
Was ist Marktbeherrschung und ist sie problematisch?

EuGH Urt. V. 13.2.1979, Rs. 85/76 Slg. 1949, 461 – *Hoffmann-La Roche* (nach Bien Skript S. 55):

„4. Mit der beherrschenden Stellung im Sinne des Artikels 86 EWG-Vertrag [jetzt Art. 102 AEUV] ist die wirtschaftliche Machtstellung eines Unternehmens gemeint, die dieses in die Lage versetzt, die Aufrechterhaltung eines wirksamen Wettbewerbs auf dem relevanten Markt zu verhindern, indem sie ihm die Möglichkeit verschafft, sich seinen Wettbewerbern, seinen Abnehmern und letztlich den Verbrauchern gegenüber **unabhängig zu verhalten**. Eine solche Stellung **schließt** im Gegensatz zu einem Monopol oder einem Quasi-Monopol **einen gewissen Wettbewerb nicht aus**, versetzt aber die begünstigte Firma in die Lage, die Bedingungen, unter denen sich dieser Wettbewerb entwickeln kann, zu bestimmen oder merklich zu beeinflussen, jedenfalls aber weitgehend in ihrem Verhalten hierauf keine Rücksicht nehmen zu müssen, ohne dass es ihr zum Schaden gereichte.“

Office of Fair Trading (UK) (2004): Assessment of market power, Abschnitt 1.4 (eigene Übersetzung):

“Marktmacht ist die Möglichkeit, profitable Preise oberhalb des normalen Wettbewerbniveaus oder Absatzmengen oder Qualität unterhalb des normalen Wettbewerbniveaus zu wählen. Ein Unternehmen mit Marktmacht kann auch die Fähigkeit und den Anreiz haben, den Wettbewerbsprozess auf andere Weise zu behindern: z.B. indem es den existierenden Wettbewerb schwächt, Markteintrittsbarrieren errichtet oder Innovationen verlangsamt....“

Abschnitt 2.9 (eigene Übersetzung):

„OFT geht davon aus, dass ein Unternehmen nicht marktbeherrschend sein kann, ohne erhebliche Marktmacht zu haben.“

Eine ökonomisch motivierte Definition von Marktbeherrschung eines Unternehmens könnte sein:

Ein Unternehmen ist marktbeherrschend, wenn es aufgrund der damit verbundenen Marktmacht profitabel

- die Preise erhöhen kann
- die Absatzmengen senken kann
- die Qualität herabsetzen kann
- Eintrittsbarrieren errichten kann
- die Innovation verlangsamen kann
- andere Unternehmen verdrängen kann
- usw.

kann.

Dazu muss das Unternehmen einen spürbaren Einfluss auf den Markt haben (10% Regel).

Eine marktbeherrschende Stellung eines Unternehmens (und die damit verbundene Marktmacht) ist nicht per se schlecht.

Marktbeherrschung wird dann problematisch,

- wenn die damit verbundenen Missbrauchsmöglichkeiten genutzt werden (Missbrauchsfälle)
- wenn die Nutzung der damit verbundenen Missbrauchsmöglichkeiten erwartet wird (Fusionsfälle)

Warum werden die obigen Maßnahmen eines marktbeherrschenden Unternehmens als missbräuchlich bezeichnet?

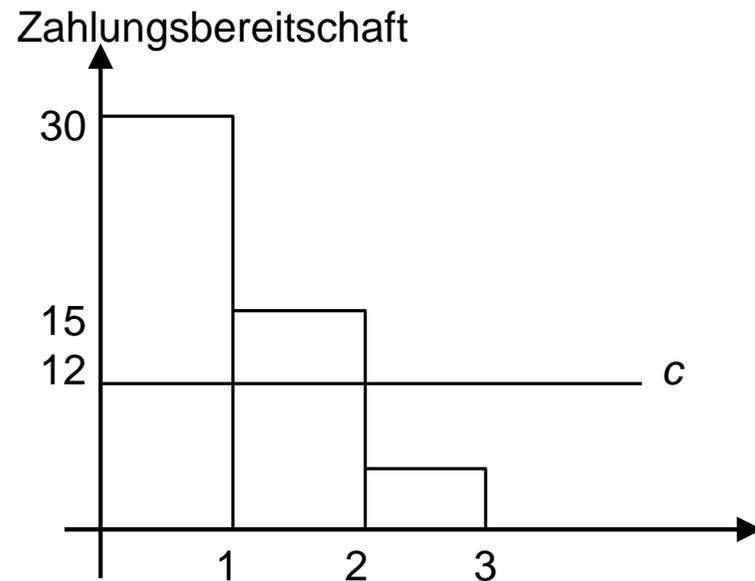
Ist es nicht das Recht eines Unternehmens in einer Marktwirtschaft, seinen Gewinn zu erhöhen?

Die dominierende ökonomische Meinung setzt auf das Ziel einer Marktwirtschaft, nach dem aus den bestehenden Ressourcen einer Gesellschaft eine möglichst gute Versorgung der Endverbraucher erreicht werden soll.
(Pareto-Optimalität)

Vor diesem Bewertungsmaßstab kann die Verfolgung von Gewinnmotiven nur dann unschädlich sein, wenn Wettbewerb dadurch nicht aktiv behindert wird.

Dazu betrachten wir ein Monopol, die stärkste Form von Marktbeherrschung.

Ein Monopolist wählt eine **suboptimale** Versorgung:



Darüber hinaus: Ein Monopolist

- muss nicht unbedingt Ressourcen sparen
- muss nicht unbedingt neue Produkte auf den Markt bringen
- kann Unternehmen, die mit weniger Ressourcen oder neuen Produkten auf den Markt kommen wollen, davon abhalten
- usw.

Sir John Hicks (1935): “The best of all monopoly profits is a quiet life.”
Econometrica, January, S. 8

Aufgrund der fehlenden Anreize eines Monopolisten (marktbeherrschenden Unternehmens) wird das Ziel der Pareto-Optimalität nicht erreicht.

Wettbewerb nähert das Marktergebnis einem Pareto-optimalen Niveau an.

Für funktionierenden Wettbewerb ist das Gewinnmotiv zentral!

Demnach wirkt das Gewinnmotiv nur dann positiv, wenn aktueller oder potentieller Wettbewerb existiert.

Vor diesem Hintergrund sind die als missbräuchlich gekennzeichneten Maßnahmen in der Tat missbräuchlich.

Die **Marktanteile** spielen in der Praxis eine wichtige Rolle.

§ 18 Abs. 4 GWB: Es wird vermutet, dass ein Unternehmen marktbeherrschend ist, wenn es einen Marktanteil von mindestens 40% hat.

Europäisches Recht: (nach Skript Bien)

- Vermutung einer beherrschenden Stellung bei Marktanteil deutlich über 40%.
- Unterhalb 25% liegt die Annahme einer beherrschenden Stellung fern.
- Zwischen 25% und 40% bedarf es für die Annahme einer marktbeherrschenden Stellung zusätzlich eines entsprechenden Abstandes zum nächstliegenden Wettbewerber, wobei an dieses Erfordernis umso höhere Anforderungen zu stellen sind, je niedriger der Marktanteil ist.

Diese Vermutungskriterien begründen (inzwischen?) einen „Anfangsverdacht“. Zur Feststellung einer marktbeherrschenden Stellung werden (sinnvollerweise!) weitere Aspekte berücksichtigt (s. § 18 Abs. 3 GWB, Skript Bien).

Fallbeispiele zur Feststellung einer marktbeherrschenden Stellung:

Missbrauchsfälle:

Intel: Europäische Kommission COMP/C-3 /37.990 vom 13.5.2009,
Europäisches Gericht T-286/09 vom 12.6.2014

AMD Beschwerde über Behinderung der Markteinführung eines innovativen x86 Prozessors durch Intel

Relevanter Markt: x86 CPU (Prozessoren) weltweit

- Marktanteile von Intel: Gesamtmarkt x86 CPU über 80%, in jedem Teilmarkt (Desktop, Laptop, Server) über 50%
- Markteintritt sehr schwierig: Zugang zur Technologie (Patente, Kosten für F&E), Größenvorteile
- Starke Bedeutung von Marken (werbeintensive Branche)
- Finanzkraft von Intel viel höher als bei Konkurrenten
- Keine „buyer power“

⇒ Intel ist marktbeherrschend

Microsoft: Europäische Kommission COMP/C-3/37.792 vom 24.3.2004,
Europäisches Gericht T-201/04 vom 17.9.2007

SUN Beschwerde über Behinderung durch Zurückhalten von wesentlichen
Informationen

Relevante Märkte: a) Betriebssysteme für PC, b) Betriebssysteme für Server, c)
Media Player weltweit

Marktbeherrschung in a) wird durch Microsoft zugegeben, aber von EK auch
verifiziert

Konzentration auf b):

- Marktanteile von Windows im Serverbereich: mehr als 60%
- Anteil Novell 10-25%
- Anteil Linux 5-15%
- Anteil UNIX 5-15%
- Markteintrittsbarrieren wegen Zugang zu Technologie (Information)
- Netzwerkeffekte zwischen Servern und PC

⇒ Microsoft ist marktbeherrschend

Fusionsfälle:

CVC/Lenzing: Europäische Kommission COMP/M.2187 vom 17.10.2001

Relevanter Markt: Viskose Stapelfasern (grobe Darstellung) in Europa

- Marktanteil von Lenzing/Acordis 60-70%
- Nächstgrößter Anbieter Säteri 10-20%, andere noch kleiner
- Bisher ist Lenzing aktivster Wettbewerber
- Kapazitäten aller Anbieter sind gut ausgelastet
- Nachfrage stabil
- Eintrittsbarrieren wegen hoher Investitionssummen
- Lenzing/Acordis haben Möglichkeiten, Konkurrenzangriffe abzuschrecken

⇒ Lenzing/Acordis würde marktbeherrschend werden

Hutchison 3G Austria/Orange Austria: Europäische Kommission COMP M.6497 vom 12.12.2012

Relevanter Markt: Mobilfunkdienste (grobe Darstellung)

- Gemeinsamer Marktanteil $\leq 25\%$!
- Aktiver Wettbewerb zwischen Hutchison und Orange
- Orange besonders aktiv
- UPP $\geq 10\%$
- Preiserhöhung wird durch verbleibende 2 Konkurrenten nicht verhindert
- Eintrittsbarrieren (Frequenzen, Größenvorteile)

⇒ Fusion führt zu Abschwächung des Wettbewerbs (aber keiner Marktbeherrschung) und kann ohne Zusagen nicht genehmigt werden.