

Relative Marktbeherrschung – ein österreichisches Erfolgsmodell?

Betrachtungen aus ökonomischer und juristischer Sicht

Dr. Nora Schindler, Bundeswettbewerbsbehörde

Dr. Peter Thyri, Rechtsanwalt

Forum Wettbewerbsrecht, 18.11.2025

Marktmacht – generelles Konzept

- Ein Unternehmen, das Marktmacht hat, kann Preise oberhalb der Grenzkosten ansetzen und Gewinne generieren
- Marktmacht geht somit einher mit
 - Verlust an Konsumentenrente
 - Wohlfahrtsverlust
- Marktmacht kann „absolut“ sein: ein einzelnes Unternehmen hat eine marktbeherrschende Stellung
- Marktmacht kann auch relativ sein: Machtgefälle im bilateralen Verhältnis zwischen Unternehmen oder in Lieferketten

Relative Marktmacht

- Wichtig für die Verhandlungsmacht zwischen Unternehmen (z.B. Lieferanten und Händlern)
- Ein Unternehmer gilt als marktbeherrschend, der eine im Verhältnis zu seinen Abnehmern oder Lieferanten überragende Stellung hat
 - Eine solche Stellung liegt insb. vor, wenn diese zur Vermeidung schwerwiegender betriebswirtschaftlicher Nachteile auf die Aufrechterhaltung der Geschäftsbeziehung angewiesen sind
 - Unterschiedliche Machtverhältnisse können zu unfairen Bedingungen und höheren Preisen führen
- Konzept gibt es z.B. auch in Deutschland, Belgien, Frankreich, Italien, Spanien, Portugal und Griechenland.

Relative Marktmacht

- **Ökonomische Abhängigkeit ohne Einzel-Marktmacht**
 - Keine Verfügbarkeit alternativer Geschäftspartner im relevanten Markt
 - Keine verfügbaren Substitute für Nachfrage/ Angebot
 - Limitierte Outside-Options
 - Keine hinreichende Gegenmacht
 - Aber: relative Marktmacht basiert auf Vereinbarungen zwischen den beteiligten Geschäftspartnern und somit liegt kein vollkommen unilaterales Vorgehen vor
- Der **Erfolg der Geschäftstätigkeit hängt** nicht nur von der Effizienz und Innovationsfähigkeit des abhängigen Unternehmens, sondern **auch von der Strategiewahl des mächtigeren Unternehmens ab.**

Relative Marktmacht – Ursachen

- **Institutionelle Abhängigkeit**
 - Geschäftspartner verfügt über staatliche (Monopol-)Privilegien
- **Sortimentsbedingte Abhängigkeit**
 - z.B. verfügt der Geschäftspartner über must-have/must-stock-Produkte
- **Unternehmensbedingte/investitionsspezifische Abhängigkeit**
 - abhängiger Geschäftspartner hat asymmetrisch spezifische Investitionen in die bilateralen Geschäftsbeziehungen getätigt (Lock-in Effekte), die versunkene Kosten darstellen
- **Relative Nachfragemacht**
 - z.B. setzt ein Produzent einen erheblichen Teil seiner Güter über eine/n Händler/Plattform ab

Relative Marktmacht – Ursachen

- **Datenabhängigkeit**
 - z.B. verfügt der Geschäftspartner über exklusiven Zugang zu wettbewerbsrelevanten Daten
- **Intermediationsabhängigkeit**
 - Unternehmen ist auf die Plattformpräsenz/-nutzung angewiesen
- ...
- **Gegenmacht?**
 - Möglichkeiten und Anreize, Allianzen zu bilden

Relative Marktmacht

- **Potentielle Strategien relativ marktmächtiger Unternehmen**
 - (Temporäre) Auslistungen und Auslistungsdrohungen
 - einseitige, unangekündigte und häufige Änderung der Verträge/Bedingungen
 - künstliche Leistungsverschlechterung, Aufdrängen teurer und/oder nutzloser Zusatzdienste
 - verzerrte Rankings von Suchergebnissen, Weg-Lenkung von Kunden
 - künstlich geschaffene Inkompatibilitäten, prohibitiv hohe Wechselkosten

Relative Marktmacht - Beweisfragen

- Verschiedene Messkonzepte in Bezug auf „Abhängigkeit“
 - Relative Unternehmensgröße
 - Können große Unternehmen abhängig sein?
 - Absatzanteil des Verkäufers
 - Kann ein geringer Anteil pivotal für das Überleben sein?
 - Kann ein hoher Anteil ohne Abhängigkeit bestehen (frei gewählt sein)?
 - Ausweichmöglichkeiten des Verkäufers
 - Wie erfasse ich diese (aus Sicht des Käufers)? Selbstbeurteilung?
 - Wie gehe ich mit gegenseitiger Abhängigkeit um?

Auch andere Kriterien werden teilweise herangezogen (Stellung auf dem Absatzmarkt des Einkäufers etc.)

Relative Marktbeherrschung - Messmethoden

- Sektorspezifische und fallspezifische Analyse notwendig
 - Preis-Kosten-Marge (Lerner-Index) als Indikator
 - Vergleich der Margen zwischen Partnern
 - wirtschaftliche Bedeutung der Beziehung für die schwächere Partei, gemessen an der Umsatzkonzentration oder potenziellen Umsatzverlusten
 - beziehungsspezifische Investitionen
- Zeitliche Einordnung potentiell von Relevanz

Relative Marktmacht im österr (Kartell-)Recht

- § 34 Abs 2 KartG 1988;
- § 4 Abs 3 KartG 2005;
- § 4a Satz 1 KartG KaWeRÄG 2021:

„Als marktbeherrschend gilt auch ein Unternehmer, der eine im Verhältnis zu seinen Abnehmern oder Lieferanten überragende Marktstellung hat; eine solche liegt insbesondere vor, wenn diese zur Vermeidung schwerwiegender betriebswirtschaftlicher Nachteile auf die Aufrechterhaltung der Geschäftsbeziehung angewiesen sind.“

Relative Marktmacht in der Rsp des OGH (insbes als KOG)

- *Filmverleihfälle* (4 Ob 214/97t; 16 Ok 5/02; 16 Ok 20/04, 16 Ok 3/06, 16 Ok 6/08)
 - Lieferverweigerung von Kinobetreibern
- *Sports Direct/Asics* (16 Ok 12/13)
 - Abbruch der Geschäftsbeziehung
- *Fachverband Reisebüros/Lufthansa* (16 Ok 1/18k und 16 Ok 2/18g)
 - Gebühreneinhebung objektiv gerechtfertigt
- KfZ-Vertrieb, insbes *Büchl/Peugeot* (16 Ok 4/20d)

Relative Marktmacht im Europäischen Kontext

- Relative Marktmacht nach Art 102 AEUV
 - Frühe Kom-E, wenig Rsp der Unionsgerichte
- Art 3 VO 1/2003 und die Ausnahme von der Konvergenzregel
 - strengere innerstaatliche Vorschriften gegen einseitiger Handlungen erlaubt
- Evaluierung von VO 1/2003 und VO 773/2004 durch die Kommission
 - Sorge um die Kohärenz der Anwendung von Art 102 unbegründet

Danke für Ihre
Aufmerksamkeit!

Dr. Nora Schindler, Bundeswettbewerbsbehörde
Dr. Peter Thyri, Rechtsanwalt