

Professor Dr. Peter Krebs

## 2. Übungsklausur im Wettbewerbsrecht – WS 2018/19

### Sachverhalt:

Der Milchpreis ist einer der Preise, der von den Verbrauchern als maßgeblich für die Preiswürdigkeit eines Einzelhandelsgeschäfts angesehen wird. Dies veranlasst die Einzelhandelsketten zu einem besonders scharfen Preiswettbewerb und zu einem hohen Preisdruck auf die zuliefernden, meist mittelständischen Molkereien.

Im Kampf um die größte Preiswürdigkeit zwischen A und B, senkt A seine Milchverkaufspreise um 10 Cent. B folgt kurzfristig später. Die Preise für die Molkereien und in der Folge auch für die Milchbauern sinken dadurch effektiv um etwa 5 Cent. Viele der Milchbauern geraten dadurch in wirtschaftliche Schwierigkeiten.

Der Bauernverband beschließt einen allgemeinen Milchboykott der deutschen Molkereien, dem etwa 70 % der Milchbauern folgen. Ziel ist es, höhere Preise für Milch gegenüber den Molkereien zu erzielen. Dabei ist klar, dass dies nicht ohne Mitwirkung der großen Einzelhandelsketten möglich ist, die den Molkereien weitgehend die Preise diktieren können. Zur Unterstützung finden auch Demonstrationen statt.

Die öffentliche Meinung und die Politik solidarisieren sich mit den Milchbauern. Die ersten drei Wochen zeigen sich A und B und die anderen Einzelhandelsketten dennoch unbeeindruckt. Nachdem die Milch knapp wird, beschaffen sich A und B in der dritten Woche die Milch verstärkt im Ausland. Am Ende der dritten Woche entschließt sich B, medienwirksam, eine Preiserhöhung für die Einkaufspreise gegenüber den Molkereien von 10 Cent pro Liter Milch und 20 Cent pro Packung Butter bekanntzugeben. In gleicher Höhe sollen auch die Verkaufspreise gegenüber den Verbrauchern steigen. Außerdem erklärt B, man werde die Molkereien bitten, die Ankaufpreise für die Milch um jeweils 10 Cent zu erhöhen.

Daher entschließt sich A, der ebenfalls die Ankaufpreise von Milch um 10 Cent und von Butter um 20 Cent erhöht, seine Lieferanten zu verpflichten, für jegliche Milchlieferungen der Bauern die Ankaufpreise um 10 Cent zu erhöhen. Ein Teil der Molkereien ist damit einverstanden, ein Teil wird gezwungen. Wenige Tage später kündigen auch die weiteren großen Einzelhandelsketten C, D und E, die mit A und B zusammen einen Marktanteil von 70 % haben, an, genauso oder ähnlich wie A vorzugehen. Dies schließt jeweils auch entsprechende Preiserhöhungen gegenüber den Endverbrauchern ein.

Sie sind Mitarbeiter im Bundeskartellamt.

Prüfen Sie alle im Sachverhalt beschriebenen Handlungen nach europäischem und soweit geboten, nach deutschem Wettbewerbsrecht.