

Der Fall United Brands ./.. Kommission; „Chiquita Bananen“

Rs. 27/76 (United Brands ./.. Kommission; „Chiquita Bananen“), Urteil des Gerichtshofs vom 14.02.1978 – Slg. 1978, S. 207.

Zuletzt abgedruckt in: Pechstein, Entscheidungen des EuGH, Kommentierte Studienauswahl, 11. Auflage 2020, S. 870 (Fall-Nr. 258)

1. Vorbemerkung

Die Untersuchung einer marktbeherrschenden Stellung im Sinne von Art. 102 AEUV setzt zunächst die Ermittlung des „relevanten Marktes“ voraus. In der Entscheidung zur Rechtssache 27/76 entwickelte der EuGH Kriterien zu dessen Bestimmung. Danach ist der relevante Markt sowohl in räumlicher als auch in sachlicher Hinsicht abzugrenzen. Ein einheitlicher Produktmarkt für das fragliche Produkt besteht, wenn dieses (z. B. Bananen) nicht oder nur unter erschwerten Bedingungen gegen andere Produkte (z. B. Äpfel) austauschbar ist. Identische oder gleichartige Produkte sind immer Bestandteil desselben Marktes, während ähnliche Produkte (z. B. Butter und Margarine) nur dann demselben Markt angehören, wenn die Verbraucher ohne Weiteres von einem auf das andere Produkt ausweichen. In räumlicher Hinsicht sind alle Teilgebiete der Union einzubeziehen, in denen die fraglichen Produkte angeboten werden und die eine hinreichend homogene Struktur aufweisen. Dabei können sowohl rechtliche (z. B. handelsrechtliche Vorschriften) als auch tatsächliche Gesichtspunkte (z. B. Nachfrage, Angebotsdruck) herangezogen werden.

2. Sachverhalt

Die United Brands Company (UBC) wandte sich mit ihrer Klage gegen eine Entscheidung der Kommission, in der diese festgestellt hatte, dass UBC Zuwiderhandlungen gegen Art. 82 EG (jetzt: Art. 102 AEUV) begangen habe, und deshalb eine Geldbuße festsetzte. Unter anderem wurde UBC vorgeworfen, ihre Vertriebshändler und Reifereien angewiesen zu haben, UBC-Bananen nicht in grünem Zustand weiterzuverkaufen, und ihren Handelspartnern gegenüber ungleiche Preise für gleichwertige Leistungen angewandt zu haben. Der EuGH setzte die Geldbuße herab und wies die Klage im Übrigen ab.

3. Aus den Entscheidungsgründen

[10/11] Zur Beurteilung der Frage, ob UBC auf dem Markt für Bananen eine beherrschende Stellung innehat, ist dieser Markt sowohl im Hinblick auf das Produkt als auch in räumlicher Hinsicht abzugrenzen. Die Prüfung der Wettbewerbsmöglichkeiten hat nach Artikel 86 des Vertrages anhand der Eigenschaften

des relevanten Erzeugnisses und für einen abgegrenzten räumlichen Bereich zu erfolgen, in dem es vertrieben wird und in dem die Wettbewerbsbedingungen hinreichend homogen sind, um eine Einschätzung der wirtschaftlichen Macht des betroffenen Unternehmens zu ermöglichen.

Erster Abschnitt: Der Produktmarkt

[12] Hinsichtlich des Produktmarktes ist zunächst festzustellen, ob, wie die Klägerinnen meinen, Bananen ein integrierender Bestandteil des Marktes für Frischobst sind, weil sie für die Verbraucher in sinnvoller Weise mit anderen Sorten frischen Obstes wie Äpfeln, Apfelsinen, Weintrauben, Pfirsichen, Erdbeeren usw. austauschbar seien, oder ob der relevante Markt ausschließlich der Markt für Bananen ist, der sowohl Markenbananen als auch Bananen ohne Kennzeichnung umfaßt und einen hinreichend homogenen und von dem Markt für anderes frisches Obst abgegrenzten Markt darstellt.

(...)

[22] Damit die Banane als Gegenstand eines hinreichend abgesonderten Marktes angesehen werden kann, müssen ihre besonderen, sie von anderem frischen Obst unterscheidenden Eigenschaften so kennzeichnend sein, daß sie mit ihm nur geringfügig austauschbar und seinem Wettbewerb nur in wenig spürbarer Form ausgesetzt ist.

(...)

[34/35] All diese Überlegungen zeigen, daß eine große Zahl von Verbrauchern mit gleichbleibendem Bedarf an Bananen von dem Verbrauch dieses Erzeugnisses nicht in erheblicher oder auch nur spürbarer Weise dadurch abgehalten wird, daß anderes frisches Obst auf den Markt gelangt; sie zeigen ferner, daß sogar ein jahreszeitlich bedingtes Überangebot nur einen in zeitlicher Hinsicht mäßigen und im Hinblick auf die Austauschbarkeit sehr begrenzten Einfluß ausübt. So nach ist der Markt für Bananen ein von dem Markt für frisches Obst hinreichend abgesonderter Markt.

(...)

Zweiter Abschnitt: Der räumliche Markt

[44] Voraussetzung für die Anwendung von Artikel 86 auf ein Unternehmen mit beherrschender Stellung ist die eindeutige Abgrenzung des wesentlichen Teils des Gemeinsamen Marktes, auf dem dieses gegebenenfalls Mißbräuche, die einen wirksamen Wettbewerb verhindern, zu begehen in der Lage ist; in diesem Gebiet müssen sich die objektiven Wettbewerbsbedingungen bei dem relevanten Erzeugnis für alle Unternehmen gleichen.

(...)

[57] Aus all diesen Erwägungen folgt, daß für die Prüfung einer beherrschenden Stellung der Klägerinnen auf den von der Kommission abgegrenzten räumlichen Markt, der einen wesentlichen Teil des Gemeinsamen Marktes darstellt, als relevanten Markt abzustellen ist.