

Neuigkeit |

Ein bisschen wie im Krimi

27.01.2016

Kay Weidner, Pressesprecher des Bundeskartellamtes, hielt Ende Januar vor Studierenden des Studienganges Economics an der HWR Berlin einen Gastvortrag zum aktuellen Thema „Digitale Macht. Funktioniert der Wettbewerb im Internet?“

Der Spielzeughersteller Lego ist eines der jüngsten Beispiele, das Schlagzeilen machte, weil das Unternehmen einen Bußgeldbescheid vom Bundeskartellamt erhielt. Wie Spiegel Online Mitte Januar berichtete, muss Lego 130 000 Euro bezahlen, weil einzelne Händler/innen nach Recherchen der Wettbewerbsbehörde in 2012 und 2013 zu Preisanhebungen bei besonders gefragten Artikeln gedrängt worden seien. Zu solchen Entscheidungen und über die Arbeitsweise des unabhängigen und weisungsfreien Amtes erteilt der Pressesprecher des Bundeskartellamtes, Kay Weidner, Medienvertreter/innen Auskunft und gibt Pressemeldungen heraus.

In seinem Vortrag griff der Referent folgende Fragen auf: Wo und ab wann muss die Wettbewerbsbehörde zur Wahrung der Verbraucher/innenvorteile eingreifen, wenn Einzel- und Online-Handel konkurrieren, Self-Publishing im Gegensatz zu herkömmlichen Verlagen den Autor/innen die komplette Kontrolle und Steuerung über ihre eigenen Werke ermöglicht, und der Verkauf von gedruckten Büchern zurückgeht, weil zeitgleich das E-Book auf den Markt kommt? Muss Google „entflochten“, also als Großkonzern zerschlagen werden, weil das Unternehmen eventuell seine marktbeherrschende Stellung missbraucht?

Märkte sollen sich über Angebot und Nachfrage frei entwickeln, allein durch Wettbewerbsdruck – und nicht nur Kartellabsprachen! – effizienter werden, Qualität und Preissenkungen herbeiführen und Innovationen ankurbeln. Internetplattformen im Handelssektor haben jedoch fast automatisch die Tendenz zur Monopolisierung, denn nur durch möglichst viele Anbieter/innen und Kund/innen können sie langfristig bestehen. Herr Weidner sprach von „Daten als neuer Währung“.

Das Bundeskartellamt wägt deshalb bei der Erfüllung seiner zentralen Aufgabe, Märkte offen zu halten, ständig ab zwischen Dynamik contra Marktmacht, Datenschutz contra Verbraucher/innenvorteile, Netzwerkeffekte contra Qualität und Größe contra Effizienz. Beim Auffinden von Kartellabsprachen geht es ein bisschen zu wie im Krimi, sagte Weidner und führte die „Fußballersprache“ an. Diese benutzen Akteur/innen zu Preisabsprachen in der Zeit rund um die Fußball-WM, für den Fall, dass ihre E-Mails oder Gespräche auf eigens zu diesem Zweck angeschafften Prepaid-Handys zur Beweisaufnahme herangezogen würden. Denn das Bundeskartellamt ist grundsätzlich mit denselben Ermittlungsbefugnissen ausgestattet wie die Staatsanwaltschaft.