

**Vom: 09.04.2019 zum Thema:**  
**Wirtschaft und Wirtschaftspolitik in der sozialen Marktwirtschaft: Welche Bedeutung hat der Wettbewerb in einer Marktwirtschaft?**

1. Fasse M zusammen. (AFB I)

15 Punkte

*In dem von Dieter Fockenbrock unter dem Titel: Blabla gegen Flixbus im Handelsblatt am 01.03.2019 erschienen Artikel geht es um eine Beurteilung der Erfolgsaussichten des Plans des französischen Unternehmens BlablaCar, sein neues Fernbusgeschäft 2019 auf Deutschland ausdehnen zu wollen und damit dem Quasimonopolisten Flixbus Marktanteile streitig zu machen.*

- BlaBlaCar sei ein französischer Mitfahrdienst, der seit dem Aufkauf von Ouibus, dem Fernbusunternehmen der französischen Staatsbahn SNCF im Herbst 2018, neben Mitfahrgelegenheiten auch Buslinien in Frankreich anbiete.
- Der ehrgeizige Plan sehe laut BlaBlaChef Nicolas Brusson vor, bis Ende des Jahres 2019 sechzig Städte in Deutschland und den Beneluxstaaten anzufahren.
- BlaBla funktioniere ebenso wie Flixbus, d.h. über eine Internetplattform würden Streckennetz und Ticketvertrieb organisiert, die tatsächlichen Busfahrten würden dann durch, unter Vertrag genommene, selbstständige Busunternehmen ausgeführt.
- Dass BlaBla kein unbeschriebenes Blatt in der Branche sei, zeige, dass das bislang als Mitfahrdienstplattform bekannte Unternehmen nach eigener Aussage 65 Millionen Nutzer in 22 Ländern habe, auch in Deutschland werde der Onlinedienst von rund 6,5 Millionen Kunden rege genutzt.
- Der Chef Brusson schätze die Chancen für BlaBla auf dem deutschen Fernbusmarkt optimistisch ein, allein die Verbindung von Fernbuslinien und Mitfahrdienstangebot sei attraktiv, so dass auch Buskunden sehr wahrscheinlich Mitfahrgelegenheiten nutzen.
- Der deutsche Fernbusmarkt werde mit 95 Prozent Marktanteil von Flixbus dominiert, so die Aussage des Berliner Marktforschungsinstitutes Iges. Dabei habe der Markt in Deutschland seit der Markteröffnung 2013 mittlerweile 23 Millionen Kunden, diese Zahl der Nachfrager verändere sich jedoch seit geraumer Zeit nicht mehr.
- Festzustellen sei, dass die Preise auf dem deutschen Fernbusmarkt während der letzten vier Jahre, d.h. durch und bei Flixbus um 20 Prozent gestiegen seien. So verteuerte sich der Kilometerpreis von 8,9 Cent auf heute 10,7 Cent.
- In Frankreich gebe es eine starke Konkurrenz um Marktanteile auf dem Fernbusmarkt, welche zwischen den Wettbewerbern Ouibus (heute Blabla) und Flixbus ausgetragen werde, beide besäßen mittlerweile einen Marktanteil von 40 Prozent. In Frankreich koste der Buskilometer bei Ouibus nur 5 Cent.
- Blabla Chef Brusson lege sich bislang nicht fest, ob BlaBlabus mit französischen Preisen seine Leistung in Deutschland anbieten wolle, Christoph Gipp von Iges in Berlin räume BlaBlabus dessen ungeachtet eine gute Chance auf dem deutschen Fernbusmarkt ein, da Blabla bereits einen bekannten Markennamen habe und es, unabhängig vom Preis, vor allem darauf ankäme, ein dichtes Streckennetz in Deutschland aufzubauen.

2. Beschreibe anhand deines Wissens über Marktformen den sich verändernden Fernbusmarkt in Deutschland (M). Beurteile, inwieweit der Fernbusmarkt die von einem funktionierenden Wettbewerb erwarteten Aufgaben erfüllen kann, indem du beispielhaft vier ausgewählte Wettbewerbsfunktionen beschreibst und auf den deutschen Fernbusmarkt anwendest. (AFB II + III) 22,5 Punkte

*Beschreibung des sich verändernden Fernbusmarktes in Deutschland anhand von Marktformen:*

- In Deutschland herrsche vor dem für Frühjahr 2019 geplanten Einstieg von BlaBlaBus in den deutschen Fernbusmarkt ein Quasimonopol des Anbieters Flixbus. D.h. es gibt neben Flixbus weitere Anbieter, jedoch habe Flixbus mit 95 Prozent einen Marktanteil, bei dem klar von einer marktbeherrschenden Stellung gesprochen werden kann.
- Marktformen können nach Angebots- und Nachfrageseite unterschieden und beschrieben werden, bei einem Monopol auf Anbieterseite meint man, dass es nur einen Anbieter für ein Produkt/ eine Dienstleistung gibt, dem viele Nachfrager gegenüberstehen. Typisch für Monopole ist, dass die Bedingungen zum Erwerb des Produktes/ der Dienstleistung vom Alleinanbieter einseitig bestimmt werden können. Dies betrifft insbesondere die Preisgestaltung. Bei Flixbus in Deutschland sieht man beispielsweise, dass es während der marktbeherrschenden Stellung zu einem Preisanstieg von 20 Prozent gekommen ist.
- Verwirklichte BlaBlaBus seine Pläne und träte ab Frühjahr 2019 als Konkurrent zu Flixbus in den deutschen Markt ein, bestehe für Flixbus eine ernst zu nehmende Konkurrenz (gemeinsames Geschäftsmodell, Markenname, gemeinsame Reichweite: deutschlandweit, Bestandskunden aus Mitfahrdienstplattform). Der Markt verwandelte sich aus einem Quasimonopol in ein Oligopol.
- Bei einem Oligopol auf Anbieterseite stehen wenige, (zwei) große Anbieter vielen Nachfragern gegenüber. Die Anbieter sind bei ihren Entscheidungen über Konditionen und Preise gezwungen sowohl auf die Nachfrager als auch auf die/ den anderen Anbieter zu achten. Der angekündigte Markteintritt von BlaBlaBus auf den deutschen Markt macht einen harten Kampf/ Wettbewerb um Konditionen und Preise wahrscheinlich, da Flixbus seine Marktanteile verteidigen wollen wird und BlaBlaBus sich etablieren und Flixbus Marktanteile abjagen wollen wird.

*Beurteilung des Fernbusmarktes hinsichtlich der Erfüllung der Aufgaben eines funktionierenden Wettbewerbs:*

- Bei der Beurteilung und vorhergehenden Prüfung der Funktionen des Wettbewerbs ist es möglich, sowohl auf die deutsche Marktsituation vor- als auch auf die Marktsituation nach dem Einstieg von BlaBlaBus in den Fernbusmarkt einzugehen.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gesellschaftspolitische Funktion:</b> den Marktteilnehmern werden durch den Wettbewerb Freiheitsspielräume eröffnet.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Ökonomische Funktion:</b> Sicherstellung einer guten Marktversorgung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Handlungs- und Wahlfreiheit</b> zu garantieren: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Unternehmen die eigenverantwortliche Disposition über Produktionsfaktoren ermöglichen,</li> <li>○ Konsumenten die Wahl zwischen alternativen Angeboten eröffnen</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| • <b>Steuerungsfunktion</b> (Was wird produziert?): solche Güter zu produzieren, die den Bedürfnissen der Konsumenten entsprechen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| • <b>Allokationsfunktion</b> (Wie wird produziert?): Produktionsfaktoren möglichst effizient einzusetzen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| • <b>Anpassungsfunktion:</b> flexibel auf Änderungen der Angebots- und Nachfragebedingungen zeitnah zu reagieren.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| • <b>Innovationsfunktion:</b> technischen Fortschritt im Sinne neuer, besserer kostengünstigerer Produktionsverfahren und Produkte zu verwirklichen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| • <b>Verteilungsfunktion</b> (Für wen wird produziert?): Wettbewerb soll auf den Faktormärkten (z.B. Arbeitsmarkt) eine leistungsgerechte Einkommensverteilung sicherstellen. Wettbewerb kann dafür sorgen, dass es zu einer leistungsgerechten Einkommensverteilung kommt, da auf einem Wettbewerbsmarkt die Produktionsfaktoren entsprechend ihrer Leistung entlohnt werden. Wettbewerb hat damit auch die Aufgabe, nicht-leistungsbezogene Einkommen zu verhindern bzw. abzubauen, z.B. die Förderung überhöhter Preise durch Ausnutzung von Marktmacht. |
| • <b>Kontrollfunktion:</b> Wettbewerb kann dazu beitragen, wirtschaftliche Macht zu kontrollieren und zu begrenzen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

Für die **Beurteilung** eines funktionierenden Wettbewerbs nach Markteintritt von BlaBlaBus böte sich die Betrachtung folgender Funktionen an:

- Ökonomische Funktion: Durch den Mitbewerber BlaBlaCar können Lücken, die im Streckenplan von Flixbus bestehen, geschlossen werden. Weitere Verbindungen können geschaffen werden. Es entstehen weitere Angebote als Alternative zum motorisierten Individualverkehr. Bei Konkurrenz auf bereits bestehenden Verbindungen, kann die Taktung der Verbindungen verbessert werden.
- Handlungs- und Wahlfreiheit: Der Konsument hat die Wahl zwischen alternativen Angeboten. Die beiden großen Anbieter unterscheiden sich evtl. durch den Preis, das Angebot an angebotenen Verbindungen, verschiedene Abfahrtszeiten, Streckenführungen, etc.
- Steuerungsfunktion: Durch den gestiegenen Wettbewerb (und den dadurch gestiegenen Zwang zu höherer Effektivität) könnten evtl. bisher wenig rentabel erscheinende Verbindungen ins Programm aufgenommen werden (z.B. im ländlichen Raum).
- Anpassungsfunktion: Auf veränderte Nachfragebedingungen muss zeitnah reagiert werden, ansonsten sichert sich der Wettbewerber einen Teil des Marktes. Der erhöhte Wettbewerbsdruck zwingt den Anbieter ständig sein Angebot anzupassen. Das kann aber auch bedeuten, dass weniger rentable Verbindungen gestrichen werden müssen oder Preisdruck auf die freien Busunternehmer, die für den Anbieter fahren, abgewälzt wird.
- Kontrollfunktion: Neben Flixbus gibt es noch eine Handvoll kleinerer Anbieter, die einen relativ geringen Einfluss auf die Position von Flixbus haben. BlaBlaBus, als zweiter, relativ großer Anbieter, könnte dazu beitragen, die Quasi-Monopolstellung von Flixbus auf dem deutschen Markt abzubauen und weitere Bestrebungen der Marktbeherrschung zu unterbinden.

Die Betrachtung der Wettbewerbsfunktionen soll in einer begründeten Einschätzung münden, inwieweit das Eintreten von BlaBlaCar in den deutschen Fernbusmarkt den Wettbewerb in diesem Segment zukünftig sichern könnte.

Bei der **Beurteilung** eines funktionierenden Wettbewerbs im noch bestehenden Quasimonopol von Flixbus ist eine negative Einschätzung zu erwarten, da insbesondere die Prüfung der Funktionen → ökonomische, Handlungs- und Wahlfreiheit, Steuerungs-, Allokations-, Anpassungs-, Innovations-, und Kontrollfunktion zeigt, dass die Funktionen nicht in angemessener Weise erfüllt werden können.

3. Erkläre den Grundgedanken der Sozialen Marktwirtschaft. (AFB II) 12,5 Punkte

- Die soziale Marktwirtschaft ist eine Wirtschaftsform, die wirtschaftliche Freiheit der Marktteilnehmer durch freien Wettbewerb und die Werte der sozialen Gerechtigkeit und Sicherheit durch staatliche Wirtschafts- und Sozialpolitik zu verbinden sucht.
- Die wirtschaftliche Freiheit besagt, dass Verbraucher Wahl- bzw. Konsumfreiheit haben, d.h. sie können uneingeschränkt Güter ihrer Wahl am Markt erwerben. Ebenso haben Unternehmen das Recht auf ein Eigentum an ihren Betrieben und Produktionsanlagen und die freie Entscheidung darüber, welche Güter sie wie und in welcher Menge produzieren wollen.
- Auf den Märkten herrscht das Wettbewerbsprinzip, welches Angebot und Nachfrage regelt und für die bestmögliche Allokation von eingesetzten Ressourcen (Rohstoffe, Arbeit, Kosten) sorgt.
- Der Staat übernimmt in einer sozialen Marktwirtschaft verschiedene Aufgaben. Bezüglich des wirtschaftlichen Wettbewerbes sorgt der Staat dafür, dass keine marktbeherrschenden Unternehmen entstehen, welche den Wettbewerb gefährden (Kartellrecht). Zudem federt der Staat durch eine geeignete Wirtschaftspolitik Härten ab, wie z.B. die durch Konjunkturschwankungen entstehende Arbeitslosigkeit. Ebenso soll der Staat zu einer gerechten Einkommens- und Vermögensverteilung beitragen. Hierzu benutzt der Staat beispielsweise Steuern, um eine gerechtere, gleichmäßigere Verteilung zu erreichen. Darüber hinaus übernimmt der Staat Aufgaben, welche durch Märkte nur ungenügend erbracht werden könnten. So sorgt er

für eine funktionierende Infrastruktur (Straßen, Schienen, Bahnhöfe, Nahverkehr, Straßenbeleuchtung, ...), ein öffentlich bereitgestelltes Bildungssystem oder auch für die öffentliche Sicherheit durch die Polizei.

### Punkteverteilung:

|                         |                        |                        |
|-------------------------|------------------------|------------------------|
| 48,0 – 50,0 = 15 Punkte | 33,0 – 35,0 = 9 Punkte | 17,0 – 20,0 = 3 Punkte |
| 45,5 – 47,5 = 14 Punkte | 30,5 – 32,5 = 8 Punkte | 13,5 – 16,5 = 2 Punkte |
| 43,0 – 45,0 = 13 Punkte | 28,0 – 30,0 = 7 Punkte | 10,0 – 13,0 = 1 Punkt  |
| 40,5 – 42,5 = 12 Punkte | 25,5 – 27,5 = 6 Punkte | 9,5 - 0 = 0 Punkte     |
| 38,0 – 40,0 = 11 Punkte | 23,0 – 25,0 = 5 Punkte |                        |
| 35,5 – 37,5 = 10 Punkte | 20,5 – 22,5 = 4 Punkte |                        |

### Notenspiegel:

| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | Ø   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|-----|
| - | - | - | - | 2 | - | 2 | 5 | 2 | 3 | -  | 2  | 1  | -  | -  | -  | 7,8 |

Zum Vergleich:

### Notenspiegel Klausur 12-2-1 Waffenexporte:

| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | Ø   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|-----|
| 1 | - | - | 2 | 1 | 5 | - | 2 | 1 | 1 | 1  | 2  | -  | 1  | -  | -  | 6,5 |

### Notenspiegel Klausur 12-1-1 Mediatisierung der Politik

| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | Ø   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|-----|
| 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1  | -  | 1  | -  | -  | -  | 5,6 |