

Kartelle, abgestimmtes Verhalten & Unternehmenszusammenschlüsse

Durch vertraglich sowie nicht-vertraglich fixierte Absprachen auch zwischen heterogenen und vielen Marktteilnehmern kann der Wettbewerb eingeschränkt werden. Zu den vertraglichen Absprachen gehört das Kartell, zu den nicht-vertraglichen Absprachen das so genannte „abgestimmte Verhalten“.

Kartellbildung

Bei Kartellen handelt es sich um die älteste Form der Wettbewerbsbeschränkung. Allgemein sind Kartelle „Verträge zwischen selbständigen Konkurrenzunternehmen, die mit dem Ziel geschlossen werden, den Wettbewerb auf dem Markt durch Bindung eines oder mehrerer ‚Aktionsparameter‘ zu beschränken“ (Bartling/Luzius 1993: 105). Je nachdem, welcher Aktionsparameter einem Kollektivverhalten unterworfen ist, lassen sich folgende Formen von Kartellen unterscheiden:

- Preiskartelle,
- Konditionskartelle,
- Gebiets- oder Quotenkartelle,
- Rationalisierungs-, Normen- und Typen-, Spezialisierungskartelle.

Bei Preiskartellen sind die Preise, Preisbestandteile und/oder die Art der Preisermittlung Gegenstand der Absprachen zwischen den Kartellmitgliedern. Sie einigen sich auf einheitliche Absatzpreise (Festpreis-Kartell), ein Verbot des Unterbietens vereinbarter Mindestpreise (Mindestpreis-Kartell) oder einen Höchstpreis (Höchstpreis-Kartell). Aus wettbewerbspolitischer Sicht gilt eine Preisabsprache als problematisch, da dadurch die Funktionen eines sich frei bildenden Marktpreises und eines unbeschränkten Leistungswettbewerbs außer Kraft gesetzt werden. Dadurch besteht die Gefahr der Ausbeutung der Marktgegenseite durch kollektive Monopolisierung, dauerhaft leistungsschwache Anbieter scheiden nicht aus dem Marktgeschehen aus, der Anreiz zur Innovation entfällt und die Anpassungsflexibilität wird reduziert (vgl. Berg 1999: 323).

Bei Konditionskartellen sind die allgemeinen Geschäftsbedingungen Gegenstand der Absprachen, so dass Unterschiede in den von den Unternehmen gewährten Liefer-, Haftungs- und Zahlungsbedingungen nivelliert werden. Wettbewerbspolitisch gilt ein solches Verhalten ebenfalls als bedenklich, da es dazu beitragen kann, dass der sogenannte „Nebenwettbewerb“ verhindert wird.

Beim Gebiets- oder Quotenkartell werden die angebotenen oder nachgefragten Mengen sowie die Absatzgebiete zwecks Marktaufteilung zwischen den am Kartell beteiligten Unternehmen abgesprochen.

Bei Rationalisierungs-, Normen- und Typen-, Spezialisierungskartellen sind die Aktionsparameter Produktart und Produktionsverfahren Gegenstand der Absprachen. Die beteiligten Unternehmen einigen sich auf eine einheitliche Anwendung von Normen und/oder Typen, die Spezialisierung auf bestimmte Sortimente oder gemeinsame Maßnahmen zur Steigerung der Leistungsfähigkeit oder Wirtschaftlichkeit der beteiligten Unternehmen.

Abgestimmtes Verhalten

„Abgestimmtes Verhalten“ liegt vor, wenn zwischen den Unternehmen kein Vertrag existiert, sondern nur eine formlose Absprache (beispielsweise telefonisch oder im Gespräch auf einer brancheninternen Tagung) über Parallelverhalten getroffen wurden. Diese Form der Wettbewerbsbeschränkung werden auch als „Frühstückskartelle“ oder „gentlemen-agreements“ bezeichnet und gelten als Versuch, das Kartellverbot zu umgehen. Ein solches Verhalten dient der Risikominimierung bei den beteiligten Unternehmen, indem versucht wird, zu Lasten der Marktgegenseite Gruppenvorteile zu erreichen. Da dadurch Wettbewerbsaktivitäten ausgeschaltet werden, ist es unter Wettbewerbsaspekten negativ zu bewerten (vgl. Aberle 1992: 54).

Missbrauch von Marktmacht

Der Missbrauch von Marktmacht bezieht sich auf die Situation, dass Unternehmen mit großem Marktanteil ihre Position zu wettbewerbsbeschränkendem Verhalten ausnutzen. Marktmacht, die aufgrund der besseren Leistung bzw. Effizienz von Unternehmen und daraus resultierendem internen Unternehmenswachstum entsteht, stellt alleine keine Wettbewerbsbeschränkung dar. Wenden marktbeherrschende Unternehmen jedoch Strategien an, die in horizontaler (tatsächliche oder potentielle Mitbewerber) oder vertikaler (Lieferanten und Abnehmer) Richtung andere Marktteilnehmer behindern oder ausbeuten, nutzen sie ihre Marktmacht missbräuchlich aus. Dieser Machtmissbrauch gilt als Wettbewerbsbeschränkung, wobei zwischen Behinderungs- und Ausbeutungsmissbrauch unterschieden wird.

Ausbeutungsmissbrauch

Ausbeutungsmissbrauch erfolgt in vertikaler Richtung im Allgemeinen in Form von zu hohen bzw. zu niedrigen Preisen, die das marktbeherrschende Unternehmen gegenüber seinen Abnehmern bzw. Lieferanten durchsetzen kann. Ein marktbeherrschendes Unternehmen kann beispielsweise seine Nachfragemacht ausnutzen, indem es bei Lieferanten günstige Einkaufskonditionen (z.B. in Form von branchenunüblichen Zahlungszielen oder Jubiläumsboni) einfordert, die in keinem Zusammenhang mit der eigentlichen Lieferung stehen. Auch andere

Aktionsparameter könnten von einem Unternehmen mit Marktmacht missbräuchlich eingesetzt werden. Es kann beispielsweise schlechte Qualität bei gleichem Preis liefern oder überhöhte Mindestabnahmemengen festlegen (vgl. Berg1999:328f.).

Behinderungsmissbrauch

Unter .Behinderungsmissbrauch werden Verhaltensweisen von Einzelunternehmen oder Unternehmensgruppen verstanden, die dazu geeignet sind, Mitbewerber sowie Lieferanten und Abnehmer in ihrer formalen Handlungs- und/oder materialen Entschließungsfreiheit in Bezug auf einen oder mehrere Aktionsparameter rechtlich oder faktisch zu beschränken und/oder die Wirksamkeit des Wettbewerbsmechanismus zu beeinträchtigen (vgl. Schmidt 200s). Formen der Behinderung auf horizontaler Ebene liegen insbesondere dann vor, wenn ein Unternehmen seine marktbeherrschende Stellung ausnutzt, indem es durch „Kampfpreisunterbietungen“ versucht, Konkurrenten aus dem Markt zu drängen. Formen der Behinderung auf vor- und nachgelagerten Wirtschaftsstufen sind beispielsweise die Diskriminierung (liegt vor, wenn ein marktbeherrschender Anbieter seine Abnehmer ungleich behandelt, indem er für weitgehend gleichartige Produkte unterschiedliche Preise für verschiedene Nachfragergruppen setzt), Liefer- und Bezugssperren (liegen vor, wenn ein marktbeherrschendes Unternehmen seine Produkte nur über ausgewählte Händler vertreibt, während andere nicht beliefert werden oder den Bezug bestimmter Produkte verweigert) und Kopplungsverträge (liegen vor, wenn Käufer dazu gezwungen werden, bei Kauf von Produkt A auch Produkt B zu kaufen). Wettbewerbspolitisch wird Marktmacht nicht grundsätzlich negativ bewertet. Ihre Bewertung hängt vielmehr davon ab, ob sie durch höhere Leistungsfähigkeit oder durch künstliche Wettbewerbsbeschränkungen entstanden ist und ob sie dazu geeignet ist bzw. genutzt wird, den Wettbewerb nachhaltig zu gefährden (vgl. Aberle 1992: 63ff. und Bartling/Luzius 1993:111f).

Unternehmenszusammenschlüsse

Unter einem Unternehmenszusammenschluss versteht man die Vereinigung von Unternehmen zu einer wirtschaftlichen Einheit. Dabei spielt es keine Rolle, ob die rechtliche Selbstständigkeit der Unternehmen aufgegeben (Fusion) oder beibehalten wird (Konzernbildung). Es wird zwischen horizontalen (Zusammenschluss von Unternehmen der gleichen Produktionsstufe), vertikalen (Vereinigung von Unternehmen auf vor- und nachgelagerten Produktionsstufen) und diagonalen (Zusammenschlüsse von Unternehmen auf unverbundenen Märkten) Unternehmenszusammenschlüssen unterschieden (vgl. Bartling/Luzius1993:110).

Für einen Zusammenschluss kann es aus Sicht der Unternehmen verschiedene Motive geben:

- Realisierung von Kostenvorteilen: Durch die Produktion und den Vertrieb größerer Mengen eines Produkts können häufig Kostenvorteile realisiert werden, indem z.B. Maschinen besser ausgenutzt oder Vertriebskanäle für mehrere Produkte genutzt werden. Diese Größenvorteile sind sehr häufig Ursache für Zusammenschlüsse und führen zu niedrigeren Preisen für die Verbraucher, sollte das größere Unternehmen weiterhin im Wettbewerb stehen.
- Streben nach Marktmacht: Marktmacht kann Unternehmen vor willkürlichen Maßnahmen durch Dritte schützen. So kann es sich kein Zulieferer leisten, ein großes Unternehmen aus unerfindlichen Gründen nicht mehr zu beliefern. Marktmacht kann aber auch ausgenutzt werden (siehe oben: Missbrauch von Marktmacht).
- Erwerb neuer Technologien: Innovationen können nicht nur selbst erzeugt werden, sondern durch den Kauf anderer Unternehmen übernommen werden.
- Risikominderung: Durch Kauf von Unternehmen verschiedener Branchen kann versucht werden, ein Unternehmen unabhängiger von den Entwicklungen in einer Branche zu machen.
- Erweiterung des Stammgeschäfts: Unternehmen können intern wachsen, indem sie mehr produzieren und ihren Vertrieb ausbauen, oder sie wachsen durch den Zukauf von anderen Unternehmen. Dies ist vor allem dann attraktiv, wenn in neue Regionen vorgedrungen werden soll. Durch den Zusammenschluss mit einem anderen Unternehmen kann der Kundenstamm übernommen werden.

Von Unternehmenszusammenschlüssen werden sowohl positive als auch negative Wirkungen erwartet. Als positiv werden in der Regel die Synergieeffekte bewertet, die (auch gesamtwirtschaftlich) zu einer effizienten Ressourcenallokation führen. Die mit einem Zusammenschluss von Unternehmen einhergehende steigende Marktmacht, die monopolistische Angebotsbeschränkungen ermöglicht, wird dagegen negativ bewertet. Darüber hinaus werden ökonomische Gründe gegen Unternehmens-zusammenschlüsse angeführt. Zum einen führt eine Unternehmenskonzentration zu einer Zentralisierung der Wirtschaftsordnung, die gegenüber einer dezentral gesteuerten Wirtschaftsordnung als konjunkturanfällig und strukturkonservierend angesehen wird. Zum anderen wird der steigende Einfluss von Großunternehmen auf die Politik kritisiert. In Bedrängnis geratene Großunternehmen werden eher durch Subventionen gestützt als kleine und mittlere Unternehmen und Forschungs- und Technologiepolitik fördern häufig größere Unternehmen einer Branche, wodurch sich die Wettbewerbsposition kleinerer Konkurrenten verschlechtert (vgl. Aberle 1992:SBfl.).

Quelle: Bettina Führmann: *Von der Notwendigkeit einer Wettbewerbspolitik*, Unterricht Wirtschaft, Heft 35, Nr. 3 (2008).