

## WIEDERHOLUNG GRUNDLAGEN DER WIRTSCHAFT – WARUM IST ES NOTWENDIG, DEN WETTBEWERB IN EINER MARKTWIRTSCHAFT ZU KONTROLLIEREN?

### [M1] Christian Schlesiger: Warum 80 Prozent Marktanteil kein Monopol sind

- Das 2013 gestartete Unternehmen Flixbus kommt nach der Fusion mit dem Konkurrenten Meinfernbus Anfang 2015, dem Kauf von Megabus vor sechs Wochen und jüngst Postbus auf einen Marktanteil von 80 Prozent – gemessen an den angebotenen Fahrplankilometern. Politiker und Wettbewerber sprechen von einem Monopol, das zulasten der Preise, des Wettbewerbs und der Kunden geht – und fordern deshalb eine stärkere Regulierung. Doch ... dem Bundeskartellamt sind die Hände gebunden. Laut Gesetz kann es erst dann einschreiten, wenn eine Fusion oder ein Unternehmenskauf gewisse Umsatzschwellen bricht. So müsste eines der Unternehmen mindestens fünf Millionen Euro und das andere mindestens 25 Millionen Euro Umsatz jeweils in Deutschland erzielen. Das ist zwar bei beiden Unternehmen der Fall. Doch beim dritten Kriterium fehlt die Größe: Der addierte Umsatz weltweit müsste bei 500 Millionen Euro liegen. Flixbus erreicht diese Summe selbst mit Postbus zusammen nicht. [...] Der Umsatz der verkauften Tickets dürfte zwischen 300 und 500 Millionen Euro liegen. ... Allerdings bilanziert Flixbus nur die Vermittlungsprovisionen, die eigentliche Beförderung übernehmen mittelständische Busunternehmen. Offenbar kam Flixbus hier 2015 nur auf einen Umsatz von 187 Millionen Euro. [...]
- Es gibt gute Gründe für die hohen Umsatzschwellen. „Der Gesetzgeber hat das bewusst so gewollt, damit sich kleine und junge Märkte entwickeln können“, sagt Kartellrechtler Dario Struwe. „Dies kann dann eben dazu führen, dass einige Unternehmen eine Dominanz aufbauen.“[...]
- Grundsätzlich heißt es im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen: „Es wird vermutet, dass ein Unternehmen marktbeherrschend ist, wenn es einen Marktanteil von mindestens 40 Prozent hat.“ Flixbus schafft es im Fernbusmarkt auf doppelte Größe. [...]
- Doch ist gibt Zweifel, ob der reine Blick auf das Geschäft mit den Fernbussen den Markt in angemessener Weise abgrenzt. [...] Die örtliche Marktabgrenzung dürfte unstrittig sein: Der deutsche Markt für Personenbeförderung. Bei der sachlichen Abgrenzung ist die Bewertung schwieriger. Flixbus argumentiert, in Konkurrenz zum Luft-, Schienen- und motorisierten Individualverkehr zu agieren. Allein die zig Millionen Autofahrer, die täglich in ihr Auto steigen, um ans Ziel zu kommen, würden den Markt für die Personenbeförderung also aufblähen. Die 80 Prozent Marktanteil von Flixbus bei den Fernbussen seien deshalb in Wahrheit ein Minderheitsanteil. „Bahn und Fernbus haben selbst zusammen nur einen Anteil von 15 Prozent im Gesamtverkehrsmarkt“, argumentiert Flixbus-Chef Schwämmlein. [...]

Quelle: Christian Schlesiger: Warum 80 Prozent Marktanteil kein Monopol sind, in: WirtschaftsWoche vom 04.08.2016, abgerufen von wiwo.de am 23.04.17

<http://www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/fernbusmarkt-warum-80-prozent-marktanteil-kein-monopol-sind/13973404-all.html>

### M2 Welche Funktionen hat der Wettbewerb in einer Marktwirtschaft?

Wirtschaftlicher Wettbewerb kann definiert werden als „Rivalitätsbeziehung zwischen Wirtschaftseinheiten beim Bemühen um vorteilhafte Ergebnisse am Markt“. Dabei ist Wettbewerb kein Selbstzweck, sondern soll vielmehr dazu beitragen:

- seine **gesellschaftspolitische Funktion** zu erfüllen, indem er den Marktteilnehmern Freiheitsspielräume eröffnet.
- **Ökonomische Funktion:** eine gute Marktversorgung sicherzustellen,
- **Handlungs- und Wahlfreiheit** dadurch zu garantieren, dass der Wettbewerb:
  - Unternehmen die eigenverantwortliche Disposition über Produktionsfaktoren ermöglicht,
  - Konsumenten die Wahl zwischen alternativen Angeboten eröffnet.

- **Steuerungsfunktion** (Was wird produziert?): solche Güter zu produzieren, die den Bedürfnissen der Konsumenten entsprechen.
- **Allokationsfunktion** (Wie wird produziert?): Produktionsfaktoren möglichst effizient einzusetzen.
- **Anpassungsfunktion:** flexibel auf Änderungen der Angebots- und Nachfragebedingungen zeitnah zu reagieren.
- **Innovationsfunktion:** technischen Fortschritt im Sinne neuer, besserer kostengünstigerer Produktionsverfahren und Produkte zu verwirklichen.
- **Verteilungsfunktion** (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.
- **Kontrollfunktion:** Wettbewerb kann dazu beitragen, wirtschaftliche Macht zu kontrollieren und zu begrenzen.

Quelle: Bettina Führmann: Von der Notwendigkeit einer Wettbewerbspolitik, in: Unterricht Wirtschaft, Heft 35, 2008, S. 3f.

### **Aufgaben:**

1. **Beschreibe** mithilfe M1 die Situation auf dem Fernbusmarkt und die kartellrechtliche Situation.
2. **Lies** die Wettbewerbsfunktionen (M2) und sei in der Lage diese zu **erklären**, indem du veranschaulichen kannst, wie ein als Polypol organisierter Markt, die benannten Aufgaben/Funktionen erfüllt.
3. **Lies** das Arbeitsblatt: Kartelle, abgestimmtes Verhalten und Unternehmenszusammenschlüsse und **arbeite** in Stichpunkten die Möglichkeiten marktverzerrenden Verhaltens **heraus**.
4. **Nimm begründet Stellung** zu der Frage, ob der Fernbusmarkt durch das Kartellamt stärker reguliert werden sollte.