

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	13
Einleitung	15
1 Ziel, Relevanz und Konzept der Marktabgrenzung	19
1.1 Grundlegendes Ziel der Wettbewerbspolitik	19
1.2 Wesentliches Ziel der Marktabgrenzung	21
1.3 Der SSNIP-Test als Konzept der Marktabgrenzung	24
1.4 Diskussion des SSNIP-Tests	29
1.4.1 Praktikabilität des SSNIP-Tests	29
1.4.2 Höhe und Dauer des hypothetischen Preisanstiegs	30
1.4.3 Ceteris paribus-Annahme	31
1.4.4 Hypothetische Preiserhöhung auf alle im relevanten Markt enthaltenen Produkte?	32
1.5 Zentrale Aspekte der Marktabgrenzung	34
1.5.1 Relevanz des Untersuchungsschwerpunktes	34
1.5.2 Dimensionen der Marktabgrenzung	36
1.5.3 Nachfragesubstitution	37
1.5.4 Angebotssubstitution	38
1.5.5 Marktabgrenzung auf differenzierten Gütermärkten	40
1.6 Relevanz der Marktabgrenzung	42
2 Marktabgrenzung auf zweiseitigen Märkten	48
2.1 Das Konzept der zweiseitigen Märkte	49
2.1.1 Begriffsklärung und Definition	49
2.1.2 Grundlegende Charakteristika und Beispiele zweiseitiger Märkte	50
2.1.3 Medienmärkte als zweiseitige Märkte	54
2.1.3.1 Ökonomische Grundlagen von Medienmärkten	54
2.1.3.2 Indirekte Netzeffekte und Mengen- Preiseffekte	57
2.1.3.3 Implikationen für die Preissetzung zweiseitiger Plattformen	63
2.1.3.4 Kostenstrukturen	66

2.2 Besonderheiten der Marktabgrenzung auf zweiseitigen Märkten	68
2.2.1 Asymmetrische Substitutionsbeziehungen auf zweiseitigen Märkten	68
2.2.2 Asymmetrische Substitutionsbeziehungen und Implikationen für die Marktmacht	70
2.2.3 Implikationen für den kartellrechtlich relevanten Markt bei zweiseitigen Märkten	73
2.2.3.1 Der SSNIP-Test auf zweiseitigen Märkten	74
2.2.3.1.1 Implementierungsansätze	74
2.2.3.1.2 Indirekte Netzeffekte und die Profitabilität eines Preisanstiegs	77
2.2.3.1.3 Indirekte Netzeffekte und Profitabilitätsanalysen zur Beurteilung von Substitutionsbeziehungen	78
2.2.3.2 Der kartellrechtlich relevante Markt bei zweiseitigen Märkten	81
2.2.3.2.1 Ein Areal, in dem Marktmacht ausgeübt werden kann	82
2.2.3.2.2 Ein Areal, das alle wesentlichen Wettbewerbskräfte umfasst	84
2.2.4 Anwendungspraxis des SSNIP-Tests auf zweiseitigen Märkten	85
2.2.5 Fazit zur Marktabgrenzung auf zweiseitigen Märkten	86
3 Elastizitätsanalysen und Diversion Ratios als Methoden der Marktabgrenzung	89
3.1 Die Preiselastizität der Nachfrage	89
3.2 Die Kreuzpreiselastizität der Nachfrage	90
3.3 Ermittlung von Elastizitäten	91
3.3.1 Empirische Schätzung von Elastizitäten	91
3.3.1.1 Regressionsanalysen	91
3.3.1.2 Spezifikation	92
3.3.1.3 Datenanforderung	93
3.3.1.4 Relevanter Zeithorizont	97
3.3.2 Indirekte Ermittlung von Elastizitäten	99
3.4 Diskussion von Elastizitätsanalysen	100
3.4.1 Diskussion der Preiselastizität der Nachfrage	100
3.4.2 Diskussion der Kreuzpreiselastizität	102
3.4.3 Ermittlung von Elastizitäten	105
3.5 Fallstudie: Unilever/Sara Lee	107
3.6 Diversion Ratios	114
3.6.1 Ökonomische Grundlagen von Diversion Ratios	115
3.6.2 Diskussion von Diversion Ratios	116

3.6.3 Fallstudie: Somerfield/Morrison Supermarkets	116
3.7 Elastizitätsanalysen und Diversion Ratios auf zweiseitigen Märkten	118
3.7.1 Der Einfluss indirekter Netzeffekte auf Elastizitäten	118
3.7.1.1 Beidseitig positive indirekte Netzeffekte	122
3.7.1.1.1 Der Einfluss beidseitig positiver indirekter Netzeffekte auf die Preiselastizität	123
3.7.1.1.2 Der Einfluss beidseitig positiver indirekter Netzeffekte auf die Kreuzpreiselastizität	128
3.7.1.2 Einseitig negative indirekte Netzeffekte	129
3.7.1.2.1 Der Einfluss einseitig negativer indirekter Netzeffekte auf die Preiselastizität	129
3.7.1.2.2 Der Einfluss einseitig negativer indirekter Netzeffekte auf die Kreuzpreiselastizität	132
3.7.1.3 Beurteilung der Ergebnisse	133
3.7.2 Ermittlung von Elastizitäten auf zweiseitigen Märkten	137
3.7.2.1 Empirische Schätzung von Elastizitäten auf zweiseitigen Märkten	137
3.7.2.2 Indirekte Ermittlung von Elastizitäten auf zweiseitigen Märkten	142
3.7.2.3 Beurteilung der Aussagekraft von direkt und indirekt ermittelten Elastizitäten	144
3.7.3 Der Einfluss indirekter Netzeffekte auf Diversion Ratios	146
3.7.3.1 Beidseitig positive indirekte Netzeffekte	146
3.7.3.2 Einseitig negative indirekte Netzeffekte	148
3.7.3.3 Beurteilung der Ergebnisse	148
3.8 Fazit zu Elastizitätsanalysen und Diversion Ratios	150
4 Die kritische Verlustanalyse und die kritische Elastizität als Methoden der Marktabgrenzung	152
4.1 Die kritische Verlustanalyse	152
4.1.1 Ökonomische Grundlagen der kritischen Verlustanalyse	152
4.1.2 Diskussion der kritischen Verlustanalyse	155
4.1.2.1 Ermittlung der Marge	155
4.1.2.2 Sensitivität des kritischen Nachfragerückgangs gegenüber den unterstellten Annahmen	157
4.1.2.3 Inkonsistente Durchführung in der Praxis	158
4.1.2.4 Die Rolle der Kreuzpreiselastizität bei Ermittlung des tatsächlichen Nachfragerückgangs	161
4.1.2.5 Der kritische Nachfragerückgang bei nicht-symmetrischen Produkten	162

4.2 Die kritische Elastizität	166
4.2.1 Ökonomische Grundlagen der kritischen Elastizität	166
4.2.2 Diskussion der kritischen Elastizität	167
4.2.2.1 Sensitivität der kritischen Elastizität gegenüber den unterstellten Annahmen	167
4.2.2.2 Inkonsistente Durchführung in der Praxis	168
4.2.2.3 Geknickte Nachfragekurven	169
4.3 Fallstudie: FTC v. Whole Foods Market	171
4.4 Die kritische Verlustanalyse und die kritische Elastizität auf zwei- seitigen Märkten	177
4.4.1 Der kritische Nachfragerückgang auf zweiseitigen Märkten	177
4.4.2 Die kritische Elastizität auf zweiseitigen Märkten	180
4.4.3. Praktische Überlegungen zum kritischen Nachfragerückgang und zur kritischen Elastizität auf zweiseitigen Märkten	181
4.4.4 Diskussion formal-theoretische Ermittlung der kritischen Größen	188
4.4.4.1 Datenanforderung	188
4.4.4.2 Komplexität zweiseitiger Märkte	189
4.5 Fazit zum kritischen Nachfragerückgang und zur kritischen Elastizität	189
5 Preisanalysen als Methoden der Marktabgrenzung	193
5.1 Die Preiskorrelationsanalyse	193
5.1.1 Ökonomische Grundlagen der Preiskorrelationsanalyse	193
5.1.2 Datenanforderung	195
5.1.2.1 Repräsentativität der Daten	195
5.1.2.2 Datenaggregation	197
5.1.2.3 Zeithorizont	200
5.1.3 Diskussion der Preiskorrelationsanalyse	201
5.1.3.1 Das Problem der Scheinkorrelation	201
5.1.3.1.1 Stochastisches Trendverhalten	201
5.1.3.1.2 Deterministisches Trendverhalten	208
5.1.3.1.3 Gemeinsame externe Einflüsse	212
5.1.3.2 Verdeckte Korrelationen	220
5.1.3.2.1 Verzögerte Preisanpassungen	220
5.1.3.2.2 Periodische Preisdivergenzen	220
5.1.3.2.3 Sonstige Ursachen	221
5.1.3.3 Höhe des Korrelationskoeffizienten	221
5.1.4 Fallstudie: Ryanair/Aer Lingus	223
5.2 Die Preiskorrelationsanalyse auf zweiseitigen Märkten	225
5.2.1 Der Einfluss indirekter Netzeffekte auf die Preiskorrelations- analyse	226

5.2.1.1	Das Problem der Abwärtsspirale	226
5.2.1.2	Scheinkorrelation auf zweiseitigen Märkten	228
5.2.1.3	Zeitliche Verzögerungen	229
5.2.2	Die Preiskorrelationsanalyse auf Werbemärkten	229
5.2.2.1	Der zu korrelierende Preis	229
5.2.2.1.1	Beidseitig positive indirekte Netzeffekte	231
5.2.2.1.2	Einseitig negative indirekte Netzeffekte	235
5.2.2.2	Zwischenfazit	237
5.2.3	Die Preiskorrelationsanalyse auf Rezipientenmärkten	238
5.2.3.1	Der zu korrelierende Preis	238
5.2.3.2	Preiswettbewerb auf Rezipientenmärkten	239
5.3	Fazit zur Preiskorrelationsanalyse	241
5.4	Sonstige Preistests	242
5.4.1	Stationaritätsanalysen (Unit Root Test)	242
5.4.2	Kointegrationsanalysen	244
5.4.3	Granger-Kausalitätstests	245
5.4.4	Diskussion von Preistests	246
5.4.4.1	Fehlender Bezug zum kartellrechtlich relevanten Markt	246
5.4.4.2	Das Problem nicht definitiver Ergebnisse	247
5.4.4.3	Datenanforderung	249
5.4.4.4	Sonstige kritische Aspekte	250
5.4.5	Fallstudien	251
5.5	Sonstige Preistests auf zweiseitigen Märkten	253
5.6	Zeitreihenanalyse auf Grundlage von Absatzdaten	254
5.7	Fazit zu sonstigen Preistests	255
6	Fazit und Empfehlungen für die wettbewerbspolitische Praxis	257
6.1	Zusammenfassung	257
6.2	Mehrstufiges Bewertungsschema	261
6.3	Implikationen für Werbe- und Rezipientenmärkte und Ausblick	269
Anhang		274
A	Elastizitätsanalysen und Diversion Ratios als Methoden der Marktabgrenzung	274
A.I	Exemplarische Darstellung der Entfaltung von Nachfrageeffekten auf zweiseitigen Märkten	274

A.II Langfristige Nachfrageeffekte bei beidseitig positiven indirekten Netzeffekten	280
A.III Langfristige Nachfrageeffekte bei einseitig negativen indirekten Netzeffekte	284
B Die kritische Verlustanalyse und die kritische Elastizität als Methoden der Marktabgrenzung	288
B.I Herleitung des kritischen Nachfragerückgangs	288
B.II Der kritische Nachfragerückgang unter alternativen Annahmen	291
B.III Die kritische Elastizität unter alternativen Annahmen	291
C Preisanalysen als Methoden der Marktabgrenzung	292
C.I Differenzgleichungen erster Ordnung	292
C.II Tabellarische Darstellung der simulierten Preisreihen	295
C.III Ergebnisse Dummy-Variablen Modell	312
Literaturverzeichnis	315