

# Vielfalt durch Gestaltungsfreiheit im Wettbewerb

Ein ökonomisches Manifest zur Deregulierung der Konsumgüterdistribution

von

Prof. Dr. Dieter Ahlert, Prof. Dr. Peter Kenning, Prof. Dr. Rainer Olbrich, Dr. Gundula Grewe, Prof. Dr. Hendrik Schröder

1. Auflage

[Vielfalt durch Gestaltungsfreiheit im Wettbewerb – Ahlert / Kenning / Olbrich / et al.](#)

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](#) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

[Kartellrecht](#)



Verlag C.H. Beck München 2011

Verlag C.H. Beck im Internet:

[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 406 62744 6

## Sachregister

Die Zahlen verweisen auf die jeweiligen Seiten

- Abhängigkeit 89
- Adverse Selection 163, 254, 256, 259
- Akquisitorisches Potenzial 127
- Allokationseffizienz 10
- Anchoring
  - siehe Informationsverarbeitung, -speicherung und -Umsetzung 189
- Angebotsdiversität 56
- Angebotsystem 57
- Angebotsvielfalt 5, 309
- Anzapfen 106, 108
- Apothekenpreis-Vorurteil 21, 131, 309
- Artikel 101
  - AEUV 194
- Artikelvielfalt 225, 226, 232
- Ausgleichgeber im Sortiment 128
- Ausgleichnehmer im Sortiment 128
- Ausweichmöglichkeit 91, 309, 226
- Autonomiegrad 58
- Availability
  - siehe Informationswahrnehmung 188
- Bedarfsmarktkonzept 91
- Behavioral Economics 157, 183, 190
- Beschränkungen
  - Druck- und Lockmittel 8
- Beschränkungen
  - vertikale 7, 37, 76, 145
- Betriebsformen 184
- Beweislastumkehr 213
- Bewertungskonflikt
  - siehe Konflikt
- Bindung
  - vertikale 76
- BSE-Krise
  - Begriff 164
- Bundeskartellamt
  - Handreichung des – 29
- Category Management
  - Ablauforganisation 241, 243, 246, 289, 291, 294
  - Adverse Selection 254, 256, 259
  - Anbieterwohlfahrt 298
  - Aufbauorganisation 241, 243, 289, 291, 294
  - Bedarfsmarktkonzept 284
  - Begriff 36, 277ff.
  - Bürokratiekosten 255, 294, 300
  - Bußgelder 290
  - Category Advisor 244, 298
  - Category Captain 239, 244, 246, 250, 252, 255ff., 260, 267, 270f., 273, 276, 278ff., 285, 287ff., 291, 298
  - Category Consultant 244, 298
  - Category Management Agreements 238, 261
  - Category Management-Philosophie 245
  - Category Management-Projekt 269
  - Category Management-Prozess 246, 269
  - Category Manager 243, 257
  - Chinese Walls 284, 289
  - Co-Captaincies 246
  - Co-Consultancies 290
  - Code of Conduct 288
  - Competition Commission 265 f.
  - Daten 248, 273, 282, 292
  - Efficient Consumer Response 238
  - Effizienz 239ff., 249ff., 263, 265, 286, 293 f.
  - Effizienzeinrede 294, 300
  - Effizienzgewinne 240, 276, 293
  - Effizienzvorteile 294
  - Endverbraucherpreis 251, 282 f.
  - Europäische Kommission 264
  - Firewalls 284, 289
  - Geheimwettbewerb 282, 284
  - Gruppenfreistellung 274 f.
  - Gruppenfreistellungsverordnung 274
  - Handelsmarke 238, 252, 255, 264, 268, 272ff., 277, 281, 283, 287, 289
  - Händlermarke 278, 280
  - Herstellerabgabepreis 282 f.
  - Herstellermarke 276, 289
  - Hidden Action 254, 256, 272, 299
  - Hidden Characteristics 253 f., 256, 258, 272, 299
  - Hidden Intention 254, 256, 258 f., 272, 299
  - Hold-up 254, 256 f., 259, 289
  - hub and spoke 280, 281, 289
  - Informationsasymmetrie 252 f., 259
  - Informationsaustausch 265
  - Informationsdefizit 260
  - Informationsvorsprung 256
  - informierter Händler 259, 272, 293, 299
  - Interbrand-Wettbewerb 280
  - Kernbeschränkungen 274
  - Key Account Management 243 f., 289, 292
  - kollusives Verhalten 239, 262, 266, 277, 280
  - Kontrollmechanismen 259
  - Kooperation 288
  - Kooperationsgewinn 267, 283
  - Kooperationspartner 269, 273
  - Kriminalisierung 255

- Leistungszwang 279
- Marktanteil 238, 261, 267, 274f., 284f., 294, 299
- Marktmacht 275
- Moral Hazard 254, 256, 258f., 272, 299
- opportunistisches Verhalten 244, 252f., 256, 258ff., 262, 267, 272, 279, 299
- Panels 248ff., 259, 293
- Preisbindung 278
- Price Signalling 252, 282f.
- Prinzipal-Agenten-Theorie 253, 259, 267, 288, 299
- Ressortegoismen 245
- Ressourcen 245, 247, 249ff., 257, 262, 270, 273, 279, 287
- Retail Brand (Händlermarke) 280
- Sales Management 243
- Scannerdaten 248f., 259, 271, 289
- Screening 256
- Selbstbindung 256ff.
- Self Selection 256
- Signalling 256
- Sonderzahlungen 282
- Store Brand (Händlermarke) 280
- strategische Geschäftseinheit 241f.
- Supply Chain Management 261, 266
- Trade Marketing 243f., 289, 292
- Verbrauchernutzen 241, 250, 293f.
- Verbraucherwohlfahrt 298
- Verpflichtungserklärungen 292
- vertikale Kooperation 238, 242, 246, 298
- vertikales 2, 60, 237ff.
- vertikales Vertriebssystem 250
- Zielkonflikt 259
- Certainty Effekt**
  - siehe Informationsverarbeitung, -speicherung und -Umsetzung
- Collaborative Planning, Forecasting & Replenishment** 132
- Comparative Category Position** 103, 130
- Consumer Welfare** 39, 86
- Coopetition** 59
- Corporate Social Responsibility** 22
- Customer Relationship Management** 42
- Datenaustausch**
  - zwischen Händler und Lieferanten 34
- Deregulierung**
  - Prüfstand der – 5, 9, 73, 151, 306
- Deregulierungsbedarf**
  - lege ferenda 295
  - lege lata 295
- Differenzierung** 160
- Diffusionsprozess**
  - Fremdimitation 44
  - Mutation 44
  - Selbstimitation 44
  - Selektion 44
- Direktvertrieb** 120
- Diskriminierung**
  - inverse 107
  - passive 8, 24, 52, 89, 106
- Dissonanzen**
  - kognitive 67
- Distributionssysteme** 16
- Drohpotenzial** 50, 103
- Druck- und Lockmittel** 30
- Druckausübung** 50, 52, 103
- Eckartikel** 131
- Effektivitätseinrede** 38,149
- Efficient Consumer Response** 2, 238
  - Partnerschaften 59, 60
  - Schicksalsgemeinschaften 133
- Efficient Replenishment** 133
- Effizienz** 149
- Effizienzeinrede** 38,147, 313
- Effizienzgewinne** 26
- Einkaufsstättenmarke** 17,2
- Einkaufsstättenpositionierung** 20
- Einzelhandel**
  - Systemtyp 123
- Einzelhändler**
  - nicht organisierte – 124
- Entscheidungstheorie**
  - deskriptive Ebene 157, 186
- Europäische Kommission** 264
- Festpreisbindung**
  - vertikale 6,23,76,83
- Filialsystem** 125
- Fortschrittsprozesse** 5
- Framing-Effekt**
  - siehe Informationswahrnehmung 188
- Franchisesystem** 58, 125
- Freistellung**
  - Einzel- 26, 118
  - Gruppen- 76,119
  - Gruppenfreistellungsverordnung 26, 274
- Functional Food** 174, 195
- Gatekeeper-Rolle des Handels** 311
- Gatekeeper-Verhalten** 45
- Gebundenheit** 90
- Gen-Food** 164
- Gestaltungsfreiheit** 6, 309
- Grenzanbieter** 138
- Gruppenfreistellungs-Verordnung** 26,274
- Güter**
  - Erfahrungsgüter 160, 193
  - Glaubensgüter 161
  - Inspektionsgüter 159
  - neoklassische 159
  - Suchgüter 159
  - Vertrauensgüter 161
- Handel und Industrie**
  - Kooperationsprojekte 8
  - Machtverhältnisse 211
  - Machtverteilung 32
  - Systemkooperationen 56
  - vertikales Beziehungsfeld 7
- Handelsmacht** 114
  - originäre 117, 312
- Handelsmarke** 59, 72, 81, 120
- Handelssystem**
  - hybrides 126

- Hersteller/Handels-Konstellationen** 130
- Höchstverkaufspreis** 215
- Hub & Spoke** 31
- Hub-and-Spoke-Kartelle** 79
- Hyperbolic Discounting**
  - siehe Informationsverarbeitung, -speicherung und -Umsetzung 190
- Industrie und Handel**
  - siehe Handel und Industrie 7
- Information Source Effect**
  - siehe Informationsverarbeitung, -speicherung und -Umsetzung 189
- Informationsasymmetrien** 159, 194
- Informationsmanagement** 155
- Informationsnachfrage**
  - Polarität der – 176, 182
- Informationsökonomik** 155
- Informationsübertragung**
  - Garantieverprechen 168
  - Reputation 169
  - Reputationsmechanismus 169, 170
  - Reputationsvertrauen 170
  - Selbstbehalten 168
  - Signalling 168
- Informationsverarbeitung, -speicherung und -Umsetzung**
  - Anchoring 189
  - Begriff 189
  - Certainty Effekt 189
  - Hyperbolic Discounting 190
  - Information Source Effect 189
  - Loss Aversion 189
  - Reference Point 189
- Informationsverhalten** 171
- Informationswahrnehmung**
  - Availability 188
  - Framing-Effekt 188
  - Selektive Wahrnehmung 187
- Informationswettbewerb**
  - Positionierung 183
- Innovation** 224, 232
- Innovationsanreize** 6, 46, 70, 81, 310
- Innovationsmanagement** 3
- Innovationsprozess**
  - Fremdimitation 44
  - interaktiver 85
  - Mutation 44
  - Selbstimitation 44
  - Selektion 44
  - stufenübergreifender 47
- Innovationsystem**
  - stufenübergreifendes 18
- Innovationsverfahren** 18
- Innovationswettbewerb** 34
- Inter-Brand**
  - Multiplikation 44
  - Preisdruck 219
  - Preiswettbewerb 218, 219, 220
  - Wettbewerb 4, 13, 18, 40, 74, 75, 212, 231, 280, 307
- Intra-Brand**
  - Beziehungen 17
  - Multiplikation 44
  - Relationen 75
  - Wettbewerb 4, 18, 40, 308
- Kalkulationshilfe** 31, 83
- Kalkulationsschemata** 35
- Kartellcheck** 80
- Kartellrechtliche Regulierung**
  - Deregulierung 236
  - Einzelfall 236
- Kaufabstinenz** 165
- Käufermarktsituation** 115
- Kernbeschränkungen** 76, 145, 313
- Kleinere und mittlere Unternehmen** 152
  - Überlebenschance 74
- Kollusion** 78
- Komplexitätsgrad** 66
- Komplexitätsreduzierung** 21, 308
- Konditionsanpassung**
  - nachträgliche 109
- Konditionssystem**
  - leistungsorientiertes 9
- Konflikt**
  - Bewertungs- 19
  - Verteilungs- 19
- Konfliktmanagement**
  - im Wertschöpfungssystem 18
  - internes 11
- Konsument**
  - hybrider 64
  - Irreführung 81
- Konsumentenouveränität** 43, 67
- Konsumentenwohlfahrt** 8
- Konsumprobleme**
  - einfache 65
  - komplexe 65
- Konzentration** 88, 222, 223
  - auf der Herstellerstufe 227
  - Ausweichmöglichkeit 223
  - des Handels 228
- Konzentrationsgrad** 223
- Konzentrationsrate**
  - hohe 10
- Koordination**
  - horizontale 57
  - vertikale 57
- Koordinationseffizienz** 79
- Koordinationsformen**
  - hybride 59
- Koordinationsmängel-Diagnose-Konzept** 79
- Koordinationsmethoden** 58
- Kostenführerschaft** 134
- Kostenstrukturen** 220, 221
- Kriterien der Regulierung** 212
- Lebensmitteleinzelhandel** 33, 110
- Lebensmittelindustrie** 112
- Lebensmittelsicherheit** 222
- Leistungen**
  - Individualisierte 65
  - Standardisierte 65

- Leistungsprofilierung 231
- Leitlinien der europäischen Kommission 87
- Lieferantenabhängigkeit 119
- Lockvogel
  - Angebot 21, 103, 106
  - Politik 2
- Loss Aversion
  - siehe Informationsverarbeitung, -speicherung und -Umsetzung 189
- Macht 89
- Machtanwendung 99
- Machtbesitz 99
- Machterwerb 99
- Machtpositionen 93
- Machtpotenzial 89, 115
- Machtverhältnis
  - zwischen Handel und Industrie 211
- Machtversagen 99
- Machtverteilung
  - asymmetrische 53
- Marke
  - Gattungsmarken 134
  - Regionale 134
  - starke 67, 310
  - Vertikaler Schutz 48
- Markenartikel 17
  - Qualitätseinschätzung 21, 308
  - Vertrauensfunktion 308
- Markenforschung
  - neurowissenschaftliche 4
- Markenführung
  - koordinierte 8
- Markengemeinde 69
- Markenimage 68
- Markenkommunikation
  - unverfälschte 48
- Markenpflege 131
  - Maßnahmen 145
  - stufenübergreifende 2, 3
  - vertikale 23, 26, 150, 308
- Markenpiraterie 48
- Markenpositionierung
  - Strategic Brand Coordination 2
- Markenschutz
  - vertikaler 45, 71 f., 310
- Markensubstanz 68
- Markensystem
  - stufenübergreifendes 17
- Markentreue 82
- Markenvandalismus 2, 46
- Markenwert 227, 232
- Market for Lemons 163
- Marketing
  - Führerschaft 20, 56, 94, 100
  - vertikales 2, 8, 21, 75
- Markt
  - Ergebnisse 42, 113
  - Experiment 43
  - interner 43
  - Prozesse 39
  - relevanter 55, 87, 135, 140, 308
  - Strukturen 42
  - Verhalten 42
- Marktbeherrschung 11
  - dynamische 75
- Märkte
  - Funktionsfähigkeit 53
  - Funktionsstörungen 46
- Markteintrittsbarrieren
  - siehe Marktzutrittsbarrieren
- Markträumungsprozess 79
- Marktsystem 48, 87, 146, 306
  - relevantes 42
- Marktversagen
  - Ursachen 12, 39
- Marktzutrittsbarriere 77, 82, 93, 108, 112, 140, 146, 313
- Marktzutrittschranke
  - Schranke 10
  - siehe Marktzutrittsbarrieren
- Mass Customization 66
- Massenfilialsystem 56
- Meistbegünstigung 108
- Meistbegünstigungsklausel 31, 35
- Monopol
  - Renten 10
- Monopolisierung 74
- Monopolkommission 91
- More Economic Approach 38, 144
- Nachfragemacht 56, 114
  - derivative 115, 119, 312
  - originäre 119
- Netzwerkmarke 17
- Neuroeconomics
  - siehe Neuroökonomik 190
- Neuroökonomik 190
  - Consumer Neuroscience 191
  - First-Choice-Brand-Effect 191
  - Inselregion 192
  - medialer präfrontaler Cortex 192
  - Neuromarketing 191
  - Nucleus Accumbens 191
  - Preisplacebo 192
- Optimierung
  - experimentelle 48
- Ordnungswidrigkeitsverfahren 315
- Organisationsformen
  - alternativer Wertschöpfungssysteme 41
  - Wertschöpfungskette 11
- Perspektive, wettbewerbspolitische und wettbewerbsrechtliche
  - Einschränkung Vertragsfreiheit 307
  - Gruppenfreistellung 306
  - Konstrukt des funktionsfähigen Wettbewerbs 306
  - Leitbild des Wettbewerbs 306
  - leitbildgerichtetes Interventionsverhalten 307
  - Marktversagen 306
  - Prüfstand der Deregulierung 306
  - rechtliche Ungleichbehandlung 306
  - systeminterne Selbstheilung 306

- Wettbewerb als Entdeckungsverfahren 306
- Ziele der Wettbewerbspolitik 307
- Perspektive, wettbewerbstheoretische**
- Befruchtung des Wettbewerbs 302
- Beschränkung des Wettbewerbs 301
- Planungsunsicherheit 152**
- Präferenzautonomie 40**
- Präferenzen 157, 185**
- Preisabsprache**
- horizontale 3
- Preisbereitschaft 21**
- Preisbildungsverfahren**
- Wettbewerb der – 85
- Preisbindung 4**
- der zweiten Hand 2, 25
- Höchstpreisbindung 133
- Mindest- 145
- Per-se-Verbot vertikaler – 145
- Tabuisierung 77
- vertikale 26, 76
- Preisbindungsdiskussion 310**
- Preisbindungsverbot 76**
- Tabuisierung des – 54
- vertikales 210, 211, 215
- Preisdifferenzierung 107**
- Preisdiskriminierung 82**
- Preise**
- Aktions- 30
- faire 21
- Hoheit über die – 6
- Preisempfehlung 145**
- unverbindliche 30, 35, 50, 104
- Preisgestaltung**
- koordinierte 2
- Preiskartelle**
- horizontale 77
- Preiskonstanz 178**
- Preis Koordination 76**
- vertikale 84
- Preiskorridore 145**
- Preismanagement**
- vertikales 8
- Preisniveau 222, 224, 232**
- Preisorientierung 64**
- Preispflege 77, 131, 214**
- Maßnahmen 145
- stufenübergreifende 45
- vertikale 23, 26, 104, 150, 214, 308
- Preispolitische Optionen 215**
- Preispositionierung 2**
- Preissysteme 309**
- Wahlfreiheit 13
- Preisüberwachungssystem 31**
- Prinzipal-Agenten-Theorie 267, 288, 299**
- Problemlösungsprozesse 62**
- Producer Welfare**
- siehe Welfare 86
- Produkt**
- Marke 20
- Positionierung 20
- Produktfortschrittsprozesse 43,8**
- Produktinnovationen 18**
- Prohibitivpreise**
- Double-Agent-Problems 22
- Umbrella-Pricing 22
- Qualität 218, 220, 232
- Mindestqualität 222
- Qualitätseinschätzung**
- Markenartikel 21
- Qualitätsführerschaft 137**
- Qualitätsorientierung 64**
- Qualitätssicherung 219**
- Qualitätsvermutung**
- preisabhängige 165, 304
- Rechtskosten 152**
- Rechtsunsicherheit 230**
- unzumutbare 315
- Reciprocal Share of Sales 103, 129**
- Reference Point**
- siehe Informationsverarbeitung, -speicherung und -Umsetzung 189
- Regiebetrieb**
- siehe Unternehmensnetzwerke, – 60
- Reglementierung**
- staatliche 74
- Renditennormalisierungsprozess 79**
- Reputationsmechanismus**
- siehe Informationsübertragung 169
- Resale Price Maintenance 76, 78**
- Risiko**
- Verteilung 34
- Rossmann-Entscheidung 217, 218**
- Rückwärtsintegration 59**
- Rule of Reason 147**
- Sanktionsausprägung 94, 115**
- Sanktionsgebahren 103**
- Sanktionsgrundlagen 95**
- Sanktionspotenzial 103**
- Schicksalsgemeinschaft 19**
- Screening 166, 170, 258**
- Second-Best-Theorie 144, 147**
- Sektoruntersuchung 119, 144**
- Selbstheilung 11**
- Selektionsprozess 157**
- Selektive Wahrnehmung**
- siehe Informationswahrnehmung 187
- Signalling**
- siehe Informationsübertragung 168
- Social Welfare**
- siehe Welfare 86
- Solution-Management 62**
- Solution-Selling 3**
- Spannennutralität 30**
- Spiraltheorie 107**
- Staatseinfluss**
- Ausmaß 10
- Staatsversagen 152**
- Standardisierungsgrad 66**
- Story Telling 68, 70**
- sunk costs 92**
- Supply Chain Management 261**
- Systemkopf 55**

- Systemwettbewerb 8, 42, 56
  - Funktionsfähigkeit 309
- Trittbrettfahrerproblem 26
- Trittbrettfahrerverhalten 147
- Trusted Third Parties 167, 176
- Übermächtererosionsprozess 79, 88
- Überregulierung
  - der Konsumgüterdistribution 88
- Umbrella Pricing 133
- Ungleichbehandlung
  - rechtliche 4, 36, 52, 71, 105, 306
- Untereinstandspreisverbot 216, 217
- Untereinstandspreisverkäufe 21, 24, 217
- Unternehmen
  - marktbeherrschendes 78
- Unternehmensgröße 211
- Unternehmenskooperationen 3, 58
- Unternehmensnetzwerke
  - kooperative 58
  - Regiebetrieb 60
  - virtuelle 59
- Unternehmung
  - virtuelle 59
- Verbraucher
  - mündige 157
  - Preiskenntnis 132
  - Wohlfahrt 39
  - Wohlfahrtsgewinn 15
- Verbraucherpreise
  - Hoheit 310
- Verbraucherwohlfahrt 309
- Verbundenheit 90
- Verbundgruppen 16
  - gewerbliche 58, 111, 124
- Verfahrensfortschrittprozess 43, 80
- Verhalten
  - konfliktäres 103
  - missbräuchliches 75
- Verhandlungstheorie 108
- Verkäufermarktsituation 117
- Verteilungskonflikte
  - siehe Konflikt 19
- Vertikale Bindungen
  - parallele Netze gleichartiger – 87
- Vertikale Preispflege 223
  - Filialsystem 214
  - kooperierendes System 214
  - vertikal voll integriertes System 214
- Vertikales Marketing
  - siehe Marketing, vertikales 2
- Vertikal-GVO
  - siehe Gruppenfreistellungs-Verordnung 26
- Vertikalisierung 56, 59, 63
- Vertragsfreiheit 6
  - Eingriffe 12
  - Grundsatz 34
- Vertragshändlersystem 59
- Vertriebssysteme
  - kooperative 16
  - vertragliche 101
- Vielfalt
  - optimale 72
- Vielzahl
  - optimale 72
- virtuelle Netzwerke 3
- Vorselektion 72
- Vorteilsgewährung 108
- Vorwärtsintegration 59, 120
- Wasserbett-Theorie 107
- Welfare
  - Consumer 86
  - Social 86
  - Producer 86
- Werbekostenzuschuss 217
- Wertschöpfungskette 17
- Wertschöpfungssystem
  - freies 16, 54
  - Konfliktepisode 20
  - Konfliktmanagement 9, 18
  - Machtasymmetrien 88
  - mehrstufiges 13
  - Organisationsformen alternativer – 41
- Wettbewerb
  - als Entdeckungsverfahren 5, 11, 58, 67, 73, 306, 310
  - funktionsfähiger 10, 12, 38
  - Funktionsfähigkeit 106, 108
  - Interbrand-Wettbewerb siehe Inter-Brand
  - interner 43
  - Interstore-Interbrand-Wettbewerb 235
  - Interstorewettbewerb 231
  - Intra-Brand-Wettbewerb siehe Intra-Brand
  - Leitbild 9
  - Vielfalt 12, 55
- Wettbewerb des Preisbildungsverfahrens
  - siehe Preisbildungsverfahren 85
- Wettbewerbsintensität 128
- Wettbewerbskräfte 128
- Wettbewerbspolitik 47
  - Axiome der – 12
- Wettbewerbsprozesse
  - Funktionsfähigkeit 76, 79, 84, 88, 118, 144
- Wettbewerbsrecht USA
  - Einzelfallbeurteilung 234
  - Per-se-Verbot Mindestpreisvereinbarungsverbot 234
- Wirtschaftspolitik
  - effektivitätsorientierte Optimierung 149, 314
- Wohlfahrtsgewinn
  - Verbraucher 15
- Zielkonflikte 18
- Zusammenarbeit
  - Partnerschaftliche 56