verpflichtungen gegenüber Staat, Belegschaft, Geldgeber und Vorlieferanten nachzukommen.

Es sollen also grundsätzlich alle Kostenelemente, die bei ordnungsgemäßer Kalkulation als notwendige Bestandteile der Selbstkosten anzusehen sind, für die Errechnung der Gesamtkosten berücksichtigt werden.

B.4. Aufbewahrung von Unterlagen über Kalkulation und Reklamation

Jeder Hersteller soll einwandfreie Unterlagen zur Bestimmung seiner Kosten führen und aufbewahren.

Jeder Hersteller soll die Unterlagen über die Reklamationen aufbewahren.

B.5. Abnehmerfunktion

Der Lieferant soll [F: nach Handelsbrauch] die Funktion seines Abnehmers vor der Gewährung von Rabatten oder sonstigen handelsüblichen Bedingungen gebührend überprüfen und zur Vermeidung ungerechtfertigter Diskriminierungen berücksichtigen.

B.6. Qualität

[D: Die Hersteller kennen nur erste Wahl.] Fehlerhafte Ware wird nicht exportiert.

B.7. Inhaltsbestimmung

[F: Es wird als verwerflich betrachtet, in der unteren Hälfte der nach Gewichts- und Maßgesetzen zulässigen Toleranzen zu arbeiten].

Soweit Normblätter bestehen, wird üblicherweise danach verfahren.

Gruppe C: Täuschende Preisinformation

Wer [F: vorbehaltlich der anwendbaren Rechtsvorschriften] seinen Mitbewerbern Informationen über die eigene Preisstellung im Interesse der Ausschaltung der Lüge aus dem Wettbewerb verspricht und dann [D: Preissenkungen gar nicht, falsch oder nicht unverzüglich mitteilt / F: ohne Erteilung von Informationen oder unter Erteilung irreführender Informationen andere Preise praktiziert], handelt unlauter.

Gruppe D: Unterlassung und Schadenersatz

Wer Wettbewerbshandlungen vornimmt, die nach diesen Regeln unlauter und wettbewerbswidrig sind, kann von jedem der Unterzeichner der Regeln auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden.

Die Unterschrift dieser Regeln verpflichtet insbesondere zum Ersatz des den Unterzeichnern durch Verletzung der Bestimmungen der Gruppe C zugefügten Schadens. Dieser Schaden wird in Höhe von mindestens 30 % des der Täuschungshandlung zugrundeliegenden Umsatzes vermutet. Die Zahlung hat zugunsten aller übrigen Unterzeichner zu erfolgen. Sie wird nach der Firmenzahl aufgeteilt. Dem Geschädigten steht die Geltendmachung eines weitergehenden Schadens offen.

Gruppe E: Verfahren

Die folgenden Bestimmungen regeln die praktische Durchführung der objektiven Tatbestandsermittlung, die Erstattung von Schiedsgutachten und die Fällung von Schiedsgerichtsurteilen.

I. Schiedsgutachten

1. Anträge auf Tatbestandsermittlung und Erstattung eines Schiedsgutachtens durch die International Fair Trade Practice Rules Administration — IFTRA —, Vaduz, sind mit einem Durchschlag einzureichen, der der anderen Partei des Verfahrens zur Stellungnahme zugestellt wird, die innerhalb von zwei Wochen gleichfalls mit einem Durchschlag zu erfolgen hat.

2. Die Parteien des Verfahrens haben der IFTRA alle zur objektiven Aufklärung des Sachverhalts dienlichen Angaben zu machen und Unterlagen vorzulegen.

3. Die IFTRA ist zur Verwertung der ihr zur Kenntnis gelangenden Geschäfts- und Betriebsvorgänge nur im Rahmen des Verfahrens berechtigt und im übrigen zur Geheimhaltung verpflichtet.

.....

6. Auf Antrag kann das Schiedsgutachten allen Unterzeichnern der Regeln unter Angabe der beteiligten Parteien bekanntgegeben werden.

.....

II. Schiedsgericht

Falls eine der Parteien das Schiedsgutachten nicht annehmen und sich nicht zu seiner Durchführung verpflichten will, so kann die andere Partei die Entscheidung eines internationalen Schiedsgerichts .. anrufen ..

III. Anzuwendendes Recht

Die Erstattung von Schiedsgutachten und die Fällung von Schiedsgerichtsurteilen hat zu erfolgen auf Grund dieser Regeln für den lauteren Wettbewerb und im übrigen nach billigem Ermessen, jedoch mit der Maßgabe, daß die Grenzen gewahrt werden, die durch die Heimatgesetzgebung des Betroffenen für eine Wettbewerbsbeschränkung gesetzt sind ..."

2. Die von der IFTRA-Vereinbarung erfaßten Erzeugnisse sind Behältnisse aus weißem, halbweißem oder verschiedenartig gefärbtem Hohlglas, und zwar

a) Flaschen für Getränke (Wein, Spirituosen, Mineralwasser, Bier, Limonaden, Fruchtsäfte), Nahrungsmittel (Öl, Essig, Milch, Joghurt), für Chemikalien, Pflegemittel und Drogerieartikel,

b) Konservengläser für die Konservenindustrie oder für Haushaltskonserven,

c) Flakons für Arzneimittel, Schönheitsmittel usw.

3. Aus den Nachprüfungen der Kommission ergibt sich, daß folgende Unternehmen bzw. deren Vorgänger, die Getränkeflaschen (G), Konservenglas (K) bzw. Flakons (F) herstellen, die IFTRA-Regeln für Getränkeflaschen (Spalte 1) und/oder für Flakons und Konservenglas (Spalte 2) im angegebenen Zeitraum unterschrieben haben.

1	2	G	K	F	
					DEUTSCHLAND
1955	1965	x	x	x	AG der Gerresheimer Glashüttenwerke („*Gerresheim*"), Düsseldorf-Gerresheim sowie ihre Tochtergesellschaften:
1955	1965	x	x		— Glashütte Achern GmbH, Achern
1955		x			— Amberger Flaschenhütten GmbH, Amberg
1955	1965	x	x		— Glashütte Budenheim GmbH, Budenheim
1955	1965	x	x	x	— Oldenburgische Glashütte GmbH, Oldenburg
1955		x			— Glashütte Heilbronn, Heilbronn

1	2	G	K	F	
1955	1965	x	x	x	Veba-Glas AG (*„Ruhrglas"*), Essen-Karnap
1955	1965	x	x	x	H. Heye Glasfabrik „Schauenstein" *(„Heye")*, Obernkirchen/Hannover
1955		x			Nienburger Glas, Himly, Holscher & Co. (*„Nienburg"*), Nienburg/Weser
1955		x			Bayerische Flaschen-Glashüttenwerke Wiegand & Söhne GmbH, Steinbach am Wald/Ofr.
1955	1965	x	x	x	Carl. Aug. Heinz Glashüttenwerke, Kleintettau und Schleiden
1955	1965	x	x	x	Lüner Glashüttenwerke GmbH, Altlünen, Post Lünen/West
	1965	x	x	x	Glashüttenwerke Ernst W. Müller GmbH, Kipfenberg/Bayern
	1965		x		Noelle & von Campe Glashütte GmbH, Boffzen/Weser über Höxter
	1965	x	x		Oberland-Glas, Bad Wurzach/Allgäu
1955	1965	x	x	x	Spessarter Hohlglaswerke GmbH, Lohr a. Main
1955	1965	x	x	x	Tettauer Glashüttenwerke AG, Tettau/Oberfranken
	1965		x		Weck Glaswerk GmbH, Bonn-Duisdorf
					BELGIEN
	1955		x	x	Verlica-Momignies S.A. (*„Verlica"*), Brüssel
1955		x			Bouteilleries Belges Réunies S.A. *(„BBR")*, Jumet
1955/72	1955/72	x	x	x	Verreries de Fauquez S.A. (1), Virginal-Fauquez
					NIEDERLANDE
1955	1955	x	x	x	N.V. Vereenigde Glasfabrieken (*„Schiedam"*), Schiedam
					FRANKREICH
1960		x	x	x	Boussois-Souchon-Neuvesel S.A. *(„BSN")*, Paris
1960		x	x		St-Gobain Emballage S.A. (*„St-Gobain"*), Neuilly/Seine
1960/72		x			Verreries de Blanc-Misseron S.A. („Misseron"), Valenciennes
1960		x			Verrerie Ouvrière d'Albi S.A., Albi
1960		x			Verreries du Puy-de-Dôme S.A., Paris
					ITALIEN
1961/71		x	x	x	Bordoni Miva Vetrerie Riunite SpA (*„Bordoni"*), Mailand
1961/71		x			A.V.I.R. - Aziende Vetrarie Italiane Ricciardi SpA (*„Ricciardi"*), Neapel
1961/71		x			Vetreria Italiana Vetr. I. SpA, Carcare (Savona) } (*„Vetri"*)
1961/71		x			Ve.Tri. — Vetreria Triveneta SpA, Vicenza } (*„Vetri"*)

(1) Firma in Liquidation seit dem 1. Februar 1972.

4. Im März 1955 nach vorbereitenden Gesprächen zwischen Gerresheim, Ruhrglas, Heye, Schiedam und den beiden belgischen Syndikaten, die Vorgänger von BBR und Verlica waren, wurden die IFTRA-Regeln von den obengenannten deutschen, belgischen und niederländischen Herstellern für Getränkeflaschen angenommen und auf dem belgischen und niederländischen Markt auch für Konservengläser und Flaschen angewandt.

Im April 1960 wurden die IFTRA-Regeln für Getränkeflaschen von fünf französischen Herstellern in einer zur Vorlage an die französischen Behörden abgeänderten Fassung unterzeichnet (vgl. Niederschrift über die IFTRA-Sitzung vom 28. April 1960). Daraus ergaben sich die gekennzeichneten Abweichungen in der französischen gegenüber der deutschen Fassung.

5. Im Jahre 1961 unterzeichneten die italienischen Hersteller, die für ihren Inlandsmarkt Preislisten für grüne und halbweiße Flaschen festgelegt hatten, die IFTRA-Regeln ausschließlich für diese Erzeugnisse. Unabhängig davon, daß der Bereich der Vertragserzeugnisse für Italien daher enger als für die übrigen Länder war, blieb die Beteiligung der italienischen Flaschenhersteller sporadisch und schwierig und wurde Ende 1971 eingestellt.

Im Jahre 1965 unterzeichneten die meisten deutschen Hersteller von Medizin- und Verpackungsglas die Regeln für den deutschen Markt.

Anfang 1971 erklärten sich die französischen Flaschenhersteller bereit, die von ihnen unterzeichneten Regeln auf das gesamte Verpackungsglas auszudehnen. Diese Erklärung soll jedoch wirkungslos geblieben sein. Misseron ist im Mai 1972 mit Wirkung vom 31. Dezember 1972 aus der IFTRA zurückgetreten.

6. Die IFTRA-Regeln gelten bzw. galten für folgende geographische Märkte:

a) bei weißen und gefärbten Flaschen: für die Märkte in Deutschland, Belgien, Luxemburg und den Niederlanden (seit 1955) und in Frankreich (seit 1960);

b) nur bei halbweißen und grünen Flaschen: für den Markt in Italien (von 1962 bis 1971);

c) bei Konservengläsern und Flakons aller Farben:
   — für die Benelux-Märkte seit 1955,
   — für den Markt in Deutschland seit 1965.

7. An Hand der Ergebnisse der Nachprüfungen der Kommission ergibt sich, daß die Anwendung der IFTRA-Vereinbarung im Rahmen festliegender Organisationsformen auf Sitzungen erörtert wurde, und zwar

a) eines engen Ausschusses der sog. „Repräsentanten der IFTRA-Unterzeichner", der aus Delegierten folgender Unternehmen bestand:
   — seit 1955: Gerresheim, Ruhrglas, Schiedam, BBR,
   — seit 1958: Verlica,
   — seit 1960: St-Gobain, BSN, Misseron,
   — von 1962 bis 1971: Bordoni St-Gobain-Gruppe),
   — von 1966 bis 1971: Ricciardi und VETRI,
   — seit 1966: Heye,
   — seit 1969: Nienburg, und

b) anläßlich der jährlichen Generalversammlung der IFTRA-Unterzeichner.

8. Die Kosten für den nach der IFTRA-Vereinbarung entstehenden Verwaltungsaufwand und für die Beratung durch Rechtsanwalt Dr. Rüdell werden durch Beiträge der beteiligten Unternehmen gedeckt, die zunächst 0,02 % des im Vorjahr mit den Vertragserzeugnissen erzielten Umsatzes entsprachen. Seit 1963 wird ein fester Globalbetrag auf die einzelnen Länder verteilt und von den einzelnen nationalen Verbänden bei ihren Mitgliedern, die IFTRA-Beteiligte sind, nach Maßgabe ihres Umsatzes eingezogen. Im Jahre 1972 belief sich der Jahresgesamtbeitrag auf 100 000 sfrs., die nach folgendem Schlüssel verteilt wurden:

deutsche Unterzeichner	42,00 %,
belgische Unterzeichner	5,68 %,
französische Unterzeichner	37,00 %,
italienische Unterzeichner	9,64 %,
niederländischer Unterzeichner	5,68 %.

9. Seit dem 29. Januar 1960 wurden regelmäßig dreimal pro Jahr Sitzungen der „Repräsentanten der IFTRA-Unterzeichner" abgehalten, davon eine jeweils unmittelbar vor der Generalversammlung. Die IFTRA-Sitzungen der letzten drei Jahre fanden statt am

— 4. Februar 1970	in Brüssel,
— 12. Juni 1970	in Ajaccio (Generalversammlung),
— 28. Oktober 1970	in Rom,
— 25. Januar 1971	in Amsterdam,
— 25. Juni 1971	in Hamburg (Generalversammlung),
— 21. Oktober 1971	in Brüssel,
— 2. Februar 1972	in Paris,
— 8. Juni 1972	in Brüssel,
— 18. November 1972	in Brüssel.

Auf der Sitzung im Februar 1972 wurde unter anderem über die Nachprüfungen der Kommissionsdienststellen während der vorangegangenen Monate berichtet. In den beiden letzten Sitzungen im Jahre 1972 wurde über eine eventuelle Neufassung der IFTRA-Regeln gesprochen.

10. Aus den Niederschriften über die IFTRA-Sitzungen geht hervor, daß die im Rahmen der Anwendung der Vereinbarung erörterten Fragen sich insbesondere bezogen

a) auf die Festsetzung der Exportpreise auf Grund der Inlandspreise der Vertragspartner im Bestimmungsland (Ziff. 11 und 12) und

b) auf die gegenseitige Unterrichtung über die Preise der Beteiligten durch Austausch von Preis- und Rabattlisten und Geschäftsbedingungen sowie aller Änderungen und Abweichungen dazu (Ziff. 13 bis 18).

a) **Festsetzung der Exportpreise**

11. Bei der Festsetzung der Exportpreise auf Grund der Inlandspreise der Vertragspartner im Bestimmungsland gehen die Beteiligten von Erwägungen aus, wie sie in den Niederschriften der Sitzungen der IFTRA-Repräsentanten vom 27. Januar 1959, 18. und 19. Januar 1961, 29. März 1966 sowie der Generalversammlungen vom 24. Juni 1966 und 30. Mai 1967 festgehalten wurden:

Die Herabsetzung der Inlandspreise mit dem Ziel, den ausländischen Preisunterbietungen zu begegnen, koste den inländischen Hersteller mehr als den ausländischen Hersteller. Da ersterer den größeren Marktanteil besitze, verringere sich sein Gewinn bei größeren Mengen. Der einen Markt beherrschende Hersteller („natürlicher Preisführer") lege seine Preise auf diesem Markt frei fest und unterrichte die übrigen Hersteller. Die übrigen Hersteller legten ihre Preise für die Ausfuhr in sein Land an Hand dieser Angaben fest, da es ihnen nie möglich sei, teuerer zu verkaufen als der den Markt beherrschende Hersteller, und sie auch nicht hoffen könnten, den Markt durch niedrigere Preise zu erobern, denen der inländische Hersteller mit dem Ergebnis folge, daß es zu einer allgemeinen Senkung der Verkaufspreise komme. Da sich die Kosten und Löhne ständig erhöhten, müßten die Hersteller ihre Preise fortlaufend erhöhen. Wer als erster seine Preise erhöhe, sei der Preisführer, wenn ihm die anderen folgten.

12. Die tatsächliche Anwendung des soeben umschriebenen Grundsatzes wird an Hand der konkreten Fälle veranschaulicht, die in den IFTRA-Sitzungen nach der Anmeldung der Regeln erörtert wurden (Die eingeklammerten Daten beziehen sich auf die Niederschriften über diese Sitzungen; Generalversammlungen sind mit GV gekennzeichnet):

i) Gerresheim bedauert, daß die französischen und die italienischen Flakonhersteller die IFTRA-Regeln noch nicht unterzeichnet haben, da ein französischer und ein italienischer Hersteller in Deutschland Angebote mache, die von den deutschen Preisen abweichen. Diese Unterbietung beruht offensichtlich auf einer unzureichenden Kenntnis des Marktes (24. 1. 1963, Ziffer 8).

ii) Auf Antrag von Schiedam wegen der Gewährung eines in dem Verkaufsangebot eines belgischen Unternehmens (eines Mitglieds des Verkaufssyndikats, des Vorgängers von BBR) nicht vorgesehenen Vorteils wird mitgeteilt, daß lediglich der Firma Coca-Cola für eine Zahlung innerhalb von acht Tagen ein Preisnachlaß von 2 % eingeräumt worden ist, um sich dem von einem dritten niederländischen Hersteller angewandten Preis anzupassen (24. 1. 1963, Ziffer 7; 21. 5. 1963, Ziffer 7).

iii) BBR berichtet, daß im Anschluß an eine Preiserhöhung in Deutschland deutsche Brauereien Lieferungen zu den belgischen Inlandspreisen verlangen. Dr. Rüdell weist darauf hin, daß es keine Verpflichtung gebe, bei Exporten die Preise des Herstellungslandes anzuwenden; das Verlangen der Brauereien könne auch nicht durch das in Artikel 85 Absatz 1 Buchstabe d) ausgesprochene Verbot von Diskriminierungen von Abnehmern begründet werden, da Exportlieferungen während der Übergangszeit für die Verwirklichung des Gemeinsamen Marktes mit Inlandslieferungen nicht gleichgestellt werden könnten und die Anwendung unterschiedlicher Bedingungen den Nachfragern keinen Wettbewerbsnachteil zufügten (24. 1. 1963, Ziff. 3 und 4; 21. 5. 1963, Ziff. 3 und 4).

iv) Die Frage der italienischen Delegierten, ob die Preisangebote der deutschen Flaschenhersteller in Italien in Höhe der italienischen Preise — die um 50 % unter den deutschen Preisen lägen — ein unzulässiges Dumping darstellten, wurde von Dr. Rüdell verneint (21. 5. 1963, Ziff. 5).

v) Bericht über Schwierigkeiten der Fa. Gerresheim mit dem Bundeskartellamt wegen der Beschwerde eines deutschen Weinexporteurs, der vorgebracht habe, daß sein Flaschenlieferant, ein Händler aus Antwerpen, seine Preise auf Grund einer Absprache zwischen Gerresheim und BBR in unannehmbarer Weise erhöht habe. Die Firma Gerresheim erklärte, daß sie keine Angleichung der belgischen Preise an ihre eigenen Preise verlangt, sondern anläßlich einer Diskussion über technische Normen BBR lediglich mitgeteilt habe, daß die von diesem Händler in Deutschland angebotenen Flaschenpreise nicht der belgischen Preisliste für die Ausfuhr nach Deutschland entsprächen (18. 1. 1965, Ziff. 2.b); GV 29. 4. 1965, Ziff. 1.a).

vi) Die belgische Industrie habe ihre Stellung auf dem Markt für Einmachgläser dank eines neuen

Modells zurückgewonnen, das es ihr ermöglicht habe, ihren Preis um 10 % zu erhöhen. Dies wurde den deutschen Herstellern mitgeteilt, die in Belgien unter den deutschen Preisen verkauft hatten, um den belgischen Markt vor Ost-Ausfuhren zu verteidigen. Da das Importkontingent für Ost-Einfuhren neuerdings respektiert werde, erscheint eine Fortsetzung der bisherigen Preisnachlässe als ein nicht mehr nötiges Opfer (18. 1. 1965, Ziff. 2.c).

vii) Ruhrglas berichtet von einer Einkaufsgenossenschaft für Flaschen, der wegen fehlenden Kundendienstes und fehlender Lagerhaltung kein Händlerrabatt eingeräumt worden sei, die aber einen solchen Rabatt von einem italienischen Hersteller für Flaschen erhalten habe (GV 24. 6. 1966, Punkt IV.1); es wurde festgestellt, daß es sich um gelbe, nicht unter die von den Italienern unterzeichneten IFTRA-Regeln fallende Flaschen handelte (26. 10. 1966, Ziff. 13).

viii) Anläßlich einer Streitigkeit im Zusammenhang mit der Ausfuhr von Konservengläsern durch das deutsche Unternehmen Weck im Jahre 1961 habe Schiedam die von Weck in den Niederlanden angewandten Preise nicht beweisen können, weil Weck die Ausfuhrpreise nicht mitgeteilt habe. Dazu wurde bemerkt, daß ein solcher Beweis erleichtert werde, wenn die Hersteller außer ihren Inlandstarifen auch ihre Ausfuhrpreislisten festlegten und sich gegenseitig mitteilten (26. 10. 1966, Ziff. 6; GV 30. 5. 1967, Ziff. IV.3).

ix) Ruhrglas habe die italienischen Delegierten (abwesend) fragen wollen, ob es ein Unterzeichner gewesen sei, der die in Deutschland praktizierten Preise bei der Lieferung mehrerer Millionen Euro-Bierflaschen 0,5 l, braun, an eine deutsche Brauerei um 20—30 % unterschritten habe. Das werde man aber auch bald wissen, nämlich sobald diese Flaschen gefüllt in Umlauf gekommen seien. Falls es sich um einen IFTRA-Unterzeichner gehandelt habe, ergebe sich die Frage, ob ein Verfahren zur objektiven Feststellung der Tatsachen eröffnet werden solle (28. 10. 1970, Ziff. 4 c).

b) **Austausch von Preisinformationen**

13. Die IFTRA-Unterzeichner haben die Frage der Mitteilung der jeweiligen Preislisten, Rabatte, Bedingungen und Abweichungen (unmittelbar von Hersteller an Hersteller oder über nationale Büros oder ein europäisches Zentralbüro) wiederholt geprüft, da die Festsetzung der Exportpreise von der Kenntnis der Inlandspreise der Partner im Bestimmungsland abhänge.

14. Nach dem Beitritt der italienischen Flaschenhersteller Ende 1961 wurde ein oder mehrere Unternehmen pro Land beauftragt, die Listen der Preise, Rabatte und Geschäftsbedingungen der inländischen Hersteller zu sammeln und den jeweils beauftragten ausländischen Kollegen zu übermitteln.

Jede Änderung der Preis- und Rabattliste sowie der Geschäftsbedingungen mußte mitgeteilt werden. Mitgeteilt werden mußten auf Wunsch auch Angaben über Änderungen in Einzelfällen, da jeder Beteiligte bei Ausspielungsversuchen eines Abnehmers berechtigt sei, sich zu unterrichten (Niederschriften der Sitzungen der „Repräsentanten" vom 12. 10. 1961, 23. 1. 1962, 4. 5. 1962, Schreiben von Dr. Rüdell vom 6. 11. 1962 an die Beteiligten).

15. Nationale Preismeldestellen wurden später im Jahre 1962 in Paris für Flakons und in Bonn (später Düsseldorf) für Flaschen und Ende 1963 in Brüssel für Verpackungsglas errichtet und den Beteiligten für alle Auskünfte über die jeweiligen Märkte zur Verfügung gestellt. Die Meldestellen in Paris und Brüssel wurden Ende des Jahres 1969 aufgelöst.

16. In der Generalversammlung der IFTRA-Unterzeichner vom 30. Mai 1967 in Neapel war der Informationsaustausch Gegenstand einer langen Erörterung, die sich auf Grund der Ziffer IV. 3 und IV. 5 der Niederschrift der Generalversammlung wie folgt zusammenfassen läßt:

Die inländischen Hersteller tauschten ihre Preislisten aus und hätten sich versprochen, sich über alle Preise, die sie unterhalb ihrer eigenen Listenpreise festsetzten, zu unterrichten. Ein ausführender Hersteller könne ebenfalls ein Interesse daran habe, eine Ausfuhrpreisliste festzulegen und den inländischen Herstellern zuzuleiten. Zunächst solle auch er die Preise für seine vereinzelten Ausfuhren mitteilen müssen.

Die Erfahrung zeige, daß es besser sei, diesen Austausch auf nationaler Ebene über eine neutrale Stelle vorzunehmen, die die Informationen über die Abweichungen sammele, ohne sie an alle Partner zu verteilen, die lediglich berechtigt seien, eine Auskunft zu verlangen, wenn sie die Behauptung eines Abnehmers nachprüfen wollten. So hätten die deutschen, belgischen und französischen Hersteller ihre nationalen Preismeldestellen den übrigen IFTRA-Unterzeichnern zur Verfügung gestellt. Den italienischen und niederländischen Herstellern werde empfohlen, das gleiche zu tun. Die Zusage eines Austausches von Preisinformationen sei im Wortlaut der IFTRA-Regeln nicht enthalten. Die IFTRA-Regeln begnügten sich damit, in der Gruppe C die Schlußfolgerungen aus einer solchen Zusage zu ziehen. Die Erfahrung habe gezeigt, daß es zweckmäßig sei, die außerhalb der Regeln gegebene bloße Zusage durch einen detaillierten Vertrag der Preismeldestelle zu ersetzen.

17. Anfang 1970 wurde nach Auflösung der französischen und der belgischen Meldestellen vereinbart, daß der Austausch der Preisinformationen zwischen den Herstellern direkt fortgesetzt werden sollte.

„Aber es ist darauf zu achten, daß dabei kein Anlaß zum Verdacht gegeben wird, daß ein solcher direkter Informationsaustausch Gelegenheit zu Preisabstimmungen für einzelne Abnehmer bietet" (Sitzung vom 4. 2. 1970, Ziff. 5).

18. Aus einer Reihe festgestellter Fälle von Informationsmitteilungen von Schiedam, BBR und Saint-Gobain an andere IFTRA-Unterzeichner, vor allem an die übrigen „Repräsentanten" der Unterzeichner, von denen die letzten für Schiedam vom 11. 8., 28. 9. und 29. 10. 1971, für BBR vom 22. 10. und 31. 12. 1972 und für Saint-Gobain vom 22. 1. 1971 datiert sind, geht hervor, daß die mitgeteilten Auskünfte sich auf die von einem bestimmten Zeitpunkt an geltenden neuen Preislisten, die daran vorgenommenen Änderungen sowie die Namen jener Abnehmer, denen Sonderpreise zugestanden werden, erstreckten.

B. NEBENVEREINBARUNGEN

Die IFTRA-Unterzeichner haben auch Fragen behandelt, die nicht unmittelbar aus den IFTRA-Regeln selbst folgten, insbesondere

a) die Angleichung der Preise innerhalb des Gemeinsamen Marktes durch die Anwendung eines gleichen Kalkulationsschemas (Ziff. 19 und 20) und

b) die generelle Einführung des Franko-Preis-Systems (Ziff. 21 und 22).

a) Gemeinsames Preiskalkulationsschema

19. Da die zwischen den Herstellern und zwischen den Inlandsmärkten bestehenden Unterschiede im Verkaufspreis auf Unterschiede in den Berechnungsmethoden für die Selbstkostenpreise — die einen stützten sich auf das Gewicht des Erzeugnisses, die anderen auf die Schwierigkeiten seiner Herstellung — zurückgingen, wurde beschlossen, ein einheitliches Kalkulationsschema auszuarbeiten, „um zu vermeiden, daß der allmähliche Zollabbau die Kunden und die Wiederverkäufer veranlaßt, die Unterschiede zwischen den nationalen Kalkulationssystemen zu ihrem Vorteil und zum Schaden der Hersteller auszunützen" (Niederschriften über die Generalversammlungen vom 24. 6. 1966, 30. 5. 1967 und 6. 6. 1969).

20. Das im Januar 1970 ausgearbeitete Schema besteht aus einer Liste und einer Definition der in Betracht zu ziehenden Kostenpositionen, die je nach Einzelfall auf das Tonnengewicht, auf die Maschinenlaufzeit (oder auf beide im Verhältnis 50 %/50 %) oder pro Artikel umgelegt werden. Dieses Schema ermöglicht es seinen Benutzern, zu parallelen — wenn nicht gleichen — Selbstkostenpreiskurven zu gelangen. Es „dient der Festlegung der Verkaufspreise, ist aber nicht für die firmeninterne Berechnung bestimmt. Die Gesellschaften .. ermitteln ihre Selbstkostenpreise nach der herkömmlichen Methode, sollen sie dann aber mit den Selbstkostenpreisen nach dem IFTRA-Schema vergleichen, ... um schwere Fehler zu vermeiden" (Niederschrift über die Sitzung der Sachverständigen für Selbstkostenpreise vom 12. 1. 1971). Das Schema wird von den IFTRA-Unterzeichnern bei der Flaschenherstellung einheitlich angewandt; einige (Ruhrglas, Schiedam, Saint-Gobain) wenden es auch bei der Flakonherstellung an. Eine Untersuchung über eine etwaige Anpassung des Schemas im Hinblick auf seine allgemeine Anwendung auf die Flakonherstellung wurde im Jahre 1972 eingeleitet.

b) Einführung des Franko-Preis-Systems

21. Da die Verbraucher und die Wiederverkäufer nicht nur die Preise, sondern auch die Verkaufsbedingungen vergleichen, haben die IFTRA-Unterzeichner das Preis-System frei Bahn oder frei Haus des Abnehmers ab 1960 eingeführt.

Bei der Generalversammlung von Juni 1966 berichtete BBR, daß große Betriebe, die ein gleiches Erzeugnis abfüllten und in verschiedenen europäischen Ländern ansässig seien, damit begönnen, ihre Käufe auf die Länder mit den niedrigsten Preisen zu konzentrieren. Die Bedeutung des bereits angewandten Frankopreissystems wurde daher bei dieser Generalversammlung (Ziffer IV.3 der Niederschrift) und erneut bei der Generalversammlung im Mai 1967 unterstrichen:

Der Frankopreis verbinde den Warenpreis mit den durchschnittlichen Transportkosten. Er erleichtere den Verkauf über weite Entfernungen, da er den schädlichen Vergleich des niedrigen Preises eines nahen Werkes mit dem höheren Preis eines entfernten Werks umgehe. Er begrenze das Vertriebsgebiet in einer natürlichen, kaufmännischen Weise. Durch Berechnung des Franko-Preises abgegrenzte Vertriebsgebiete könnten somit die einzelstaatlichen Grenzen wirtschaftlich ersetzen (Ziffer III.3 der Niederschrift).

In einem internen Vermerk von Ruhrglas vom 17. Mai 1968 über die von der Brauerei Heineken, Rotterdam, verlangte Umstellung von Frankopreisen auf Ab-Werk-Preise heißt es, daß dies „grundsätzliche Überlegungen bezüglich der IFTRA-Regeln auslöst. Eine einseitige Festlegung unsererseits darf daher *nicht* erfolgen, bevor nicht mit allen westlichen Lieferanten (Gerresheim, BBR, Schiedam und Dr. Rüdell) gesprochen wurde".

Schließlich wurde auf den IFTRA-Generalversammlungen im Juni 1966, Juni 1969 und Juni 1970 an den Fall einer hohlglasverbrauchenden multinationalen amerikanischen Gesellschaft mit Produktionsstätten in Frankreich und in Deutschland erinnert, die festgestellt hatte, daß die Preise in Deutschland niedriger

waren, weshalb sie dort einkaufen und ihr französisches Werk unmittelbar beliefern lassen wollte. Der deutsche Hersteller habe dies mit dem Hinweis abgelehnt, daß er frei-Haus-Preise anwende.

22. Die Verkaufsleiter der IFTRA-Unterzeichner hatten festgestellt, daß alle Länder Preise frei Bahn oder Haus anwandten, die eine „Standardverpackung" einschlössen, und daß der Begriff der „Standardverpakkung" von Land zu Land verschieden gehandhabt werde. Nach einer Untersuchung des Problems durch eine Sachverständigen-Gruppe wurde die palettierte Verpackung mit Platte und Thermoplastbeuteln als den Bedürfnissen am meisten Rechnung tragend angesehen und als im Frankopreis eingeschlossene Standardverpackung mit dem Index 100 ausgewählt, um die entsprechenden Erhöhungen und Nachlässe berechnen zu können (Niederschrift der Generalversammlung am 6. 6. 1969, Ziffer 3).

C. STRUKTUR DER VERPACKUNGSGLASINDUSTRIE

23. Die Verpackungsglasindustrie gliedert sich in zwei große Branchen, deren Erzeugnisse weitgehend homogen sind:

a) Flaschen und Großflaschen;

b) Flakons aller Art und Konservengläser.

In diesen beiden Bereichen ist eine relativ geringe Zahl von Unternehmen tätig:

24. *In Deutschland*

— hat Gerresheim — eine 75 %ige Tochtergesellschaft von Owens Illinois — rund 40 % des Verpackungsglasmarktes, auf dem sie im Jahre 1969/1971 einen Umsatz von 434,6 Mill. DM erzielte;

— vereinigt die Veba-Glas (Ruhrglas) rund 24 % des Verpackungsglasmarktes auf sich; ihr Umsatz belief sich im Jahre 1971 auf rund 400 Mill. DM, wovon 50 Mill. DM auf Konservenglas entfielen;

— besitzt die Firma Heye bei Getränkeflaschen mit einem Umsatz von rund 100 Mill. DM einen Marktanteil von 10 bis 12 %.

Der Rest entfällt auf Nienburg und eine Reihe von kleineren Betrieben, die fast alle die IFTRA-Regeln unterzeichnet haben.

Die vier Unternehmen Gerresheim, Veba-Glas, Heye und Nienburg halten zusammen ca. 88 % des deutschen Marktes für Getränkeflaschen.

25. *In Belgien* gibt es derzeit nur zwei Unternehmen, nämlich BBR für Flaschen und Verlica für Konservengläser und Flakons; jedes hat im Jahre 1970 einen Umsatz von rund 1,2 Mrd. bfrs erzielt; sie sind untereinander und mit der französischen Gruppe Saint-Gobain durch finanzielle Beteiligungen und personelle Verflechtungen verbunden.

26. *In den Niederlanden* gibt es mit Schiedam (seit Januar 1973 zu 60 % von BSN beherrscht) nur ein einziges Großunternehmen, das im Jahre 1971 einen Umsatz von 133 Mill. hfl. erzielt hat. Dieses De-facto-Monopol wird relativiert durch die Tätigkeit der Glasindustrie Dongen N.V., die vor allem Konservengläser und Flaschen für alkoholfreie Getränke herstellt, und durch Einfuhren aus Deutschland und Belgien, die den stärksten Handelsaustausch mit Verpackungsglas im Gemeinsamen Markt verwirklichen. Eine der Hauptsorgen von Schiedam, die sie auch auf mehreren IFTRA-Sitzungen zum Ausdruck brachte, war es zu versuchen, diesen ihre Stellung bedrohenden Handelsstrom einzudämmen.

28. *In Frankreich* beherrschen zwei mächtige Gruppen den Flaschen- und Flakonmarkt und zum Teil auch den Markt der verbrauchenden Industrie:

— Der Anteil von BSN am französischen Markt beträgt bei Glasflaschen mehr als 50 %, bei Konservengläsern 50 % und bei Flakons 25 %; in diesen Sparten erzielte sie im Jahre 1971 einen Umsatz von jeweils 420, 41 und 66 Mill. ffrs. Was die Verpackungsglasverbraucher betrifft, so beträgt der Marktanteil von BSN bei Bier 45 %, bei Mineralwässer und soft drinks 30 % und bei Kindernahrung 70 %, was ihre große Absatzmöglichkeiten sichert.

— Saint-Gobain Emballage hat einen Marktanteil von ca. 40 % auf dem französischen Markt für Getränkeflaschen und Konservenglas und Saint-Gobain Desjonquères einen Anteil von ca. 75 % auf dem Flakonmarkt.

Neben diesen beiden Gruppen gibt es noch zwei mittelgroße Unternehmen — Verrerie Cristallerie d'Arques J.G. Durand et Cie, die von Saint-Gobain beherrscht wird, und Verreries Mécaniques Champenoises, an der BSN eine Minderheitsbeteiligung hat — sowie vier Kleinunternehmen, von denen drei IFTRA-Unterzeichner sind und deren Anteil am französischen Verpackungsglasmarkt gering ist.

Unter den letzteren hat die Verrerie de Blanc-Misseron rund 1,5 % des französischen Flaschenmarktes inne.

28. *In Italien* vereinigen die Gruppen Saint-Gobain (Bordoni-Miva), Ricciardi (an der Saint-Gobain eine 25 %-Beteiligung hat) und Vetri, die im Syndikat COVIR zusammengefaßt sind und die bis Ende 1971 IFTRA-Unterzeichner waren, rund 40 % der gesamten Flaschenproduktion auf sich.

29. *In Großbritannien* entfallen auf die drei wichtigsten englischen Glasfabriken — United Glass Ltd, Beatson Clark & Co und Rookware Glass Ltd. — rund 70 bis 80 % des Verpackungsglases. Diese Unternehmen haben die IFTRA-Regeln nicht unterzeichnet. Die Hohlglaseinfuhren aus dem Vereinigten Königreich in die ursprünglichen Mitgliedstaaten des Gemeinsamen Marktes, die zwischen 5 793 Tonnen (1961) und 4 248 Tonnen (1965) schwankten, sind im Jahre 1966 auf 1 649 Tonnen zurückgegangen und bewegen sich seitdem um diese Zahl herum (1971: 1 655 t).

30. *In Dänemark* hält Kastrup-Holmegaard Glasvärker etwa 80 % des Verpackungsglasmarktes. Dieses Unternehmen hat die IFTRA-Regeln nicht unterzeichnet.

31. Zusammenfassend ist festzustellen, daß die europäische Verpackungsglasindustrie in dem aus Deutschland, Benelux und Frankreich bestehenden Teil des Gemeinsamen Marktes, in dem die IFTRA-Regeln noch Anwendung finden, aus acht Großunternehmen und circa zwanzig kleineren Unternehmen besteht und weitgehend homogene Erzeugnisse herstellt. Die Nachfrage in diesem Industriezweig hat sich in den letzten Jahren erheblich ausgedehnt, insbesondere auf Grund des Übergangs vom Pfand- zum Einwegglas sowie der Entwicklung der Glasverpakkung für Erzeugnisse wie Arzneimittel, Kosmetika und bestimmte Lebensmittel.

Infolge dieser Entwicklung fehlten bestimmten Hohlglasherstellern gelegentlich genügende Herstellungskapazitäten. Die bemerkenswerte Intensivierung des zwischenstaatlichen Hohlglashandels ist daher zum Teil darauf zurückzuführen, daß diese Unternehmen selbst an ausländische Wettbewerber herangetreten sind, damit einige ihrer Abnehmer beliefert werden, oder daß sich letztere von sich aus um neue Versorgungsquellen bemüht haben.

II. ANWENDBARKEIT VON ARTIKEL 85 ABSATZ 1 DES EWG-VERTRAGS

A. VEREINBARUNGEN ZWISCHEN UNTERNEHMEN

32. Der vorliegende Fall ist durch einen Komplex von Vereinbarungen gekennzeichnet. Sie ergaben sich ursprünglich aus der Unterwerfung der beteiligten Unternehmen unter gemeinsame, als „Regeln für den lauteren Wettbewerb" oder IFTRA-Regeln bezeichnete Vorschriften (vgl. Ziffern 1 bis 12). Später folgten sie aus einzelnen Abmachungen, die zwischen den Repräsentanten der beteiligten Unternehmen getroffen und in den Niederschriften über die IFTRA-Sitzungen festgehalten wurden, den Austausch von Informationen über die jeweils angewandten Preise (Ziffern 13 bis 18), die Erstellung und Anwendung eines gemeinsamen Preiskalkulationsschemas (Ziffern 19 und 20) und die Einführung des Franko-Preis-Systems (Ziffern 21 und 22) betrafen und die genannten Vorschriften ergänzten oder zu ihrer Anwendung beitrugen.

B. WETTBEWERBSBESCHRÄNKUNGEN

a) IFTRA-Regeln

33. Wegen der zum Teil wesentlichen Unterschiede zwischen den Rechten der einzelnen Mitgliedstaaten über die Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs und den Schutz der Verbraucher ist die Auswahl bestimmter Regeln zum Zweck der gemeinsamen Einführung durch Unternehmen mehrerer Länder zwangsläufig willkürlich. Eine Vereinbarung über die Einhaltung solcher Regeln kann somit dazu führen, daß die beteiligten Unternehmen in ihrem eigenen Land oder in den Ländern, in die sie exportieren, strengere als die in diesen Ländern geltenden Normen anwenden. In der vorliegenden Entscheidung nimmt die Kommission keine Stellung zu der Frage, ob die Einführung bestimmter unter Ziffer 1 wiedergegebener Regeln in einzelstaatlichen Rechten oder in einer anderen Weise wünschenswert sei oder nicht.

34. Es genügt nicht, eine Vereinbarung zwischen Unternehmen als „Regeln für den lauteren Wettbewerb" zu bezeichnen, um diese der Anwendung von Artikel 85 Absatz 1 des EWG-Vertrags zu entziehen. Im vorliegenden Fall enthält die betreffende Vereinbarung eine Reihe von Vorschriften, die — obgleich sie sich selbst den Zweck der Verhinderung von unlauterem Verhalten beimessen — es den Beteiligten ermöglichen, gegen normale Wettbewerbshandlungen gemeinsam vorzugehen. Folglich bezwecken diese Vorschriften in Wahrheit in erster Linie eine Einschränkung des Wettbewerbs zwischen den Beteiligten zum Nachteil der Verbraucher von Verpackungsglas.

35. Das ist insbesondere der Fall für die Vorschriften A.1.c) und A.7. Nach der Vorschrift A.1.c) wird die planmäßige Unterbietung der Angebote eines Mitbewerbers mit dem Ziel seiner Existenzgefährdung oder Vernichtung auch dann für unlauter erklärt, wenn die Unterbietung nicht unter Selbstkosten stattfindet. Die Vorschrift A.7 letzter Satz läßt zur Abwehr neuer Preismaßnahmen eines Mitbewerbers lediglich die Anpassung an die Preise dieses Mitbewerbers zu, ohne ihn unterbieten zu dürfen.

Diese Vorschriften zielen somit darauf ab, Wettbewerbshandlungen entgegenzutreten, wie beispielsweise dem Fall, daß das leistungsfähigste und wirtschaftlichste Unternehmen Preise anwendet, die unter denen der Mitbewerber liegen, oder dem Fall der Anwendung von Einführungspreisen und -rabatten.

Diese Vorschriften gewährleisten innerhalb des Gemeinsamen Marktes, daß ein Verpackungsglasherstel-

ler, der zu den Kartellbeteiligten gehört, im Falle der Lieferung in das Gebiet eines anderen Beteiligten das Preisniveau auf diesem Markt nicht stört und dort nicht niedrigere Preise als der als nationaler oder lokaler Preisführer anzusehende Beteiligte anwendet (vgl. insbesondere Ziffer 11). Diese Vorschriften bezwecken somit die Verhinderung eines Preiswettbewerbs zwischen den Beteiligten.

Dieses Ziel, das wegen der gewählten Formulierung zwar nicht direkt aus dem Wortlaut der Vorschriften selbst hervorgeht, ergibt sich eindeutig aus den in den IFTRA-Sitzungen behandelten Fällen und Beispielen sowie aus der tatsächlichen Anwendung der Vereinbarung (vgl. Ziffer 12).

36. Die übrigen Vorschriften über Preise, Rabatte und Geschäftsbedingungen, nämlich die Vorschrift A.2.a) (die diskriminierende Preise, Rabatte oder Geschäftsbedingungen verbietet), die Vorschrift A.6.a), zweiter Absatz (die die heimliche Abweichung von den Angeboten und Preislisten verbietet) und die Vorschrift A.7 erster Absatz (die die Abweichung von den Preislisten, ob heimlich oder nicht, bereits als unlauter bezeichnet), bezwecken ebenfalls im konkreten Fall die Verhinderung von normalen Wettbewerbsverhalten und insbesondere die Einschränkung des Preis-, Rabatt- und Konditionenwettbewerbs zwischen den beteiligten Unternehmen.

Dieser wettbewerbsbeschränkende Zweck wird noch deutlicher, wenn man die genannten Vorschriften mit den zwischen den Beteiligten getroffenen Abmachungen über den Austausch ihrer jeweiligen Preislisten, Rabatte und Geschäftsbedingungen vergleicht (Ziffern 14 bis 17 sowie 40 bis 45).

37. Zu den in der Gruppe B der Vereinbarung enthaltenen „branchenüblichen Regeln und Grundsätzen" gehört die Vorschrift B.2, die die Veröffentlichung von individuellen Preis- und Rabattlisten betrifft. Diese Vorschrift bezweckt, die Kontrolle der Einhaltung der oben erwähnten Vorschriften der Gruppe A über Preise, Rabatte und Bedingungen zu ermöglichen. Die Vorschrift B.6, die die Ausfuhr fehlerhafter Ware — im vorliegenden Fall Glasflaschen, deren Farbe nicht einwandfrei ist — verbietet, bezweckt die Ergänzung der obengenannten Vorschriften der Gruppe A, denn die Ausfuhr solcher Ware zu einem selbstverständlich ermäßigten Preis würde auf dem Bestimmungsmarkt die gleiche Wettbewerbswirkung hervorrufen wie eine Unterbietung der Preise des auf diesem Markt preisführenden Unternehmens.

Obgleich diese Vorschriften der Gruppe B als nicht verbindlich bezeichnet sind, können sie nichts anderes als eine Verstärkung der nützlichen Wirkung der angestrebten Wettbewerbsbeschränkungen bezwecken. Hierfür spricht der Gesamtzusammenhang und die Tatsache, daß die Kartellmitglieder diese Vorschriften nicht unterschrieben hätten, wenn sie sie nicht auch anwenden wollten.

38. Bezüglich der Vorschrift C haben die Beteiligten ausgeführt, sie erkläre „nur die Verletzung eines etwa gegebenen Informationsversprechens für unlauter, weil eine unterlassene oder falsch oder zu spät gegebene Preisinformation zur Täuschung des Konkurrenten führe, der auf das Informationsversprechen vertraue", und diese Vorschrift „bezwecke und bewirke daher nicht etwa ein solches Informationsversprechen und entsprechende Informationen, sondern sie setze es voraus".

Diese Argumentation vermag nicht zu überzeugen. Sie zielt darauf ab, einen Unterschied zu machen zwischen der angeblich außerhalb der IFTRA-Vereinbarung eingegangenen Verpflichtung eines Herstellers, Informationen über seine eigenen Preise an den einen oder anderen Konkurrenten zu geben, und der im Rahmen der IFTRA-Vereinbarung eingegangenen Verpflichtung dieses Herstellers, solche Auskünfte unverzüglich, richtig und vollständig zu liefern. Wenn Unternehmen der Größe und der Bekanntheit der Beteiligten sich zur Abgabe solcher Auskünfte an Wettbewerber entschließen, so geschieht dies natürlich mit dem Ziel, sie richtig und vollständig zu unterrichten. Die Vorschrift C zielt daher eindeutig darauf ab, zwischen allen IFTRA-Beteiligten das hiernach unter Ziffern 40 bis 45 behandelte Preisinformationsverfahren einzuführen.

39. Die Beachtung der oben aufgeführten Wettbewerbsbeschränkungen wird gesichert

i) durch die Vorschrift D erster Absatz über die jedem Beteiligten zustehende Möglichkeit, „Schadenersatz" von einem anderen Beteiligten zu beanspruchen, der nach der IFTRA-Vereinbarung als unlauter bezeichnete Wettbewerbshandlungen vornimmt,

ii) durch die Vorschrift C zweiter Absatz, die jeden Beteiligten zum Ersatz des Schadens verpflichtet, den er anderen Beteiligten dadurch zufügt, daß er ihnen „Preissenkungen gar nicht, falsch oder nicht unverzüglich" mitteilt (in der deutschen Fassung der Vorschrift C) oder andere Preise als die mitgeteilten praktiziert (in der französischen Fassung).

Diese letzte Vorschrift bezweckt nicht den Ersatz eines angeblichen Schadens, sondern die Festsetzung einer hohen Vertragsstrafe — mindestens 30 % des zugrunde liegenden Umsatzes —, deren Betrag unter alle übrigen Beteiligten verteilt wird. Sie bestraft denjenigen, der die im folgenden behandelten Vereinbarungen über den Preisinformationsaustausch verletzt.

b) **Austausch von Preisinformationen**

40. Der wettbewerbsbeschränkende Charakter der oben genannten Vorschriften wird durch die einzelnen, in den IFTRA-Sitzungen getroffenen Vereinbarungen verstärkt und ergänzt, die den direkten oder

indirekten Austausch der jeweiligen Preislisten, Rabatte und Geschäftsbedingungen sowie die daran vorgenommenen einzelnen Änderungen und Abweichungen zwischen Wettbewerbern betreffen (vgl. Ziffern 14 bis 18).

41. Hierzu haben die Beteiligten folgendes ausgeführt:

i) Der Beitritt zu den IFTRA-Regeln verpflichte den Hersteller weder zu der Erklärung, von seinen Preisen nicht diskriminierend abweichen zu wollen, noch zu Informationen über seine eigenen Preise. Aber die Praktizierung der Wettbewerbsregeln setze die Bereitschaft zu Preisinformationen als „Normalpreiserklärungen" gegenüber dem Markt einschließlich der Konkurrenten voraus, da sonst Artikel A.2.a) (der diskriminierende Preise, Rabatte und Bedingungen verbietet) und Artikel A.6.a) zweiter Absatz (der die heimliche Abweichung von den Angeboten und Preislisten verbietet) nicht zur Anwendung kommen könnten.

ii) Die Preise würden den Mitbewerbern nicht mitgeteilt, bevor sie dem „Markt" — d. h. den Vertretern, Wiederverkäufern und Kunden des jeweiligen Unternehmens — durch Rundschreiben, Preislisten, Angebote oder Vertragsabschlüsse bekanntgegeben worden seien. Die Mitteilungen erfolgen nach oder höchstens gleichzeitig mit der Information des „Marktes" und zielten darauf ab zu vermeiden, daß diese Angaben den Wettbewerbern über die Kundschaft entstellt zugingen.

42. Diese Argumente sind nicht stichhaltig:

i) Der Preisinformationsaustausch zwischen Wettbewerbern ist mit der IFTRA-Vereinbarung eng verbunden, weil er für die Anwendung der Vorschriften A.1.c) und A.7 letzter Satz unerläßlich ist, die die Unterbietung der Preise eines Wettbewerbers verbieten (vgl. Ziffer 35). Im übrigen sieht die Vorschrift C ausdrücklich die Mitteilung von Preisinformationen an die Mitbewerber vor.

ii) Es ist im vorliegenden Fall unerheblich, ob die Preisinformationen den Wettbewerbern vor oder nach Bekanntgabe an den „Markt" mitgeteilt werden. Preisänderungen in der Verpackungsglasindustrie werden nämlich früh genug vor Inkrafttreten den Verbrauchern mitgeteilt, damit diese in der Lage sind, sie bei der Preisbildung für ihre eigenen Erzeugnisse nach Abfüllung zu berücksichtigen. Wenn ein Hersteller, nachdem er seinen inländischen Abnehmern die Preise, Rabatte und Geschäftsbedingungen mitgeteilt hat, die er von einem bestimmten Zeitpunkt an anwenden wird, sie auch seinen an der IFTRA-Vereinbarung beteiligten ausländischen Wettbewerbern mitteilt, so werden diese in die Lage versetzt, ihre Preise für Ausfuhren in das Land dieses Herstellers seinen Preisen anzupassen.

Hinzu kommt, daß die Preislisten, Rabatte und Geschäftsbedingungen eines Herstellers für seine künftigen Geschäfte solange gültig bleiben, bis er sie geändert hat.

43. Es verstößt gegen Artikel 85 Absatz 1 des EWG-Vertrags, wenn ein Hersteller seinen Wettbewerbern die wesentlichen Faktoren seiner Preispolitik, wie seine Preislisten, die von ihm angewandten Rabatte und Geschäftsbedingungen, Steigerungssätze und Zeitpunkt der Preisänderungen sowie besondere Abweichungen davon für bestimmte Abnehmer, mitteilt.

Das Unternehmen, das derartige Einzelheiten seiner Preispolitik seinen Wettbewerbern mitteilt, tut dies nur, weil es wegen der mit den genannten Wettbewerbern getroffenen Vereinbarung zur Anwendung der IFTRA-Regeln hinreichend sicher ist, daß diese Wettbewerber eine ähnliche Preispolitik bei ihren Lieferungen in den Markt verfolgen, auf dem dieses Unternehmen Preisführer ist. Das Unternehmen versucht damit, die Möglichkeit etwaiger unvorhergesehener oder nicht rechtzeitig erkannter Reaktionen der Wettbewerber und damit einen großen Teil des normalen Risikos zu beseitigen, das jeder autonomen Änderung eines Marktverhaltens innewohnt.

44. Das Unternehmen, das von seinen Wettbewerbern über deren Preise einschließlich der bestimmten, namentlich genannten Abnehmern für bestimmte Erzeugnisse gewährten Sonderpreise und -rabatte unterrichtet worden ist, erfährt genau das gegenwärtige und zukünftige Verhalten dieser Wettbewerber auf ihren jeweiligen Märkten und kann seine Preispolitik bei der Ausfuhr nach diesen Märkten entsprechend anpassen.

45. Angesichts der ihnen bereits vorliegenden Auskünfte sind die zwischen den betreffenden Unternehmen ausgetauschten Daten für die Bestimmung ihrer jeweiligen Preispolitik bei der Ausfuhr in die übrigen betreffenden Mitgliedstaaten von entscheidender Bedeutung.

Folglich bezweckt die Vereinbarung über den Austausch von Preisinformationen eine Einschränkung der Verfälschung des Wettbewerbs unter den beteiligten Unternehmen.

c) **Kalkulationsschema**

46. Die Anwendung eines gemeinsamen Selbstkostenkalkulationsschemas für die Festlegung der Verkaufspreise durch die Beteiligten (vgl. Ziffern 19 und 20) hat das Ziel, die Vereinbarungen über die IFTRA-Regeln und das Preisinformationsverfahren dadurch

zu ergänzen, daß ein unmittelbarer Einfluß auf den Preisbildungsprozeß bei den beteiligten Unternehmen ausgeübt und es diesen ermöglicht wird, ihre jeweiligen Preise leichter zu vergleichen und ihr Marktverhalten entsprechend abzustimmen.

47. In ihrer Bekanntmachung über die zwischenbetriebliche Zusammenarbeit [1] hat die Kommission zwar unter Ziffer II.1.d) darauf hingewiesen, daß sie die Vereinbarungen nicht als wettbewerbseinschränkend ansieht, die lediglich die gemeinsame Erstellung von Kalkulationsschemata, die keine bestimmten Kalkulationssätze enthalten, zum Gegenstand haben.

Diese Bekanntmachung findet im vorliegenden Fall jedoch keine Anwendung, weil die betreffende Vereinbarung nicht lediglich die gemeinsame Erstellung eines Kalkulationsschemas zum Gegenstand hat, sondern nur einen Teil eines Vertragskomplexes bildet, der eine Einschränkung des Preis-, Rabatt- und Konditionenwettbewerbs bezweckt.

d) **Franko-Preis-System**

48. Das System der Preise frei Bestimmungsort (Ziffer 21), wie es von den IFTRA-Beteiligten unter Ausschluß andersartiger Preissysteme angewendet wird, besteht darin, daß innerhalb eines bestimmten Gebietes unter Einschluß pauschaler Durchschnittskosten für die Fracht einheitliche Lieferpreise berechnet werden, so daß die im Einzelfall tatsächlich anfallenden Frachtkosten vom Herkunftsort der Erzeugnisse bis zum Bestimmungsort nicht in Ansatz kommen. Diese — später durch eine gemeinsame Abstufung der Verpackungskosten (Ziffer 22) ergänzte — Regelung bezweckt die Neutralisierung der Vorteile, die die einzelnen Verpackungsglas-Hersteller im Wettbewerb aus der mehr oder weniger weiten Entfernung vom Verbraucher ziehen könnten. Das System begünstigt den entfernten Abnehmer zum Nachteil des nahen Abnehmers: Da der Preis für beide gleich ist, bezahlt der nahe Abnehmer mehr Lieferkosten als der Verkäufer in Wirklichkeit aufgewendet hat, während dem entfernten Abnehmer ein Nachlaß auf die tatsächlichen Frachtkosten gewährt wird. Da das System ausnahmslos angewandt wird, müssen die Verbraucher beim Kauf der betreffenden Erzeugnisse zwangsläufig deren Lieferung frei Bestimmungsort, d.h. eine zusätzliche Leistung hinnehmen, die nicht notwendig mit dem Verkauf des Erzeugnisses verbunden sein muß, zumal die Verpackungsglas-Verbraucher meistens über eigene Transportmittel verfügen. Die kollektive Praktizierung eines solchen Systems einheitlicher Lieferpreise frei Bestimmungsort durch die beteiligten Unternehmen unter Ausschluß jeglicher andersartiger Preissysteme verfälscht also den Wettbewerb sowohl unter den beteiligten Unternehmen als auch unter den Hohlglas-Verbrauchern.

49. Das eine Einheit bildende, institutionalisierte und mit Sanktionen verbundene System, das sich aus den Vereinbarungen über a) die oben beanstandeten IFTRA-Vorschriften, b) den Austausch von Preisinformationen zwischen den Beteiligten, c) das gemeinsame Preiskalkulationsschema und d) das Franko-Preis-System ergibt, zielt mithin in Wahrheit in erster Linie nicht darauf ab, die Lauterkeit im Wettbewerb zu fördern, sondern den Wettbewerb, vor allem den Preis-, Rabatt- und Konditionenwettbewerb, zwischen den beteiligten Unternehmen bezüglich der betreffenden Erzeugnisse zu beschränken.

50. Diese Vereinbarungen beschränken wesentlich den Wettbewerb im Hinblick auf

i) die Art der betroffenen Erzeugnisse: Die von diesen Vereinbarungen erfaßten Glasflaschen, Konservengläser und Flakons werden weitgehend insbesondere für die Verpackung von Lebens-, Arznei- und Schönheitsmitteln für den Massenverbrauch verwendet (vgl. Ziffer 2);

ii) die weitgehende Homogenität dieser Erzeugnisse;

iii) die beschränkte Zahl und die Bedeutung der Unternehmen, die diese Erzeugnisse herstellen und an den betreffenden Vereinbarungen beteiligt sind, sowie ihren Geschäftsumsatz (vgl. Ziffern 24 bis 28);

iv) die Tatsache, daß Wettbewerb in diesem Industriezweig praktisch nur auf dem Gebiet der Preise, Rabatte und Geschäftsbedingungen möglich ist.

C. BEEINTRÄCHTIGUNG DES ZWISCHENSTAATLICHEN HANDELS

51. Die vorgenannten Vereinbarungen betreffen den Handel mit Verpackungsglas innerhalb des Gemeinsamen Marktes. Sie üben einen unmittelbaren Einfluß auf die Gestaltung der Exportpreise dieser Erzeugnisse durch die an den Vereinbarungen beteiligten Unternehmen und somit auf die Handelsströme zwischen den Mitgliedstaaten aus. Sie sind geeignet, den Markt unter den an den Vereinbarungen beteiligten preisführenden Unternehmen der Branche aufzuteilen und somit der Verwirklichung und dem guten Funktionieren eines einheitlichen zwischenstaatlichen Marktes abträglich zu sein. Sie sind daher geeignet, den Handel zwischen den Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen.

[1] ABl. Nr. C 75 vom 29. 7. 1968, S. 3, berichtigt durch ABl. Nr. C 84 vom 28. 8. 1968, S. 14.

Die Voraussetzungen für eine Anwendung des Artikels 85 Absatz 1 sind daher gegeben.

III. NICHTANWENDBARKEIT VON ARTIKEL 85 ABSATZ 3

52. Lediglich die Vereinbarung über die IFTRA-Regeln ist bei der Kommission als „Mustervertrag" angemeldet worden. In Wirklichkeit liegt eine kollektive Vereinbarung zwischen den beteiligten Unternehmen vor. Die unrichtige Bezeichnung beeinträchtigt jedoch nicht die Gültigkeit der Anmeldung.

53. Zu den vier Voraussetzungen des Artikels 85 Absatz 3 haben die Beteiligten in der Anmeldung folgendes vorgetragen:

a) Eine Verteilung der Waren frei von Unlauterkeiten fördere den Leistungswettbewerb und entspreche den Bedürfnissen industrieller Massenproduktion.

b) Die Verbraucher der EWG-Staaten als Industrieländer würden durch unlauteren Wettbewerb geschädigt und profitierten von dem Leistungswettbewerb.

c) Da die Vertragspartner den Leistungswettbewerb fördern und den unlauteren Wettbewerb bekämpfen wollten, brauchten sie Wettbewerbsregeln.

d) Der Wettbewerb werde durch die Beteiligten nicht eingeschränkt.

Die beteiligten Unternehmen haben anschließend bei der Anhörung ihre ganze Argumentation auf die Nichtanwendbarkeit von Artikel 85 Absatz 1 auf die angemeldete Vereinbarung gestützt. Sie haben, auch nicht hilfsweise, keine zusätzliche Rechtfertigung hinsichtlich Artikel 85 Absatz 3 vorgebracht.

54. Im vorliegenden Fall läßt die Vereinbarung über die oben behandelten IFTRA-Vorschriften (Ziffern 35 bis 39) keine angemessene Beteiligung der Verbraucher an einem etwa entstehenden Gewinn erkennen. Daß die leistungsfähigsten Unternehmen für den Fall der Lieferung in ein Gebiet mit höheren Preisen verpflichtet sind, sich den Angeboten des nationalen oder regionalen Preisführers anzupassen, bringt vielmehr Nachteile für Verpackungsglasverbraucher im betreffenden Land oder Gebiet.

Die Vorschriften über Preise, Rabatte und Konditionen schalten den einzigen in der betreffenden Branche noch möglichen Wettbewerb aus. Eine solche Absprache kommt allein den beteiligten Herstellern zugute und beteiligt den Verbraucher nicht an dem Gewinn.

55. Die genannten Vorschriften geben außerdem den beteiligten Unternehmen die Möglichkeit, den Wettbewerb für einen wesentlichen Teil der betreffenden Erzeugnisse auszuschalten. Angesichts der Struktur des Verpackungsglasmarktes im Gemeinsamen Markt (vgl. Ziffern 24 bis 31) und der Stellung, die die beteiligten Unternehmen in diesem Markt innehaben, kommt den von ihnen getroffenen wettbewerbswidrigen Maßnahmen eine erhebliche Tragweite zu. Die Einschränkung oder Verfälschung des Preis-, Rabatt- und Konditionenwettbewerbs zwischen diesen Unternehmen hat zur Folge, daß im Gemeinsamen Markt für einen wesentlichen Teil der betreffenden Erzeugnisse der Wettbewerb ausgeschaltet wird.

Daher kann auf die angemeldete Vereinbarung über die „IFTRA-Regeln" Artikel 85 Absatz 3 nicht angewandt werden.

56. Die im Laufe des Jahres vor der Anmeldung getroffene Vereinbarung bezüglich des Informationsverfahrens über die Preise und Abweichungen davon (Ziffer 14) wurde in der Anmeldung nicht erwähnt. Keine der weiteren Vereinbarungen über dieses Preisinformationsverfahren, über die gemeinsame Erstellung eines Preiskalkulationsschemas und über die Einführung des Franko-Preis-Systems wurde angemeldet oder zur Ergänzung der im Oktober 1962 vorgenommenen Anmeldung der Kommission mitgeteilt. Da diese einzelnen von Artikel 85 Absatz 1 verbotenen und nichtigen Vereinbarungen nicht angemeldet wurden, können sie auch nicht nach Artikel 85 Absatz 3 freigestellt werden.

57. Selbst wenn die betreffenden Vereinbarungen angemeldet worden wären, hätten sie nicht freigestellt werden können. Das Preisinformationsverfahren kommt nämlich allein den IFTRA-Beteiligten zugute. Die Verbraucher erfahren lediglich die ihnen gegenüber angewandten Preise derjenigen Hersteller, von denen sie abnehmen. Die zwischen den Beteiligten ausgetauschten Angaben sind weder den Außenseitern noch den Zwischenhändlern noch den Endverbrauchern zugänglich. Die zwei weiteren nicht angemeldeten Vereinbarungen haben als erklärten Zweck zu vermeiden, daß im Fall des Kalkulationsschemas die Kunden und die Wiederverkäufer die Unterschiede zwischen den nationalen Kalkulationssystemen zu ihrem Vorteil und zum Schaden der Hersteller ausnützen (vgl. Ziffer 19) und daß im Fall des Franko-Preis-Systems ein „schädlicher Vergleich des Preises eines nahen Werkes mit dem höheren Preis eines entfernten Werks" vorgenommen wird (vgl. Ziffer 21). Die Verbraucher können daher nicht an einem sich etwa aus diesen wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarungen ergebenden Gewinn irgendwie beteiligt werden.

Im übrigen würden diese Vereinbarungen aus den unter Ziffer 55 genannten Gründen auch nicht die Voraussetzung des Artikels 85 Absatz 3 Buchstabe b) erfüllen.

IV. ANWENDUNG VON ARTIKEL 3 ABSATZ 1 DER VERORDNUNG Nr. 17/62

58. Die Beteiligten haben bei der Anhörung vorgetragen, die Vereinbarung über die IFTRA-Regeln würde auch ohne allgemeine Kündigung seit Jahren nicht mehr praktiziert. Dasselbe gelte von dem Austausch von Preisinformationen, weil dieser trotz vieler Überlegungen in den IFTRA-Sitzungen nie in formellen internationalen Verträgen festgelegt worden sei.

Zur Zeit der Nachprüfungen durch die Kommission am Ende des Jahres 1971 hatten IFTRA-Sitzungen immer noch regelmäßig stattgefunden (vgl. Ziffer 9) und funktionierte der Austausch von Preisinformationen immer noch (vgl. Ziffer 18).

Ende 1971 haben alle italienischen Beteiligten und Ende 1972 hat die Verreries de Blanc-Misseron S.A. ihre Beteiligung an der IFTRA-Vereinbarung formell gekündigt (vgl. Ziffer 5). Seitdem sollen bestimmte andere Beteiligte — darunter die deutschen Unternehmen Gerresheim, Veba-Glas, Heye und Nienburg — ihre Beteiligung mit Wirkung vom 31. Dezember 1973 eingestellt haben.

Es gilt daher, die weiterhin beteiligten Unternehmen zu verpflichten, die zur Abstellung der festgestellten Zuwiderhandlungen erforderlichen Maßnahmen unverzüglich zu ergreifen —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Zuwiderhandlungen gegen Artikel 85 Absatz 1 des Vertrages zur Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft sind

a) folgende Vorschriften in der als „Regeln für den lauteren Wettbewerb" bezeichneten Vereinbarung zwischen den unten in Artikel 4 genannten Verpackungsglasherstellern:

A.1.c) über die planmäßige Unterbietung eines Wettbewerbers,

A.2.a) über den Abnehmern gewährte diskriminierende Preise, Rabatte und Geschäftsbedingungen,

A.6.a) zweiter Absatz über die heimliche Abweichung von den Angeboten und Preislisten,

A.7. die die Abweichung von den veröffentlichten Preislisten, ob heimlich oder nicht, für unlauter erklärt und zur Abwehr neuer Preismaßnahmen eines Wettbewerbers lediglich die Anpassung an die Preise dieses Wettbewerbers, ohne ihn zu unterbieten, zuläßt,

B.2. über die Veröffentlichung individueller Preis- und Rabattlisten,

B.6. über das Verbot, fehlerhafte Ware zu exportieren,

und

C. über täuschende Preisinformationen;

b) die Vereinbarungen zwischen den beteiligten Unternehmen bezüglich des Austausches von Informationen über ihre jeweiligen Preise, Rabatte und Geschäftsbedingungen;

c) die Vereinbarung über die Anwendung eines gemeinsamen Preiskalkulationsschemas;

und

d) die Vereinbarung über die kollektive und ausschließliche Anwendung eines Franko-Preis-Systems.

Artikel 2

Der Antrag, für die oben in Artikel 1 Buchstabe a) genannte Vereinbarung eine Nichtanwendbarkeitserklärung nach Artikel 85 Absatz 3 abzugeben, wird zurückgewiesen.

Artikel 3

Die Unternehmen, die an den in Artikel 1 genannten Vereinbarungen beteiligt sind, werden verpflichtet, die festgestellten Zuwiderhandlungen unverzüglich abzustellen.

Artikel 4

Diese Entscheidung ist an folgende Unternehmen gerichtet:

1. Gerresheimer Glas Aktiengesellschaft
   D 4000 Düsseldorf-Gerresheim
   Heyestraße 99

2. Veba-Glas AG
   D 4300 Essen 12
   Ruhrglasstraße 50

3. H. Heye Glasfabrik „Schauenstein"
D 4962 Obernkirchen/Hannover

4. Himly, Holscher & Co. KG
Glasfabrik Wilhelmshütte
D 3070 Nienburg/Weser
Gr. Drakenburger Straße 132

5. Bayerische Flaschen-Glashüttenwerke
Wiegand & Söhne GmbH
D 8641 Steinbach am Wald/Ofr.

6. Carl. Aug. Heinz Glashüttenwerke
D 8641 Kleintettau/Ofr.

7. Lüner Glashüttenwerke GmbH
D 4628 Altlünen/Post Lünen/Westf.
Döttelbeckstraße 89

8. Glashüttenwerke Ernst W. Müller GmbH
D 8831 Kipfenberg/Bayern

9. Noelle & von Campe Glashütte GmbH
D 3474 Boffzen/Weser über Höxter
Sollingstraße 14

10. Oberland-Glas GmbH
Glasfabrik Dr. Harry Wiegand
D 7954 Bad Wurzach/Allgäu

11. Spessarter Hohlglaswerke GmbH
D 8770 Lohr am Main
Rodenbacher Straße 38

12. Tettauer Glashüttenwerke AG
D 8641 Tettau/Oberfranken

13. Weck Glaswerk GmbH
D 5300 Bonn-Duisdorf

14. Verlica-Momignies S.A.
avenue de l'Astronomie 23
B 1030 Bruxelles

15. Bouteilleries Belges Réunies S.A.
rue Wauters 59
B 6040 Jumet

16. N.V. Vereenigde Glasfabrieken (United Glasswork)
Buitenhavenweg 114-116
NL Schiedam

17. Boussois-Souchon-Neuvesel (BSN) S.A.
22, boulevard Malesherbes
F 75008 Paris

18. Saint-Gobain Emballage S.A.
63, rue de Villiers
F 92209 Neuilly-sur-Seine

19. Verreries de Blanc-Misseron S.A.
26, rue de Mons
F 59 300 Valenciennes

20. Verrerie Ouvrière d'Albi S.A.
146, avenue Dembourg
F 81003 Albi

21. Verreries du Puy-de-Dôme S.A.
25, rue du Général Foy
F 75008 Paris

22. Bordoni Miva Vetrerie Riunite SpA
Palazzo Saint-Gobain
Via E. Romagnoli 6
I 20 146 Milano

23. Aziende Vetrarie Italiane Ricciardi AVIR SpA
Largo Vasto a Chiaia 82
I 80 121 Napoli

24. Vetreria Italiana VETR.I. SpA
Via Garibaldi 101
I 17 043 Carcare (Savona)

Brüssel, den 15 Mai 1974

Für die Kommission

Der Präsident

Francois-Xavier ORTOLI