

Beiträge zur Verhaltensforschung

Herausgegeben von Prof. Dr. G. Schmölders, Köln

Heft 3

Marktverhalten und Wettbewerb

Eine Untersuchung
zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen

Von

Dr. Dieter Krusche



DUNCKER & HUMBLLOT / BERLIN

Dieter Krusche / Marktverhalten und Wettbewerb

Beiträge zur Verhaltensforschung

Herausgegeben von Prof. Dr. G. Schmölders, Köln

Heft 3

Marktverhalten und Wettbewerb

Eine Untersuchung
zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen

Von

Dr. Dieter Krusche



DUNCKER & HUMBLOT / BERLIN

Alle Rechte vorbehalten
© 1961 Duncker & Humblot, Berlin
Gedruckt 1961 bei Hans Winter Buchdruckerei, Berlin SW 61
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	9
-------------------------	---

Kapitel I

Die gemeinsame Marktbeherrschung mehrerer Unternehmen als Gegenstand des § 22 Abs. 2 GWB

1. <i>Die Zahl der Marktteilnehmer</i>	12
2. <i>Der Marktbegriff</i>	15
Die herkömmlichen Bezeichnungen der Wirtschaftsbereiche S. 17 — Die Kreuzpreiselastizität S. 17 — Die Substitutionskette und ihre Lücken S. 18 — Die Funktion des Produktes S. 19 — Der „relevante Markt“ S. 20 — Die räumliche Marktabgrenzung S. 22 — Die zeitliche Marktabgrenzung S. 23 — Die Verhaltensweisen der Unternehmen S. 23 — Die Nachfrageseite S. 25	
3. <i>Der Wettbewerbsbegriff</i>	26
Wettbewerb im Innenverhältnis S. 27 — Definitionen des Wettbewerbs S. 28 — Formen des Wettbewerbs S. 29	

Kapitel II

Das Entstehen von Gruppenbewußtsein zwischen Unternehmen

1. <i>Wettbewerbsverhalten und Gruppensolidarität</i>	32
2. <i>Bedingungen gruppenkonformen Verhaltens von Unternehmen</i>	35
a) Gemeinsame Merkmale als Erfordernis der Gruppenzugehörigkeit .	35
b) Zielkonformität der individuellen Wirtschaftspläne	39
c) Kontinuität des Gruppenbewußtseins	42
d) Kommunikation innerhalb der Gruppe	45
e) Die Abgeschlossenheit der Gruppe gegenüber neuen Wettbewerbern	48

Kapitel III

Ausdrucksformen des Gruppenbewußtseins

1. <i>Die Verringerung sozialer Binnendistanzen und die Vergrößerung der Außendistanzen</i>	53
2. <i>Das Verhalten der Gruppenangehörigen gegenüber einem Außenseiter</i>	55

Kapitel IV

Gruppenzusammenhalt und Marktgegenseite

- | | |
|---|----|
| 1. Markttransparenz der Käufer als Förderer des Wettbewerbs | 58 |
| 2. Wirtschaftliche Macht der Käufer als Gegenkraft | 59 |

Kapitel V

**Das Unternehmerverhalten
unter dem Einfluß von Gruppennormen**

- | | |
|--|----|
| 1. Normierung des Gruppenverhaltens | 61 |
| 2. Gruppenbewußtes Verhalten unter der Führung eines Unternehmens
Marktführerschaft als Form der „collusion“ S. 65 — Dominierende und
barometrische Führerschaft S. 67 — Demokratische und autoritäre
Führerschaft S. 71 — Die Unfreiheit des Führers S. 72 | 64 |
| 3. Die Preispolitik als Gegenstand von Gruppennormen | 73 |
| Der Endpreiswettbewerb S. 74 — Die Rabattkonkurrenz S. 75 — Die
vertikale Preisbindung S. 78 — Das Basing-point-System S. 79 — Preis-
uniformität S. 80 — Disziplinierte Preissenkungen S. 81 | |
| 4. Produktionsbeschränkung als Norm | 82 |
| 5. Gruppennormen im Rahmen des Nicht-Preis-Wettbewerbs | 84 |
| Beseitigung von Qualitätsunterschieden S. 85 — Kontrolle der Absatz-
wege S. 86 — Nicht-Preis-Wettbewerb als „Ventil“ S. 86 — Wett-
bewerbsregeln S. 88 | |
| Schluß | 89 |
| Ergebnisse für die Sozialpsychologie S. 89 — Ergebnisse für die
Oligopoltheorie S. 90 — Ergebnisse für das Wettbewerbsrecht S. 90 —
Ergebnisse für die Wirtschaftspolitik S. 93 | |
| Literaturverzeichnis | 95 |

Abkürzungsverzeichnis

AER	=	American Economic Review
BGBI.	=	Bundesgesetzblatt
EPA	=	European Productivity Agency
FAZ	=	Frankfurter Allgemeine Zeitung
GWB	=	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
JfNST.	=	Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik
JPE	=	Journal of Political Economy
MA	=	Der Markenartikel
OEEC	=	Organization of European Economic Cooperation
OPS	=	open price system
QJE	=	The Quaterly Journal of Economics
Weltw. Archiv	=	Weltwirtschaftliches Archiv
WRP	=	Wettbewerb in Recht und Praxis
WuW	=	Wirtschaft und Wettbewerb
ZfgSt.	=	Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft
ZfN	=	Zeitschrift für Nationalökonomie

Einleitung

Wettbewerb und Marktverhalten sind untrennbar miteinander verbundene Begriffe. Der Wettbewerb beeinflusst das Unternehmerverhalten, die Verhaltensweisen der Unternehmer wiederum entscheiden über die Intensität des Wettbewerbs, der zwischen ihnen herrscht. Diese Wechselbeziehungen sind Gegenstand der vorliegenden Arbeit, in der die Verhaltensweisen reaktionsverbundener Unternehmen bzw. ihrer Führung in ihren Auswirkungen auf die Stärke des Wettbewerbs innerhalb dieser Gruppe untersucht werden sollen.

Uns interessiert nicht die Marktbeherrschung eines einzelnen Unternehmens oder die Marktstellung einer Gruppe von Unternehmen, zwischen denen der Wettbewerb infolge vertraglicher Vereinbarungen ausgeschaltet ist. Wir wollen uns lediglich mit Verhaltensweisen von Unternehmen beschäftigen, die geeignet sind, ohne Vereinbarungen, die vom Kartellverbot des § 1 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)¹ erfaßt werden, den Wettbewerb zu beschränken und den Unternehmen in ihrer Gesamtheit eine Marktposition zu verschaffen, die der eines Kartells oder eines einzelnen marktbeherrschenden Unternehmens gleichkommt.

Wir behandeln somit die Problematik des § 22 Abs. 2 GWB, der eine Definition der gemeinsamen Marktbeherrschung von zwei und mehr Unternehmen gibt. Dabei muß die Möglichkeit eines Mißbrauchs der gemeinsamen Marktstellung auf einer Beschränkung des Wettbewerbs aus tatsächlichen, nicht aus rechtlichen Gründen beruhen. Der Regierungsentwurf des GWB enthielt ursprünglich nur ein Kartellverbot, von einigen erlaubten Fällen abgesehen, und die Vorschrift einer Mißbrauchsaufsicht über einzelne marktbeherrschende Unternehmen. Erst der Bundesrat schlug die Einbeziehung einer Mißbrauchsaufsicht über sog. marktbeherrschende Oligopole vor und entfachte damit eine Diskussion, aus der verschiedene Formulierungsvorschläge für eine solche Vorschrift hervorgingen, die aber darüber hinaus auch mit der Verkündung des Gesetzes nicht zu einem endgültigen Abschluß gekommen ist².

¹ Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen v. 27. 7. 1957, BGBl. I S. 1081.

² Vgl. dazu Bartholomeyczik, H.: Marktbeherrschende Unternehmen, in: Müller-Henneberg, H./Schwartz, G.: Kommentar zum GWB, S. 515 ff.

Axster, H.: Das Oligopol im GWB, Der Betrieb 1957, S. 937 ff.

Die Formulierungsvorschläge lauteten im einzelnen:

Bundesrat: „Als marktbeherrschend gelten auch zwei oder mehrere Unternehmen, zwischen denen aus tatsächlichen Gründen ein wesentlicher Wett-

Wir können bei unseren Untersuchungen von der jetzigen Fassung des § 22 Abs. 2 GWB ausgehen, da eine Kritik dieser Vorschrift und die Durchleuchtung der Marktverhältnisse, die mit ihr erfaßt werden sollen, gleichzeitig eine Kritik der übrigen Vorschläge beinhaltet. § 22 GWB hat nunmehr folgenden Wortlaut:

- „(1) Soweit ein Unternehmen für eine bestimmte Art von Waren oder gewerblichen Leistungen ohne Wettbewerber ist oder keinem wesentlichen Wettbewerb ausgesetzt ist, ist es marktbeherrschend im Sinne dieses Gesetzes.
- (2) Als marktbeherrschend gelten auch zwei oder mehr Unternehmen, soweit zwischen ihnen für eine bestimmte Art von Waren oder gewerblichen Leistungen allgemein oder auf bestimmten Märkten aus tatsächlichen Gründen ein wesentlicher Wettbewerb nicht besteht und soweit sie in ihrer Gesamtheit die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllen.
- (3) Die Kartellbehörde hat gegenüber marktbeherrschenden Unternehmen die in Absatz 4 genannten Befugnisse, soweit diese Unternehmen
1. bei Abschluß von Verträgen über diese Waren oder gewerblichen Leistungen ihre Marktstellung beim Fordern oder Anbieten von Preisen oder bei der Gestaltung von Geschäftsbedingungen mißbräuchlich ausnutzen oder
 2. durch mißbräuchliche Ausnutzung ihrer Marktstellung den Abschluß von Verträgen über diese Waren oder gewerblichen Leistungen davon abhängig machen, daß der Vertragsgegner sachlich oder handelsüblich nicht zugehörige Waren oder Leistungen abnimmt.
- Bei der Beurteilung, ob die Marktstellung mißbräuchlich ausgenutzt ist, sind alle Umstände zu berücksichtigen.
- (4) Die Kartellbehörde kann unter den Voraussetzungen des Absatzes 3 marktbeherrschenden Unternehmen ein mißbräuchliches Verhalten untersagen und Verträge für unwirksam erklären; § 19 gilt entsprechend. Zuvor soll die Kartellbehörde die Beteiligten auffordern, den beanstandeten Mißbrauch abzustellen.
- (5) Soweit die Voraussetzungen des Absatzes 1 bei einem Konzern im Sinne des § 15 des Aktiengesetzes vorliegen, stehen der Kartellbehörde die Befugnisse nach Absatz 4 gegenüber jedem Konzernunternehmen zu.“

Zu diesem Paragraphen sagt Rasch: „Die Probleme der ‚marktbeherrschenden Unternehmen‘ stellen für den deutschen Juristen fast in vollem Umfang Neuland dar. Sie können mit den überkommenen juristischen Methoden allein nicht gemeistert werden, sondern setzen ein erhebliches Maß nationalökonomischen Urteilsvermögens voraus³.“

bewerb nicht besteht und die in ihrer Gesamtheit die Voraussetzung des Abs. 1 erfüllen.“

Arbeitskreis Kartellgesetz — Bundesregierung: „Als marktbeherrschend im Sinne des Abs. 1 gelten auch zwei oder mehrere Unternehmen, die zusammenwirkend in gleichförmigem Verhalten den Markt wesentlich beeinflussen.“

Wirtschaftspolitischer Ausschuß: „Als marktbeherrschend gelten auch zwei oder mehrere Unternehmen,

- a) zwischen denen aus tatsächlichen Gründen ein wesentlicher Wettbewerb nicht besteht oder
- b) die in gleichförmigem Verhalten den Markt wesentlich beeinflussen.“

³ Rasch, H.: Der Begriff des Oligopols im Kartellgesetzentwurf, WuW 1956, S. 6

digung der bisherigen Beiträge zu § 22 Abs. 2 GWB mit den unternehmerischen Verhaltensweisen befassen, um von daher einer fruchtbaren Anwendung des Gesetzes den Weg zu bereiten.

Appelle, die immer wieder an die Wirtschaftswissenschaften zur Unterstützung der Rechtsprechung gerichtet wurden, riefen eine Reihe von Schriften hervor, die sich mit dem Problem der marktbeherrschenden Unternehmen beschäftigten. Dennoch konnte Rasch drei Jahre nach dem zitierten Ausspruch zu einer umfangreichen Kommentierung der § 22 ff. nur feststellen, daß die aufgewendete Mühe „in keinem rechten Verhältnis zu der praktischen Bedeutung dieser Bestimmungen stünde“⁴.

Die aus tatsächlichen Gründen entstehende wirtschaftliche Machtstellung mehrerer Unternehmungen in ihrer Gesamtheit, gegen die kein Kartellverbot zum Zuge kommen kann, besitzt jedoch im Wirtschaftsleben große Bedeutung. So liegt die Vermutung nahe, daß die Gründe für das zitierte Mißverhältnis von aufgewendeter Mühe und praktischer Bedeutung des § 22 auf einer anderen Ebene liegen. Wir glauben, daß man den Problemen auch mit den herkömmlichen wirtschaftswissenschaftlichen Methoden nicht näherkommen kann. Auch die Versuche der neueren Theorie, Monopolmaße zu entwickeln, konnten hier keinen grundsätzlichen Wandel schaffen⁵. Selbst theoretisch umstritten, ist ihre wirtschaftsrechtliche Anwendung aus mehreren Gründen noch problematischer. So muß der Versuch, mit der Nachfragekurve eines Unternehmens im Verhältnis zu der der Konkurrenzunternehmen — der gesamten Industrie — zu arbeiten, an der Schwierigkeit ihrer Feststellung scheitern. Weiterhin greifen die Monopolmaße z.T. an dem Mißbrauchstatbestand selbst an, z. B. an überhöhten Preisen, während nach dem Wettbewerbsrecht zuvor die Voraussetzungen der Mißbrauchsaufsicht geprüft werden müssen. Diese Lösungsversuche können wir demnach im folgenden unbeachtet lassen. Dagegen werden wir uns eingehend mit den Schwierigkeiten der Abgrenzung eines Marktes und einer Industrie, die bei einigen Monopolmaßen Voraussetzung ist, zu beschäftigen haben.

Darüber hinaus halten wir es für notwendig, eine weitere wissenschaftliche Disziplin, nämlich die Sozialpsychologie, zu Hilfe zu nehmen. Eine gruppensdynamische Betrachtung der „marktbeherrschenden Oligopole“ könnte unter Umständen ein Ansatzpunkt zu den Ergebnissen sein, die die Rechtsprechung so schmerzlich vermißt. Wir haben bereits angedeutet, wie eng die Verknüpfung zwischen Wettbewerb und Unternehmerverhalten ist, und werden uns daher nach einer kritischen Wür-

⁴ Rasch, H.: Besprechung von Müller-Henneberg/Schwartz, Kommentar zum GWB, WuW 1959, S. 56.

⁵ Borchardt, K.: „Wesentlicher Wettbewerb“ im Kartellgesetz, MA 1958, S. 81 ff., insb. S. 85.