

Dienstag, den 09.04.2019 – 3.-4. Stunde

Wirtschaft und Wirtschaftspolitik in der sozialen Marktwirtschaft: Welche Bedeutung hat der Wettbewerb in einer Marktwirtschaft?

Name: _____

1. Fasse M zusammen. (AFB I) 30%
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) 45%
3. Erkläre den Grundgedanken der Sozialen Marktwirtschaft. (AFB II) 25%

Am Ende bitte Wörter zählen! ☺☺☺

Viel Erfolg!!!

M Dieter Fockenbrock: BlaBla gegen Flixbus

Der französische Mitfahrdienst BlaBlaCar will Flixbus, dem Quasimonopolisten¹ auf dem deutschen Fernbusmarkt, nicht das Feld allein überlassen. BlaBla Chef Nicolas Brusson kündigt den Ausbau auch des Fernbusgeschäfts außerhalb von Frankreich an. Bis Jahresende 2019 sollen in Deutschland und den Beneluxstaaten² 60 Städte unter dem neuen Namen BlaBlaBus angefahren werden. [...]

- 5 Durch Übernahme des Fernbusgeschäfts der französischen Staatsbahn SNCF im vergangenen Herbst kombiniert BlaBla seit einigen Monaten Mitfahrgelegenheiten und Buslinien, bislang aber nur in Frankreich. ... Die Franzosen rollen den Markt von Westen auf und wollen in einer ersten Welle die wichtigsten 60 Großstädte Deutschlands ins Programm nehmen.

- 10 Die ersten Linien könnten laut Brusson im Frühjahr starten, was aber von den laufenden Verhandlungen mit lokalen Busunternehmen abhinge. BlaBla betreibt dasselbe Geschäftsmodell wie das deutsche Startup Flixmobility aus München. Beide Plattformen organisieren das Streckennetz, vertreiben Tickets online und via App. Die Fahrzeuge werden von selbstständigen Busunternehmen gefahren, die unter Vertrag genommen werden.

- 15 Firmenchef Brusson ist überzeugt, dass Buskunden auch Mitfahrgelegenheiten nutzen, um an Orte zu kommen, die durch keine Linie angebunden sind. BlaBla hat nach eigenen Angaben 65 Millionen Nutzer in 22 Ländern. Rund 6,5 Millionen Kunden sind es in Deutschland, denen BlaBla im vergangenen Jahr vier Millionen Fahrten vermittelt hat. Zum Vergleich: Fernbusse nutzen hierzulande etwa 23 Millionen Menschen. Diese Zahl stagniert nach dem stürmischen Zuwachs ab 2013, dem Jahr der Liberalisierung³ des Fernbusmarkts in Deutschland. Flixbus kontrolliert nach jüngsten Berechnungen des Berliner
- 20 Marktforschers Iges gut 95 Prozent des Markts und hat damit begonnen, in Ergänzung des Busnetzes nun auch Eisenbahnverbindungen anzubieten. [...]

- Entscheidend wird sein, zu welchen Preisen BlaBlaBus versucht, der Flix-Gruppe Marktanteile abzujagen. Tatsache ist, dass die Preise für Fernbustickets, die weitgehend Flixbus-Konditionen spiegeln, seit dem Tiefpunkt 2015 um etwa 20 Prozent in Deutschland angestiegen sind. Vor vier Jahren zahlten
- 25 Kunden laut Iges 8,9 Cent pro Kilometer (Normalpreis), inzwischen sind es 10,7 Cent. Lockvogelpreise⁴ sind dagegen in etwa konstant geblieben bei 3,8 Cent. Dazu kommt, dass Flixbus zum Beispiel Gebühren für Reservierungen eingeführt hat, die aber nicht verpflichtend sind.

30 Nach Angaben Brussons liegt der Durchschnittspreis für Fahrten mit dem von BlaBla aufgekauften Fernbusunternehmen Ouibus der französischen Staatsbahn in Frankreich halb so hoch, bei etwa 5 Cent. Ob BlaBlaBus zu diesem Kampfpfeis einsteigen wird, ließ Brusson offen. [...]

Für den Verkauf von Ouibus an BlaBla sprach unter anderem, dass Flixbus sehr aggressiv in Frankreich expandiert. Ouibus und Flixbus teilten sich derzeit in etwa den Markt mit je 40 Prozent Anteil auf. [...]

35 Iges-Geschäftsführer Christoph Gipp „kann sich durchaus vorstellen“, dass trotz der marktbeherrschenden Stellung von Flixbus ein neuer Anbieter in Deutschland Fuß fassen könnte. Marktanteile seien aber nicht allein über den Preis allein zu gewinnen. Der neue Anbieter müsste vor allem ein „halbwegs engmaschiges Netz aufbauen“. BlaBla hätte nach Gipp's Einschätzung aber deshalb einen Vorteil, weil das Unternehmen einen eingeführten Markennamen habe. [...]

Quelle: Dieter Fockenbrock: BlaBla gegen Flixbus, Handelsblatt, Nr. 43, vom 01.03.2019, S.22.

¹ **Quasimonopolist:** Auf einem Markt gibt es zwar mehr als einen Anbieter, einer von ihnen nimmt aber (aufgrund eines sehr starken natürlichen Wettbewerbsvorteils) eine marktbeherrschende Stellung ein.

² **Beneluxstaaten:** Belgien, Niederlande (Nederland) und Luxemburg.

³ **Liberalisierung:** Abbau staatlicher oder gesellschaftlicher Eingriffe und Vorschriften.

⁴ **Lockvogelpreise/-angebote:** Ein Anbieter wählt ein bestimmtes Produkt aus, das mit langfristigem Tiefstpreis Kunden locken soll. Es soll vermittelt werden, dass dieser Betrieb günstige Produkte führt. Eine geringe, oder sogar negative Gewinnmarge, wird mit anderen Produkten ausgeglichen.