

Kartellrecht Moot Court

Fragen und Antworten zum Sachverhalt¹

Ergänzungen und Klarstellungen des Sachverhalts

- Zu Rz 5 b) erfolgt folgende Ergänzung bzw. Anpassung: *"Mit Stand März 2016 wurden 420 derartige Verträge abgeschlossen, zu überwiegendem Teil mit Tankstellen der Presto-Kette, die österreichweit 305 von 2.622 Tankstellen betreibt. **Von den 420 Verträgen wurden 35 mit Tankstellen auf Autobahnen und Schnellstraßen abgeschlossen (Gesamtzahl österreichweit: 107²).**"*
- Zu Rz 6 erfolgt folgende Ergänzung bzw. Anpassung: *"Seit September 2015 bietet Caspers sämtlichen Tankstellenketten, die Tankstellenshops selbst betreiben (also keine "Kleinformaten" von LEH-Unternehmen, ca 50% der Tankstellenshops österreichweit) Category Management Vereinbarungen für die Produktbereiche Kaffeegetränke und Energydrinks an. **Mit Stand März 2016 wurden 90 derartige Verträge mit Tankstellen abgeschlossen, 30 davon mit Tankstellen auf Autobahnen und Schnellstraßen, bei denen es sich um Franchisenehmer der Kette "Öral" handelt, an der Caspers zu 50% beteiligt ist.**"*
- Zu Rz 9 erfolgt folgende Ergänzung bzw. Anpassung: *"Die meisten Automaten kommen in Bahnhöfen, Flughäfen, Ämtern und Autobahnraststationen zum Einsatz. Die Marktanteile von Mocca Masters für **Kaffeeautomaten** im öffentlichen Raum belaufen sich auf ca 15%, **im Bereich von Tankstellenshops insgesamt auf ca 20% (ebenso im Bereich von Tankstellen auf Autobahnen und Schnellstraßen).**"*
- Berichtigung: Bei den in Rz 5 und 9 beschriebenen Kaffeeautomaten handelt es sich nicht um Tischgeräte (gängig als "Kaffeevollautomaten" bezeichnet), sondern um Kaffeestandautomaten.

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

² http://www.arboe.at/fileadmin/uploads/ARBOE/kat/reise/tanken_rasten_2012.pdf

1) zu Punkt 5.b: Wie hoch ist die durchschnittlich vereinbarte Kaffee - Mindestabnahmemenge der Vertragspartner von Caspers?

Die individuell vereinbarten Kaffee-Mindestabnahmemengen werden von Caspers auf der Grundlage der von den jeweiligen Vertragspartnern mitgeteilten Erfahrungswerte und der von Caspers prognostizierten Umsatzentwicklung berechnet.

2) zu Punkt 6: Wie viele der Tankstellenshops, welchen von Caspers die Category Management Vereinbarung angeboten wurde, haben diese auch tatsächlich abgeschlossen?

Siehe Ergänzungen des Sachverhalts.

3) zu Punkt 6: Wie hoch sind die umsatzbezogenen Marktanteile von Caspers beim Verkauf von Kaffeegetränken und Energydrinks an Convenience Shops sowie die Marktanteile der von Caspers mit diesen Produkten belieferten Tankstellenshops (Einkaufsmarkt)?

Die umsatzbezogenen Marktanteile von Caspers in Convenience Shops sind (sowohl für den Verkauf von Kaffeegetränken als auch für Energydrinks) geringfügig geringer als jene im LEH. Sie verfügen über keine genauen Umsatzzahlen für die einzelnen Segmente. Kaffeebohnen, gemahlener Kaffee und KaffEEKapseln werden nur im LEH vertrieben. Die Marktanteile der belieferten Tankstellen auf dem Nachfragemarkt für Kaffeegetränke und Energydrinks sind Ihnen nicht bekannt.

4) zu Punkt 6: Hat Caspers alleinige Kontrolle über die Öral-Kette?

Neben Caspers sind an "Öral" mit jeweils 15% die Finanzinvestoren "Schwarzkiesel" und "KKÖ und Permirö" und mit 20% der Mineralölkonzern "ÖLAG" beteiligt. Es bestehen zwischen den Gesellschaftern keine Syndikatsverträge oder andere Vereinbarungen. Weder Schwarzkiesel noch KKÖ/Permirö oder ÖLAG haben Einfluss auf die Unternehmensleitung bzw auf den Geschäftsplan. Die weiteren Gesellschafter greifen zudem nicht in die operative Geschäftsführung ein, sondern begnügen sich mit den (erhofften) Gewinnausschüttungen. Lediglich bei großen Investitionen sind die weiteren Gesellschafter anzuhören. Entscheiden sich diese gegen die Investition, hat Caspers jedoch das Letztentscheidungsrecht.

5) zu Punkt 9: Wie viel Marktanteil hat Caspers hinsichtlich Kaffeevollautomaten im öffentlichen Raum sowie im Bereich von Autobahnraststationen (inkl. Tankstellenshops)?

Siehe Ergänzungen des Sachverhalts.

6) Schließt "Caspers Coffee PLC" oder das Tochterunternehmen "Caspers Coffee Österreich GmbH" die Verträge ab?

Die Verträge werden von der Caspers Coffee Österreich GmbH abgeschlossen.

7) Schließt "Booster Drinks" mit Sitz in Deutschland oder das Tochterunternehmen "Booster Drinks Österreich GmbH" die Verträge ab?

Die Verträge werden von der Booster Drinks Österreich GmbH abgeschlossen.

8) Beziehen sich die – in Sachverhaltspunkt 4. – angegebenen Marktanteile von Caspers auf den österreichischen LEH (wie wir annehmen), oder den LEH weltweit? Hintergrund der Frage ist, dass im Text Caspers Coffee PLC mit Sitz in den USA als ("Caspers") und Caspers Coffee Österreich GmbH als ("Caspers Österreich") definiert wird und in Punkt 4 der Marktanteil von "Caspers" genannt ist?

Die in Rz 4 angegebenen Marktanteile von Caspers beziehen sich auf den (Gesamt) österreichischen LEH.

9) Gehen wir richtig in der Annahme, dass unter Sachverhaltspunkt 13 der 3. Satz "Nach Ablauf der Frist könne Caspers [...]" richtigerweise heißen müsste "Nach Ablauf der Frist könne Booster [...]"?

Hierbei handelt es sich um ein Redaktionsversehen. Unter Rz 13 sollte der 3. Satz "Nach Ablauf der Frist könne Booster [...]" lauten.

10) Verstehen wir den Sachverhalt richtig, wenn wir annehmen, dass die umsatzbezogenen Marktanteile im Bereich gekühlter Kaffeegetränke von 20%, diese 20% weiter in einen %-Anteil von Premium und in einen %-Anteil von Middle Segment unterteilt werden kann, sodass ich die 20% auf diese zwei Kriterien aufteilen muss? (vgl. Punkt 3. und 4., Seite 1).

Die umsatzbezogenen Marktanteile im Bereich gekühlter Kaffeegetränke in Höhe von 20% (Rz 4) beziehen sich auf den Gesamtumsatz mit gekühlten Kaffeegetränken sämtlicher Preisniveaus. Sie verfügen über keine genauen Umsatzzahlen für die einzelnen Segmente.

11) Zu welchem Datum liegen die in Punkt 4. (Seite 1) genannten umsatzbezogenen Marktanteile vor, sodass wir den Sachverhalt richtig verstehen, wenn durch das Aufstellen der Kaffeeautomaten seitens von Caspers im März 2015 sich der Marktanteil verändert und sich die Marktanteile im September 2015 durch die Vertreibung der Premiumprodukte in Tankstellenshops (vgl. Punkt 6., Seite 3) wiederum verändert?

Die umsatzbezogenen Marktanteile im Bereich gekühlter Kaffeegetränke in Höhe von 20% (Rz 4) beziehen sich auf das Jahr 2015. Ob bzw inwieweit sich die Marktanteile durch den 2015 eingeleiteten Vertrieb von Premiumprodukte in Tankstellenshops (Rz 6) verändert haben ist Ihnen nicht bekannt.

12) Verstehen wir den Sachverhalt richtig, wenn wir annehmen, dass man die Möglichkeit der Kündigung binnen der 5 Jahre Vertragsbindung hat, sodass ich binnen dieser 5 Jahresfrist inkl. einmonatiger Kündigungsfrist nur unter Pönalzahlungen kündigen kann und im Falle einer Verlängerung wiederum eine Befristung von 5 Jahren eintritt oder dies auf unbestimmte Zeit unter ordentlicher Kündigung weiterläuft?

Binnen der 5 Jahre Vertragsbindung zieht die Kündigung unter Einhaltung der Kündigungsfrist zusätzliche Kosten nach sich (Rz 5 b)). Sind nach Ablauf der 5 Jahre die Mindestabnahmemengen erreicht, läuft der Vertrag grds aus und der Kaffeestandautomat wird auf Kosten von Caspers zurückgenommen. Der Vertrag kann jedoch mit einer neuerlichen 5 jährigen Vertragsbindung (und neu zu bestimmender Mindestabnahmemenge) verlängert werden. Unbefristete Verträge sind jedenfalls nicht vorgesehen.

13) Welche Produkte bezeichnet konkret der Category Captain als flagship products, also welche konkrete Arten von Produkten sind dies? Sind dies nur Kaffeeprodukte und wenn ja welche?

"Flagship products" sind jene Produkte, die aufgrund ihres Markenimages besonders geeignet sind, Kunden zu Impulskäufen anzuregen.

14) Seite 2 Punkt 5a: was konkret sind normale Kaffeegetränke?

Unter den in Rz 5 a) genannten "normalen Kaffeegetränken" sind heiße, für Kaffeemaschinen typische Kaffeegetränke zu verstehen.

15) Ad 4/5) wie hoch sind die jeweiligen umsatzbezogenen Marktanteile von Caspers in den Convenience Shops in den einzelnen Produktbereichen, namentlich gekühlter Kaffee im Premium Segment, gekühlter Kaffee im Middle Segment, Kaffee und Energydrinks, vor dem neuen Angebot 2015 und wie hoch sind diese mit Stand März 2016?

Die umsatzbezogenen Marktanteile von Caspers in Convenience Shops sind (sowohl für den Verkauf von gekühlten Kaffeegetränken als auch für Energydrinks) geringfügig geringer als jene im LEH. Sie verfügen über keine genauen Umsatzzahlen für die einzelnen Segmente. Kaffeebohnen, gemahlener Kaffee und Kaffeekapseln werden nur im LEH vertrieben. Ob bzw inwieweit sich die Marktanteile durch den 2015 eingeleiteten Vertrieb von Premiumprodukte in Tankstellenshops (Rz 6) verändert haben ist Ihnen nicht bekannt.

16) Ad 5b) wie sieht der Inhalt dieser bilateralen Vereinbarungen aus (Laufzeit, allfällige Pönalen, Kündigungsmöglichkeiten) und wenden sie die Pflicht zur Bezahlung der Abnutzungsgebühr und Abholungspauschale zur Gänze ab bzw unter welchen Voraussetzungen tun sie das?

Die Vereinbarung beinhaltet keine Pönalen, sondern bestimmt nur für den Fall der Kündigung vor Ablauf der Frist bzw für den Fall, dass die Kaffee-Mindestabnahmemenge nach Ablauf der Frist nicht erreicht wurde, eine Abholungspauschale und Abnützungsgebühr. Die Abholungspauschale fällt stets zur Gänze an, die Abnützungsgebühr fällt für jedes abgeschlossene Nutzungsjahr an.

17) Ad 5a) welche Auswirkungen hat ein Verstoß gegen die Verpflichtungen keine anderen Kaffeemaschinen in den Tankstellen-Shops aufzustellen und ausschließlich ausgewählte Kaffeebohnen von Caspers zu verwenden?

Die Vereinbarung beinhaltet keine Bestimmung über die Folgen eines Verstoßes gegen diese Verpflichtung.

18) Ad 5) anhand welcher Kriterien wird die Mindestabsatzmenge bestimmt bzw wie viel Einfluss hat die/der Tankstellenbetreiber. In tatsächlich auf die festgesetzte Menge?

Die individuell vereinbarten Kaffee-Mindestabnahmemengen werden von Caspers auf der Grundlage der von den jeweiligen Vertragspartnern mitgeteilten Erfahrungswerte und der von Caspers prognostizierten Umsatzentwicklung berechnet.

19) Ad 6) wieviele Shops haben Category Management Vereinbarungen abgeschlossen bzw wie haben sich diese Vereinbarungen und die Verträge mit den Tankstellenshops auf die Stellung (Marktanteile/Umsätze) von Boosters und Mocca Masters ausgewirkt?

Siehe Ergänzungen des Sachverhalts.

20) Zum Punkt 5: Im Sachverhalt wird beschrieben, dass Caspers unentgeltlich Kaffeevollautomaten zur Verfügung stellt, wobei nicht erwähnt wird, wie viel Autonomie dem Betreiber des Geschäfts im Bezug auf diverse Entscheidungen (z.B. Preis, Abfüllmenge, etc) zugestanden wird.

Den Vertragspartnern steht es grundsätzlich frei den Preis der einzelnen Getränke der Kaffeautomaten zu bestimmen. Für das Category Management wird auf Punkt 7a (§ 2) verwiesen. Hinsichtlich der Abfüllmengen ist zu sagen, dass es aus technischen Gründen nicht möglich ist, die vorgegebenen Abfüllmengen der Kaffeestandardautomaten zu ändern.

21) Zum Punkt 5: Existieren hinsichtlich der Convenience Shops, die von Caspers beliefert werden, Umsatzzahlen oder generelle Informationen, welche eine Berechnung der Marktanteile von Caspers auf diesem Markt erahnen lässt.

Die umsatzbezogenen Marktanteile von Caspers in Convenience Shops sind (sowohl für den Verkauf von Kaffeegetränken als auch für Energydrinks) geringfügig geringer als jene

im LEH. Sie verfügen über keine genauen Umsatzzahlen für die einzelnen Segmente. Kaffeebohnen, gemahlener Kaffee und Kaffeekapseln werden nur im LEH vertrieben.

22) Aus dem Sachverhalt wird nicht ersichtlich ob ausschließlich kartellrechtliche Überlegung angestellt werden sollen, oder auch darüberhinausgehende Überlegung, insb zum UWG.

Es sollen ausschließlich kartellrechtliche Überlegungen angestellt werden.

23) Es ist nicht ersichtlich inwieweit das BWG im Sachverhalt eine Rolle spielt. Unter Punkt 14 wird lediglich erwähnt, dass Boosters einen Antrag beim Kartellgericht vorbereitet, aber nicht gesagt, ob auch Ermittlungen durch das BWG eingeleitet werden. Die Frage ist deshalb von Bedeutung, weil wir uns fragen welche verfahrensrechtliche Grundlage beim zu erwartenden Prozess relevant ist.

Die Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) ermittelt hinsichtlich des gegenständlichen Sachverhaltes nicht und es kann davon ausgegangen werden, dass die BWB auch künftig keine wie auch immer gestalteten Verfahrenshandlungen setzen wird.

24) Zum Punkt 15: Es wird im Sachverhalt gefordert, dass wir auf mögliche Gegenäußerungen von Boosters eingehen sollen. Es erscheint uns aber unbillig, wenn Boosters seine Standpunkte ohne Berücksichtigung unserer hypothetischen Standpunkte ausführlich darlegen darf, wir aber bei der Darlegung unserer Standpunkte durch die weitreichende Bezugnahme von möglichen Gegenpositionen deutlich eingeschränkt sind. Wir bitten hier um Chancengleichheit da jede Partei auf 15 Seiten limitiert ist.

Gemäß Punkt 15 ist Ihnen aufgetragen als Vertreter von Caspers eine Gegenäußerung (auf einen Antrag beim Kartellgericht durch Booster (vgl Rz 14)) vorzubereiten, in der auf die zu erwartenden Vorwürfe und Argumente seitens Booster, sowie etwaige Fragen im Zusammenhang mit einem allfälligen Sachverständigengutachten seitens Booster eingegangen werden soll. Als Vertreter können – aber müssen Sie nicht – etwaige Gegenargumente der Antragstellerseite bereits vorab entkräften, indem Sie deutlich machen, warum eine möglicherweise von der Antragstellerin vertretene Rechtsansicht unzutreffend ist.

25) Wie hoch sind die umsatzbezogenen Marktanteile am Markt für die Aufstellung von Kaffeautomaten in Tankstellenshops von Caspers und seinen drei größten Wettbewerbern?

Caspers war vor Beginn des in Rz 5 beschriebenen Vertriebs der neuen, exklusiven Kaffeestandautomaten in diesem Geschäftsbereich nicht tätig. Aus den Zahlen für das zweite Halbjahr 2015 würde sich ein geschätzter Marktanteil im Bereich Kaffeestandautomaten

für Autobahnraststationen (inkl Tankstellenshops) von ca 20% ergeben. Die Marktanteile weiterer Wettbewerber sind Ihnen nicht bekannt.

26) Wie hoch sind die umsatzbezogenen Marktanteile am Markt für den Verkauf von gekühlten Kaffeegetränken an Tankstellenshops von Caspers und seinen drei größten Wettbewerbern?

Die umsatzbezogenen Marktanteile von Caspers für den Verkauf von gekühlten Kaffeegetränken an Tankstellenshops sind geringfügig geringer als jene im LEH. Die Marktanteile weiterer Wettbewerber sind Ihnen nicht bekannt.

27) Wie hoch ist die durchschnittliche Überdeckung an Kaffee für Vollautomaten einer Tankstelle, die eine Vereinbarung mit Caspers hat?

Der durchschnittliche Kaffeeverbrauch der Tankstellen, die mit Caspers Vereinbarungen über die Kaffeeautomaten abgeschlossen haben, ist Ihnen nicht genauer bekannt.

28) Welche Daten erhält Caspers im Rahmen des Category Managements über Verkaufsstrategien von Mitbewerbern? Sind bei Caspers sog. „chinese walls“ zwischen jenen Mitarbeitern, welche Planungsleistungen für den Kunden erbringen, und der Marketingabteilung errichtet?

Die Category Management Vereinbarung enthält keine weiteren Konkretisierung bzgl der Informationspflicht gemäß § 4. Die interne Organisation bei Caspers ist Ihnen nicht bekannt.

29) In welchem Verhältnis stehen die durchschnittlichen jährlichen Kaffeebezugskosten der Vertragspartner Caspers zu der vereinbarten Zahlung iHv zumindest EUR 22.500 bei Nichterreichung der vereinbarten Menge nach Ablauf von 5 Jahren?

Die durchschnittlichen Kaffeebezugskosten der Tankstellen, die mit Caspers Vereinbarungen über die Kaffeestandautomaten abgeschlossen haben, sind Ihnen nicht bekannt.

30) Zu Punkt 5: Um welche Art von Kaffeevollautomaten handelt es sich? (Selbstbedienungsautomaten oder Vollautomaten welche typischerweise hinter der Theke platziert sind und zusätzliches Personal zur Bedienung benötigen)

Die im Sachverhalt beschriebenen Kaffeestandautomaten sind als Selbstbedienungsautomaten konzipiert.

31) Zu Punkt 6: Wie sind die Eigentumsverhältnisse von ÖRAL ausgestaltet?

Neben Caspers sind an "Öral" mit jeweils 15% die Finanzinvestoren "Schwarzkiessel" und "Mair Stangl" und mit 20% der Mineralölkonzern "ÖLAG" beteiligt.

32) Werden durch die CM Vereinbarung auch Fremdprodukte gemanagt, insb in Bezug auf die Preisempfehlung und die Auswahl der „flagship products“?

Im Rahmen der Category Management Vereinbarungen werden alle Produkte der Produktkategorien Kaffeegetränke und Energydrinks verwaltet, sohin auch Produkte, die nicht von Caspers hergestellt bzw geliefert werden.

33) Wie ist der Kaffeegetränke- und Kaffeevollautomaten-Markt in Österreich strukturiert, insbesondere in Bezug auf ähnliche Vereinbarungen wie die hier gegenständlichen?

Zur Struktur des Kaffeegetränke- und Kaffeeautomatenmarkts in Österreich können über die Angaben im Sachverhalt hinaus keine weiteren Informationen mitgeteilt werden.

34) Welche Auskunft geben Faktoren wie Bekanntheit der Marke, Intensität der Werbung, Preissensibilität der Kunden über die Positionierung von Caspers-Produkten auf dem Markt?

Casper Produkte werden als qualitativ hochwertige und moderne Markenprodukte auf dem Markt positioniert. Darüber hinaus sind Ihnen keine weiteren Informationen hinsichtlich des Marketings von Casper Produkten bekannt.