

Übung zu Kapitel 9/10:

Übungsklausur (PT 2/2000)

AVWL I, Wirtschaftspolitik, Markt und Wettbewerb, Block C:
Wettbewerb, PT 2/2000

3 Aufgaben zu je 20 Punkten, Bearbeitungszeit insges. 60 Min.

- 1. Beurteilen Sie die wettbewerbspolitische Relevanz der Strategie der Firma Microsoft, das Software-Produkt "Internet Explorer" als integralen Bestandteil des PC-Betriebssystems "Windows" zu vertreiben!**

Microsoft: Kopplung von Windows und Internet Explorer

- ① **Vorwurf des Mißbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung:**
Behinderungsmißbrauch, *predatory pricing*
- ② **Versuch, Konkurrenten (Netscape) zu verdrängen**
- ③ **Abgrenzung des relevanten Marktes:**
Betriebssysteme für Intel-kompatible PCs
→ **Marktanteil von Microsoft > 90%**
- ④ **Komplementarität von Betriebssystem und Anwendungssoftware:**
Netzwerkeffekt (Form positiver externer Effekte)

⊖ Marktzutrittsbeschränkung: Konkurrierendes Angebot von Betriebssystemen erfordert Verfügbarkeit von Anwendungsprogrammen

(Applications Barrier to Entry)

Ⓜ Grundlage für marktbeherrschende Stellung von Microsoft

Ⓜ zunehmende Verbreitung der Internet-Browser

Ⓜ *Browser* ist Verbindungselement zwischen Betriebssystem und Anwendungssoftware

(durch Application Software Interface, API)

Ⓜ Abbau der Marktzutrittsbeschränkung: zunehmende Unabhängigkeit

von *Windows* und Bedrohung der marktbeherrschenden Stellung von Microsoft bei Betriebssystemen

① **Strategie von Microsoft: kostenlose Beigabe des *Internet Explorer* zum Betriebssystem (Koppelung, *Bundling*)**

② **Vorwurf an Microsoft:**

- **kostenlose Lieferung des *Internet Explorer* (Preis unter Entstehungskosten)**
- **Versuch der Verdrängung des *Netscape Navigator* zur Sicherung der marktbeherrschenden Stellung bei Betriebssystemen**

③ **Einwände Microsofts:**

- **Betriebssystem und *Browser* sind ein einheitliches Produkt, techni-**

sche Vorteile durch den *shared code*

- Verdrängung des Netscape *Navigators* nicht zu erkennen, weiteres Wachstum des Marktanteils durch Übernahme Netscapes durch AOL zu erwarten
- Wettbewerb auf dem Markt für Betriebssysteme (Linux u. a.)

® **Fazit:**

Bewertung abhängig von:

- **Reaktionsfähigkeit von Netscape (Verdrängungsgefahr)**
- **Wettbewerbsgrad auf dem Markt für Betriebssysteme**
- **Einschätzung von Betriebssystem und Browser als einheitl. Produkt**

2. Anfang der 80er Jahre verkaufte die Volkswagen AG nur an diejenigen Auto-reparaturwerkstätten VW-Ersatzteile, die sich vertraglich verpflichteten, ausschliesslich diese Original-Teile zur Reparatur von Autos der Marke VW zu verwenden. Werkstätten dagegen, die auch die von anderen Herstellern angebotenen billigeren Ersatzteile verwendeten, wurden nicht beliefert. Nehmen Sie Stellung!

VW: Ersatzteilbezug durch Händler

- ① **Mißbrauch einer marktbeherrschenden Stellung?**
- ① **ggf. Behinderungsmissbrauch:**
 - Vertikaler Vertrag: Exklusivvertrag:**
 - Alleinbezugsvereinbarung**
 - ① **Sperrung von Absatzwegen konkurrierender Ersatzteilhersteller**
 - ① **Beschränkung des Wettbewerbs und Monopolisierung des Marktes?**
- ① **Marktbeherrschende Stellung?**
 - ① **Abgrenzung des relevanten Marktes:**
 - nicht Markt für VW-Ersatzteile,**
 - sondern Markt für Automobile**
 - ① **Autokäufer beziehen Preise von Reparaturen und damit auch von Ersatzteilen in ihre Entscheidung über den Autokauf ein**

- ③ **nur wenn VW marktbeherrschend auf dem Automobil-Markt wäre, könnte es eine Monopolstellung bei Ersatzteilen zu überhöhten Preisen nutzen**
d. h., insbesondere dann wäre eine Verdrängungsstrategie gegen konkurrierende Ersatzteilhersteller sinnvoll

- ③ **bei nur gradueller Berücksichtigung der Ersatzteilpreise beim Autokauf besteht Preiserhöhungsspielraum auf dem Ersatzteilmarkt, so daß Monopolstellung vorteilhaft wäre**

- ③ **Alleinbezugsvereinbarung dient auch der Qualitätssicherung bei Ersatzteilen und damit der Sicherung der Reputation von VW**

® Vermeidung eines negativen externen Effekts des Verkaufs minderwertiger Ersatzteile auf das Markenimage von VW

® Fazit:

Ohne marktbeherrschende Stellung VWs auf dem Automobilmarkt besteht keine Gefahr für den Wettbewerb, die das legitime Interesse VWs an Qualitätssicherung und Reputation überwiegen würde.

3. Die fünf grössten Mineralölkonzerne (im folgenden als G5 bezeichnet) haben auf dem Benzinmarkt einen Marktanteil von über zwei Dritteln durch konzerneigene Tankstellen. Darüber hinaus gehört praktisch jede der Raffinerien, von denen Tankstellen ihr Benzin einkaufen, einem der fünf Konzerne. Tankstellen werden daneben von einigen kleineren, mittelständischen Konkurrenten betrieben (sog. freie Tankstellen). In jüngster Zeit beobachtete das Bundeskartellamt, dass die Raffinerien der G5 das Benzin an die kleinen Konkurrenten zu einem Preis verkaufen, der über dem Preis liegt, den die eigenen Tankstellen der G5 von den Endverbrauchern verlangen. Bei diesem Endverkaufspreis machen die G5 offensichtlich Verluste. Nehmen Sie Stellung!

Mineralölkonzerne

- ① **Mißbrauch einer marktbeherrschenden Stellung?**
- ① **ggf. Behinderungsmissbrauch: *predatory pricing* mit dem Ziel der Verdrängung von Konkurrenten**
- ① **evtl. auch Ausbeutungsmissbrauch: Forderung überhöhter Preise von den freien Tankstellen**
- ① **Marktbeherrschende Stellung?**
- ① **kollektive Marktbeherrschung, falls kein Wettbewerb zwischen den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen stattfindet**
- ① **Kartell oder stillschweigend abgestimmtes Verhalten/Reaktionsverbundenheit**

③ **günstige Bedingungen:**

- **hoher Grad an Preistransparenz**
- **hoher Homogenitätsgrad des Produkts**

③ **Reaktionsverbundenheit (angesichts des praktischen Verhaltens) wahrscheinlich**

③ ***Predatory pricing*: $p < GK$?**

- ③ **Verluste der G5 belegen nur einen Preis unterhalb der gesamten Durchschnittskosten, nicht aber einen Preis unterhalb der Grenzkosten oder der variablen Durchschnittskosten**

® Fazit:

Sofern nicht ein Preis unterhalb der Grenzkosten (zumindest unterhalb der variablen Durchschnittskosten) nachweisbar ist, kann predatory pricing nicht eindeutig festgestellt werden.