

## Kartellrecht Moot Court 2022

### Fragen und Antworten zum Sachverhalt<sup>1</sup>

#### A. Fragen zu Marktanteilen

A.1. RZ 12: "Gemessen am Gesamtmarkt für Bio-Lebensmittel liegt der gemeinsame Marktanteil von A Saftl'l und Chiaras Chick bei etwa 5%." → Welche Produkte sind da inkludiert - alle BIO-Lebensmittel?

Ja, hierunter sind alle Bio-Lebensmittel zu verstehen, inkl Bio-Getränke.

A.2. Sind im Gegensatz dazu in RZ 29 unter "Bio-Produkte" lediglich Bio-Lebensmittel oder alle Bio-Produkte (inkl. Non-Food-Artikel) zu verstehen?

Hierunter sind auch Non-Food-Artikel zu verstehen.

A.3. RZ 11: "Marktführer sind Run mit 22%..." und RZ 11 aE: "... im Bereich der Bio-Säfte sind Run Bio (28%) ..." → Ist "Run Bio" die Bio Schiene von "Run"?

Korrekt, Run Bio ist die Bio-Linie von Run.

A.4. Wächst der Marktanteil sowie die Beliebtheit von A Cick ebenfalls in ganz Österreich oder nur in der Ostregion?

Die Säfte von A Cick werden bis dato nur in die Ostregion geliefert, eine Ausweitung soll aber erfolgen. Die Marktanteile in RZ 11 des Sachverhalts (vgl Frage A.3 oben) beziehen sich hingegen auf ganz Österreich (und beziehen alle konsumierten Fruchtsäfte von A Saftl und Chiaras Cick ein, nicht nur die über A Cick vertriebenen).

A.5. Gemäß RZ 12 des Sachverhalts beträgt der gemeinsame Marktanteil von „A Saftl“ und „Chiaras Cick“ im Bereich Bio-Lebensmittel 5%. Gemäß RZ 11 beträgt der Marktanteil von „A Saftl“ und „Chiaras Cick“ in Österreich im Bereich „konsumierter Fruchtsäfte“ 15%; im Bereich der Bio-Getränke beläuft sich der gemeinsame Marktanteil hingegen auf 35%. Wie hoch ist der

---

<sup>1</sup> Soweit im Folgenden Berufsgruppen- und/oder Personenbezeichnungen Verwendung finden, so ist auch stets die jeweils weibliche Form inkludiert.

Marktanteil von „A Saft!“, „Chiaras Cick“ sowie ihrer wesentlichen Mitbewerber in den Bereichen

- a) nicht-karbonisierte Softdrinks (einschließlich 100%ige Fruchtsäfte, Fruchtsäfte aus Konzentrat und nicht aus Konzentrat hergestellte Fruchtsäfte, Saftgetränke und Nektare, die einen Saftgehalt von mindestens 25% haben, stille Getränke (d.h. nicht-karbonisierte Getränke mit Frucht- oder Nicht-Fruchtgeschmack, im Falle von Fruchtgeschmack mit einem Fruchtgehalt von weniger als 25%), Ready-to-Drink-Tees ohne Kohlensäure, abgepacktes Wasser und „Sonstige“ – dazu zählen: Energydrinks, Sportgetränke und Limonaden) und
- b) biologisch hergestellte, nicht-karbonisierte Softdrinks.

Vgl. Rz. 11 und 12: Die Marktanteile der „konsumierten Fruchtsäfte“ entsprechen den nicht-karbonisierten Softdrinks, die Marktanteile für „Bio-Säfte“ den biologisch hergestellten, nicht-karbonisierten Softdrinks.

## **B. Fragen zur Intermarkt AG**

B.1. Wie hoch ist der Anteil an Bio-Produkten im Sortiment der Intermarkt AG?

Der Anteil an Bio-Produkten im Sortiment der Intermarkt AG liegt bei aktuell knapp 15% (der Anteil ist in den letzten Jahren stark gestiegen und lag etwa im Jahr 2018 bei nur knapp 8%).

B.2. Wie viel Prozent der Bio Produzenten der „wir sind bio“ Initiative beliefern Intermarkt bzw haben Intermarkt beliefert?

Etwa 40% der Produzenten der wir sind bio-Initiative haben Intermarkt im Jahr 2021 beliefert.

B.3. Wie viel Umsatz in EUR macht der Vertrieb von Bio-Lebensmitteln (sowohl online als stationär vor Ort) der Intermarkt im Jahr 2021 aus?

Der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln betrug im Jahr 2021 ca 2,7 Mrd. EUR (davon ca 0,4 Mrd. EUR über den online-Vertrieb).

## **C. Fragen zu Suchmaschine „check your bio“**

C.1. Gemäß Rz 33 des Sachverhalts generiert die Suchmaschine „check your bio“ einen Datenpool, der Rückschlüsse auf das Einkaufsverhalten der Konsumenten zulässt. Werden die von der Suchmaschine generierten Daten in weiterer Folge auch vom Gemeinschaftsunternehmen bzw Anton und Chiara tatsächlich verwertet? Wenn ja, wofür?

Aktuell werden ausschließlich die Standortdaten der Konsumenten verwendet, um ihnen Supermärkte/Bio-Produzenten in der Nähe vorzuschlagen sowie die eingegebenen Daten, um

die Suche zu verfeinern (vgl C.7). Diese Daten werden jedoch bis dato nicht weiter ausgewertet oder verwendet.

- C.2. Handelt es sich bei den Informationen, welche über „check your bio“ aufgerufen werden können ausschließlich um etwaige (vom Index) erfasste Webseiten, welche über die Eingabe eines Suchbegriffes gefunden werden können oder sind bereits in die Webseite „check your bio“ bestimmte Inhalte eingebettet und darüber direkt per Mausklick zu erreichen?

Die Webseite enthält eingebettete Inhalte, die direkt per Mausklick erreicht werden können (zB die Rankings, Informationen zu Nachhaltigkeit, Vergleich von Produkten...) und stellt zusätzlich noch Links zu externen Webseiten bereit.

- C.3. Wie viele Onlinekäufer lassen sich in ihren Kaufentscheidungen durch das Ranking von „check your bio“ beeinflussen?

Dies lässt sich – mangels Studien – nicht abschließend beantworten. Beobachtet werden kann lediglich ein vermehrtes Aufrufen der Webseite sowie ein allgemeiner Trend zum vermehrten Kauf von Bio-Produkten und dem Einkauf bei regionalen Händlern.

- C.4. Gibt es neben „check your bio“ auch andere Rankings, die Händler von Bio-Produkten mit Blick auf ihre Nachhaltigkeitskonzepte, Sortiment an Bio-Produkten, Abfallmanagement, Logistik und Transportsystem bewerten?

Es gibt diverse Ankündigungen (u.a. von Google selbst), wonach vergleichbare Rankings verfügbar gemacht werden sollen. Eine derart umfassende Reihung anhand verschiedenster Kriterien stellt aktuell jedoch nur check your bio zur Verfügung.

- C.5. RZ 29-33: Wird der Algorithmus aus reinen öffentlichen Informationen und aus „wir sind bio“ - Mitgliedern eingespeisten Daten gefüttert, oder werden noch zusätzlich Daten aus Menschenhand, zB Anton, Chiara, Tina etc (im Nachhinein) „manipuliert“?

Die Daten werden lediglich eingespeist, aber nicht im Nachhinein manipuliert.

- C.6. Wird die Website check your bio auch aus dem Ausland abgerufen, bejahendenfalls wie viel Prozent der „Abrufer“ sind dies?

Die Webseite wird auch im Ausland abgerufen, allerdings in vernachlässigbarer Anzahl, da zunächst nur in Österreich aktive Unternehmen gelistet werden.

- C.7. Welche Art von Daten haben die Kunden in check your bio eingegeben? (Randziffer 29)

Es werden Daten von den Mitgliedern von wir sind bio sowie aus öffentlichen Quellen eingespeist, die für die Rankingkriterien von Relevanz sind: zB Informationen zu Nachhaltigkeitskonzepten, Informationen zu Bio-Sortiment (Anzahl, Umsatz [soweit

bekannt],...), Informationen zum Abfallmanagement und Transport, Informationen zur Unternehmensstrategie und laufenden Aktionen,...

Die Kunden geben ihre Standortdaten ein und können freiwillig durch Angaben zu ihrem Kaufverhalten (zB wie oft gehen Sie einkaufen, wie wichtig ist Ihnen Nachhaltigkeit/Regionalität/...) ihre Suche verfeinern und personalisieren.

C.8. Die Mitglieder bewerten sich selbst? Welche Regeln und Kontrollen gibt es für die Bewertung? (Randziffern 28 und 30)

Die Bewertung erfolgt ausschließlich anhand der eingespeisten Daten, die nachvollziehbar sein müssen (etwa belegbar durch Dokumente der jeweiligen Unternehmen oder verifizierbare öffentliche Quellen). Darüber hinaus erfolgt keine gesonderte Kontrolle.

C.9. Handelt es sich bei jenen Parteien, die ihre Kooperationen mit Intermarkt liefert beendet haben um Empfängern des "check your Bio" Informationsschreibens? (Randziffer 31)

Sämtliche Mitglieder der wir sind bio-Initiative haben das Informationsschreiben erhalten. Ob sie es tatsächlich gelesen haben oder dieses die Grundlage für ihre Entscheidung bildet, kann nicht überprüft werden.

Es haben ua Produzenten, die Teil der wir sind bio-Initiative sind, ihre Kooperation mit Intermarkt beendet.

C.10. Hebt sich Check your bio durch besondere Funktionen von Google ab? (Randziffer 33)

Check your bio hebt sich durch die Rankings und personalisierbare Suche (vgl C.7.) davon ab.

#### **D. Fragen zu A Cick**

D.1. Gibt A Cick die Preise bei Verhandlungen mit den Gemeinschaftsunternehmen vor bzw. wird ein Mindestpreis verlangt?

A Cick verhandelt die Preise.

D.2. Welche anderen Konditionen werden dabei verhandelt bzw. gibt es positive Anreize dazu?

Konditionen sind zB Zahlungs- und Lieferfristen, aber auch Mindestabnahmemengen. Sie haben keine Informationen zu marktunüblichen Konditionen, die ausbedungen werden.

D.3. Kooperiert A Cick mit ganz Österreich oder bezieht sich der Verkauf sowie die Lieferung nur auf die Ostregion?

Aktuell wird nur die Ostregion beliefert, eine Ausweitung wird aber geplant (vgl. Rz 27 und A.4.).

D.4. Ist „A Cick“ für den Vertrieb ausschließlich jener Produkte zuständig, welche über den Lieferservice abgesetzt werden oder für die logistische Abwicklung der Lieferungen über alle Vertriebskanäle (stationärer Handel, Gastronomie...)?

[A Cick wickelt die gesamte Logistik ab.](#)

D.5. Kann man davon ausgehen, dass sich aufgrund der gemeinschaftlichen Tätigkeit der A Cick, welche zahlreiche Synergievorteile mit sich bringt, auf dem relevanten Markt direkt oder indirekte Preisvorteile für Konsumenten ergeben?

[Ob es zu einer Weitergabe von Effizienzen kommt, hängt von der Natur der Synergieeffekte und von den Marktcharakteristika ab.](#)

D.6. Randziffer 26 des Sachverhalts entnehmen wir, dass das Gemeinschaftsunternehmen mit Supermarktketten und Horeca-Kunden die Preise sowie die allgemeinen Konditionen für den Verkauf der Produkte zur „besseren Abwicklung“ verhandelt. Welche Vorteile sind unter „besserer Abwicklung“ zu verstehen?

[Vgl. Rz 25.](#)

## **E. Fragen zum Forum „wir sind bio“**

E.1. Ist das Forum „wir sind bio“ öffentlich zugänglich oder handelt es sich um eine geschlossene Gruppe, deren Inhalte nur jene Bio-Produzenten einsehen können, welche aus dem Sachverhalt als Mitglieder hervorgehen?

[Das Forum ist nur für Mitglieder der wir sind bio-Initiative zugänglich.](#)

E.2. Findet der Austausch ausschließlich über das Forum „wir sind bio“ statt, also in einer Weise, die mit dem Kommunizieren über einen Nachrichtendienst vergleichbar ist oder finden sich alle Mitglieder doch ab und an, wenn auch virtuell, zusammen? (bezogen auf 17.: „weder regelmäßiger noch institutionalisierter Austausch“)

[Einzelne Mitglieder tauschen sich untereinander aus \(vgl zB Rz 9\), dies wird aber nicht von wir sind bio initiiert oder organisiert. Ebenso finden keine von wir sind bio organisierten Treffen aller Mitglieder statt.](#)

E.3. Wie wichtig sind die eingespeisten Daten der Mitglieder von “wir sind bio” für das Ranking?

[Der weitaus überwiegende Teil der Daten kommt aus öffentlich zugänglichen \(wenn auch ua zahlungspflichtigen\) Quellen. Die Daten der Mitglieder spielen demnach quantitativ eine untergeordnete Rolle.](#)

E.4. Ist öffentlich bekannt, welche Daten die Mitglieder von "wir sind bio" dem Ranking zur Verfügung stellen?

Nein, es wird nicht gesondert ausgewiesen, auf welche konkreten Daten sich ein bestimmtes Ergebnis/eine Information gründet, sondern lediglich allgemein die Quellen angegeben.

## F. Weitere Fragen

F.1. RZ 13: "Auch Mario ist auf die beiden aufmerksam geworden und will die Produkte in das Sortiment von Intermarkt liefert aufnehmen" → wer ist hier genau gemeint? Inter kommt oder B-Markt liefert bzw eine Fusion (die uns (noch) unbekannt ist)?

Korrekt, „Intermarkt liefert“ muss hier durch „Inter kommt“ ersetzt werden.

F.2. Bezogen auf das Wirtschaften mit kleinen Mengen und Privatkunden: Treten C und A hier eigenständig am Markt gegenüber diesen Parteien auf? (Randziffer 26)

Korrekt, A Saff'l und Chiaras Cick treten in diesem Bereich eigenständig auf.

F.3. Würden bei einem Preisanstieg bei Obstsaften um 10%, so viele Käufer auf Fruchtlimonaden umsteigen, dass sich ein Preisanstieg bei Obstsaften nicht mehr lohnt und umgekehrt?

Es liegen Ihnen hierzu keine belastbaren Informationen vor.

## G. Fragen zur Aufgabenstellung

G.1. Frage zur Aufgabenstellung der Antragsgegnerin: Ist die Aufgabenstellung so zu verstehen, dass die Antragsgegnerin „Gegenanträge“ stellen soll (obwohl dies nach unserem Verständnis in der Praxis unüblich ist?)

Die Antragsgegnerin ist dazu aufgefordert sämtliche Vorbringen zu erstatten, die Sie als für Ihre Rechtsposition vorteilhaft ansieht.