

# Inhaltsverzeichnis

|  |      |
|--|------|
| <b>Abbildungsverzeichnis</b> .....   | XI   |
| <b>Tabellenverzeichnis</b> .....   | XVII |
| <b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....   | XIX  |
| <b>1 Einführung</b> .....  | 1    |
| 1.1 Ausgangspunkte: Konzentrationsentwicklung und Machtverteilung zwischen Industrie und Lebensmitteleinzelhandel .....  | 1    |
| 1.2 Aufbau und Grundlagen der Untersuchung .....   | 5    |
| <b>2 Konzeptionelle Grundlagen</b> .....   | 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 marktmanentem Konditionendruck .....  | 13   |
| 2.2.2.4 Vertikale Machtverteilung als Kontinuum .....  | 15   |
| 2.2.2.5 Nachfragemacht im Kartellrecht als vertikale Auswirkung von Marktbeherrschung, übertragender 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        |
| <b>3</b> | <b>Ausgewählte institutionenökonomische Grundlagen der Ernährungswirtschaft .....</b> | <b>26</b> |
| 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        |
| <b>4</b> | <b>Darstellung der Befragungsergebnisse .....</b>                                     | <b>48</b> |
| 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 Konditionenendruck des Handels. . . . .  | 73         |
| 4.4.2    | Verhandlungsspielräume und Handlungsoptionen der Industrie . . . . .   | 76         |
| 4.4.3    | Verhandlungsführung, Verhandlungsergebnis und Kompensationsmöglichkeiten . . . . .                                     | 78         |
| 4.4.4    | Einfluss zunehmender Konzentration auf Handelsseite. . . . .   | 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        |
| <b>5</b> | <b>Marktergebnis: Konzentration als Preis- und Gewinnstreiber gefährdet dynamische Wettbewerbsfunktionen . . . . .</b> | <b>107</b> |
| 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        |
| <b>6</b> | <b>Analyse der empirischen Ergebnisse . . . . .</b>  | <b>145</b> |
| 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        |
| <b>7</b> | <b>Exkurs: Übertragbarkeit der Befunde auch auf den Drogeriehandel . . . . .</b>                 | <b>166</b> |
| 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        |
| <b>8</b> | <b>Exkurs: Bedeutung des AgrarOLkG für die Messung von Nachfragemacht . . . . .</b>              | <b>183</b> |
| 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<br>Leistungsgebühren nach § 20 AgrarOLkG . . . . . | 210        |
| 8.3.2    | Regulierungsdefizite. . . . .   | 211        |
| 8.3.2.1  | Ausweichhandlungen und nicht erfasste Prak-<br>tiken . . . . .                              | 211        |
| 8.3.2.2  | Fallbeispiel Sojafuttermittelanforderungen<br>(Aldi Soja Credits). . . . .                  | 214        |
| 8.4      | Zwischenergebnis . . . . .  | 216        |
| <b>9</b> | <b>Wettbewerbsökonomisches Fazit . . . . .</b>  | <b>218</b> |
|          | <b>Anhang: L&amp;A-Industriebefragung 2021 – Fragebogen. . . . .</b>                        | <b>223</b> |
|          | <b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>   | <b>249</b> |