

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis.....	XI
Abbildungsverzeichnis.....	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XIX
Symbolverzeichnis	XXIII
1 Einführung.....	1
1.1 Motivation und Hintergründe	1
1.2 Problemstellung und Zielsetzung	6
1.3 Gang der Arbeit.....	12
2 Stand der relevanten Forschung.....	15
2.1 Überblick	15
2.2 Exkurs: Theoretische Grundlagen des Kollusionsbegriffs	16
2.3 Bisherige Ansätze in der forensischen Kartellforschung	27
2.3.1 Preisniveau und Varianz-Screening	28
2.3.2 Kartellpreise und Nachfrageentwicklung	42
2.3.3 Kartellpreise und Kostentransmission.....	52
2.3.4 Sonstige Indikatoren und Testverfahren	57
2.3.5 Die Aufdeckung von Kollusion im Auktionskontext.....	63
2.4 Aktueller Stand der Forschung zu Benford's Law	75
2.4.1 Bisherige Anwendungsfelder.....	75
2.4.2 Marktmanipulation und Kartellaufdeckung.....	90
3 Grundlagen und Methodik des Benford-Testes	95
3.1 Überblick	95
3.2 Benford's Law.....	95
3.2.1 Beschreibung der Gesetzmäßigkeit	95

3.2.2 Theoretische Erklärungsansätze	101
3.2.3 Kriterien an den Datensatz	109
3.3 Statistische Testverfahren und Abstandsmaße	112
3.3.1 Hypothesentestverfahren.....	113
3.3.2 Abstandsmaße.....	121
3.4 Abweichungen als Indikator für Kartellverstöße?.....	126
4 Kraftstoffmarkt in Australien	135
4.1 Überblick	135
4.2 Marktstruktur und Marktdynamik	135
4.3 FuelWatch und Preisregulierung	142
4.4 Benzinpreiszyklen und regionale Preisunterschiede	145
4.5 Wettbewerbseinschätzung und Kartellverstöße	158
5 Konzeption der empirischen Untersuchung.....	165
5.1 Überblick	165
5.2 Datengrundlage.....	165
5.2.1 Stichprobenauswahl.....	165
5.2.2 Preisvariablen und sekundäre Datenquellen.....	169
5.3 Zielstellung und Untersuchungsaufbau.....	177
5.4 Testmethodik	182
6 Bezugsgröße und deskriptive Analyse	187
6.1 Überblick	187
6.2 Diskussion und Auswahl der Bezugsgröße.....	187
6.3 Ermittlung der Testergebnisse auf Tankstellenebene	198
6.4 Deskriptive Analyse der Testergebnisse	200
6.4.1 Analyse der Gesamtstichprobe	201
6.4.2 Zeitliche Aufgliederung der Testwerte.....	206

6.4.3 Regionale Aufgliederung der Testwerte.....	212
6.4.4 Markenbezogene Aufgliederung der Testwerte.....	214
7 Untersuchung A: Kartellindikatoren.....	223
7.1 Zielstellung und Überblick.....	223
7.2 Auswahl der Kartellindikatoren und Hypothesen.....	223
7.3 Methodische Grundlagen und Vorgehensweise.....	232
7.3.1 Korrelationsanalyse.....	233
7.3.2 Mittelwertvergleichstest.....	240
7.3.3 Identifikation von Edgeworth-Zyklen	246
7.4 Untersuchungsergebnisse.....	252
7.4.1 Ergebnisse für den Gesamtdatensatz	252
7.4.2 Zeitliche und regionale Unterteilung.....	261
7.4.3 Zyklische und nicht zyklische Märkte	270
7.4.4 Ergebnisse des Mittelwertvergleichs.....	276
7.5 Zusammenfassende Beurteilung der Ergebnisse.....	283
8 Untersuchung B: Marktstruktureffekte	289
8.1 Zielsetzung und Hypothesen.....	289
8.2 Räumliche Marktabgrenzung	294
8.3 Methodische Grundlagen und Vorgehensweise.....	298
8.3.1 Grundlagen der linearen Paneldatenanalyse.....	298
8.3.2 Modellformulierung.....	309
8.3.3 Mögliche Probleme des Regressionsmodells	316
8.4 Untersuchungsergebnisse.....	323
8.4.1 Monopoltest.....	323
8.4.2 Ergebnisse der Regressionsanalyse	327
8.5 Zusammenfassende Beurteilung der Ergebnisse.....	335

9 Untersuchung C: Räumliche Clusterung.....	339
9.1 Zielsetzung und Hypothese	339
9.2 Methodische Grundlagen und Vorgehensweise.....	340
9.3 Untersuchungsergebnisse.....	350
9.3.1 Ergebnisse der Clusteranalyse: $Q_{0,90}$ als Typ1-Grenzwert	351
9.3.2 Robustheitsprüfung: andere Typ1-Grenzwerte	361
9.4 Zusammenfassende Beurteilung der Ergebnisse.....	366
10 Schlussbetrachtung	369
10.1 Thesenförmige Zusammenfassung	369
10.2 Abschließende Beurteilung und Ausblick	386
Anhang.....	393
Literaturverzeichnis	XXIX
Quellenverzeichnis.....	LV