ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 23. Dezember 1977

betreffend ein Verfahren nach Artikel 85 des EWG-Vertrags (IV/171, 856, 172, 117, 28 173 Campari)

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

(78/253/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 des Rates vom 6. Februar 1962 (1), insbesondere auf Artikel 4 bis 8,

im Hinblick auf die Anträge auf Erteilung eines Negativattests sowie die am 20. und 27. Oktober 1962 vorgenommenen Anmeldungen der Markenlizenzverträge, die die Gesellschaft Davide Campari-Milano S.p.A. mit Sitz in Mailand, Italien, nachstehend Campari-Milano, am 19. September 1957 mit der Gesellschaft Ognibeni & Co, Amsterdam, Niederlande, am 1. Januar 1960 mit dem Unternehmen Hans Prang, Hamburg, Deutschland, am 8. Januar 1962 mit der Gesellschaft Soval — heute Campari-France S.A. —, Nanterre, Frankreich, und am 11. Oktober 1962 mit der Gesellschaft Sovinac S.A., Brüssel, Belgien, geschlossen hat,

im Hinblick auf die am 27. Juni 1973 erfolgte Anmeldung des Markenlizenzvertrags, den Campari-Milano am 14. April 1966 mit der Geselleschaft Johs. M. Klein & Co., Kopenhagen, Dänemark, geschlossen hat,

im Hinblick auf die von den Beteiligten im Laufe des Verfahrens vorgenommenen Vertragsänderungen, damit die Verträge die Voraussetzungen des Artikels 85 Absatz 3 erfüllen,

nach der Veröffentlichung des wesentlichen Inhalts der Anmeldungen gemäß Artikel 19 Absatz 3 der Verordnung Nr. 17 im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften* Nr. C 198 vom 19. August 1977,

im Hinblick auf die gemäß Artikel 10 der Verordnung Nr. 17 vom Beratenden Ausschuß für Kartell- und Monopolfragen am 25. November 1977 abgegebene Stellungnahme,

in Erwägung nachstehender Gründe:

I. Sachverhalt

Die Beurteilung des vorliegenden Wettbewerbsfalles beruht auf folgenden Tatsachen:

Campari-Milano ist Inhaberin der international registrierten Warenzeichen Bitter Campari und Cordial Campari, die der Unterscheidung der mit bestimmten geheimen Konzentraten (besondere Mischungen zermahlener Kräuter) hergestellten Aperitifs dienen.

Um die Verwendung ihrer Warenzeichen im Ausland zu fördern, hat Campari-Milano, insbesondere in allen Ländern der EWG mit Ausnahme des Vereinigten Königreichs und Irlands, ein Netz von Lizenznehmern geschaffen, die mit der Herstellung und dem Vertrieb ihrer Erzeugnisse beauftragt sind. Für die beiden zuletzt genannten Länder hat sie der Gesellschaft F.S. Matta Ltd. gemäß einer Vereinbarung, die in ihrer gegenwärtigen Fassung unter die Verordnung Nr. 67/67/EWG der Kommission vom 22. März 1967 (2) fällt, das ausschließliche Recht zur Einfuhr und zum Vertrieb ihrer Aperitifs eingeräumt.

A. Die Tätigkeit der Beteiligten innerhalb des Gemeinsamen Marktes ist durch die vorgenannten Lizenzverträge geregelt, die bei der Kommission angemeldet wurden und in ihrer seit 1. November 1977 gültigen Fassung insbesondere folgendes vorsehen:

1. Campari-Milano erteilt den nachstehenden Unternehmen eine ausschließliche Lizenz zur Verwendung ihrer Warenzeichen für die Herstellung ihrer Aperitifs nach ihren Geheimverfahren und mit Hilfe ihrer Konzentrate sowie für deren Vertrieb in folgenden Gebieten:

— Ognibeni & Co.: Niederlande,

— Hans Prang: Deutschland,

— Campari France S.A.: Frankreich, Fürstentum Monaco und einige überseeische Gebiete,

— Sovinac S.A.: Belgien und Großherzogtum Luxemburg,

— Johs. M. Klein & Co.: Dänemark.

Während der Vertragsdauer wird Campari-Milano keine Campari-Erzeugnisse in diesen Gebieten selbst herstellen.

2. Die Lizenznehmer verpflichten sich, sich während der Vertragsdauer nicht für andere konkurrierende

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

(2) ABl. Nr. 57 vom 25. 3. 1967, S. 849/67.

Erzeugnisse, insbesondere als Bitter bezeichnete oder kohlensäurehaltige mit Campari Soda vergleichbare Getränke, zu interessieren.

3. Die Lizenznehmer und Campari-Milano verpflichten sich, keine aktive Absatzpolitik zu betreiben, keine Filialen zu eröffnen oder Werbung zu treiben, und zwar erstere außerhalb ihrer Lizenzgebiete und Campari-Milano innerhalb dieser Gebiete.

Die Lizenznehmer und Campari-Milano ergreifen jedoch alle zweckdienlichen Maßnahmen, um allen spontanen, zur Ausfuhr innerhalb der EWG bestimmten Bestellungen von Campari-Erzeugnissen nachzukommen, die sie unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale (Alkoholgehalt, Etikettierung, Flascheninhalt usw. . . .) der Lizenzgebiete bzw. des italienischen Gebietes herstellen. Derartige Bestellungen werden zu den vom exportierenden Lizenznehmer im eigenen Lizenzgebiet und von Campari-Milano auf dem italienischen Markt praktizierten Preisen und Bedingungen ausgeführt, wobei sich die Preise von Campari-Milano um die Gebühren und Werbekosten der Lizenznehmer erhöhen.

Bestellungen von Bitter, der nach den besonderen Merkmalen des Bestimmungslandes herzustellen ist, brauchen die Beteiligten nicht zu akzeptieren. Das Haupterfordernis, nämlich die Versorgung der Lizenzgebiete und des italienischen Marktes, muß auf jeden Fall erfüllt werden, und die Lizenznehmer müssen zunächst bei Campari-Milano die für die Herstellung unerläßlichen Formeln beantragen. Campari-Milano behält sich die Durchführung der Direktbestellungen der Angehörigen des Diplomatischen Corps und der ausländischen Streitkräfte vor.

Die Lizenznehmer und Campari-Milano verpflichten sich, ihren Kunden, die die Erzeugnisse innerhalb der EWG ausführen möchten, bei der im Rahmen der nationalen Steuerregelung möglichen Erstattung der auf Alkohol erhobenen Verbrauchsteuern zu helfen.

Außerdem verpflichten sich die Lizenznehmer, keine Campari-Erzeugnisse nach Ländern außerhalb der EWG auszuführen (sowie — was Campari-France betrifft — außerhalb derjenigen Drittländer, die zum Lizenzgebiet gehören).

4. Sämtliche Verträge sehen die Verpflichtung vor, daß die Lizenznehmer an Diplomatisches Corps, Schiffsausrüster, ausländische Streitkräfte und im allgemeinen an alle Stellen, die Zollfreiheit genießen, das original italienische und nicht das von ihnen hergestellte Erzeugnis liefern.

5. Der französische, belgische, dänische und niederländische Lizenznehmer stellen die Campari-Erzeugnisse in ihren Werken in Nanterre, Brüssel, Kopenhagen und Amsterdam her.

Jeder Wechsel des Produktionsortes muß der Campari-Milano mitgeteilt werden, die sich dem Wechsel widersetzen kann, wenn die geplante Neuniederlassung nicht geeignet ist, die Qualität der Erzeugnisse zu gewährleisten.

6. Die Lizenznehmer sind verpflichtet, die Anweisungen der Lizenzgeberin bezüglich der Herstellung der Erzeugnisse genauestens zu befolgen, dafür zu sorgen, daß die Qualität der verwendeten Grundstoffe den Vorschriften der Lizenzgeberin entspricht, von der Lizenzgeberin bestimmte Grundstoffe zu kaufen, nämlich Kräutermischungen und Farbstoffe von geheimer Zusammensetzung, ein Muster jeder Herstellung mit der Angabe des Datums der Filtrierung sowie der Nummer der verwendeten Kräuterkisten ihrer Genehmigung vorzulegen und die Herstellungsverfahren geheim zu halten.

7. Die Lizenznehmer verpflichten sich, den Verkauf der Erzeugnisse nach Möglichkeit zu fördern und vor allem einen geeigneten Werbefeldzug durchzuführen, für den jeder Lizenznehmer denselben Festbetrag je verkaufte Literflasche Bitter aufwendet.

8. Die Lizenznehmer sind verpflichtet, Campari-Milano alle Fälschungen oder Nachahmungen, von denen sie Kenntnis erhalten, mitzuteilen. Campari-Milano kann von den Lizenznehmern durch entsprechende Erteilung von Befugnissen verlangen, daß sie gegen die Fälschungen und Nachahmungen vorgehen.

9. Die eingeräumten Rechte können auf keinen Fall an Dritte übertragen werden.

10. Streitigkeiten über die Auslegung und Durchführung der Verträge werden von drei Schiedsrichtern als gütliche Schlichter entschieden. Das Schiedsverfahren findet üblicherweise in Mailand statt. Einer der Verträge sieht jedoch vor, daß das Schiedsverfahren außerhalb der Gemeinschaft, nämlich in der Schweiz, durchgeführt werden kann.

11. Während der französische Lizenznehmer als Gegenleistung für die Verwendung des Warenzeichens zur Zahlung feststehender Gebühren für jede verkaufte Literflasche vertraglich verpflichtet ist, sehen die mit den anderen Lizenznehmern geschlossenen Verträge vor, daß die Gebühren im Kaufpreis für das von Campari-Milano gelieferte Grundmaterial enthalten sind.

12. Die Verträge können jährlich oder alle zwei Jahre stillschweigend verlängert werden, wenn sie nicht von einer der beiden Parteien unter Einhaltung einer Kündigungsfrist gekündigt werden.

B. Die Vereinbarungen sahen in ihrer angemeldeten Fassung unter anderem für die Lizenznehmer die Verpflichtung vor, die Herstellung der Erzeugnisse auf ei-

nige Betriebe zu beschränken und auch die nicht geheimen Grundstoffe ausschließlich von der Lizenzgeberin zu beziehen. Sie enthielten außerdem die Verpflichtung, keine Ausfuhren nach anderen Ländern der EWG durchzuführen, während Campari-Milano keine Waren nach den Gebieten ihrer Lizenznehmer ausführen durfte. Nachdem die Kommission aber in einem Schreiben vom 27. Juli 1976, in dem sie die Beschwerdepunkte mitteilte, zu erkennen gegeben hatte, daß sie diese Verpflichtungen als unvereinbar mit Artikel 85 Absatz 1 des EWG-Vertrags erachtet, haben die Beteiligten sie so geändert, daß ihre Vereinbarungen gemäß Artikel 85 Absatz 3 vom Verbot des Absatzes 1 freigestellt werden können. Das Verbot der Ausfuhr in die EWG wurde insbesondere durch die Verpflichtung ersetzt, alle zweckdienlichen Maßnahmen zu ergreifen, um den spontanen Bestellungen innerhalb der EWG gemäß den von der Kommission in ihrer Mitteilung der Beschwerdepunkte gemachten Auflagen nachzukommen.

C. Während des Verfahrens wurden noch folgende, für die Beurteilung wesentliche Feststellungen getroffen:

1. Die von Campari-Milano hergestellten Ausschließlichkeitsbeziehungen sind, was die Vereinbarungen mit den Unternehmen Campari-France S.A., Sovinac S.A. und Ognibeni S.A. betrifft, vor dem Krieg, und was die Vereinbarungen mit den Unternehmen Hans Prang und Johs. M. Klein & Co. betrifft, in der Zeit von 1949 bis 1953 entstanden. Es gibt keine finanzielle Bindung zwischen den Vertragsparteien.

Bitter Campari ist das einzige Erzeugnis, das gegenwärtig von den Lizenznehmern hergestellt wird. Die jährliche Bitter-Produktion beläuft sich nach Angaben der verschiedenen Lizenznehmer zur Zeit auf 1 bis 3 Millionen Flaschen. Sämtliche Lizenznehmer haben durch den Bau neuer Werke und die Erweiterung bereits bestehender oder im Bau befindlicher Produktionsstätten ihre Kapazitäten in den vergangenen Jahren erheblich steigern können. Der französische Lizenznehmer, der kürzlich noch regelmäßig Weine und Wermute eingeführt hatte, vertreibt heute ausschließlich Bitter Campari. Für den niederländischen, den deutschen und den belgischen Lizenznehmer stellt der Verkauf von Bitter Campari ebenfalls das wichtigste Geschäft dar. Diese drei und der dänische Lizenznehmer vertreiben eine ganze Reihe von Getränken (insbesondere alkoholische Getränke, Wacholder und Weine), die sie selbst herstellen oder in der Regel aus Frankreich und Italien einführen. Einige der Lizenznehmer importieren direkt geringe Mengen von Campari Soda und Cordial Campari.

2. Die Lizenznehmer verwenden für die Herstellung von Bitter Campari außer geheimen Kräutermischungen, Bigarade-Essenz und Eiweiß vor allem Zucker, Alkohol und destilliertes Wasser, die sie an Ort und Stelle kaufen. Die Dosierung dieser Bestandteile ändert sich mit dem Alkoholgehalt der Erzeugnisse: Dieser beträgt 20° für den vom französischen Lizenznehmer in Frankreich hergestellten und vertriebenen Bitter, 21,5° und 25° für den vom belgischen Lizenznehmer zum Verkauf in Belgien und in Luxemburg hergestellten Bitter, 25° für den vom niederländischen und vom dänischen Lizenznehmer sowie von Campari-Milano für den Vertrieb auf dem italienischen und englischen Markt hergestellten Bitter und 30° für den in Deutschland vertriebenen Bitter. Diese Dosierungen sind Gegenstand detaillierter Herstellungsverfahren, die auf den verschiedenen Märkten zu einem Erzeugnis führen, das dem italienischen Originalerzeugnis sowohl bezüglich der Qualität als auch der äußeren Aufmachung weitgehend ähnelt. Die Campariflaschen werden nach den Mustern der Campari-Milano hergestellt.

Nach Erkundigungen der Kommission ist für eine rentable Herstellung unabhängig vom Alkoholgehalt ein Faß mit einer Mindestkapazität von 28 000 Litern notwendig. Ebenso wie der Alkoholgehalt ist die Größe der verwendeten Bitterflaschen von einem Mitgliedstaat zum anderen unterschiedlich. In Italien und in Frankreich beträgt sie 1 Liter, in Luxemburg 98cl, in Deutschland 70 cl, in Dänemark 72 cl und in den Niederlanden, in Belgien und im Vereinigten Königreich 75 cl. Es werden auch kleinformatige Flaschen, sogenannte Fläschchen, verwendet. Die von Campari-Milano gelieferten Flaschen für die Verkäufe an Botschaften und Schiffsausrüster fassen alle 92 cl bei einem Alkoholgehalt von 28,5°.

3. Bisher war die Tätigkeit der Lizenznehmer auf die jeweiligen Lizenzgebiete beschränkt. In diesen Gebieten und in Italien werden die Verkäufe für den gewöhnlichen Verbrauch — d. h. für den Verbrauch von Bitter, für den die auf Alkohol erhobenen Abgaben und Steuern zu entrichten sind — unmittelbar von den Lizenznehmern und Campari-Milano oder von unabhängigen Verteilern vorgenommen, die lediglich die allgemeinen Verkaufsbedingungen der Hersteller respektieren müssen. Gegenwärtig enthalten diese Bedingungen für die Käufer nicht die Verpflichtung, die gelieferte Ware nicht zu exportieren. Die Verkäufe nach Luxemburg werden über einen Alleinimporteur abgewickelt. Früher unterlagen alle Lizenznehmer der Verpflichtung, jährlich bestimmte Mindestmengen zu verkaufen. Diese Verpflichtung ist im Laufe des Jahres 1977 entfallen. Campari-Milano übt keinen Einfluß auf die Festsetzung der Verkaufspreise der Lizenznehmer aus. Die Abgabepreise der Lizenznehmer gegenüber den Zwischenhändlern in ihrem Lizenzgebiet werden im wesentlichen von denselben Kostenelementen bestimmt, vor allem bei Rohstoffen, und unterscheiden sich untereinander nicht beträchtlich. Gegenwärtig werden die Endverbraucherpreise nicht mehr durch die Lizenznehmer festgesetzt und liegen im allgemeinen auf demselben Niveau in Frankreich, Belgien und den Niederlanden, während sie in Deutschland und in Dänemark, vor allem infolge der steuerlichen Belastung höher und in Luxemburg wegen der dort geringeren Steuerbelastung niedriger liegen. Diese Preise sind in den vergangenen Jahren trotz erheblicher Steigerung der Löhne und der Preise der Rohmaterialien im wesentlichen konstant geblieben.

In den letzten Jahren ist der Bitter-Absatz in der EWG aufgrund der Schaffung eines weit verzweigten Ver-

triebsnetzes und der Verkaufsförderung bei Großkunden und großen Verkaufsflächen regelmäßig gestiegen; die Anzahl der belieferten Kleinhändler hat erheblich zugenommen. Zwischen 1970 und 1977 konnte der Absatz verdoppelt und in den Beneluxländern und Deutschland sogar verdreifacht werden. Die durchschnittlichen Jahreskosten für den Werbefeldzug sind für alle Lizenznehmer fast gleich hoch. Die Investitionen der Campari-Milano für Werbezwecke sind hingegen um 50 % niedriger.

Die Verkäufe der Erzeugnisse zum abgaben- und steuerfreien Verbrauch, d. h. die Verkäufe an das Diplomatische Coprs, an ausländische Streitkräfte oder an vergleichbare Stellen, die das Recht der Exterritorialität genießen, sowie an Schiffe und Flugzeuge, die sich direkt ins Ausland begeben, oder an zollfreie Läden in See- und Flughäfen werden im allgemeinen von Schiffsausrüstern durchgeführt. Die von den Schiffsausrüstern mit den Lizenznehmern oder mit Campari-Milano geschlossenen Vereinbarungen wurden bei der Kommission nicht angemeldet und bilden nicht Gegenstand des vorliegenden Verfahrens. Die Verkäufe an Schiffsausrüster stellen für die meisten Lizenznehmer nur einen kleinen Teil ihrer Gesamtumsätze dar.

Während der letzten Jahre wurde Bitter Campari unter anderem in Belgien und in den Niederlanden nach Entrichtung der in diesen Ländern geltenden Verbrauchsteuern parallel eingeführt und vertrieben. Die betreffenden Importeure wurden sowohl von Schiffsausrüstern als auch von Großhändlern beliefert, für die ein Aufschub der Verbrauchsteuern besteht.

4. Innerhalb des Gemeinsamen Marktes unterliegt Bitter Campari der für Alkohol geltenden Steuerregelung sowie staatlichen Vorschriften über die obligatorischen Angaben auf den Flaschen und über den Schutz der öffentlichen Gesundheit.

a) In den einzelnen Mitgliedstaaten werden für Bitter Campari Abgaben und Steuern erhoben, die sich nach den in reinem Alkohol ausgedrückten Mengen richten und daher Erzeugnisse mit hohem Alkoholgehalt stärker belasten. Bei der Einfuhr werden in der Regel dieselben Abgaben und Steuern erhoben wie im Inland. Sie belaufen sich auf etwas weniger als die Hälfte bis zwei Drittel des Preises ab Fabrik. In Anbetracht der Höhe dieser Abgaben und Steuern ist es ausgeschlossen, daß Bitter, der in einem der Mitgliedstaaten hergestellt wurde, wirtschaftlich und rentabel nach einem anderen Mitgliedstaat ausgeführt werden kann, wenn er nicht in dem Herstellungsland von Steuern befreit ist oder die normalerweise fälligen Abgaben nicht erstattet werden.

   Nach den Vorschriften der Mitgliedstaaten muß der Hersteller, wenn er erreichen will, daß bei der Herstellung von Bitter verwendeter Alkohol von den anfallenden Steuern und Abgaben befreit wird, beim Einkauf erklären, daß dieser Alkohol zur Ausfuhr bestimmt ist. Die eigentliche Ausfuhr wird mit dem Verkauf von Erzeugnissen zum Zwecke des zollfreien Verbrauchs gleichgesetzt.

   Nach Informationen der Kommission unterliegt der nicht zum Export deklarierte Bitter in allen EWG-Ländern außer in Frankreich und im Vereinigten Königreich, wo es eine Verkaufsregelung mit Aufschub der Verbrauchsteuern gibt, der Abgabepflicht bei Verlassen der Fabrik, in der er hergestellt wird, oder bei Verwendung von Kapseln oder Banderolen, die die Alkoholsteuer darstellen. Die bereits entrichteten Abgaben werden bei einer späteren Ausfuhr im allgemeinen, außer in Italien und Frankreich, nicht erstattet, in Frankreich allerdings nur unter Einschaltung des Herstellers, an den die Direction générale des Impôts die Steuer aufgrund einer Bescheinigung des ausführenden Wiederverkäufers erstattet.

   Um diese Hindernisse für den freien und wettbewerblich nicht verzerrten Verkehr von alkoholischen Erzeugnissen zwischen den Mitgliedstaaten aufzuheben, hat die Kommission dem Rat einen Richtlinienvorschlag (1) über die Harmonisierung der Verbrauchsteuern auf Alkohol, u. a. über die Voraussetzungen für die Lagerung von Spirituosen durch die Händler, unterbreitet. Nach dem Wortlaut dieses Richtlinienvorschlags werden die Händler unter bestimmten Voraussetzungen Spirituosen unter Aufschub der Verbrauchsteuer lagern und Parallelexporte vornehmen können.

b) Die Vorschriften der Mitgliedstaaten schreiben sowohl für die öffentliche Gesundheit als auch für den Handel mit abgaben- und steuerpflichtigen Getränken eine Reihe von Angaben auf den zum Verkauf angebotenen Flaschen vor. Im allgemeinen handelt es sich neben der Bezeichnung des Erzeugnisses um Name und Anschrift des Herstellers oder Importeurs und den Alkoholgehalt (bei einigen Mitgliedstaaten außerdem um die Bezeichnung „alkoholisches Getränk" und die Angabe des Inhalts, der Bestandteile und Zusätze).

c) Die Rechtsvorschriften einiger Mitgliedstaaten schreiben für Getränke wie Bitter einen Mindestalkoholgehalt vor (z. B. 17° in Frankreich, 20° in Dänemark und 30° in Deutschland).

   Da der in den anderen Mitgliedstaaten hergestellte Bitter Campari den in Deutschland erforderlichen Alkoholgehalt nicht erreicht, haben die deutschen

(1) ABl. Nr. C 43 vom 29. 4. 1972, S. 25.

Vorschriften zur Folge, daß alle Einfuhren nach Deutschland verboten sind, außer wenn es sich um eine speziell für den deutschen Markt bestimmte Bitter-Produktion handelt. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, daß im Anschluß an bei der Kommission eingegangene Beschwerden von Importeuren und aufgrund einer mit Gründen versehenen Stellungnahme, die die Kommission daraufhin gemäß Artikel 169 des EWG-Vertrags an die Bundesrepublik Deutschland abgegeben hat, letztere die betreffenden Bestimmungen für einige in Deutschland eingeführte alkoholische Erzeugnisse mit einem Alkoholgehalt von weniger als 30° aufgehoben hat; dies gilt jedoch nicht für Bitter Campari.

d) Andere nationale Rechtsvorschriften regeln die Werbung für alkoholische Getränke, beschränken die Anzahl der öffentlichen Schankstellen oder verbieten dort, insbesondere in Belgien, den Verkauf von Aperitifs und Bitter, die einen bestimmten Alkoholgrad übersteigen, oder sie legen die tatsächlichen Flaschengrößen fest (insbesondere in Frankreich, wo als Flaschengröße 0,35 l; 0,50 l; 0,70 l und 1 l erlaubt sind, während die Vermarktung von Flaschen mit 0,75 l, die von dem belgischen und dem niederländischen Lizenznehmer verwendet werden, nicht erlaubt ist).

5. Nach den Erklärungen der Campari-Milano betrifft die Verpflichtung der Lizenznehmer, alle Nachahmungen und Fälschungen, von denen sie Kenntnis erlangen, zu melden, nicht die Einfuhr des original italienischen Erzeugnisses oder der in Lizenz in einem anderen Mitgliedstaat hergestellten Erzeugnisse in die verschiedenen Lizenzgebiete.

6. In den Lizenzgebieten konkurriert Bitter Campari mit vergleichbaren Erzeugnissen, zu denen Punt e Mes Carpano, Bitter Cinzano, Bitter Gambarotta, Bitter Negroni, Bitter Moroni, Bitter San Pellegrino, Bitter Rossi, Amer Picon, Suze, Amer Khuri, Cynar und Amer Claquesin zählen.

Obwohl der Marktanteil von Bitter Campari nicht mit Genauigkeit bestimmt werden konnte, besteht kein Zweifel daran, daß diese Marke einen hohen internationalen Rang besitzt. Im übrigen ist der Umsatz der Campari-Milano und ihrer Partner beachtlich.

7. Nach der Veröffentlichung des wesentlichen Inhalts der Anmeldungen sind der Kommission Bemerkungen Dritter nicht zugegangen.

II. Anwendbarkeit von Artikel 85 Absatz 1 des EWG-Vertrags

Gemäß Artikel 85 Absatz 1 des Vertrages sind alle Vereinbarungen zwischen Unternehmen, welche den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen geeignet sind und eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs innerhalb des Gemeinsamen Marktes bezwecken oder bewirken, mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar und verboten.

A. Die im vorliegenden Fall zwischen Unternehmen geschlossenen Vereinbarungen sehen in I A Punkte 1 bis 4 Bestimmungen vor, die eine spürbare Einschränkung des Wettbewerbs innerhalb des Gemeinsamen Marktes bezwecken und bewirken.

1. Die den Lizenznehmern gewährte Ausschließlichkeit hindert Campari-Milano daran, Dritten Warenzeichenlizenzen für ihre Erzeugnisse in den Niederlanden, in Deutschland, Frankreich, Belgien, Luxemburg und Dänemark anzubieten, und diese Erzeugnisse in diesen Gebieten selbst herzustellen.

Das Warenzeichen gibt seinem Inhaber das ausschließliche Recht zur Verwendung des Unterscheidungsmerkmals beim ersten Inverkehrbringen des Erzeugnisses und zum Schutz dieses Erzeugnisses vor Nachahmungen. Der Warenzeicheninhaber kann durch Lizenzverträge die Verwendung des geschützten Zeichens durch Dritte zulassen. Überläßt er das Recht zur Verwendung seines Warenzeichens aber nur einem Unternehmen in einem Gebiet unter gleichzeitigem Verzicht, die eigenen Markenerzeugnisse dort herzustellen, so kann er mit anderen potentiellen Lizenznehmern keine Verträge mehr schließen und verliert den Wettbewerbsvorsprung einer eigenen Produktion in diesem Gebiet.

Im vorliegenden Fall bewirkt der ausschließliche Charakter der Lizenz, daß Campari-Milano in ihrer Freiheit bei der Verwendung ihrer Warenzeichen beschränkt wird und daß vor allem Hersteller alkoholischer Getränke trotz eines bestehenden Interesses als Lizenznehmer ausgeschlossen werden.

2. Das Wettbewerbsverbot (vergleiche Punkt I A 2) hindert die Lizenznehmer, während der Vertragsdauer konkurrierende Erzeugnisse herzustellen oder in den Handel zu bringen. Sie sind auf diese Weise als Käufer dieser Erzeugnisse oder als Lizenznehmer für deren Herstellung wie auch als Verkäufer dieser Erzeugnisse ausgeschlossen. Angesichts der Tatsache, daß alle mit Ausnahme des französischen Lizenznehmers bereits eine ganze Reihe von anderen Getränken als Bitter Campari vertreiben und mit ihrer gesamten Tätigkeit einen nicht unbeachtlichen Umsatz erzielen, hat diese Einschränkung spürbare Auswirkungen.

3. Das Verbot für Campari-Milano und ihre Lizenznehmer, eine aktive Absatzpolitik in ihren jeweiligen Gebieten zu betreiben, hindert die Lizenznehmer sowie die Lizenzgeberin daran, Kunden im Gebiet der anderen Vertragsparteien zu werben. Sie sind demnach als aktive Konkurrenten in diesen Lizenzgebieten ausgeschlossen, während sie innerhalb des eigenen Gebietes einen relativen Schutz genießen, da dort nur aufgrund spontaner Bestellungen Waren eingeführt werden können. Dieses Verbot hat spürbare Auswirkungen, da Campari-Milano und alle Lizenznehmer über beachtliche Kapazitäten verfügen, um andere Märkte innerhalb der EWG zu

beliefern. Würde es sich bei derartigen Lieferungen in erster Linie um Erzeugnisse handeln, die nach den auf dem Herstellermarkt geforderten Merkmalen bezüglich des Alkoholgehalts, des Flascheninhalts und der Etikettierung hergestellt werden, so könnte es sich in gleicher Weise um Bitter handeln, der nach unterschiedlichen, auf dem Ausfuhrmarkt geforderten Merkmalen herzustellen ist. Die Hersteller können nämlich für die Ausfuhr des Fertigerzeugnisses abgabenfreien Alkohol beziehen. Außerdem können sie den Alkoholgehalt des Erzeugnisses oder dessen Aufmachung ändern, falls der Umfang der Bestellung oder aber die Aussicht auf stabile Absatzbeziehungen eine solche Produktion sowie die Verwendung neuer Etikette oder Flaschen als rentabel erscheinen lassen.

4. Wegen der Verpflichtung zur Lieferung des original italienischen Erzeugnisses an das Diplomatische Corps, an Schiffsausrüster, an ausländische Streitkräfte und im allgemeinen an alle Stellen, die Zollfreiheit genießen, können die Lizenznehmer diese Verbrauchergruppen nicht mit Bitter ihrer Herstellung beliefern. Angesichts der Produktionskapazitäten der Lizenznehmer hat diese Beschränkung ebenfalls spürbare Auswirkungen.

B. Die von Campari-Milano gewährte Ausschließlichkeit hindert diese daran, Dritten durch die Erteilung weiterer Lizenzen die Möglichkeit zu geben, ihre Warenzeichen in den Lizenzgebieten ebenfalls zu benutzen und folglich Waren aus diesen Gebieten nach anderen Teilen des Gemeinsamen Marktes auszuführen. Sie hindert Campari-Milano außerdem daran, in diesen Gebieten selbst Bitter herzustellen und folglich Bitter aus diesen Gebieten gegebenenfalls auszuführen. Der Ausschluß konkurrierender Erzeugnisse nimmt den Lizenznehmern die Möglichkeit, derartige Erzeugnisse jenseits der Grenzen der Mitgliedstaaten in den Handel zu bringen oder für diese mit Unternehmen anderer Mitgliedstaaten Lizenzverträge zu schließen. Das Verbot, eine aktive Absatzpolitik außerhalb der Lizenzgebiete zu treiben, hindert Campari-Milano und ihre Lizenznehmer daran, Bitter aus eigener Herstellung außer in ihrem jeweiligen Gebiet auch im gesamten Gemeinsamen Markt in freien Verkehr zu bringen, und beeinträchtigt somit den internationalen Handel mit diesem Erzeugnis. Die Verpflichtung zur Lieferung des original italienischen Erzeugnisses an bestimmte Verbraucher anstelle des Erzeugnisses aus eigener Herstellung zwingt die Lizenznehmer, Bitter Campari aus Italien einzuführen, und beeinträchtigt somit ebenfalls den internationalen Handel mit diesem Erzeugnis.

Diese Einschränkungen sind geeignet, den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen, da sie dazu führen, daß sich der Handel zwischen Mitgliedstaaten anders entwickelt als es ohne diese Einschränkungen der Fall gewesen wäre, und ihre Auswirkungen auf die Marktverhältnisse von einiger Bedeutung sind.

Die betreffenden Vereinbarungen fallen somit in den Anwendungsbereich des Artikels 85 Absatz 1 des Vertrages.

C. Die anderen Bestimmungen der zwischen Campari-Milano und ihren Lizenznehmern geschlossenen Vereinbarungen unterliegen im vorliegenden Fall nicht Artikel 85 Absatz 1, weil sie eine spürbare Einschränkung des Wettbewerbs innerhalb des Gemeinsamen Marktes weder bezwecken noch bewirken. Hierbei handelt es sich unter anderem um:

— die Verpflichtung der Lizenznehmer, Bitter Campari weder direkt noch indirekt außerhalb des Gemeinsamen Marktes zu exportieren. Durch diese Verpflichtung wird den Lizenznehmern und ihren Wiederverkäufern nicht nur die Möglichkeit genommen, Handel mit diesem Erzeugnis außerhalb der EWG zu treiben, sondern die Vertriebsunternehmen in einem Drittland werden außerdem daran gehindert, dieses Erzeugnis von den Lizenznehmern oder von ihren Wiederverkäufern zu beziehen, um es anschließend im Gemeinsamen Markt abzusetzen. Jeder in einem Teil der Gemeinschaft niedergelassene Käufer kann jedoch die Vertragserzeugnisse nicht nur direkt vom Lizenznehmer des eigenen Gebietes, sondern auch direkt oder indirekt von den anderen Lizenznehmern sowie von Campari-Milano selbst beziehen. Angesichts dieser Versorgungsmöglichkeiten scheint die Wiedereinfuhr von zuvor von den Lizenznehmern oder ihren Wiederverkäufern außerhalb der Gemeinschaft ausgeführtem Bitter in den Gemeinsamen Markt wenig wahrscheinlich, weil eine solche Transaktion durch zusätzliche Faktoren, wie Kumulierung der Handelsspannen und der im Einfuhrland auf Alkohol erhobenen Abgaben und Steuern und Entrichtung der Zölle und Abgaben beim Überschreiten der Zollgrenzen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, belastet würde. Diese Feststellung gilt auch für Staaten, mit denen die EWG Freihandelsabkommen geschlossen hat, denn der Handel mit alkoholischen Getränken, wie Bitter Campari, zwischen der Gemeinschaft und diesen Staaten unterliegt weiterhin der Zollpflicht;

— die Beschränkung der Lizenz auf solche Produktionsbetriebe, die die Qualität der Erzeugnisse garantieren können. Die Auswirkungen dieser Beschränkung der freien Wahl der Lizenznehmer gehen im vorliegenden Fall nicht über das berechtigte Interesse hinaus, das eine Qualitätskontrolle darstellt. Diese Verpflichtung der Lizenznehmer ist insbesondere keine unbedingte örtliche Beschränkung der Herstellung, weil sie Campari-Milano nur einen Widerspruch für den Fall einräumt, daß eine geplante Niederlassung die Qualität der Erzeugnisse gefährdet. Eine solche Qualitätskontrolle ist für die Lizenzgeberin insofern wichtig, als das Interesse an der Einhaltung der Qualität zum Bestand des Warenzeichens gehört;

— die Verpflichtung der Lizenznehmer, die Anweisungen der Lizenzgeberin bezüglich der Herstellung des Erzeugnisses und der Qualität seiner Bestandteile zu befolgen sowie bestimmte geheime Grundstoffe von ihr zu beziehen. Die Qualitätskontrolle der in Lizenz hergestellten Erzeugnisse und deren Übereinstim-

mung mit dem original italienischen Erzeugnis ist im vorliegenden Fall für die Lizenzgeberin wichtig, weil es sich auch hier um das zum Bestand des Warenzeichens gehörende Interesse an der Einhaltung der Qualität handelt. Nach den Angaben der Beteiligten ist es aufgrund der Qualitätsnormen nicht notwendig, daß die Lizenznehmer ihren Bedarf an Eiweiß, Bigarade-Essenz und anderen Erzeugnissen bei einer bestimmten Quelle decken. Sie brauchen lediglich unter verschiedenen Erzeugnissen unter Berücksichtigung objektiver Qualitätskriterien auszuwählen. Dagegen kann für den Farbstoff und die Kräutermischungen das begründete Interesse der Lizenzgeberin an der qualitativen Übereinstimmung der Ursprungsware mit dem in Lizenz hergestellten Erzeugnis nur durch den ausschließlichen Kauf bei ihr gewahrt werden. Es handelt sich nämlich um Erzeugnisse, deren Zusammensetzung, die für Bitter Campari charakteristisch ist, ein Geschäftsgeheimnis darstellt, zu dessen Preisgabe die Lizenzgeberin gegenüber ihren Lizenznehmern nach Gemeinschaftsrecht nicht verpflichtet ist;

— die Verpflichtung, die Herstellungsverfahren gegenüber Dritten geheimzuhalten. Diese Verpflichtung ist eine unerläßliche Voraussetzung, um geheime Techniken oder Formeln zum Zwecke ihrer Verwertung an andere Unternehmen weiterzugeben;

— die Verpflichtung, regelmäßige Kontakte zur Kundschaft zu unterhalten, und für einen festen Mindestbetrag für Bitter Campari Werbung zu treiben. Im vorliegenden Fall veranlaßt nichts zu der Feststellung, daß die Lizenznehmer durch die Höhe dieses Mindestbetrags daran gehindert werden, andere Tätigkeiten zu entfalten oder auch eigene Werbung zu treiben;

— das Verbot, die zugestandenen Rechte abzutreten. Durch dieses Verbot wird das Recht der Lizenzgeberin aufrecht erhalten, ihre Lizenznehmer frei zu wählen. Der Abschluß der besagten Vereinbarungen ist nämlich eng an die Person der Lizenznehmer gebunden; die Lizenzgeberin muß bei der Wahl ihrer Lizenznehmer frei bleiben.

III. Anwendbarkeit des Artikels 85 Absatz 3 des EWG-Vertrags

Gemäß Artikel 85 Absatz 3 können die Bestimmungen des Absatzes 1 für nicht anwendbar erklärt werden auf Vereinbarungen zwischen Unternehmen, die unter angemessener Beteiligung der Verbraucher an dem entstehenden Gewinn zur Verbesserung der Warenerzeugung oder -verteilung oder zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts beitragen, ohne daß den beteiligten Unternehmen

a) Beschränkungen auferlegt werden, die für die Verwirklichung dieser Ziele nicht unerläßlich sind oder

b) Möglichkeiten eröffnet werden, für einen wesentlichen Teil der betreffenden Waren den Wettbewerb auszuschalten.

A. Die in II A Punkte 1 bis 4 genannten Wettbewerbsbeschränkungen erfüllen die Bedingungen des Artikels 85 Absatz 3.

1. Die Ausschließlichkeitsverpflichtung von Campari-Milano trägt zur Verbesserung der Warenerzeugung und -verteilung bei. Dadurch, daß sie jedem Lizenznehmer garantiert, daß kein anderes Unternehmen eine Lizenz innerhalb des vertraglich erfaßten Gebietes erhält und keiner der anderen Lizenznehmer oder Campari-Milano berechtigt ist, in diesem Gebiet Erzeugnisse mit dem Warenzeichen der Lizenzgeberin zu versehen, erhält jeder Lizenznehmer einen territorialen Wettbewerbsvorsprung. Dieser Vorsprung sorgt für eine ausreichende Rentabilität der Investitionen, mit denen die Herstellung des Markenerzeugnisses durch die Lizenznehmer unter für die Lizenzgeberin und Warenzeicheninhaberin einwandfreien Bedingungen gewährleistet, die Produktionskapazitäten der Lizenznehmer erhöht und das seit langem geschaffene Betriebsnetz ständig verbessert werden sollen.

Aufgrund der Ausschließlichkeit konnten die Lizenznehmer bestehende Produktionsbetriebe verbessern und neue Betriebe errichten. Außerdem konnten die Lizenznehmer ihre Bemühungen zur Förderung des Warenzeichens verstärken, indem sie u. a. in den Benelux-Ländern und Deutschland ihren Absatz während der letzten 6 Jahre mehr als verdoppelt haben. Sie konnten durch die Schaffung eines verzweigten Betriebsnetzes eine immer größere Kundenzahl erreichen und auf diese Weise im gesamten Lizenzgebiet die Versorgung sichern.

2. Das Wettbewerbsverbot trägt ebenfalls zu einer Verbesserung der Verteilung der in Lizenz hergestellten Waren bei, weil hierdurch eine Verteilung der Absatzbemühungen verhindert, die Bildung von Lagern gefördert und die Lieferfristen verkürzt werden.

Indem durch dieses Verbot die Freiheit der Lizenznehmer eingeschränkt wird, neben den Lizenzerzeugnissen andere Waren in den Handel zu bringen, wird verhindert, daß die Lizenznehmer die Förderung des Bitter-Campari-Absatzes zugunsten eines etwaigen besonderen Interesses am Verkauf eines anderen Erzeugnisses im Konfliktfall vernachlässigen. Während eine Wettbewerbsverbotsklausel in Lizenzverträgen über gewerbliche Schutzrechte, die das Ergebnis einer schöpferischen Tätigkeit sind, wie z. B. Patente, für den technischen und wirtschaftlichen Fortschritt eher ein Hemmnis darstellt, weil sie die Lizenznehmer daran hindert, sich für andere Techniken und Erzeugnisse zu interessieren, verhält es sich bei den vorliegenden Lizenzverträgen anders. Wie aus den Vertragsbestimmungen hervorgeht, verfolgen die Beteiligten das Ziel, durch die Dezentralisierung der Produktion innerhalb der EWG und die Rationalisierung des Vertriebs den Absatz von Bitter zu

fördern, der mit Hilfe eines von Campari-Milano gelieferten Konzentrats nach denselben Mischungsverfahren, mit denselben Bestandteilen und unter demselben Warenzeichen der Lizenzgeberin hergestellt wird.

Das Wettbewerbsverbot hat im Hinblick auf die Intensivierung des Vertriebs des betreffenden Erzeugnisses dieselben Vorteile wie diejenigen, die in den Vereinbarungen über den ausschließlichen Vertrieb durch die Freistellungsverordnung Nr. 67/67/EWG (1) automatisch anerkannt werden, so daß es gerechtfertigt erscheint, diese Klausel von dem in Artikel 85 Absatz 1 vorgesehenen Verbot freizustellen.

3. Die Auswirkungen einer Verbesserung der Warenverteilung werden auch durch das allen Beteiligten auferlegte Verbot erreicht werden, keine aktive Absatzpolitik außerhalb ihrer jeweiligen Gebiete zu treiben. Diese Einschränkung wird dazu beitragen, daß die Lizenznehmer ihre Absatzbemühungen konzentrieren und die Verbraucher in dem Gebiet, das ihnen zugewiesen ist und für das sie insbesondere verantwortlich sind, besser versorgen, ohne daß die Käufer anderer Gebiete der Gemeinschaft daran gehindert werden, bei den Lizenznehmern ihrer Wahl zu kaufen. Daß diese Einschränkung auch für Campari-Milano gilt, hat günstige Auswirkungen auf die Anstrengungen der Lizenznehmer zur Förderung der Produktion und des Vertriebs von Bitter innerhalb ihrer Gebiete, da sie auf diese Weise einen relativen Schutz vor der starken Marktstellung von Campari-Milano genießen.

4. Die Verpflichtung der Lizenznehmer, das original italienische anstelle des Erzeugnisses ihrer Herstellung an das Diplomatische Corps, an Schiffsausrüster, an ausländische Streitkräfte und im allgemeinen an alle Zollfreiheit genießenden Stellen zu liefern, trägt ebenfalls zur Förderung des Bitter-Absatzes der Campari-Milano bei. Indem sie die Freiheit der Lizenznehmer beschneidet, Erzeugnisse der eigenen Herstellung zu liefern, sorgt sie dafür, daß bestimmte Gruppen von Verbrauchern, die nicht als Bewohner dieser Lizenzgebiete gelten, weil sie sich normalerweise zwischen den einzelnen Lizenzgebieten hin und her bewegen, stets dasselbe Erzeugnis, nämlich das Originalerzeugnis, mit allen herkömmlichen Merkmalen hinsichtlich seiner Zusammensetzung und Aufmachung erhalten. Auch bei der Einhaltung der Qualitätsvorschriften läßt sich nämlich nicht vermeiden, daß gewisse Geschmacksdifferenzen zwischen den Produkten der einzelnen Hersteller auftreten. Diese Verpflichtung soll also bewirken, daß sich diese Verbraucher keinen anderen konkurrierenden Erzeugnissen zuwenden, sondern weiterhin Bitter Campari kaufen, und sie sich dabei an den nächstliegenden Wiederverkäufer wenden können. Im übrigen werden diese Verbraucher nicht daran gehindert, nach eigener Wahl doch die Erzeugnisse der Lizenznehmer zu kaufen, wenn auch unter den normalen Bedingungen der üblichen Verbraucher.

B. Die vorliegenden Lizenzverträge führen dazu, daß den Verbrauchern größere Campari-Mengen angeboten werden und die Versorgungsbedingungen verbessert werden, wovon diese direkt profitieren. Die Existenz anderer Bitter-Hersteller auf dem Markt sowie das Bestehen eines wirksamen, durch das wachsende Angebot der Lizenznehmer der Campari-Milano verstärkten Wettbewerbs berechtigen zu der Annahme, daß die aus den Vereinbarungen resultierenden Verbesserungen und der hieraus für die Lizenznehmer entstehende Gewinn den Verbrauchern zugute kommt.

Außerdem sind diese in der Lage, durch Bitter-Bezüge aus anderen Gebieten auf spontane Bestellungen hin Druck auf überhöhte Preise des ausschließlichen Lizenznehmers ihres Gebietes auszuüben.

C. Die den Beteiligten auferlegten vorgenannten Wettbewerbsbeschränkungen sind als unerläßlich anzusehen, um die weiter oben aufgeführten günstigen Ziele zu erreichen. Keine dieser Beschränkungen könnte nämlich entfallen, ohne daß das von den Beteiligten verfolgte Ziel, nämlich die Förderung des Bitter-Campari-Absatzes durch die Ausrichtung der Tätigkeit der Lizenznehmer auf dieses Erzeugnis und die Belieferung bestimmter Verbraucher mit dem Originalerzeugnis, beeinträchtigt würde. Keiner der Lizenznehmer und aller Wahrscheinlichkeit nach kein anderes Alkoholgetränke herstellendes Unternehmen hätten darin eingewilligt, die für eine wesentliche Steigerung des Bitter-Absatzes notwendigen Investitionen vorzunehmen, wenn sie nicht vor dem Wettbewerb anderer Lizenznehmer oder der Campari-Milano geschützt würden.

D. Die Lizenzverträge, die Gegenstand dieser Entscheidung sind, geben Campari-Milano und ihren Lizenznehmern nicht die Möglichkeit, den Wettbewerb auf einem bedeutenden Teil des Marktes der betreffenden Bitter-Erzeugnisse zu verhindern. In diesem Zusammenhang ist insbesondere festzustellen, daß es in den Ländern der EWG eine hinreichende Zahl renommierter Bitter-Marken gibt, die alle mit Bitter Campari konkurrieren können. Hinzu kommt die den Lizenznehmern der Campari-Milano und Campari-Milano selbst gelassene Freiheit, Bitter Campari im Gemeinsamen Markt auch außerhalb ihres Gebietes zu verkaufen, für das sie in besonderer Weise verantwortlich sind.

Beim gegenwärtigen Stand der Angelegenheit sind bezüglich der von Campari-Milano mit den Unternehmen Ognibeni & Co., Hans Prang, Campari-France S.A., Sovinac S.A. und Johs. M. Klein & Co. geschlossenen Lizenzverträge alle Voraussetzungen für eine Erklärung nach Artikel 85 Absatz 3 gegeben.

(1) ABl. Nr. 57 vom 25. 3. 1967, S. 849/67.

IV. Anwendung der Artikel 6, 7 und 8 der Verordnung Nr. 17

1. Die fünf von Campari-Milano geschlossenen Lizenzverträge erfüllten in ihrer angemeldeten Fassung, die Gegenstand der vorerwähnten Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission (siehe I B) war, nicht die Bedingungen für eine Anwendung des Artikels 85 Absatz 3. Die dort erwähnten Klauseln der damals geltenden fünf Verträge stellten spürbare Einschränkungen des Wettbewerbs dar, die nicht zum Bestand der Warenzeichen, für die eine Lizenz erteilt worden war, gerechnet oder als Beitrag zur Verbesserung der Warenerzeugung oder -verteilung oder zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts angesehen werden konnten. Diese Klauseln, die einer Anwendung des Artikels 85 Absatz 3 entgegenstanden, wurden auf Verlangen der Kommission am 1. November 1977 aufgehoben. Gemäß Artikel 6 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17 ist es daher möglich, den Zeitpunkt, von dem an die Erklärung nach Artikel 85 Absatz 3 wirksam wird, mit dem Zeitpunkt zusammenfallen zu lassen, an dem die Verträge geändert wurden, d. h. am 1. November 1977.

Bei der Festsetzung der Gültigkeitsdauer der Erklärung gemäß Artikel 8 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17 ist zu berücksichtigen, daß die in der vorliegenden Entscheidung genannten Wettbewerbsbeschränkungen dem freien Verkehr der betreffenden Waren zwischen den Mitgliedstaaten der EWG nicht entgegenstehen und sich die Beteiligten insbesondere verpflichtet haben, ab 1. November 1977 den spontanen Bestellungen für Lieferungen innerhalb der EWG nachzukommen. Diese Dauer muß für ein Wirksamwerden der geänderten Vereinbarungen ausreichen, und es scheint angebracht, die Erklärung für 9 Jahre abzugeben.

2. Die von Campari-Milano mit den Unternehmen Ognibeni & Co, Hans Prang, Campari France S.A. und Sovinac S.A. geschlossenen ausschließlichen Lizenzverträge erfüllen die Voraussetzungen für die Anwendung des Artikels 7 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17. Es handelt sich nämlich um Vereinbarungen, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens der Verordnung Nr. 17 (13. März 1962) bereits bestanden, wenngleich die mit Sovinac S.A. geschlossene Vereinbarung in einer anderen als der angemeldeten Fassung. Diese Vereinbarungen wurden innerhalb der in Artikel 5 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17 vorgesehenen Fristen angemeldet. Sie erfüllten nicht die Voraussetzungen für die Anwendung des Artikels 85 Absatz 3, wurden aber, wie weiter oben beschrieben, entsprechend geändert.

Bezüglich der vor den Änderungen gültigen Fassungen der Vereinbarungen gilt das Verbot des Artikels 85 Absatz 1 nur für den von der Kommission festgesetzten Zeitraum. Hierbei ist zu berücksichtigen, daß die Beteiligten die vorgenannten Verträge entsprechend den Vorschlägen der Kommission geändert haben.

Diese Umstände reichen aus, um die Nichtanwendung des Verbots gemäß Artikel 85 Absatz 1 für den gesamten Zeitraum vor dem Zeitpunkt zu rechtfertigen, von dem an die Erklärung über die Nichtanwendbarkeit des Artikels 85 Absatz 1 für jede der betreffenden Vereinbarungen wirksam wurde.

Das Vorstehende gilt auch für den am 14. April 1966 mit Johs. M. Klein & Co. geschlossenen Vertrag. Zwar kann ein Exportverbot für ein Unternehmen in einem Drittstaat für Lieferungen in die Gemeinschaft eine Wettbewerbsbeschränkung darstellen, die auch zur Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Handels geeignet ist. Im vorliegenden Fall aber war vor dem Beitritt Dänemarks ein solches Exportverbot nicht spürbar, weil die Importerschwerungen durch Zoll- und Steuervorschriften Exporte von Bitter Campari in die Gemeinschaft wirtschaftlich verhinderten. Daher gilt gemäß Artikel 25 der Verordnung Nr. 17 Artikel 7 Absatz 1 dieser Verordnung auch für den am 27. Juni 1973 wirksam angemeldeten Vertrag zwischen Campari-Milano und Johs. M. Klein & Co.

3. Wegen der Bedeutung und des internationalen Rufs der Campari-Marke, wegen der beschränkenden Auswirkungen der geltenden nationalen Rechtsvorschriften auf den freien Verkehr von Bitter Campari zwischen den Mitgliedstaaten und aufgrund der Tatsache, daß die Ausfuhren der Bitter-Campari-Hersteller oder ihrer Kunden hauptsächlich vom Willen der Hersteller selbst abhängen, ist es angezeigt, daß die Kommission zu gegebener Zeit die Entwicklung des Marktes der betreffenden Erzeugnisse in Folge der geänderten Vereinbarungen prüft. Daher ist Campari-Milano und jedem ihrer Lizenznehmer gemäß Artikel 8 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17 zur Auflage zu machen, daß sie der Kommission ab 15. Dezember 1978 einen Jahresbericht mit allen notwendigen Angaben zur Würdigung der Anwendung der betreffenden Vereinbarungen, insbesondere unter dem Gesichtspunkt des freien Verkehrs von Bitter Campari innerhalb der EWG, übersenden. Dies gilt insbesondere für die Exporte innerhalb der Gemeinschaft.

Außerdem sind Vorkehrungen zu treffen, damit die Kommission über die aufgrund der Schiedsklausel erlassenen Urteile unterrichtet wird, da mit ihnen die Gefahr einer Auslegung der Verträge verbunden ist, die der vorliegenden Entscheidung nicht Rechnung trägt und die Kommission veranlassen könnte, diese zu ändern. Das Schiedsverfahren birgt in stärkerem Maße als das übliche Gerichtsverfahren die Gefahr einer Auslegung der Verträge in sich, die die Grenzen der Freistellung überschreitet, vor allem wenn die Schiedsrichter — wie im vorliegenden Falle — als gütliche Schlichter nicht gehalten sind, das materielle Recht anzuwenden. Außerdem ist die Überprüfung eines Schiedsspruchs auf seine Vereinbarkeit mit den Artikeln 85 und 86 als den Grundelementen der öffentlichen Ordnung der EWG in den Drittländern nicht gewährleistet —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Artikel 85 Absatz 1 des Vertrages zur Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft wird gemäß Artikel 85 Absatz 3 für nicht anwendbar erklärt auf die am 1. November 1977 geänderten Markenlizenzverträge, die die Gesellschaft Davide Campari-Milano S.p.A. in Mailand am 19. September 1957 mit der Gesellschaft Ognibeni & Co., Amsterdam, am 1. Januar 1960 mit dem Unternehmen Hans Prang, Hamburg, am 8. Januar 1962 mit der Gesellschaft Soval — heute Campari-France S.A. —, Nanterre, am 11. Oktober 1962 mit der Gesellschaft Sovinac S.A., Brüssel, und am 14. April 1966 mit der Gesellschaft Johs. M. Klein & Co., Kopenhagen, geschlossen hat.

Artikel 2

Diese Entscheidung gilt mit Wirkung vom 1. November 1977 bis zum 1. November 1986.

Artikel 3

Die vorgenannten Unternehmen teilen der Kommission unverzüglich jeden aufgrund der Schiedsklausel erlassenen Schiedsspruch mit. Außerdem legen sie der Kommission jährlich ab 15. Dezember 1978 Berichte vor über:

1. den Umfang ihrer Exporte von Bitter Campari innerhalb der EWG;
2. jede Weigerung:
   a) zur Ausfuhr innerhalb der EWG bestimmten Bestellungen von Bitter Campari nachzukommen,
   b) die Erstattung der Steuer in Übereinstimmung mit den von einem Campari-Erzeugnisse innerhalb der EWG exportierenden Kunden beigebrachten Bescheinigungen zu erwirken.

Artikel 4

Das Verbot des Artikels 85 Absatz 1 gilt nicht für die Fassungen der Lizenzverträge, die die Gesellschaft Davide Campari-Milano mit der Gesellschaft Ognibeni & Co., dem Unternehmen Hans Prang, der Gesellschaft Soval — heute Campari-France S.A. —, der Gesellschaft Sovinac S.A. und der Gesellschaft Johs. M. Klein & Co. geschlossen hat und die vor dem in Artikel 2 angegebenen Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Entscheidung bestanden haben.

Artikel 5

Die vorliegende Entscheidung ist an die nachstehenden Unternehmen gerichtet:

— Davide Campari-Milano S.p.A., Mailand (Italien),
— Ognibeni & Co., Amsterdam (Niederlande),
— Hans Prang, Hamburg (Deutschland),
— Campari-France S.A., Nanterre (Frankreich),
— Sovinac S.A., Bruxelles (Belgien),
— Johs. M. Klein & Co., Kopenhagen (Dänemark).

Brüssel, den 23. Dezember 1977

Für die Kommission

Raymond VOUEL

Mitglied der Kommission