

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1 Einführung	1
1.1 Ausgangspunkte: Konzentrationsentwicklung und Machtverteilung zwischen Industrie und Lebensmitteleinzelhandel	1
1.2 Aufbau und Grundlagen der Untersuchung.....	5
2 Konzeptionelle Grundlagen	7
2.1 Wirksamer Wettbewerb im Lichte des Leitbilds der Verbraucherwohlfahrt.....	7
2.2 Nachfragemacht und Kartellrechtsanwendung	8
2.2.1 Ausgangspunkte: Nachfragemacht in der Wettbewerbsökonomie	8
2.2.1.1 Vom klassischen zum verhandlungstheoretischen Analyserahmen	8
2.2.1.2 Zur Schwäche der Verhandlungstheorie: keine Anknüpfungspunkte für das Kartellrecht.....	9
2.2.2 Auf dem Weg zu einer kartellrechtskompatiblen Nachfragemachtdefinition	10
2.2.2.1 Zur Ambivalenzthese der Nachfragemacht: Konsumentenwohlfahrt trotz nicht wirksamen Wettbewerbs in der Lieferkette?	10
2.2.2.2 Eine gängige Nachfragemachtdefinition aus theoretischer Perspektive	12
2.2.2.3 Praktische Probleme bei der Abgrenzung zwischen Nachfragemacht und marktimmmanentem Konditionendruck	13
2.2.2.4 Vertikale Machtverteilung als Kontinuum.....	15
2.2.2.5 Nachfragemacht im Kartellrecht als vertikale Auswirkung von Marktbeherrschung, überragender Marktstellung oder relativer Marktmacht von Nachfragern	17
2.2.3 Das Messproblem: Kriterien zur Erfassung von Nachfragemacht im Kartellrecht.....	19
2.2.3.1 Vorbemerkungen	19
2.2.3.2 Marktstrukturmerkmale	20
2.2.3.3 Marktverhaltensmerkmale	22
2.2.3.4 Marktergebnismerkmale	23
2.3 Grundlagen der empirischen Untersuchung	23

2.3.1	Aktuelle primär- und sekundärstatistische Grundlagen dieser Studie	23
2.3.1.1	Zur Konzeption dieser Studie und der Industriebefragung 2021	23
2.3.1.2	Amtliche, sekundärstatistische Quellen	24
2.3.2	Ältere Industrie- und Handelsbefragungen	24
2.4	Zwischenergebnis	25
3	Ausgewählte institutionenökonomische Grundlagen der Ernährungswirtschaft	26
3.1	Besonderheiten der Lebensmitteldistribution	26
3.2	Industriestrukturen im Überblick	29
3.2.1	Entwicklung der Unternehmensanzahl in der FMCG-Industrie nach Güterklassen	29
3.2.2	Marktvolumina	32
3.2.3	Typische Geschäftsmodelle und Strategien in der FMCG-Industrie	32
3.3	Die LEH-Strukturen im Überblick	34
3.3.1	Marktabgrenzung im LEH	34
3.3.1.1	Abgrenzung der relevanten Absatzmärkte im LEH	34
3.3.1.2	Abgrenzung der relevanten Beschaffungsmärkte im LEH	36
3.3.2	Typische Geschäftsmodelle im LEH	37
3.3.3	Wettbewerbliche Einheit im LEH	39
3.3.4	Überblick über die Strukturentwicklung im LEH	41
3.3.4.1	Stand und Entwicklung der Umsatzkonzentration bei weiter Marktabgrenzung	41
3.3.4.2	Internes und externes Unternehmenswachstum im LEH	42
3.3.4.3	Stand und Entwicklung der Umsatzkonzentration bei enger Marktabgrenzung	46
4	Darstellung der Befragungsergebnisse	48
4.1	Vorbemerkungen	48
4.2	Beschreibung und Repräsentativität der Stichprobe	50
4.2.1	Empirische Befunde zu den Charakteristika der teilnehmenden Hersteller	50
4.2.1.1	Marktsegmente und Umsatzverteilung	51
4.2.1.2	Unternehmensgröße und Marktpositionierung	57
4.2.1.3	Weitere Hersteller- und Marktcharakteristika	61
4.2.2	Repräsentativität der Stichprobe	64
4.3	Empirische Befunde zu Vorbedingungen für Verhandlungen	68

4.3.1	Häufigkeit von Vorbedingungen	68
4.3.2	Art und Bedeutung gestellter Vorbedingungen	69
4.4	Empirische Befunde zum Verhandlungsablauf und zu Konditionenvereinbarungen in Jahresgesprächen	72
4.4.1	Geschäftsbeziehungen und Gründe für den Konditionendruck des Handels	73
4.4.2	Verhandlungsspielräume und Handlungsoptionen der Industrie	76
4.4.3	Verhandlungsführung, Verhandlungsergebnis und Kompenationsmöglichkeiten	78
4.4.4	Einfluss zunehmender Konzentration auf Handelseite	82
4.4.5	Preiserhöhungsspielräume der Industrie	85
4.5	Empirische Befunde zu Nachverhandlungen	87
4.5.1	Häufigkeit und Initiierung von Nachverhandlungen	87
4.5.2	Gründe für Nachverhandlungen	90
4.6	Empirische Befunde zu unlauteren Handelspraktiken	92
4.6.1	Häufigkeit unlauterer Handelspraktiken	93
4.6.2	Erwartungen an die UTP-Richtlinie und zukünftiges Verhalten der Hersteller	96
4.7	Empirische Befunde zu Investitionen und Innovationen	98
4.8	Vergleich der Ergebnisse mit der L&A-Industriebefragung 2011	100
4.9	Zwischenergebnis	106
5	Marktergebnis: Konzentration als Preis- und Gewinntreiber gefährdet dynamische Wettbewerbsfunktionen	107
5.1	Verbraucherpreise im europäischen Vergleich	107
5.1.1	Vergleich der Preisentwicklung	107
5.1.2	Vergleich des Preisniveaus	111
5.2	Handelsseitige Konzentration als Preistreiber im LEH	114
5.2.1	Motivation und Hypothese	115
5.2.2	Regressionsmodell und deskriptive Statistik	120
5.2.3	Ökonometrische Befunde	127
5.3	Renditenvergleich zwischen LEH und Lebensmittelindustrie	134
5.3.1	Vorüberlegungen	134
5.3.2	Vergleich der Gewinne	136
5.3.3	Vergleich der Eigenkapitalrenditen	139
5.4	Zwischenergebnis	144
6	Analyse der empirischen Ergebnisse	145
6.1	Analyse der marktstrukturellen Indikatoren	145
6.1.1	Marktstrukturindikatoren im Überblick	145
6.1.2	Marktstruktur und wirksamer Wettbewerb	147
6.2	Analyse der Marktverhaltensindikatoren	155

6.2.1	Indikatoren zur Verhaltenskontrolle durch Wettbewerber	155
6.2.2	Indikatoren zur Entwicklung von Produktinnovationen	157
6.3	Analyse der Marktergebnisindikatoren	161
6.4	Zwischenergebnis	162
7	Exkurs: Übertragbarkeit der Befunde auch auf den Drogeriehandel	166
7.1	Zur Marktabgrenzung im Drogeriehandel	167
7.2	Indizien für ein strukturelles Ungleichgewicht der Verhandlungsmacht im Drogeriehandel	168
7.2.1	Marktstruktur des Drogeriehandels i. e. S.	169
7.2.2	Marktstruktur des Drogeriehandels unter Einbeziehung des LEH	174
7.3	Primärstatistische Befunde zur Abhängigkeit der Drogerieartikelhersteller	175
7.4	Indizien für eingeschränkten Wettbewerb auf der Absatzseite im Drogeriehandel	178
7.5	Zwischenergebnis	181
8	Exkurs: Bedeutung des AgrarOLkG für die Messung von Nachfragermacht	183
8.1	Vorbemerkungen	183
8.1.1	Zum teleologischen Hintergrund der UTP-Richtlinie und des AgrarOLkG	183
8.1.2	Verhältnis des AgrarOLkG zum GWB	186
8.1.3	Anwendungsbereich des AgrarOLkG in Bezug auf unlautere Handelspraktiken	187
8.2	Schutzwirkungen des AgrarOLkG bei der Abgrenzung des Adressatenkreises	191
8.2.1	Vorbemerkungen	191
8.2.2	Zur Abhängigkeit auch größerer Lieferanten	192
8.2.3	Zur besonderen Abhängigkeit der Lieferanten von Frischprodukten	200
8.3	Anmerkungen zu Regulierungsproblemen des AgrarOLkG	204
8.3.1	Anwendungsprobleme	205
8.3.1.1	Nicht intendierte Wettbewerbswirkungen durch §§ 17, 20 AgrarOLkG	206
8.3.1.2	Kostenübernahme durch die Lieferanten nach § 16 AgrarOLkG	208
8.3.1.3	Preisnachlässe und Zahlungen für die Markteinführung nach § 17 AgrarOLkG	209

8.3.1.4	Markterschließungsleistungen des LEH als Listungsgebühren nach § 20 AgrarOLkG	210
8.3.2	Regulierungsdefizite.	211
8.3.2.1	Ausweichhandlungen und nicht erfasste Prak- tiken	211
8.3.2.2	Fallbeispiel Sojafuttermittelanforderungen (Aldi Soja Credits)	214
8.4	Zwischenergebnis	216
9	Wettbewerbsökonomisches Fazit	218
Anhang: L&A-Industriebefragung 2021 – Fragebogen		223
Literaturverzeichnis		249