

Schriften des Vereins für Socialpolitik

Band 339

Wettbewerbsprobleme im Lebensmitteleinzelhandel

Von

Andreas Gayk, Stefan Genth, Justus Haucap,
Ulrich Heimeshoff, Gordon J. Klein, Olaf Koch,
Birgit Krueger, Klaus Müller, Dennis Rickert,
Hendrik Schröder, Christian Wey

Herausgegeben von

Peter Oberender



Duncker & Humblot · Berlin

Schriften des Vereins für Socialpolitik
Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Neue Folge Band 339

SCHRIFTEN DES VEREINS FÜR SOCIALPOLITIK

Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Neue Folge Band 339

Wettbewerbsprobleme
im Lebensmitteleinzelhandel



Duncker & Humblot · Berlin

Wettbewerbsprobleme im Lebensmitteleinzelhandel

Von

Andreas Gayk, Stefan Genth, Justus Haucap,
Ulrich Heimeshoff, Gordon J. Klein, Olaf Koch,
Birgit Krueger, Klaus Müller, Dennis Rickert,
Hendrik Schröder, Christian Wey

Herausgegeben von

Peter Oberender



Duncker & Humblot · Berlin

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen
Wiedergabe und der Übersetzung, für sämtliche Beiträge vorbehalten

© 2014 Duncker & Humblot GmbH, Berlin

Fremddatenübernahme: Konrad Triltsch GmbH, Ochsenfurt

Druck: Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin

Printed in Germany

ISSN 0505-2777

ISBN 978-3-428-14335-1 (Print)

ISBN 978-3-428-54335-9 (E-Book)

ISBN 978-3-428-84335-0 (Print & E-Book)

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☼

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

Vorwort

Seit Jahren steht der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland im Fokus wettbewerbspolitischer Fragestellungen. Zum einen ist der Markt von einem fortschreitenden Konzentrationsprozess geprägt, als dessen Haupttreiber das externe Unternehmenswachstum der führenden Lebensmitteleinzelhändler identifiziert werden kann. Wenngleich dies die Vermutung einer abnehmenden Wettbewerbsintensität zulassen würde, sprechen mit einem im internationalen Vergleich äußerst günstigen Preisniveau, einer hohen Ladendichte sowie niedrigen Margen mehrere Faktoren für einen vitalen Wettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel. Auf der anderen Seite geben Nachfragemacht begünstigende Faktoren auf der Beschaffungsseite Grund zu einer wettbewerbspolitischen Betrachtung, der das Bundeskartellamt aktuell in einer entsprechenden Sektoruntersuchung nachgeht. Für den Fall ausgeübter Nachfragemacht ist es denkbar, dass diese kurzfristig zwar in Form niedriger Preise an den Endverbraucher weitergegeben wird, langfristig allerdings sowohl die Endverbraucherpreise steigen als auch die Innovationsanreize der Hersteller sinken. Dass auch auf europäischer Ebene dem Lebensmitteleinzelhandel große wettbewerbspolitische Relevanz beigemessen wird, zeigt nicht zuletzt die Gründung der „Task Force Food“ im Januar 2012.

Diesem aktuellen Themenkreis widmete sich auch die Jahrestagung der Arbeitsgruppe Wettbewerb des Wirtschaftspolitischen Ausschusses im Verein für Socialpolitik und diskutierte am 10. und 11. 03. 2013 in Düsseldorf über „Wettbewerbsprobleme im Lebensmitteleinzelhandel“. Die Ergebnisse der Tagung werden anhand der gehaltenen Referate in diesem Band festgehalten und der Öffentlichkeit für eine weitergehende wissenschaftliche und praxisorientierte Diskussion zur Verfügung gestellt werden.

Nach der Begrüßung durch den Vorsitzenden, *Prof. Dr. Dr. h. c. Peter Oberender* (Universität Bayreuth) eröffnete der Gastgeber am DICE, *Prof. Dr. Justus Haucap* (Direktor des Duesseldorf Institute for Competition Economics (DICE), Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf), die Tagung mit einem Referat, in dem er einen Überblick über die aktuellen Wettbewerbsprobleme im deutschen Lebensmitteleinzelhandel gab und dabei den Schwerpunkt auf den Konzentrationsprozess und dessen Determinanten legte.

Anschließend referierte *Klaus Müller* (Vorstand Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.) zu dem Thema „Transparenz und Durchsetzung von Verbraucherrechten im Lebensmittelbereich rund um das Portal www.lebensmittelklarheit.de“. Vor dem Hintergrund der Produktvielfalt des Lebensmitteleinzelhandels und bisweilen bewussten Täuschungsversuchen durch Werbemaßnahmen, ist es dem Verbrau-

cher oftmals unmöglich, ein verlässliches Qualitätsurteil zu bilden. Um in diesem Kontext mehr Transparenz zu erreichen, bietet das vom Bundesverbraucherschutzministerium geförderte Portal www.lebensmittelklarheit.de eine Plattform für Verbraucher, um sich zu informieren und Verdachtsfälle zu melden.

Birgit Krueger (Vorsitzende der 2. Beschlussabteilung Bundeskartellamt) referierte in ihrem Vortrag über die Praxis der Kartellrechtsanwendung im Lebensmitteleinzelhandel und fokussierte hierbei auf die wettbewerbliche Relevanz von Nachfragemacht. Neben einzelnen aktuellen Fällen entlang der Wertschöpfungskette widmete sie sich auch der Sektoruntersuchung des Lebensmitteleinzelhandels und stellte dar, welche Gründe das Bundeskartellamt hierzu bewogen hatten und welche Analyseschwerpunkte gegenwärtig verfolgt werden.

Stefan Genth (Hauptgeschäftsführer Handelsverband Deutschland HDE) knüpfte daran an und betonte, dass in der Sektoruntersuchung eine Chance liege, die Diskussion über die Marktverhältnisse in der Wertschöpfungskette zu versachlichen. Allerdings betonte er, dass eindeutige Ergebnisse fraglich seien, da aufgrund der großen Artikelzahl im Lebensmitteleinzelhandel dem Bundeskartellamt wohl nur Stichprobenuntersuchungen möglich seien. Insgesamt konstatierte er, dass eindeutige Hinweise für das Funktionieren des Wettbewerbs im Lebensmitteleinzelhandel bestünden und sich Hersteller und Händler auf Augenhöhe begegnen.

Einen direkten Praxisbericht aus dem Lebensmitteleinzelhandel lieferte *Olaf Koch* (Vorstandsvorsitzender METRO AG) in seinem Vortrag. Dabei betonte er die Bedeutung von vertikalen Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette. Diese sowie verschiedene Instrumente der Sortimentsgestaltung tragen zur Effizienzsteigerung bei, ohne sich negativ auf den Wettbewerb auszuwirken.

Prof. Dr. Hendrik Schröder (Lehrstuhl für Marketing & Handel, Universität Duisburg-Essen) beschäftigte sich in seinem Referat mit der Abgrenzung von Märkten und konzentrierte sich dabei auf die Herausforderungen des Lebensmitteleinzelhandels, in dem typischerweise nicht Anbieter und Nachfrager von Einzelprodukten, sondern von Produktbündeln zu identifizieren seien. Zwei Verfahren zur Ermittlung des Nachfrageverhaltens sind Haushaltspanels und Kundenbefragungen, wozu in dem Vortrag empirische Ergebnisse vorgestellt wurden.

Dr. Andreas Gayk (Leiter Vertriebspolitik/Handelsbeziehungen, Markenverband e. V.) stellte im Zusammenhang von Nachfragemacht und einem konzentrierten Lebensmitteleinzelhandel Überlegungen zur Rolle von Handelsmarken an. Diese spielen nicht nur bei der Verhandlungsmacht des Handels eine tragende Rolle, sondern werfen auch kartellrechtlich relevante Fragen zwischen Hersteller und Handel im Zuge des Informationsaustausches im Bereich des Category Managements auf.

Der Herausgeber dankt den Referenten und den Tagungsteilnehmern für ihre Beiträge und die engagierte Teilnahme an der Diskussion.

Die lokale Organisation lag in den Händen von *Prof. Dr. Justus Haucap*. Ihm und seinen Mitarbeitern sei für die reibungslose Organisation und die sehr angenehme

Atmosphäre herzlich gedankt. Herrn *Dipl.-Kfm./Dipl.-Vw. Steffen Schmidt* sowie Frau *Linda Pütterich* gilt großer Dank für die Unterstützung bei der Vorbereitung und der Durchführung der Tagung sowie bei der Herausgabe des vorliegenden Bandes.

Bayreuth, im November 2013

Univ.-Prof. Dr. Dr. h. c. Peter Oberender

Inhaltsverzeichnis

<i>Justus Haucap, Ulrich Heimeshoff, Gordon J. Klein, Dennis Rickert und Christian Wey</i>	
Wettbewerbsprobleme im Lebensmitteleinzelhandel	11
<i>Klaus Müller</i>	
Transparenz und Durchsetzung von Verbraucherrechten im Lebensmittelbereich rund um das Portal www.lebensmittelklarheit.de	39
<i>Birgit Krueger</i>	
Schwerpunkte der Kartellrechtsanwendung im Lebensmitteleinzelhandel – wettbewerbsrechtliche Relevanz von Nachfragemacht	49
<i>Stefan Genth</i>	
Handel im Wettbewerb. Machtverhältnisse und Informationsaustausch im Le- bensmittelhandel	65
<i>Olaf Koch</i>	
Wettbewerb und Effizienz im Lebensmitteleinzelhandel	73
<i>Hendrik Schröder</i>	
Zur Abgrenzung von Märkten im Lebensmittelhandel. Empirische Ergebnisse aus Haushaltspanels und Befragungen	83
<i>Andreas Gayk</i>	
Hersteller und Handel im Wettbewerb	109
Autoren- und Referentenverzeichnis	133

Wettbewerbsprobleme im Lebensmitteleinzelhandel¹

Von *Justus Haucap, Ulrich Heimeshoff, Gordon J. Klein,
Dennis Rickert und Christian Wey*²

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag befasst sich mit aktuellen Wettbewerbsproblemen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Im Mittelpunkt der Analyse stehen der zunehmende Konzentrationsprozess und seine Determinanten. Darauf aufbauend diskutieren wir Aspekte der Marktabgrenzung insbesondere im Hinblick auf Discounter sowie die aus dem Konzentrationsprozess resultierende Nachfragemacht des Handels. Die Darstellung zeigt, dass Nachfragemacht von Händlern nicht pauschal bewertet werden kann, sondern ein dynamisches Phänomen darstellt, welches im Einzelfall betrachtet werden muss. Darüber hinaus ist bislang keineswegs klar, ob Nachfragemacht tatsächlich negative Effekte auf Wettbewerb oder Verbraucher hat. Des Weiteren werden die jüngsten Empfehlungen der Monopolkommission in Bezug auf die wettbewerbsrechtliche Behandlung von Nachfragemacht ausführlich gewürdigt. Hier ist insbesondere die ablehnende Haltung der Monopolkommission bezüglich des Verbots von Verkäufen unter Einstandspreisen sowie die Behandlung vertikaler Bindungen zu nennen.

Abstract

The present provides a competition analysis for the German grocery retail sector, which is characterized by increasing market concentration. We discuss the adequate market delineation with respect to discounters and eventual changes in retailers' buyer power which may result from the increase in retailer concentration. It is argued that a broad and general evaluation of retailers' buyer power can often be misleading, as buyer power is a dynamic phenomenon which has to be evaluated on a case-by-case basis. In addition, it is generally not clear whether buyer power is harmful for competitive processes or consumers. In this context, the proposals on how to deal with buyer power that have been put forward by the German Monopolies Commission are discussed in detail, with a particular emphasis on the prohibition of below-cost pricing and the treatment of vertical restraints.

¹ Wir bedanken uns bei Lars Koch, Christiane Kehder, Olaf Roik und den Teilnehmern der Jahrestagung 2013 der Arbeitsgruppe Wettbewerb im Wirtschaftspolitischen Ausschuss des Vereins für Socialpolitik für wertvolle Kommentare. Dieser Beitrag ist im Kontext des Forschungsprojektes „Vertragsregulierung und Kartelle“ entstanden, das durch den Handelsverband Deutschland (HDE) unterstützt wurde.

² Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE), Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Universitätsstr. 1, 40225 Düsseldorf, Email: haucap@dice.hhu.de.

I. Einleitung

Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) zeichnet sich in Deutschland – wie auch international – durch eine wachsende Marktkonzentration aus. Mindestens drei Ursachen lassen sich für diesen Konzentrationsprozess identifizieren: Zunächst sind dies offensichtlich die zahlreichen Fusionen und Übernahmen der letzten Jahre. Prominente Beispiele hierfür sind die Übernahme der Plus-Filialen durch Edeka und Rewe (*Bundeskartellamt*, 2007) oder der Verkauf von Ratio-Filialen unter anderem an Edeka (*Bundeskartellamt*, 2010a). Edeka hat zudem die Getränkemarktkette trinkgut übernommen (*Bundeskartellamt*, 2010b), während die Schweizerische Migros durch die Übernahme der tegut-Märkte in den deutschen Markt eingetreten ist. Ein neuerer Zusammenschluss ist die Übernahme der Wasgau-Märkte durch Rewe, die kürzlich vom Bundeskartellamt genehmigt wurde (*Bundeskartellamt*, 2013). Die durch Fusionen und Übernahmen verursachte Marktkonzentration ist jedoch kein spezifisch deutsches Thema. Die im European Competition Network (ECN) zusammengefassten Wettbewerbsbehörden haben zwischen 2004 und 2011 fast 1300 Fusionsvorhaben im Lebensmittelbereich untersucht; davon entfiel etwa ein Drittel auf den LEH (vgl. *ECN*, 2012, S. 42 ff.). Im Vergleich zu anderen Branchen ist diese Zahl beeindruckend.

Zusammenschlüsse und Übernahmen sind aber nicht die einzigen Gründe für den Konzentrationsprozess. Vielmehr fördern auch der technologische Fortschritt sowie die Marktliberalisierung die Konzentration. Wie *Beck, Grajek und Wey* (2011) empirisch belegt haben, wurden z. B. moderne Barcodes und Scannerkassen zunächst überwiegend von großen Supermarktketten eingesetzt, welche in wesentlich größerem Umfang als kleinere Wettbewerber den technischen Fortschritt nutzen und somit Produktivitätsvorteile gewinnen. Diese Produktivitätsverbesserungen resultieren in Kostensenkungen und folglich in Wettbewerbsvorteilen für die größeren Marktteilnehmer. Große Ketten profitieren so wesentlich stärker als der klassische Einzelhändler mit einer oder wenigen Verkaufsstätten vom technischen Fortschritt.

Auch Veränderungen der ordnungspolitischen Rahmenbedingungen sind selten vollkommen wettbewerbsneutral in ihrer Wirkung. So haben im Lebensmitteleinzelhandel z. B. die Reformen der Ladenöffnungszeiten auch Nebenwirkungen. Wie *Wenzel* (2011) zeigt, hängt die Wirkung einer Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten stark von den Effizienzunterschieden zwischen unabhängigen Händlern und großen Ketten ab. Ist der Effizienzunterschied gering, wählt der unabhängige Händler längere Öffnungszeiten und kann von der Liberalisierung profitieren. Sind die Effizienzunterschiede jedoch groß, so profitieren große Ketten deutlich stärker. Ein möglicher Grund für etwaige Effizienzunterschiede kann z. B. in einer unterschiedlichen Personalstruktur verschiedener Handelsformate liegen, aber auch auf Unterschiede in der Beschaffung zurückzuführen sein.

Vor dem Hintergrund der Größenunterschiede der Händler im Einzelhandel ist von relativ deutlichen Effizienzunterschieden auszugehen, sodass die Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten – dem theoretischen Modell zufolge – tendenziell grö-

ßere Unternehmen stärker profitieren lässt und somit zum Konzentrationsprozess beiträgt. Somit sind (a) technischer Fortschritt und (b) Reformen des regulatorischen Umfelds neben (c) Fusionen und Übernahmen wichtige Determinanten der Marktstruktur im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland und international.

Der vorliegende Beitrag erörtert in den folgenden Abschnitten zunächst allgemein die Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland auf der Absatzseite, bevor anschließend die Beschaffungsseite betrachtet wird. Anschließend diskutieren wir, wie eine adäquate Marktabgrenzung im Lebensmitteleinzelhandel aussehen könnte. Die Besonderheiten der Marktabgrenzung werden anhand einer empirischen Studie des Marktes für Babywindeln verdeutlicht. Darüber hinaus befassen wir uns mit der Rolle von Nachfragemacht im Lebensmitteleinzelhandel und stellen eine Fallstudie vor, die sich den Boykott einer führenden Handelskette durch einen kleinen regionalen Lieferanten zu Nutze macht, um zu zeigen, dass auch kleine Lieferanten bei einer ausgeprägten Differenzierungsstrategie und lokal hohem Marktanteil signifikante Verhandlungsmacht besitzen können. In diesem Zusammenhang wird auch die Bedeutung des Konsumentenverhaltens für die Verhandlungsmachtverteilung anhand des sogenannten One-Stop-Shoppings verdeutlicht.

Des Weiteren werden neuere Entwicklungen der Wettbewerbspolitik – sofern sie im Zusammenhang mit dem Lebensmitteleinzelhandel stehen – betrachtet. Dies sind insbesondere die laufende Sektoruntersuchung des Bundeskartellamts, die Ausführungen der Monopolkommission zum Einzelhandel sowie die relevanten Änderungen im Rahmen der jüngsten Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen. Der Aufsatz schließt mit einer Zusammenfassung und Schlussfolgerungen aus der Analyse für künftige Maßnahmen.

II. Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland

1. Lebensmitteleinzelhandel im Fokus der Wettbewerbspolitik

Der Lebensmitteleinzelhandel steht bereits seit geraumer Zeit im Fokus der Politik. Neben Arbeitsbedingungen, Ladenöffnungszeiten und geklauten Bons für Leergutpfand wird auch die Qualität der Lebensmittel immer wieder in der Politik thematisiert und mit dem Thema Wettbewerb verknüpft. Die damalige Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz ließ z. B. folgendes im Mai 2012 in der BILD-Zeitung verlautbaren:

„Mich besorgt der immer aggressivere Wettbewerb unter den Lebensmittel-Discountern. Ich werbe für mehr Wertschätzung von Lebensmitteln. Unternehmen, die um jeden Preis nur ihren Marktanteil im Auge haben und denen die Wertschätzung ihrer Waren egal ist, verspielen langfristig das Vertrauen der Kunden und die Existenz ihrer Lieferanten. Der Lebensmittelhandel muss bedenken, wo es hinführt, wenn am Ende nur noch der Preis regiert. Billiger