

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
Kapitel I	5
Aktuelle Probleme der Wettbewerbspolitik.....	5
Reformen im Vergütungssystem für die Versorgung mit Arzneimitteln durch Großhändler und Apotheken	6
Kurz gefasst	7
Summary	8
1 Einleitung.....	9
2 Neuere Entwicklungen beim Preiswettbewerb im Handel mit Arzneimitteln	10
3 Probleme der Festsetzung einer einheitlichen Vergütung auf Basis der Arzneimittelpreisverordnung	18
4 Normative Analyse des Regulierungsbedarfs	25
5 Empfehlungen für strukturelle Reformen.....	34
Kartellrechtliche Ausnahmeregelungen	38
Kurz gefasst	39
Summary	40
1 Würdigung der neu eingeführten und diskutierten kartellrechtlichen Ausnahmeregelungen.....	41
2 Ausnahme vom deutschen Kartellverbot für die Presse	42
2.1 Erfüllung verfassungsrechtlicher Funktionen.....	42
2.2 Presse als Marktprodukt wirtschaftlichem Druck ausgesetzt	44
2.3 Würdigung der neuen Vorschriften	46
3 Beschränkte Ausnahmeregelung für die Kreditverbünde	49
4 Ausnahmen für die Waldbewirtschaftung auf Länderebene	53
4.1 Entwicklungen seit dem XXI. Hauptgutachten	53
4.2 Vorabentscheidung zu § 46 BWaldG brächte Klärung grundlegender Rechtsfragen für den gesamten EU-Binnenmarkt.....	54
4.3 Durchsetzung der Wettbewerbsregeln unabhängig von § 46 BWaldG geboten.....	55
4.4 Gestaltungsspielräume abhängig von den Zielen der Waldgesetze.....	57
5 Ausnahme für Kooperationen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	59
Algorithmen und Kollusion	62

Kurz gefasst	63
Summary	64
6 Einleitung.....	65
7 Merkmale von Preisalgorithmen.....	65
8 Algorithmen und Kollusion	66
8.1 Was ist Kollusion? (Ökonomische Grundlagen).....	66
8.2 Einfluss von Algorithmen auf Kollusion	67
8.2.1 Algorithmen können Kollusion begünstigen.....	67
8.2.2 Die Rolle von Algorithmen bei Kollusion	68
8.2.2.1 Algorithmen als Instrument.....	68
8.2.2.2 Kollusion durch Nutzung desselben Algorithmus.....	69
8.2.3 Zur Wirkung nachfrageseitiger Algorithmen	70
8.3 Zwischenfazit.....	71
9 Weiterentwicklung des Rechtsrahmens	71
9.1 Einführung.....	71
9.2 Reichen die Wettbewerbsregeln aus, um Kollusion zu verhindern?.....	73
9.2.1 Kartellverbot auf explizite Kollusion grundsätzlich anwendbar.....	73
9.2.2 Verbot des Marktmachtmissbrauchs erfasst implizite Kollusion nur eingeschränkt.....	76
9.2.3 Sind die Wettbewerbsregeln zu ergänzen, um einen potenziellen Beitrag von Preisalgorithmen zu Kollusion zu neutralisieren?.....	78
9.2.3.1 Kollusive Marktergebnisse als eigenständiges Wettbewerbsproblem	78
9.2.3.2 Wie lässt sich Kollusion bei einer algorithmusbasierten Preissetzung identifizieren?	79
9.2.3.3 Welche ergänzenden Maßnahmen sind zur Neutralisierung algorithmenspezifischer Kollusionsrisiken in Betracht zu ziehen?	81
9.3 Reicht es aus, für die rechtliche Verantwortlichkeit für das Entstehen kollusiver Marktergebnisse wie bisher an das Verhalten der Verwender anzuknüpfen?	84
9.3.1 Kriterien für die Zurechnung wettbewerbsrechtlicher Verstöße bei Beteiligung Dritter	84
9.3.2 Angemessene Haftung von Plattformbetreibern	85
9.3.3 Problematische Haftung von IT-Dienstleistern	86
9.3.4 Empfehlung: Überprüfung und gegebenenfalls Regelung der Verantwortlichkeit von Dritten nach ihrem jeweiligen Beitrag zu kollusiven Marktergebnissen.....	87
Kapitel II	89
Stand und Entwicklung der Unternehmenskonzentration in Deutschland	89
Kurz gefasst	90
Summary	91
11 Einleitung.....	92
12 Konzentration und Verflechtung von Großunternehmen	94

12.1	Ziel und Methodik der Untersuchung.....	94
12.1.1	Ziel einer Analyse der aggregierten Unternehmenskonzentration	94
12.1.2	Die Wertschöpfung des inländischen Konzerns als Größenkriterium	95
12.1.3	Die Ermittlung der „100 Größten“	97
12.1.4	Gang der Untersuchung.....	98
12.2	Die 100 größten Unternehmen in Deutschland	98
12.2.1	Die Zusammensetzung des Kreises der 100 größten Unternehmen.....	98
12.2.2	Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der „100 Größten“	108
12.3	Anteilseigner und Kapitalverflechtungen der „100 Größten“	115
12.4	Personelle Verflechtungen der „100 Größten“	125
12.5	Beteiligung der „100 Größten“ an Unternehmenszusammenschlüssen	130
12.6	Die nach inländischem Geschäftsvolumen größten Unternehmen einer Branche	132
13	Entwicklung von Marktmachtindikatoren in Deutschland und Europa.....	151
13.1	Einleitung	151
13.2	Ursachen zunehmender sektorübergreifender Marktmacht	153
13.3	Makroökonomische Folgen zunehmender Marktmacht	155
13.3.1	Wettbewerb und Produktivitätswachstum	156
13.3.2	Wettbewerb und Lohnquoten.....	159
13.4	Empirische Marktmachtindikatoren	161
13.4.1	Umsatzkonzentration	162
13.4.2	Preisaufschläge.....	163
13.5	Ergebnisse: konstante Konzentration und steigende Preisaufschläge	164
13.5.1	Konstante Konzentration	164
13.5.2	Steigende Preisaufschläge	166
13.5.3	Anstieg ausgewiesener Unternehmensgewinne	169
13.5.4	Starke sektorspezifische Unterschiede	170
13.6	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	171
14	Unternehmensverflechtungen über indirekte Minderheitsbeteiligungen	175
14.1	Einleitung	175
14.2	Institutionelle Anleger und indirekte Horizontalverflechtungen.....	176
14.3	Einflussmöglichkeiten institutioneller Investoren	180
14.3.1	Einführung	180
14.3.2	Ziel: nachhaltige Unternehmensführung im Anlegerinteresse.....	184
14.3.3	Umfang der Einflussmöglichkeiten.....	185
14.3.4	Art der Einflussausübung im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten	187
14.3.4.1	Wahrnehmung von Stimmrechten.....	187
14.3.4.2	Einflussnahme jenseits der Stimmrechtswahrnehmung	188
14.3.4.3	Veräußerung von Unternehmensanteilen	190
14.3.5	Zusammenfassung und Bewertung.....	190
14.4	Schadenstheorien im Zusammenhang mit wettbewerbsrelevanten Fragen.....	190

14.4.1	Unilaterale Effekte	191
14.4.2	Koordiniertes Verhalten	193
14.4.2.1	Verbesserte Markttransparenz	194
14.4.2.2	Unilaterale Effekte und Verhaltenskoordination	194
14.4.2.3	Bedeutung von Einflussmöglichkeiten	194
14.4.3	Zusammenfassung und Bewertung	195
14.5	Die Messung indirekter Horizontalverflechtungen und ihrer wettbewerblichen Effekte	196
14.5.1	Einfache Kennzahlen für den Verflechtungsgrad	196
14.5.2	Ökonomisch-theoretisch fundierte Maßzahlen	197
14.6	Empirische Hinweise auf wettbewerbsschädliche Effekte	200
14.6.1	Marktspezifische Studien	200
14.6.2	Marktübergreifende Studien	203
14.6.3	Zusammenfassende Bewertung der empirischen Studien	203
14.7	Maßnahmen gegen potenzielle Wettbewerbsrisiken	204
14.7.1	Vorschläge zur Begrenzung indirekter Horizontalverflechtungen	204
14.7.1.1	Fusionskontrollrechtliche Prüfung von Minderheitsbeteiligungen diversifizierter Investoren	205
14.7.1.2	Regulierungsmaßnahmen zur Begrenzung indirekter Horizontalverflechtungen	207
14.7.1.3	Verschärfung der Corporate-Governance-Regeln	208
14.7.2	Berücksichtigung von Horizontalverflechtungen bei Unternehmenszusammenschlüssen	209
14.7.3	Abschließende Bewertung der Vorschläge	211
14.8	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	211
Kapitel III	214	
Würdigung der kartellrechtlichen Entscheidungspraxis	214	
Kurz gefasst	215	
Summary	216	
15 Einleitung	217	
16 Allgemeine Entwicklungen im Berichtszeitraum	217	
16.1	Legislative Entwicklungen: Nachbetrachtung zur 9. GWB-Novelle	217
16.1.1	Umsetzung der Richtlinie 2014/104/EU	217
16.1.1.1	Übergangsbestimmungen zu den Verjährungsregeln	218
16.1.1.2	Offenlegung von Beweismitteln	219
16.1.2	Erweiterung der Bußgeldhaftung	220
16.1.3	Marktabgrenzung und Marktbeherrschung insbesondere in der Digitalökonomie	221
16.1.4	Einführung einer Transaktionswertschwelle	222
16.1.5	Kartellrechtliche Ausnahmebereiche	222
16.1.6	Änderungen im Ministererlaubnisverfahren	223
16.1.7	Neue Kompetenzen beim Verbraucherschutz	223
16.2	Überblick über die kartellrechtliche Entscheidungspraxis	224
16.2.1	Fusionskontrolle	224
16.2.1.1	Deutsche Fusionskontrolle	224
16.2.1.2	Europäische Fusionskontrolle	231

16.2.2	Missbrauchsaufsicht	233
16.2.3	Horizontale und vertikale Vereinbarungen	236
17	Spezifische Probleme der Kartellrechtsanwendung.....	241
17.1	Abgrenzung mehrseitiger Märkte	241
17.1.1	Besonderheiten bei der Abgrenzung mehrseitiger Märkte	242
17.1.1.1	Unentgeltlichkeit von Märkten.....	242
17.1.1.2	Einheitliche oder getrennte Marktabgrenzung	243
17.1.1.3	Zur Anwendbarkeit quantitativer Methoden	245
17.1.2	Marktabgrenzung im Fall Google Search (Shopping)	246
17.1.3	Schlussfolgerungen und Empfehlung.....	249
17.2	Neue Entwicklungen bei wettbewerblichen Schadenstheorien	250
17.2.1	Missbräuche im Umgang mit Kundendaten	250
17.2.1.1	Prüfkonzept I (§ 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB): Vorgehen wie bei Preishöhenmissbrauch.....	252
17.2.1.2	Prüfkonzept II (§ 19 Abs. 1 GWB): Datenschutzrecht als Maßstab der Angemessenheit von Konditionen	254
17.2.1.3	Kompetenzabgrenzung zu Datenschutzbehörden	258
17.2.1.4	Schlussfolgerungen und Empfehlung.....	259
17.2.2	Die Untersuchung des Wettbewerbsparameters Innovation wird (weiter)entwickelt.....	260
17.2.2.1	Beschränkung des Innovationswettbewerbs im Fall Dow/DuPont.....	261
17.2.2.2	Die Bewertung von Innovationsanreizen sollte weiterentwickelt und in den Horizontal-Leitlinien verdeutlicht werden.....	266
17.2.3	Positive indirekte Netzwerkeffekte verstärken die Marktmacht von Plattformen.....	267
17.2.3.1	§ 18 Abs. 3a GWB berücksichtigt Besonderheiten von Plattformen und Netzwerken.....	268
17.2.3.2	§ 18 Abs. 3a GWB bei Ticketsystemen erstmals angewendet	270
17.2.3.3	Indirekte Netzwerkeffekte erweitern die konventionelle Schadenstheorie	275
17.2.3.4	Schlussfolgerungen und Empfehlung.....	276
17.2.4	Schutzlücke in der Fusionskontrolle bei „schleichenden Übernahmen“?.....	277
17.2.4.1	Beurteilung von Minderheitsbeteiligungen im Rahmen der Fusionskontrolle	278
17.2.4.2	Bewertungsschwierigkeiten bei unilateralen Effekten im Fall EnBW/MVV.....	279
17.2.4.3	Schlussfolgerungen und Empfehlung.....	283
17.3	Kartellrechtliche Kontrolle von Schlichtungsvereinbarungen am Beispiel des Falls Edeka/Kaiser's Tengelmann („Abkauf von Wettbewerb“).....	283
17.3.1	Zusammenfassung der Beurteilungsgrundsätze für Patentvergleiche.....	285
17.3.2	Übertragung auf den Fall Edeka/Tengelmann	287
17.3.3	Schlussfolgerungen und Empfehlung.....	288
17.4	Drittplattformverbote.....	289
17.4.1	Meinungsstand zu Drittplattformverboten.....	290
17.4.2	EuGH-Urteil in der Rechtssache Coty.....	290
17.4.2.1	Sachverhalt und Vorlagefragen	290
17.4.2.2	Entscheidungsgründe	291
17.4.3	Stellungnahme und Empfehlungen.....	293
17.4.3.1	Keine Beschränkung auf Luxuswaren oder -image.....	293
17.4.3.2	Intensivere Abstimmung der Kartellbehörden	296
17.4.3.3	Mehr Vorabentscheidungsersuchen	297
17.5	Zentralvermarktung der Übertragungsrechte für die UEFA Champions League.....	297

17.5.1	Entwicklungen bei der kartellrechtlichen Kontrolle der Vergabe von Übertragungsrechten für Fußballwettbewerbe	298
17.5.2	Einordnung des Vermarktungsmodells für die UEFA Champions League-Vermarktung für die Spielzeiten 2018/19 bis 2020/21	300
17.5.3	Erfordernis der kartellbehördlichen Überprüfung der Champions League-Vermarktung	302
17.5.4	Schlussfolgerungen und Empfehlung.....	305
17.6	Einwand der Schadensweitergabe bei Kartellschadensersatzklagen.....	305
17.6.1	Die Grundsätze zur Schadensweitergabe	305
17.6.1.1	Grundsatzurteil des BGH in der Rechtssache ORWI.....	305
17.6.1.2	Vorschriften zur Schadensabwälzung nach Inkrafttreten der 9. GWB-Novelle	307
17.6.2	Die Rechtsprechung der Instanzgerichte zum Ausschluss des Passing-on-Einwands	308
17.6.3	Stellungnahme und Empfehlungen.....	309
17.6.3.1	Gründe für Ausschluss des Passing-on-Einwands nicht überzeugend	309
17.6.3.2	Stärkung der privaten Kartellrechtsdurchsetzung für Verbraucher.....	311
17.7	Ministererlaubnisverfahren nach der 9. GWB-Novelle	314
17.7.1	Beibehaltung der Entscheidungskompetenz des Ministers ist sachgerecht	315
17.7.2	Verzicht auf gesetzliche Verankerung von Gemeinwohlgründen ist zu begrüßen	316
17.7.3	Neue Fristenregelung verbesserungsbedürftig	316
17.7.4	Falsches Signal durch beabsichtigte Einschränkung des Drittrechtsschutzes	317
17.7.5	Schlussfolgerungen und Empfehlung.....	319
17.8	Datengestützte Analysen im Berichtszeitraum	319
17.8.1	Marktabgrenzung anhand räumlich hochauflösender Daten.....	319
17.8.2	Standardmethoden in der Amtspraxis	320
17.8.3	Schlussfolgerungen und Empfehlung.....	321
17.9	Wettbewerbsschutz und Verbraucherschutz	322
17.9.1	9. GWB-Novelle und Befugnisse des Bundeskartellamtes im Verbraucherschutz	322
17.9.2	Politikziel: Stärkung des Verbraucherschutzes	323
17.9.3	Bundeskartellamt als Verbraucherschutzbehörde?	324
17.9.3.1	Das komplementäre Verhältnis von Wettbewerbsschutz und Verbraucherschutz	324
17.9.3.2	Zielkonflikte zwischen Wettbewerbsschutz und Verbraucherschutz	326
17.9.3.3	Konsequenzen für die Anwendung des Wettbewerbsrechts.....	326
17.9.3.4	Wettbewerbliche Auswirkungen der organisatorischen Eingliederung des Verbraucherschutzes innerhalb des Bundeskartellamtes.....	327
17.9.4	Schlussfolgerungen und Empfehlung.....	328
Kapitel IV	329
Wettbewerb audiovisueller Medien im Zeitalter der Konvergenz	329
Kurz gefasst	330
Summary	331
18	Einleitung.....	332
19	Marktstruktur und Wettbewerbsentwicklung im Bereich audiovisueller Medien	333
19.1	Der traditionelle Fernsehmarkt.....	333

19.2	Audiovisuelle Online-Medien	337
19.2.1	Formen von Videostreaming-Diensten	337
19.2.2	Marktentwicklung im Bereich Online-Videos	339
19.3	Nutzung von Fernsehen und Online-Videos im Vergleich	342
19.4	Wettbewerb zwischen Rundfunk und Presse mit Online-Angeboten.....	343
19.5	Die Entwicklung des Online-Werbemarktes.....	345
20	Der regulatorische Rahmen für audiovisuelle Medien	348
20.1	Verfassungsgerichtliche und unionsrechtliche Vorgaben zur Rundfunkregulierung	349
20.1.1	Einführung	349
20.1.2	Verfassungsrecht: Wirtschaftliche Tätigkeit ist privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in unterschiedlichem Umfang gestattet	349
20.1.3	Zulässige wirtschaftliche Tätigkeit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten unterliegt nur eingeschränkt EU-Wettbewerbsregeln (Art. 106 Abs. 2 AEUV i. V. m. Protokoll Nr. 29)	353
20.1.4	Andere binnenmarktrelevante Regelungen auf der EU-Ebene	354
20.2	Umsetzung der Vorgaben höherrangigen Rechts durch das Rundfunkrecht	355
20.2.1	Regulierung linearer Fernsehangebote.....	355
20.2.2	Regulierung nicht-linearer Abrufdienste (Telemedien).....	358
20.2.3	Regulierung von Plattformen.....	359
21	Überarbeitung des regulatorischen Rahmens geboten.....	360
21.1	Beschreibung: Auftrag der Rundfunkanstalten und zulässige Online -Angebote.....	360
21.1.1	Derzeitige Regelung des Telemedienangebots in §§ 11 ff. des RStV	360
21.1.2	Diskussion um die Ausweitung der zulässigen Online-Angebote	361
21.2	Überarbeitung und Präzisierung des Auftrags der Rundfunkanstalten geboten	364
21.2.1	Auftrag der Rundfunkanstalten beim Angebot von Inhalten über Online-Medien aus rechtlicher Sicht nicht hinreichend klar definiert.....	364
21.2.2	Öffentlich-rechtliches Online-Angebot allenfalls für „Public-Value“-Inhalte zu rechtfertigen.....	365
21.2.3	Bestehende Möglichkeiten Online-Verbreitung von „Public-Value“-Inhalten ausreichend.....	369
21.2.4	Vereinbarkeit der Ausweitung der öffentlich-rechtlichen Online-Angebote mit EU-Beihilferegeln ist gegenwärtig fraglich.....	371
21.2.4.1	Ausweitung der öffentlich-rechtlichen Online-Angebote unterliegt beihilferechtlicher Prüfung	371
21.2.4.2	Drei-Stufen-Test als Verfahrensregelung auf nationaler Ebene effektiver gestalten.....	372
21.2.5	Bei grundsätzlich beihilferechtskonformer Ausgestaltung bleiben Vorgaben der übrigen EU-Wettbewerbsregeln zu beachten	374
21.3	Rundfunkregulierung in anderen Bereichen überarbeitungsbedürftig	375
21.3.1	Anpassung der Abgrenzung audiovisueller Mediendienste und des Zulassungsregimes	376
21.3.2	Anpassung inhaltlicher Anforderungen – Novelle der AVMD-Richtlinie	378
21.3.3	Anpassung der Medienkonzentrationskontrolle erforderlich.....	381
21.3.4	Vorschläge zur Weiterentwicklung der Plattformregulierung zu weitgehend	383
21.3.5	Medienrechtliche Vielfaltsregulierung von Intermediären abzulehnen	388
21.4	Weitere wettbewerbsrelevante Aspekte	390
21.4.1	Grenzüberschreitende Nutzung audiovisueller Mediendienste.....	390
21.4.2	Auswirkungen datenschutzrechtlicher Bestimmungen	393

22	Fazit mit Handlungsempfehlungen.....	395
A. Anhang zu Kapitel II.....		399
23	Methodische Erläuterungen zu Kapitel II.2.....	399
23.1	Die Ermittlung der inländischen Wertschöpfung der Unternehmen.....	399
23.2	Verfahren zur Schätzung der inländischen Wertschöpfung	401
24	Ergänzende Tabellen zu Kapitel II.2	403
25	Formale Herleitung und Schätzung von Preisaufschlägen zu Kapitel II.3	424
26	Datengrundlage zu Kapitel II.3	426
27	Ergänzende Abbildung zu Kapitel II.3	428
28	Anhang zu Kapitel II.4	429
28.1	Modelltheoretische Herleitung des MHHI	429
28.2	Berechnungsbeispiele für den MHHI.....	430
28.3	Verbreitung indirekter Horizontalverflechtungen in Deutschland und Europa.....	435
B. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (Auszug: §§ 44 bis 47).....		437
C. Untersagungen durch das Bundeskartellamt		440
D. Veröffentlichungen von im Auftrag der Monopolkommission erstellten Gutachten		459
E. Gutachten der Monopolkommission.....		464