Recht und Wirtschaft

Rudolf Winter Ebmer

Wettbewerbspolitik

economics
Volkswirtschaftslehre

JOHANNES KEPLER
UNIVERSITÄT LINZ

Problem

- Warum wollen wir Wettbewerb?
  - effiziente Methode, um gesellschaftliche Aktivitäten zu steuern
  - maximiert ökonomischen Mehrwert, der durch Produktion und Tausch geschaffen wird
  - führt zu niedrigen Preisen, höherer Menge, höherer Qualität
  - selbst-gesteuerter Prozess der Produktion und Verteilung von Gütern und Einkommen
- Innovationen, Patente, Marktabsprachen oder besonderer Erfolg einer Firma kann zur Aushöhlung der Konkurrenz führen

Wettbewerbstheorie

- Haben Unternehmen Marktmacht?
- Monopole und Oligopole können Ineffizienzen verursachen
- Wettbewerbspolitik und die Anzahl der Unternehmen: Schutz des Wettbewerbs vs. Schützen der Wettbewerber
- Marktmacht per se nicht schlecht: führt zu Anreizen zu investieren und innovieren
- Ex-ante und ex-post Überlegungen: ist zu befürchten, dass es zu Marktmacht kommt oder wird Marktmacht zum eigenen Vorteil ausgenutzt
- Ist ein freier Markteintritt genug, um die Marktmacht eines Monopolisten zu restringieren?
- Def. Wettbewerbspolitik: Poltik- und Gesetzesmaßnahmen, die dafür sorgen, dass die Konkurrenz auf den Märkten nicht so weit beschränkt ist, daß die Gesellschaft zu schaden kommt.

Aktivitäten der Wettbewerbspolitik

- Genehmigung von Firmenzusammenschlüssen, Fusionskontrolle
- Verbot des Missbrauchs marktbeherrschender Stellung
- Kartellverbot
- in EU: Kontrolle staatlicher Beihilfen

Perfekt funktionierende Märkte

- Voraussetzungen für einen vollkommenen Markt bei vollst. Konkurrenz
  - Homogenität des Gutes
  - Vollständige Information aller Marktteilnehmer
  - Keine Unteilbarkeiten in der Produktion (also Produktion auch in kleineren Mengen möglich)
  - Übereinstimmung individueller und gesellschaftlicher Nutzen und Kosten
  - Große Zahl von Anbietern und Nachfragern (keine Marktmacht)

Eigenschaften eines Marktgleichgewichtes

- Effiziente Mindestgröße eines Unternehmens: Preis muss so hoch sein, dass die Durchschnittskosten gedeckt sind (Grenzkosten = Durchschnittskosten
- Diese Mindestgröße kann in manchen Märkten sehr groß sein (relativ zur Nachfrage)
- In einem Markt bei vollständiger Konkurrenz haben Firmen keine Profite – über eine marktmässige Verzinsung des Eigenkapitals und die Entlohnung der Unternehmertätigkeit hinaus:
  - bedeutet nicht, dass Unternehmen keine buchhalterischen Gewinne machen
  - Unternehmen erwirtschaften eine Marktrendite der eingesetzten Vermögenswerte
  - Wenn Unternehmen unterschiedliche Produktionskosten haben, machen die infra-marginalen (günstigeren) Unternehmen positive Gewinne

Eigenschaften

- Unternehmen können zum geltenden Marktpreis so viel wie möglich verkaufen
- das potentielle Angebot von Unternehmen ist typischerweise klein relativ zur Marktgröße, aber es müssen nicht notwendigerweise viele Unternehmen im Markt tätig sein
- die Anzahl der Unternehmen in einem Markt ist kein perfekter Indikator für die Konkurrenzfähigkeit
- Wenn die Effiziente Mindestgröße groß ist in Relation zur Nachfrage, dann werden wenige Unternehmen im Markt sein

Ökonomische Wohlfahrt

- Summe aus Konsumentenrenten + Produzentenrenten
- Konsumentenrente: Differenz zwischen dem Marktwert (Preis) eines Gutes und seinem Nutzen — Konsumenten mit einer höheren Zahlungsbereitschaft als der Preis haben eine positive Konsumentenrente
- Produzentenrente: Differenz zwischen dem Marktwert (Preis) eines Gutes und seinen Herstellungskosten — Unternehmen mit niedrigeren Grenzkosten als der Preis haben eine positive Produzentenrente

Wohlfahrt in perfekt funktionierendem Markt

Summe aus Konsumentenrente und Produzentenrente ist maximal

Marktversagen

- Das Marktgleichgewicht bei vollständiger Konkurrenz dient als Referenzmodell, um gesetzliche oder wirtschaftspolitische Eingriffe zu rechtfertigen
  - Marktgleichgewicht existiert nicht oder ist instabil (nat. Monopol)
  - Marktmacht tritt auf
  - Externalitäten oder Informationsprobleme liegen vor

Marktmacht

- Fähigkeit einer Firma, Preise über ihren Grenzkosten anzusetzen
- in der Realität häufig anzutreffen
- Marktmacht hat negative Auswirkungen auf ökonomische Wohlfahrt

- Warum reduziert Marktmacht die ökonomische Wohlfahrt?
- Allokative, Produktive und Dynamische Ineffizienz reduziert

Effizienz

- Was ist Effizienz?
  es ist keine Umschichtung der verfügbaren Recources möglich, ohne jemanden schlechter zu stellen
- Allokative Effizienz
  Jeder Konsument/jede Konsumentin, der/die eine Zahlungsbereitschaft über den Grenzkosten hat, erhält ein Gut
- Produktive/technische Effizienz
  Produktionskosten werden minimiert. Im langfristigen Gleichgewicht wird zu minimalen Kosten produziert
- Dynamische (In-)Effizienz
  Innovationsanreize gehen verloren

Monopole und Kartelle als Probleme im Wettbewerb

- Adam Smith (1776)
- the monopolists, by keeping the market constantly understocked, by never fully supplying the effectual demand, sell their commodities much above the natural price.
- people of the same trade seldom meet together, even for merriment and diversion, but the conversation ends in a conspiracy against the public, or in some contrivance to raise prices.

- Kartelle (als (illegale) Firmenzusammenschlüsse) handeln wie ein Monopolist

Monopol

- Annahmen (simple Darstellung)
  Lineare Nachfragefunktion
  Konstante Grenzkosten der Produktion
- Perfekter Wettbewerb
  Preise sind gleich Grenzkosten
- Monopol
  Gewinn $G = pq - c$
  (Umsatz minus Kosten)
  Preis P_m maximiert Gewinn

Abwägung beim Monopol

Monopolist kann einen Punkt auf der Nachfragekurve wählen: er wird den mit höchstem Gewinn wählen.

Wohlfahrt im Monopol ist geringer

- Vergleich der Wohlfahrt zwischen Monopol und vollständiger Konkurrenz
  Preise über den Grenzkosten erhöhen die Wohlfahrt der Produzenten, senken aber die Wohlfahrt der Konsumenten
- Perfekter Wettbewerb
  Konsumentenrente = Op_cS
  Produzentenrente = 0
  Wohlfahrt = Op_cS
- Monopol
  Konsumentenrente = Op_mR
  Produzentenrente = p_mp_cTR
- Wohlfahrt = $Op_cTR < Op_cS$

Ineffizienz eines Monopols

Wohlfahrtsverluste

- Warum kann der Monopolist die Wohlfahrtsverluste nicht verringern?
  - Steigender Output hat fallende Preise zur Konsequenz
  - Jedem kann nur der gleiche Preis abverlangt werden, eine Preisdiskriminierung ist nicht möglich
  - Monopolist trifft seine Entscheidung nur auf Basis der Produzentenrente und nicht auf Basis der Konsumentenrente
  - Monopolist unterversorgt den Markt relativ zum Wettbewerb
- Verteilung: Marktmacht schiebt Wohlfahrt von Konsumenten zu Produzenten
- Interessenskonflikt zwischen Produzenten und Konsumenten
  Monopol -> Wettbewerb: die Gesamtwohlfahrt steigt; aber nicht alle verbessern sich
  Industrie wird für Protektion lobbyieren und die Konsumenten für mehr Wettbewerb
- Wohlfahrtsverluste auch bei Oligopol (wenige Firmen am Markt)

Anzahl der Unternehmen und Wohlfahrt

- Bedeuten mehr Unternehmen immer eine höhere Wohlfahrt?
  Mehr Unternehmen im Markt bedeutet eine Erhöhung der Wettbewerbsintensität
  Führt allerdings auch zu einer Duplikation der Fixkosten und damit zu einem Verlust an produktiver Effizienz
  Nettoeffekt nicht eindeutig
- Selektion von Unternehmen
  es gibt effiziente und weniger effiziente Unternehmen:
  wenn die ineffizienten Unternehmen aus dem Markt gedrängt werden, kann es zu niedrigeren Preisen – trotz einer geringerer Anzahl von Unternehmen im Markt kommen
- das Maximieren der Anzahl der Unternehmen im Markt ist keine wohlüberlegte Wettbewerbspolitik
  Wenn die Wohlfahrt der Standard für die Wettbewerbspolitik ist, dann sollte der Wettbewerb und nicht die Wettbewerber verteidigt werden!

Theorie zu freien Marktzutritt („contestable markets“)

- Freier Eintritt garantiert ein Maximum an Wohlfahrt, sogar wenn ein Monopolist tätig ist, weil Monopolist Preise nicht so hoch setzen kann
- es kommt zu keiner Duplikation von Fixkosten
- Mechanismus
  Konkurrent könnte den Markt übernehmen, aber auch schnell wieder raus aus dem Markt
  Drohender Eintritt lässt Monopolisten geringere Preise als die Monopolpreise verlangen

Marktmacht trotz freien Eintritts

- Wechselkosten
  Kosten, die ein Konsument zu tragen hat, wenn er den Anbieter wechselt
  Beispiele: Ändern des Bankkontos, Energieanbieters oder Telefonanbieters, Frequent Flyer Programme
- Konsequenzen
  Produkte die ex-ante gleich sind, werden differenziert
  Unternehmen haben daher Marktmacht
  Markteintretende Unternehmen müssen versuchen über geringere Preise Marktanteile zu gewinnen
- Dynamische Perspektive
  Wettbewerb ist am Beginn des Industriezyklus intensiv, wenn Unternehmen um Konsumenten konkurrieren
  Modelle zeigen, dass Wechselkosten eher wettbewerbsbeschränkend sind

Netzwerkeffekte

- Der Nutzen eines Konsumenten für ein Produkt hängt von der Anzahl der Konsumenten ab, die das Produkt ebenso benutzen
- 2 Arten von Netzwerkeffekten
  physische: direkte Netzwerkeffekte (Telefonnetzwerk)
  virtuell: indirekte Netzwerkeffekte (Kreditkarten, Software)

- Etablierte Betreiber könnten versuchen, den Eintritt neuer Unternehmen im Markt zu verhindern, indem sie ihre Produkte inkompatibel machen
  Setzen von Standards (Microsoft vs EU)

Probleme bei Online-Plattformen

- Anreize und Möglichkeiten, den Markt zu verschließen sind höher als bei normalen Märkten
- steigende Skalenerträge (Produktion ist billiger, wenn mehr produziert wird) und Wechselkosten: Firma kann neuen Kunden Lockangebote machen, den "gefangenen" Kunden nicht
- Neulinge können so nicht in den Markt eintreten, weil Preis zu niedrig ist
- strategisches Erschweren von "multihoming"
- Selbstbevorzugung bei marktbeherrschenden Plattformen

1 x 1 des Kartellrechtes

- Marktabgrenzung: wer steht mit wem im Wettbewerb?
- Analyse der Marktstruktur, (Marktmacht, Marktanteile)
- Bewertung: führen bestimmte Praktiken, Verträge zu einer erheblichen Behinderung des Wettbewerbs?
- Abhilfe: Untersagung, Strafzahlungen, Auferlegung von Verpflichtungen, etc.

Wettbewerbsaufsicht

- Geschichtliche Entwicklung
- Institutionen
  EU: DG Competition
  AT: BWB, Kartellanwalt, Kartellgericht
  DE: Kartellamt, Monopolkommission
- Leitbilder
  More economic approach
  Funktionsfähiger Wettbewerb

Geschichtliche Entwicklung

- Gesetze in den USA
  Sherman Act: Preisabsprachen (section 1), Monopolisierung (section 2)
  Clayton Act and Federal Trade Commission Act: Fusionen
- Schulen
  Harvard school stärker monopolfeindlich
  Chicago school (Richter Richard Posner, Robert Bork): weniger Eingriffe in den Markt gewünscht
- Europa
  UK: Reform in 1998 erlaubte Hausdurchsuchungen bei Kartellverdacht und Untersuchung von Monopolen
  DE: striktes Wettbewerbsrecht seit 1957
  AT: Kartelle waren bis zum EU Beitritt 1995 erlaubt

EU

- In der EU sind die EU Kommission (DG Competition) und die nationalen Wettbewerbsbehörden für die Einhaltung des Wettbewerbs zuständig
- Aufgaben der EU-Kommission:
  untersuchen, ob Unternehmen Kartelle bilden oder ihre Marktmacht ausnützen (Kartell- und Missbrauchsverfahren),
  Prüfen und eventuell einschreiten, wenn befürchtet wird, dass Unternehmen nach einer Fusion ihre Marktmacht missbrauchen (Fusionskontrolle),
  die möglichen Effekte von Staatsbeihilfen untersuchen
- Wettbewerbsaufsicht vs Regulierungsbehörden
  Ex-post vs ex-ante
  Fallspezifisch vs permanente Intervention

Institutionen

- Europäische Union
  DG Competition: Margrethe Vestager
  Chief Economist: Pierre Regibeau
- Österreich
  Bundeswettbewerbsbehörde (Theodor Thanner)
  Bundeskartellanwalt (Heinz Ludwig Majer)
  Wettbewerbskommission
  Kartellgericht
- Deutschland
  Bundeskartellamt (Andreas Mundt)
  Monopolkommission (Jürgen Kühling)

Wettbewerbsaufsicht EU

Fines imposed (not adjusted for Court judgments) - period 1990 - 2018

Last change: ++21 March 2018++

Year	Amount in €*)
1990 - 1994	539 691 550
1995 - 1999	292 838 000
2000 – 2004	3 462 421 100
2005 – 2009	9 414 012 500
2010 – 2014	7 917 218 674
++2015 – 2018++	6 837 911 000
total	**28 464 092 824**

*Amounts as imposed by the Commission (incl. corrections following amendment decisions) and not corrected for changes following judgments of the Courts (General Court and European Court of Justice) and only considering cartel infringements under Article 101 TFEU (previously Article 81 resp. 85 of the Treaty). Wherever prohibitions and fines concern infringements of Article 101 TFEU and of Article 102 TFEU (previously Articles 81 resp. 85 and Article 82 resp. Article 86 of the Treaty), only those amounts have been considered which concern the Article 101 TFEU.

EU

Ten highest cartel fines per case (since 1969)

Last change: ++10 November 2017++

Year	Case name	Amount in €*
2016/2017	Trucks	3 807 022 000
2012	TV and computer monitor tubes	1 409 588 000
2013/2016	Euro interest rates derivatives (EIRD)**	1 310 039 000
2008	Carglass	1 185 500 000
2014	Automotive bearings	953 306 000
2007	Elevators and escalators	832 422 250
2001	Vitamins	790 515 000
2010/2017	Airfreight (incl. re-adoption)	785 345 000
++2013/2015++	Yen interest rate derivatives (YIRD)	669 719 000
2007/2012	Gas insulated switchgear (incl. re-adoption)	675 445 000

* Amounts adjusted for changes following judgments of the Courts (General Court and European Court of Justice) and / or amendment decisions.

Ten highest cartel fines per undertaking (since 1969)

Last change: ++27 September 2017++

Year	Undertaking	Case	Amount in €*
2016	Daimler	Trucks	1 008 766 000
++2017++	Scania	Trucks	880 523 000
2016	DAF	Trucks	752 679 000
2008	Saint Gobain	Carglass	715 000 000
2012	Philips	TV and computer monitor tubes	705 296 000 of which 391 940 000 jointly and severally with LG Electronics
2012	LG Electronics	TV and computer monitor tubes	687 537 000 of which 391 940 000 jointly and severally with Philips
2016	Volvo/Renault Trucks	Trucks	670 448 000
2016	Iveco	Trucks	494 606 000
2013	Deutsche Bank	Euro interest rate derivatives (EIRD)	465 861 000
2001	F. Hoffmann-La Roche	Vitamins	462 000 000

* Amounts adjusted for changes following judgments of the Courts (General Court and European Court of Justice) and / or amendment decisions

Number of notified cases
450
400
350
300
250
200
150
100
50
0
90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17

EU competition policy

- **Competition policy** in Europe is a vital part of the internal market. Its aim is to provide everyone in Europe with **better quality goods and services at lower prices.** Competition policy is about applying rules to make sure **companies compete fairly** with each other. This encourages enterprise and efficiency, **creates a wider choice for consumers and helps reduce prices and improve quality.** These are the reasons why the EU fights anticompetitive behavior, reviews mergers and state aid and encourages liberalization.
- The Commission pursues an **effective enforcement of competition rules** in the areas of antitrust and cartels, mergers and state aid, maintaining competition instruments aligned with market developments, as well as **promoting a competition culture** in the EU and world-wide. The Commission **follows an economic as well as a legal approach** to the assessment of competition issues.

EU Binnenmarkt: Vertrag über die Arbeitsweise der EU

- Artikel 101:
  Mit dem Binnenmarkt unvereinbar und verboten sind alle Vereinbarungen zwischen Unternehmen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, welche den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen geeignet sind und eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs innerhalb des Binnenmarkts bezwecken oder bewirken, insbesondere
  - Preisabsprachen, Einschränkung der Produktion, ...
  - Ausnahmen für zB Autoindustrie
- Article 102:
  Mit dem Binnenmarkt unvereinbar und verboten ist die missbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung auf dem Binnenmarkt oder auf einem wesentlichen Teil desselben durch ein oder mehrere Unternehmen, soweit dies dazu führen kann, den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen

Ökonomischer Ansatz

- More economic approach
  Was sind die Konsequenzen eines bestimmten Verhaltens von Unternehmen für die Konsumenten
  Spieltheoretische Analyse von strategischer Interaktion
  Empirische Analyse des Marktresultates
- Wie können ökonomische Methoden bei Wettbewerbsfällen hilfreich sein?
  Ex-ante Einschätzung von Fusionen, Entdecken von Kartellen, Berechnung von Kartellschäden, Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung, vertikale Beschränkungen
  Regulierung von Industrien: Preisregulierung/Anreizregulierung

Leitbilder

- Ökonomische Analyse
  – Theory of harm: Entscheidung, ob eine Fusion oder eine andere Unternehmensstrategie schädlich für den Wettbewerb ist
  – „Significant impediment of effective competition“
- Schädlich für wen? Konsumenten, Arbeitnehmer, Konkurrenten, Aktienbesitzer, vorgelagerte Unternehmen, etc. Produzenten vs Konsumentenwohlfahrt
- Für die meisten Aufsichtsbehörden ist die Konsumentenwohlfahrt der Bewertungsmaßstab

Kartelle

- Kartelle als illegale Firmenzusammenschlüsse: mehrere Firmen verhalten sich wie Monopolisten
  Preisabsprachen, Mengenabsprachen, Quoten, Aufteilung von Märkten, Bieterkollusion
  Standardisierung, Austausch von Informationen
- Kartelltheorie (Kollusion)
  Spieltheoretische Analyse
  Faktoren, die die Wahrscheinlichkeit der Kartellbildung beeinflussen (Marktstruktur)
  Berechnung von Kartellschäden
- Beispiele
  OPEC Kartell
  Lysine Kartell (The informant!)
  LKW Kartell

DERSTANDARD

Startseite › Wirtschaft

WETTBEWERBSVERZERRUNG

Erste Geldbuße zu Mega-Baukartell beantragt

Der Antrag richtet sich gegen vier Unternehmen. Insgesamt sollen 40 Firmen 1.800 Bauaufträge von 2002 bis 2017 abgesprochen haben

20. November 2020, 11:47 78 Postings

Konkret soll es in dem Kartell um Planungs- und Ausführungsleistungen an Bauwerken im Hoch- und Tiefbau gegangen sein.

Foto: imago images/Lichtgut

Wien – In Österreich ist ein großangelegtes Baukartell mit jahrelangen Preisabsprachen aufgeflogen, in das dutzende Firmen verwickelt sein sollen. Jetzt gibt es zu dem vermutlich bisher größten Kartell in Österreich den ersten Bußgeldantrag der Wettbewerbshüter, gegen vier Baufirmen. Über die

Kartelle

- Ex-ante
  Bildung von Kartelle erschweren
  Höhe der Strafen
  Liste an Praktiken/Strategien, die als problematisch angesehen werden (Ankündigungen von Preiserhöhungen, Mengen)
  Auktionsdesign
  Fusionskontrolle
- Ex-post
  Hausdurchsuchungen
  Kronzeugenregelung

The lysine cartel: an economic roller coaster

Prices for lysine, an additive in livestock feed, 1990-96. Secret audio and video recordings of meetings between executives from American food conglomerate Archer Daniels Midland and companies from Japan and South Korea revealed ongoing attempts to fix prices in this market. Prices recorded during the approximate period of the conspiracy are highlighted. See source for more details on the timeline of the cartel as it has been reconstructed from court records.

Source: adapted from Figure 2 of de Roos (2006)

Haupteffekte einer Preisabsprache eines Kartells

Die österreichische We...

BWB-Marktanalyse: „Apotheken agieren frei von Wettbewerbsdruck“

Apothekerkammer sieht bei einer Marktöffnung Gesundheit der Menschen in Gefahr

WIEN. Die Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) lässt kein gutes Haar an der derzeitigen gesetzlichen Regelung des Apothekenmarktes. „Aus der derzeitig bestehenden Bedarfsprüfung folgt, dass die Apotheken im Wesentlichen frei von Wettbewerbsdruck agieren können“, heißt es in dem gestern veröffentlichten BWB-Bericht zum Apothekenmarkt.

Der Gebietsschutz der Apotheken sei „überschießend“. Damit werde auch die Existenz für jene Apotheken gesichert, „die ineffizient sind oder für den Konsumenten mangelhaft geführt werden“.

Eine Deregulierung des Marktzutritts, so die BWB weiter, würde Apotheken erlauben, miteinander in Wettbewerb zu treten und damit positive Auswirkungen für die Konsumenten mit sich bringen sowie erhebliche Wohlstandseffekte generieren, so die Wettbewerbsbehörde.

„Wer die Qualität unseres Gesundheitssystems ausschließlich mit den Regeln des Wettbewerbs misst, der spielt mit der Gesundheit, im schlimmsten Fall sogar mit dem Leben von Patienten“, kontert die Präsidentin der Apothekerkammer, Ulrike Mursch-Edlmayr, in einer Aussendung.

In der Untersuchung sei von „positiven Auswirkungen für die Konsumenten“ die Rede, so Mursch-Edlmayr. Dieser Prognose tritt die Kammerpräsidentin vehement entgegen. „Es ist ein Faktum, dass unkontrollierte Apothekenniederlassungen die ausgewogene Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln negativ beeinträchtigt.“

Kein Ketten- und Fremdbesitz

Eine Aufweichung des Prinzips der eigentümergeführten Apotheke – derzeit gibt es ein Ketten- und Fremdbesitzverbot – wird in dem BWB-Bericht hingegen abgelehnt. Dies vor allem deshalb, weil schon jetzt der Machteinfluss der drei dominanten Großhändler auf die Apotheken enorm sei. Teilweise legten die Großhändler den Steuerberater der Apotheken fest oder würden Marketingmaßnahmen vorgeben, heißt es im BWB-Bericht.

Der Verband der österreichischen Arzneimittelvollgroßhändler (Phago) kritisierte gestern in einer Aussendung den BWB-Bericht. Die Empfehlungen der Wettbewerbsbehörde berücksichtigen nicht, dass der Arzneimittelmarkt ein Wettbewerbsmarkt sei. Vielmehr stehe die flächendeckende Versorgung der Patienten im Vordergrund. In Österreich sei das aufgrund der Topografie eine logistische Herausforderung.

Rückenwind rund um das Anliegen, rezeptfrei Arzneimittel in der Drogerie verkaufen zu dürfen, erhalte „dm drogerie markt“ durch die BWB, hieß es gestern in einer Aussendung von dm. Die Sichtweise der Wettbewerbsbehörde decke sich mit der Wahrnehmung der Konsumenten. Nach einer Studie könne sich die Mehrheit der Österreicher vorstellen, rezeptfreie Arzneimittel in der Drogerie zu kaufen, heißt es in der Aussendung.

> **Wer die Qualität unseres Gesundheitssystems ausschließlich mit den Regeln des Wettbewerbs misst, der spielt mit der Gesundheit, im schlimmsten Fall sogar mit dem Leben von Patienten.“**
>
> **Ulrike Mursch-Edlmayr,** Apothekerkammer

Fusionen

- Fusionen
  Horizontale Fusionen: Unternehmen, die ähnliche Produkte verkaufen (> 80% der Fälle)
  Vertikale Fusionen: vorgelagerte Produkte (ungefähr 10% der Fälle)
  Konglomerate Fusionen (ungefähr 5% der Fälle)
- Zuständige Behörde
  Innerhalb von Europa: one-stop principle
  GE/Honeywell: wurde von US Behörden erlaubt, von der EU Kommission untersagt

Fusionen

- Horizontale Fusionen:
  Marktabgrenzung und Marktanteile (=Maß für Marktmacht)
  unilaterale Effekte: Preiseffekte
  koordinierte Effekte: erhöht die Fusion die Wahrscheinlichkeit einer Kartellbildung
  „efficiency defense“: mögliche Einsparungen aus einer Fusion müssen den Konsumenten zugute kommen
  „failing firm defense“, Firma ist nahe Konkurs (Air Berlin)
- Vertikale Fusionen:
  Double marginalization, i.e. doppeltes Monopol
  Marktabschottung
- Konglomerate Fusionen
  Horizontale + vertikale Aspekte werden untersucht

Marktabgrenzung

- Bei Fusion ist entscheidend, ob neue Firma Marktmacht haben wird und wie der Markt definiert ist:
  Bsp: Chiquita hat auf dem gesamten Fruchtmarkt einen Anteil von ca. 5%, auf dem Bananenmarkt ca. 50%
  Was ist der relevante Markt?
- relevanter Markt umfasst alle Produkte und Dienstleistungen, die aus Sicht der Nachfrager nach Eigenschaft, Verwendungszweck und Preis zur Deckung eines bestimmten Bedarfs austauschbar sind.
- Kreuzpreiselastizitäten: SSNIP-Test (small, but significant and nontransitory increase in price): gemeinsamer Markt, wenn Käufer bei einer dauerhaften Preiserhöhung von 5-10% auf ein anderes Produkt ausweichen würden.

Marktbeherrschende Stellung

- Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung
  Excessive pricing, predatory pricing, Rabatte
- Beispiele
  EU vs Microsoft, EU vs Google
  American Airlines im Kampf mit Billigfliegern (sie setzen Preise genau gleich wie Billigflieger und fliegen dann mit größeren Maschinen auf gewissen Strecken)

Vertikale Restriktionen

- Vertikale Restriktionen
  Preisbindung zweiter Hand: Einzelhändler muss gewissen Preis verlangen — Konkurrenz zwischen Einzelhändlern soll eingeschränkt werden
  Exklusive Territorien, Mengenrabatt
- Bsp: booking.com schrieb den Hotels vor, dass sie keinen niedrigeren Preis als bei booking.com verlangen dürfen. Durch Kartellamt untersagt
  Ähnlich bei Amazon.com

Zusammenfassung

- Wettbewerbspolitik soll nicht (ineffiziente) Wettbewerber verteidigen, sondern den Wettbewerb
  Austritt von ineffizienten Unternehmen ist nützlich für die Wohlfahrt
  wenn ineffiziente Unternehmen geschützt werden, verlängert das künstlich deren Lebensdauer und ist schädlich für die Wohlfahrt
- Marktkräfte allein werden nicht alles lösen
  Wettbewerbspolitik muss ein Umfeld garantieren, in dem tatsächliche und potentielle Wettbewerber fähig sein können, Unternehmen mit Marktmacht herauszufordern