

Strukturelle Merkmale aufgedeckter
Kartelle in der EU
- Eine deskriptive Analyse

von Sandra Swoboda
Nr. 159 ■ Januar 2016

Vorwort

Der Austausch von Informationen zwischen Unternehmen, zumal wenn sie Wettbewerber sind, ist eine wissenschaftlich höchst interessante und für die betreffenden Unternehmen folgenreiche Aktivität. Naturgemäß differieren die Einschätzungen von Unternehmen und Wettbewerbsbehörden, was ihre Zulässigkeit betrifft. Unternehmen bemühen sich seit Jahren noch mehr belastbare Hinweise zu bekommen, woran Wettbewerbsbehörden den Kartellverdacht festmachen und vermuten, dass ein wettbewerbswidriges Verhalten vorliegt. Es geht also um die Grenzen eines zulässigen Informationsaustauschs, eventuell auch in Zusammenhang mit einem Kartell. Zwar hat die EU-Kommission 2011 Leitlinien für die Vereinbarungen über die horizontale Zusammenarbeit verabschiedet, in denen der zulässige Informationsaustausch zwischen den Unternehmen dargelegt wird. Doch für die Unternehmen ist Unsicherheit geblieben, gerade auch wegen weitreichender Entwicklungen der Informations- und Kommunikationstechnologie.

Dies ist der Hintergrund für das Promotionsprojekt von IfG-Mitarbeiterin Sandra Swoboda. Um die gewünschten zusätzlichen Hinweise zu bekommen, untersucht sie konkrete Kartellfälle, die im Zeitraum von 2001 bis 2015 von der Europäischen Kommission als solche eingeschätzt wurden. Insgesamt legt sie ihrer Untersuchung 106 Fallberichte zugrunde, die sie systematisch ausgewertet hat. Sie interessiert sich neben anderen strukturellen Merkmalen besonders für die Art der ausgetauschten Informationen sowie für die Organisation des Informationsaustauschs und kann interessante erste Ergebnisse vorlegen, die bisher nicht vorlagen.

Dieses Arbeitspapier enthält erste Ergebnisse eines größeren Forschungsprojekts. Es stammt aus dem „IfG-Forschungscluster II: Kooperationen“. Kommentare und Anregungen sind herzlich willkommen.



Univ.-Prof. Dr. Theresia Theurl

Zusammenfassung

Ob der Informationsaustausch zwischen Unternehmen wettbewerbswidrig ist, hängt von diversen Faktoren ab. Mit der „Art der ausgetauschten Information“ und der „Organisation des Informationsaustauschs“ werden in diesem Arbeitspapier zwei Faktoren für Kartellfälle in der EU im Zeitraum 2001 bis 2015 analysiert. Es zeigt sich, dass es sich bei den untersuchten Kartellfällen ausschließlich um „Hardcore-Kartelle“ handelt, die oft durch Bonusanträge der beteiligten Unternehmen aufgedeckt werden. Bezüglich der Organisation des Informationsaustauschs kann konstatiert werden, dass ein regelmäßiger und mehrmals im Jahr stattfindender Informationsaustausch in den untersuchten Kartellfällen dominiert. Zudem präferieren die beteiligten Personen, die auf allen Führungsebenen in den jeweiligen Unternehmen tätig sind, für ihre Kommunikation persönliche Treffen an öffentlichen Orten.

Abstract

Whether the exchange of information between companies is anticompetitive depends on various factors. In this working paper, the factors “type of information” and “organisation of information exchange” are analysed for the EU antitrust cases in the period 2001 to 2015. The conclusion which can be drawn is that the investigated cartel cases are exclusively “hardcore cartels” which are often detected with the help of leniency applications filed by companies involved. In the cartel cases investigated above, the information exchange itself takes place on a regular basis several times a year. Furthermore, the involved individuals, who operate at all management levels, use meetings in person at public places as a preferred method to communicate with each other.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	I
Zusammenfassung	II
Abstract	II
Inhaltsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis.....	IV
1 Einleitung.....	1
2 Beschreibung der Daten.....	2
3 Auswertung der Kartellfälle im europäischen Raum.....	4
3.1 Allgemeine Merkmale.....	4
3.2 Art der ausgetauschten Information	9
3.2.1 Inhalt der Information	9
3.2.1.1 Vorstellung der untersuchten Parameter	9
3.2.1.2 Auswertung der EU-Kartellfälle.....	14
3.2.2 Zeitliche Dimension der Information	15
3.2.3 Beschaffenheit der Information	17
3.3 Organisation des Informationsaustauschs	18
3.3.1 Kommunikationskanal.....	18
3.3.2 Frequenz des Informationsaustauschs	21
3.3.3 Beteiligte Personen.....	24
4 Fazit.....	27
Literaturverzeichnis	29

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Anzahl der an einem Kartell beteiligten Unternehmen	6
Abb. 2: Dauer der untersuchten Kartelle in Jahren	7
Abb. 3: Aufdeckung der Kartelle	8
Abb. 4: Art der Aufdeckung untersuchter Kartelle im Zeitraum 2001 bis 2015.....	9
Abb. 5: Inhalt der ausgetauschten Informationen	14
Abb. 6: Inhalt der Preisinformation.....	15
Abb. 7: Kommunikationskanal für den Informationsaustausch	21
Abb. 8: Häufigkeit des Informationsaustauschs	23
Abb. 9: Position der beteiligten Personen	26
Abb. 10: Unternehmensbereiche der beteiligten Personen	27

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Ableitung der relevanten Kartellfälle	3
Tab. 2: Untersuchung folgender Merkmale.....	3
Tab. 3: Industriebranchen mit Kartellaktivität.....	5
Tab. 4: Definition der Position der beteiligten Personen in den untersuchten Kartellfällen	25

1 Einleitung

Die Verfolgung von Kartellen sowie deren Bestrafung hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Dies zeigt sich unter anderem an den Geldbußen, die den beteiligten Unternehmen auferlegt wurden. Lag der Gesamtbetrag der Geldbußen für Kartelle im europäischen Raum im Jahr 2011 bei etwa 614 Mio. Euro, waren es im Jahr 2014 fast 1,69 Mrd. Euro.¹ Zwar handelt es sich bei den aufgedeckten Kartellen ausschließlich um sogenannte „Hardcore-Kartelle“, d. h. um Absprachen bezüglich des Preises, der Menge, der Aufteilung von Kunden oder der Aufteilung von geografischen Gebieten. Dennoch gibt es bereits Wettbewerbsbehörden, die für unzulässigen Informationsaustausch, bei dem das „Hardcore-Kartell“ nicht im Vordergrund stand, hohe Geldbußen verhängt haben.² Aus diesem Grund steigt die Unsicherheit der Unternehmen bezüglich der Grenzen eines zulässigen Informationsaustauschs. Um diese Unsicherheit zu reduzieren, hat die EU-Kommission im Jahr 2011 „Leitlinien für die Vereinbarungen über die horizontale Zusammenarbeit“ verabschiedet, in denen der Informationsaustausch zwischen den Unternehmen detailliert dargelegt wird.³

In diesem Arbeitspapier sollen bereits aufgedeckte Kartelle hinsichtlich ihrer strukturellen Merkmale untersucht werden, von denen einige Merkmale ebenfalls in den Leitlinien der EU-Kommission zu finden sind. Bei den untersuchten Merkmalen handelt es sich um die betroffene Branche, die Anzahl der beteiligten Unternehmen, die Dauer des Kartells, die Aufdeckung des Kartells, den Inhalt der Information, den Kommunikationskanal, die Frequenz des Informationsaustauschs sowie die beteiligten Personen. Zudem werden die Merkmale zeitliche Dimension und Beschaffenheit der Information allgemein vorgestellt, da diese Merkmale zwar bedeutend für den Informationsaustausch sind, für eine Analyse jedoch weitere Merkmale herangezogen werden müssten. Allerdings liegen hierzu nicht immer Informationen vor. Deshalb werden die Kartellfälle in diesem Arbeitspapier nicht nach diesen Merkmalen untersucht.

Für die Analyse werden in einem ersten Schritt die verwendeten Daten vorgestellt. Im zweiten Schritt werden die jeweiligen Merkmale erläutert und anschließend die Ergebnisse für die Kartellfälle vorgestellt. Das Ar-

¹ Vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION (2015).

² Vgl. hierzu das Kartell der Hersteller von Drogerieartikeln in Deutschland, BUNDESKARTELLAMT (2013).

³ Vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION (2011), Rn. 55-110.

beitspapier schließt mit einem Fazit, in dem die Ergebnisse kurz zusammengefasst werden.

2 Beschreibung der Daten

Für die Analyse wurden die veröffentlichten Kartellfälle im europäischen Raum auf der Internetseite der EU-Kommission im Zeitraum 2001 bis 2015 herangezogen.⁴ Der Grund für die Beschränkung des Zeitraums liegt darin, dass die Informationsdichte zu einzelnen Kartellfällen abnimmt je länger diese zurückliegen. Die EU-Kommission listet für diesen Zeitraum insgesamt 120 Fälle auf, von denen nicht alle in der Analyse berücksichtigt wurden. So enthält die Auflistung der EU-Kommission 21 Kartellfälle, bei denen entweder ein aktueller Verdacht auf einen Kartellverstoß vorliegt oder bei denen sich der Verdacht nach einer Untersuchung nicht bestätigt hat. Für diese Analyse sind ausschließlich Kartelle relevant, die konkret existiert haben, um die Merkmalsausprägungen für einen wettbewerbswidrigen Informationsaustausch zu untersuchen. Aus diesem Grund werden ausschließlich die Kartelle betrachtet, die bereits mit einer Geldbuße geahndet wurden, sodass Verdachtsfälle nicht in die Analyse einfließen. Des Weiteren enthält die Auflistung der EU-Kommission ebenfalls sechs Kartellfälle, die zweimal aufgelistet sind. Die Dopplung liegt in den meisten Fällen aufgrund von Anpassungen in der Höhe der Geldbußen vor. Aus diesem Grund werden diese Kartellfälle nur einmal ausgewertet. Außerdem werden im Rahmen dieser Analyse Kartellfälle aus dem Dienstleistungssektor nicht berücksichtigt, da sich bei diesen Fällen der Inhalt der ausgetauschten Information deutlich zu dem Informationsaustausch im Industriesektor unterscheidet. Bei den Kartellfällen im Dienstleistungssektor handelt es sich überwiegend um Kartelle im Finanzsektor. Diese zeichnen sich vor allem durch Manipulationen der Zinssätze, wie z. B. der Referenzzinssätze aus, die täglich neu festgelegt werden.⁵ Andere Informationsinhalte haben bei diesen Kartellen jedoch eine untergeordnete Bedeutung, sodass es bei einer Berücksichtigung zu einer verzerrten Darstellung der Ergebnisse kommen könnte. Somit ergeben sich 82 zu berücksichtigende Kartellfälle. Ferner beziehen sich neun Fallberichte der EU-Kommission nicht nur auf ein

⁴ Sämtliche Informationen zu den einzelnen Kartellfällen finden sich auf der Internetseite der EU-Kommission unter:
<http://ec.europa.eu/competition/cartels/cases/cases.html> .

⁵ Vgl. hierzu z. B. das Zinskartell in der Derivatebranche, EUROPÄISCHE KOMMISSION (2013).

Kartell, sondern auf mehrere Kartelle, die im Rahmen der jeweiligen Untersuchung aufgedeckt worden sind. Diese werden in der Auswertung ebenfalls separat betrachtet. Aus diesem Grund erhöht sich die Fallzahl der zu untersuchenden Kartelle, wie Tabelle 1 zeigt, auf 106 Fälle.

Tab. 1: Ableitung der relevanten Kartellfälle

Beschreibung	Anzahl
EU-Fallberichte insgesamt	120
Verdachtsfälle	21
Wiederholungen	6
Kartelle im Dienstleistungssektor	11
Relevante EU-Fallberichte	82
Neun Fälle mit mehreren Kartellen	24
Insgesamt zu untersuchende Kartellfälle	106

Quelle: Eigene Darstellung.

Für die Auswertung der einzelnen Merkmale wurden Pressemitteilungen und Entscheidungsberichte herangezogen, die auf der Internetseite der EU-Kommission zu finden sind. Tabelle 2 listet die Merkmale auf, die in diesem Arbeitspapier allgemein erläutert werden. Die relevanten Kartellfälle werden anschließend im Hinblick auf die hervorgehobenen Merkmale untersucht.

Tab. 2: Untersuchung folgender Merkmale

Allgemeine Merkmale	<ul style="list-style-type: none"> • Branche • Anzahl der Unternehmen • Dauer des Kartells • Aufdeckung des Kartells
Art der ausgetauschten Information	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalt der Information • Zeitliche Dimension der Information • Beschaffenheit der Information
Organisation der Information	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskanal • Frequenz des Informationsaustauschs • Beteiligte Personen

Quelle: Eigene Darstellung.

Hierbei ist allerdings zu beachten, dass sensible Passagen in den Entscheidungsberichten, die wichtige Informationen für diese Auswertung enthalten könnten, herausgenommen und entsprechend unkenntlich gemacht wurden. Folglich ist nicht auszuschließen, dass einige Merkmale in den jeweiligen Kartellfällen neben den herausgestellten Ausprägungen ebenfalls andere Ausprägungen annehmen können, die jedoch mit den öffentlich zugänglichen Informationen nicht einsehbar sind.

Im Folgenden werden die untersuchten Merkmale zunächst allgemein erläutert, um anschließend die jeweiligen Ausprägungen für die EU-Kartellfälle aufzuzeigen.

3 Auswertung der Kartellfälle im europäischen Raum

3.1 Allgemeine Merkmale

Bevor die Kartellfälle auf ihre Merkmale bezüglich des Informationsaustauschs untersucht werden, wird zuerst ein allgemeiner Überblick über die untersuchten Kartellfälle gegeben.

Branche

Die Branchenzuteilung der jeweiligen Kartellfälle wurde mithilfe der Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes aus dem Jahr 2008 (WZ 2008) durchgeführt.⁶ Hierfür wurde geprüft unter welche Unterklasse die betroffenen Produkte fallen. Die Unterklassen sind sehr eng definiert. Um jedoch eine Kategorisierung der einzelnen Kartellfälle zu ermöglichen, diente die dazugehörige Abteilung als identifizierte Branche.

Wie Tabelle 3 darstellt, sind die hier untersuchten Kartellfälle in diversen Branchen vertreten. In der Branche der chemischen Erzeugnisse bzw. der pharmazeutischen Erzeugnisse gab es im untersuchten Zeitraum die meisten Kartelle mit 15,1 % bzw. 9,4 %. Aber auch Unternehmen der Branche der elektronischen und optischen Erzeugnisse sind mit 8,5 % im Vergleich zu den anderen Branchen relativ häufig an einem Kartell beteiligt. Die anderen Kartellfälle verteilen sich gleichmäßig auf die jeweiligen Branchen, sodass hier keine erheblichen Unterschiede festzustellen sind.

⁶ Vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT (2008).

Tab. 3: Industriebranchen mit Kartellaktivität

Branche	Häufigkeit	
	absolut	relativ
Chemische Erzeugnisse	16	15,1
Pharmazeutische Erzeugnisse	10	9,4
Datenverarbeitung, elektronische und optische Erzeugnisse	9	8,5
Elektrische Ausrüstungen	7	6,6
Nahrungs- und Futtermittel	7	6,6
Luftfahrt	6	5,7
Metallerzeugung und -bearbeitung	6	5,7
Getränke	5	4,7
Maschinenbau	5	4,7
Sonstige Waren	5	4,7
Glas und Glaswaren, Keramik	4	3,8
Gummi- und Kunststoffwaren	4	3,8
Kraftwagen und Kraftwagenteile	4	3,8
Metallerzeugnisse	4	3,8
Papier, Pappe und Waren daraus	3	2,8
Landverkehr und Transport in Rohrleitungen	2	1,9
Landwirtschaft, Jagd und damit verbundene Tätigkeiten	2	1,9
Steine und Erden	2	1,9
Tabakverarbeitung	2	1,9
Energieversorgung	1	0,9
Fischerei und Aquakultur	1	0,9
Textilien	1	0,9
Gesamt	106	100,0

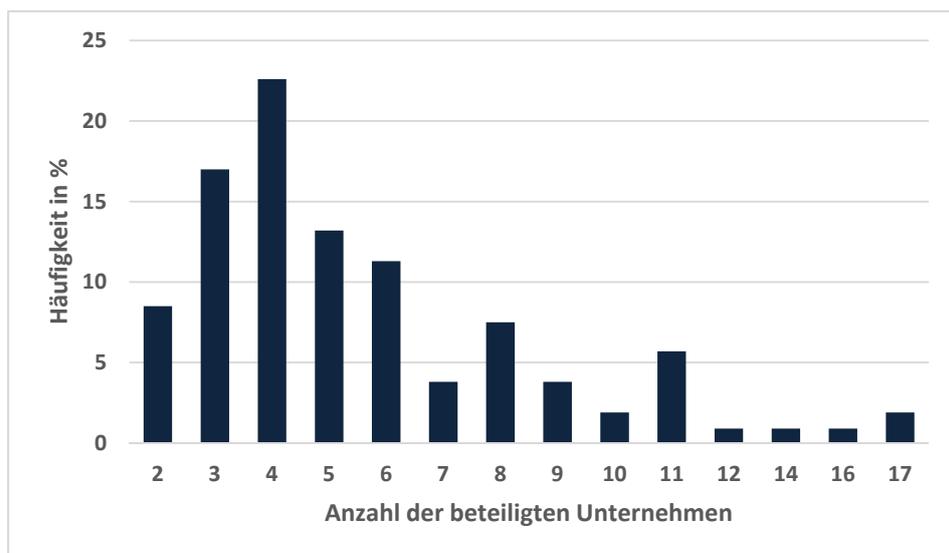
Quelle: Eigene Darstellung.

Anzahl der Unternehmen und Dauer des Kartells

Für einen Informationsaustausch werden mindestens zwei Unternehmen benötigt. Bei den hier untersuchten Kartellfällen wird deutlich, dass in

mehr als zwei Drittel der Fälle sechs oder weniger Unternehmen an einem Kartell beteiligt waren. Dies hat zwei Gründe: Zum einen werden bei dieser Analyse die Eigenschaften der jeweiligen Märkte, in denen die Kartelle agieren, nicht berücksichtigt. So kann davon ausgegangen werden, dass auf einigen betroffenen Märkten eine Oligopolsituation herrscht und aus diesem Grund keine weiteren Unternehmen auf dem Markt vorhanden sind, mit denen Informationen ausgetauscht werden können. Zum anderen steigen mit jedem zusätzlichen Unternehmen, welches an dem Kartell beteiligt ist, die Koordinations- und Organisationskosten, um den Informationsaustausch durchzuführen. Die Höchstanzahl der Unternehmen, die an einem Kartell beteiligt waren, liegt im Rahmen dieser Untersuchung bei 17 beteiligten Unternehmen (vgl. Abbildung 1). Im Durchschnitt waren 5,66 Unternehmen an einem Kartell beteiligt.

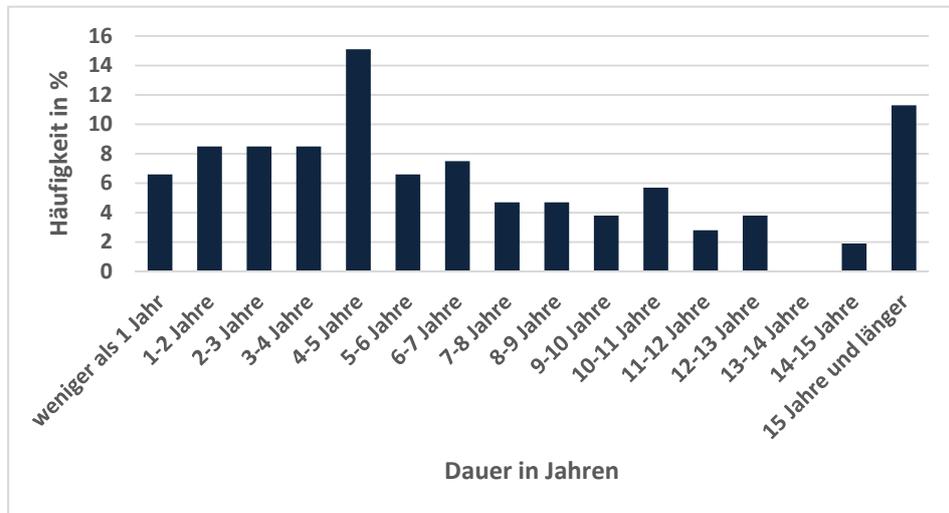
Abb. 1: Anzahl der an einem Kartell beteiligten Unternehmen



Quelle: Eigene Darstellung.

Bezüglich der Dauer des Kartells ist festzuhalten, dass die hier untersuchten Kartellfälle durchschnittlich 90,94 Monate (7,57 Jahre) aktiv waren. Hierbei reicht die Dauer, wie Abbildung 2 zu entnehmen ist, von einer einmaligen Absprache bis zu 408 Monaten (34 Jahre).

Abb. 2: Dauer der untersuchten Kartelle in Jahren



Quelle: Eigene Darstellung.

Aufdeckung

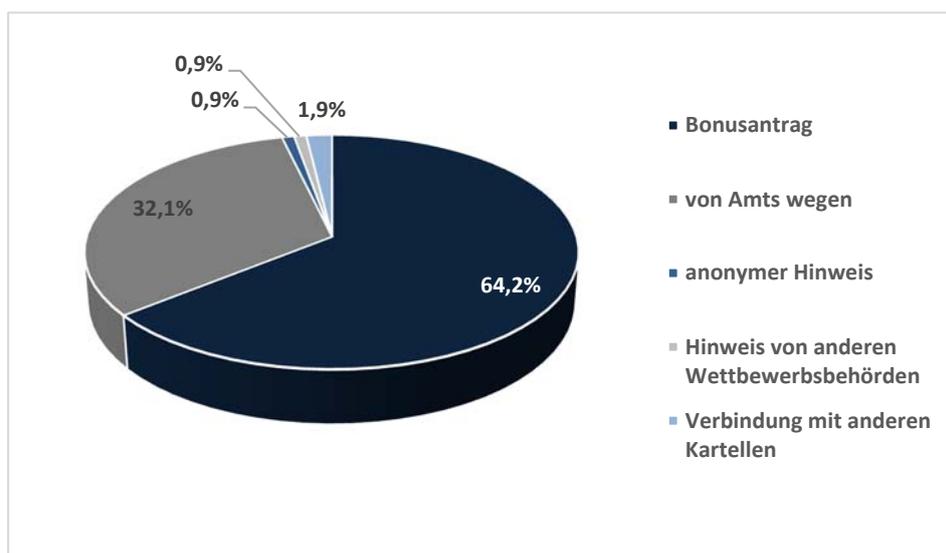
Es gibt diverse Möglichkeiten ein Kartell aufzudecken. Eine Möglichkeit ist, dass die Wettbewerbsbehörde das Kartell durch ihre eigenen Ermittlungen aufdeckt. Zusätzlich kann die Wettbewerbsbehörde ebenfalls Hinweise von anderen Wettbewerbsbehörden erhalten oder durch Ermittlungen in einem anderen Kartell auf ein weiteres Kartell stoßen. Zudem kann die Wettbewerbsbehörde einen anonymen Hinweis auf ein Kartell erhalten, den sie anschließend prüfen muss. Seit 1996 verfügt die EU-Kommission mit der Kronzeugenregelung über ein weiteres Instrument, mit dem wettbewerbswidriger Informationsaustausch aufgedeckt und geahndet werden kann. Die Idee hinter der Kronzeugenregelung ist, dass die Unternehmen einen Anreiz erhalten, das Kartell selbst bei der EU-Kommission anzuzeigen, indem sie einen sogenannten Bonusantrag stellen. So wird das Unternehmen, das der EU-Kommission als Erstes Informationen zur Aufdeckung des Kartells übermittelt mit einer Minderung oder sogar einem Erlass der Geldbuße belohnt.⁷ Die Kronzeugenregelung wurde in den Jahren 2002 und 2006 erneuert, um die Transparenz des Verfahrens für die Unternehmen zu erhöhen. So sind in der zurzeit gültigen Fassung der Kronzeugenregelung aus dem Jahr 2006 die Art der Informationen und die Beweismittel festgelegt, die von den Unternehmen erforderlich sind, um einen vollständigen Bußgelderlass zu erhalten.⁸

⁷ Vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION (2002).

⁸ Vgl. ALBRECHT (2007); EUROPÄISCHE UNION (2006).

Wird die Art der Aufdeckung in den untersuchten Kartellfällen betrachtet, lässt sich feststellen, dass in 64,2 % der Fälle das Kartell durch einen Bonusantrag von einem beteiligten Unternehmen aufgedeckt wurde, während die eigenen Ermittlungen der EU-Kommission in 32,1 % der Fälle zu einer Aufdeckung führten (vgl. Abbildung 3).

Abb. 3: Aufdeckung der Kartelle

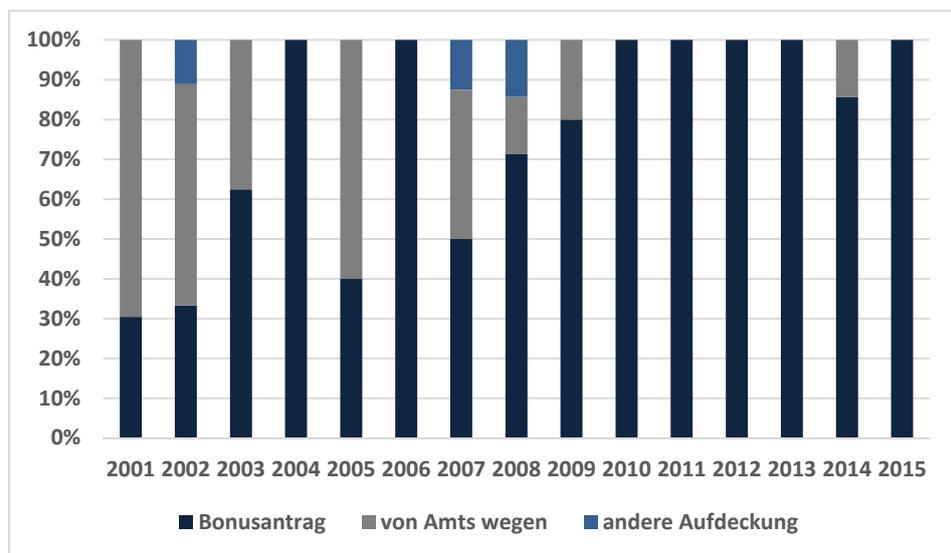


Quelle: Eigene Darstellung.

Inwieweit die Änderungen der Kronzeugenregelung hinsichtlich erhöhter Transparenz die Unternehmen darin beeinflussen einen Bonusantrag zu stellen, zeigt Abbildung 4 für den untersuchten Zeitraum. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die neun EU-Fälle, in denen zwischen mehreren Kartellen differenziert wurde, bis auf eine Ausnahme nur einmal in dieser Auswertung berücksichtigt wurden. Der Grund hierfür ist, dass es sich stets um eine einzige Untersuchung der EU-Kommission handelt, so dass die Kartelle in gleicher Weise aufgedeckt wurden. Es wird deutlich, dass die EU-Kommission in den Jahren 2001 und 2002 mehr als die Hälfte der Kartellfälle mithilfe eigener Ermittlungen aufdecken konnte. Bis ins Jahr 2009 hat die EU-Kommission von sich aus Ermittlungen eingeleitet und Kartelle aufdecken können, allerdings nimmt der Anteil mit den Jahren zunehmend ab. Ab dem Jahr 2010 sind die Kartellfälle ausschließlich durch Bonusanträge der beteiligten Unternehmen aufgedeckt worden. Lediglich im Jahr 2014 gab es noch eine weitere Aufdeckung durch Ermittlungen der EU-Kommission. Aus diesem Grund kann geschlussfolgert werden, dass die Kronzeugenregelung im Rahmen der

Kartellverfolgung immer stärker an Bedeutung gewinnt und dass auch die Neuerungen dieser Regelung dazu geführt haben, dass die Unternehmen verstärkt Anreize erhalten einen Bonusantrag zu stellen.

Abb. 4: Art der Aufdeckung untersuchter Kartelle im Zeitraum 2001 bis 2015.



Quelle: Eigene Darstellung.

3.2 Art der ausgetauschten Information

3.2.1 Inhalt der Information

3.2.1.1 Vorstellung der untersuchten Parameter

Wettbewerber können Informationen untereinander austauschen, die entweder eine hohe oder eine niedrige strategische Bedeutung aufweisen. Eine Information ist strategisch bedeutsam, wenn sie die Unsicherheit für die Unternehmen auf dem Markt verringert.⁹ Dies ist vor allem bei vertraulichen Informationen, wie Geschäftsgeheimnissen der Fall.¹⁰ Bei einem Kartell werden Informationen mit hoher strategischer Bedeutung ausgetauscht, weil hierbei mehrere Unternehmen auf horizontaler Ebene ihr Verhalten auf dem Markt koordinieren, um auf diese Weise eine Einschränkung oder Ausschaltung des Wettbewerbs zu bewirken.¹¹ Aus diesem Grund werden in diesem Arbeitspapier lediglich die Parameter mit hoher strategischer Bedeutung untersucht. Im Folgenden beschränkt

⁹ Vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION (2011), Rn. 86.

¹⁰ Vgl. CAPOBIANCO (2004), S. 1263.

¹¹ Vgl. BUNDESKARTELLAMT (2011a), S. 6.

sich die Vorstellung auf jene Parameter, die in den hier untersuchten Kartellfällen eine Relevanz aufweisen.

Preis

Der Preis ist einer der wichtigsten Parameter im Wettbewerb, da er die monetäre Gegenleistung für den Erhalt eines bestimmten Gutes darstellt und damit einen Einfluss auf den Gewinn eines Unternehmens hat. Zudem hat der Preismechanismus im Wettbewerb eine Informationsfunktion für die Konsumenten, da er einerseits die Knappheit eines Gutes und andererseits die gesamtwirtschaftliche Lage widerspiegelt.¹² Damit dieser Preismechanismus funktioniert, ist ein unabhängiges Verhalten der Marktakteure erforderlich.¹³ Allerdings können konkurrierende Unternehmen untereinander Informationen über den Preis austauschen. Hierbei beschränkt sich ein Austausch jedoch nicht nur auf die direkte Preisinformation, sondern auch auf den Austausch anderer Informationen, die Rückschlüsse auf den Preis zulassen. So können sich Wettbewerber zum einen über einzelne Bestandteile des Preises austauschen, wie z. B. über Rabatte, Transportkosten, Währungsaufschläge sowie die Einführung von zusätzlichen Gebühren.¹⁴ Zudem kann sich die Preisinformation auch in Form von Richt-, Mindest-, Höchst-, Listen- oder Durchschnittspreisen äußern.¹⁵ Hierbei können Richtpreise eine Empfehlung für andere Unternehmen darstellen nach welchem Orientierungspreis sie ihren Preis richten sollen. Auf diese Weise können Unternehmen die Preispolitik der anderen Unternehmen antizipieren, sofern diese sich an dem Richtpreis orientieren.¹⁶ Mindest- und Höchstpreise hingegen stellen eine Preisgrenze nach unten bzw. nach oben dar, sodass die Unternehmen die Unsicherheit mit der sie bei der Preissetzung konfrontiert sind durch die Orientierung an diesen Grenzen reduzieren können.¹⁷ Listenpreise bezeichnen Preise in einer Preisliste, die die Grundlage für die Preiskalkulation bilden.¹⁸ Treffen konkurrierende Unternehmen Preisabsprachen, liegt ein Preiskartell vor. Dieses zählt zu den „Hardcore-Kartellen“, die immer verboten sind, da sie den Wettbewerb zwischen den Unternehmen ausschalten.¹⁹

¹² Vgl. DILLER (2008), S. 30.

¹³ Vgl. HERDZINA (1999), S. 18-19.

¹⁴ Vgl. HEINICHEN (2014), S. 64.

¹⁵ Vgl. WAGNER-VON PAPP (2004), S. 221-223.

¹⁶ Vgl. LOEWENHEIM/MEESSEN/RIESENKAMPFF (2005), Art. 81 Nr. 213.

¹⁷ Vgl. BLATTMANN (2012), S. 290.

¹⁸ Vgl. KAILING (2006), S. 12.

¹⁹ Vgl. BUNDESKARTELLAMT (2011b), S. 6.

Mengen

Neben der Preisinformation können konkurrierende Unternehmen ebenfalls Informationen bezüglich der Produktions- und Verkaufsmenge austauschen, da die Unternehmen sowohl über den Preis als auch über die Menge konkurrieren können.²⁰ Eine Absprache der Produktions- bzw. Verkaufsmenge stellt ein Quotenkartell dar, welches ebenfalls zu den „Hardcore-Kartellen“ zählt. Hierbei können Quotenbandbreiten oder Höchstquoten festgelegt werden, die die Unternehmen nicht unter- bzw. überschreiten dürfen.²¹ Meistens gehen Preisabsprachen in Verbindung mit Absprachen bezüglich der Produktions- und Verkaufsmenge einher. Der Grund hierfür ist, dass die beteiligten Unternehmen ansonsten bei Preisabsprachen ihren Gewinn mit der entsprechenden Produktionsmenge maximieren. Auf diese Weise kann es allerdings zu einem Angebotsüberschuss auf dem Markt kommen, sodass der Preis unter den vereinbarten Preis sinkt.²²

Kunden

Unternehmen können zudem Informationen über Kunden austauschen mit dem Ziel die Kunden untereinander aufzuteilen. Hierfür können sie ihre Kundenlisten an das andere Unternehmen weitergeben. Auf diese Weise kann sichergestellt werden, dass die Unternehmen sich nicht untereinander die Kunden „abwerben“. Sollten die Kunden von sich aus an den Waren und Dienstleistungen von anderen Unternehmen interessiert sein, so sollen diese Unternehmen mit überhöhten Preisen reagieren, damit der Kunde weiterhin von seinem ursprünglichen Unternehmen bedient wird.²³ Diese Art von Absprache stellt ein Kundenschutzkartell dar und zählt ebenfalls zu den „Hardcore-Kartellen“. Die hier definierte Kundeninformation bezieht sich ausschließlich auf die Aufteilung von Kunden. Tauschen die Unternehmen jedoch allgemeine Informationen zu den Kunden aus, fallen diese Informationen im Rahmen dieser Analyse unter „Vertriebsinformationen“. Werden Informationen zu den allgemeinen Konditionen für einzelnen Kunden ausgetauscht, zählt diese Information zu den „Konditionen gegenüber gemeinsamen Dritten“.

²⁰ Vgl. WAGNER-VON PAPP (2004), S. 226.

²¹ Vgl. HEINICHEN (2014), S. 64.

²² Vgl. BONTRUP (2004), S. 211.

²³ Vgl. HEINICHEN (2014), S. 65; MAYER (1959), S. 252.

Geografische Gebiete

Neben den Kundenschutzkartellen gibt es die Gebietskartelle, die ebenfalls zu den „Hardcore-Kartellen“ gehören. Diese unterscheiden sich von den Kundenschutzkartellen dadurch, dass nicht die Kunden unter den beteiligten Unternehmen aufgeteilt werden, sondern der räumliche Markt. Dies bedeutet, dass sich die Unternehmen verpflichten ihre Waren und Dienstleistungen ausschließlich in „ihrem“ zugeteilten Gebiet anzubieten, sodass die beteiligten Unternehmen in keinem Gebiet in Konkurrenz zueinander stehen und in ihrem jeweiligen Gebiet eine Monopolstellung einnehmen.²⁴

Umsatz

Des Weiteren besteht für die Unternehmen die Möglichkeit Informationen über den Umsatz auszutauschen. Per definitionem ergibt sich der Umsatz als Produkt aus Absatzmenge eines bestimmten Produktes und dessen Preis. Dies bedeutet, dass die Änderung des Umsatzes aus einer Preisänderung und/oder einer Änderung der Absatzmenge resultieren kann. Folglich handelt es sich beim Umsatz um eine aggregierte Größe, die keine Rückschlüsse auf den Preis oder die Absatzmenge zulässt. Ist neben dem Umsatz jedoch noch der Preis oder die Absatzmenge bzw. eine Spanne dieser Parameter bekannt, lassen sich realistische Rückschlüsse auf den anderen Parameter ziehen. In diesem Fall kann der Austausch von Umsatzdaten dazu führen, dass das andere Unternehmen Informationen über wettbewerbsrelevante Parameter, wie z. B. den Preis, erhält.²⁵

Kosten

Kosteninformationen können als wettbewerbssensibel angesehen werden, da die Kosten im Zusammenhang mit dem Preis stehen. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Unternehmen ihre Güter langfristig kostendeckend auf dem Markt anbieten werden, sodass der Preis mindestens den Grenzkosten entsprechen muss. Da gleichzeitig ebenfalls eine angemessene Rendite erzielt werden soll, sollte der Preis zudem nicht unter den langfristigen Durchschnittskosten liegen.²⁶ Mit den Kosteninformationen der Konkurrenten können Unternehmen folglich die Preise ermitteln, zu denen die Konkurrenten ihre Güter auf dem Markt anbieten werden. Aus diesem Grund kann zwischen den Unternehmen

²⁴ Vgl. HEINICHEN (2014), S. 65; MAYER (1959), S. 250.

²⁵ Vgl. DILLER (2008), S. 44.

²⁶ Vgl. JACOB (1985), S. 113.

der Preis ermittelt werden, der es allen beteiligten Unternehmen ermöglicht kostendeckend und mit einer angemessenen Rendite zu wirtschaften.²⁷

Vertriebsinformationen

Der Vertrieb umfasst die Prozesse, die erforderlich sind, um Produkte mit den Kunden in Kontakt zu bringen. Aus diesem Grund können Vertriebsinformationen auch wettbewerbssensible Informationen darstellen. Vor allem den Vertriebskennzahlen kommt hier eine besondere Bedeutung zu, da diese einen quantitativen Wert in Bezug zu einem anderen quantitativen Wert setzen und somit Objektivität herstellen und Handlungen vergleichbar machen. Mögliche Kennzahlen sind unter anderem in den Bereichen Deckungsbeitrag, Angebote, Aufträge, Kunden oder Marktposition zu finden.²⁸

Konditionen gegenüber gemeinsamen Dritten

Unternehmen können zudem Informationen über Konditionen mit gemeinsamen Dritten austauschen. Diese gemeinsamen Dritten können z. B. gemeinsame Kunden oder Lieferanten sein. Hierunter fallen im Rahmen dieser Analyse allerdings lediglich die allgemeinen Konditionen, nicht jedoch die Konditionen bezüglich der Preise wie z. B. die Rabattgestaltung. Diese Konditionen werden unter dem Parameter „Preis“ zusammengefasst.

Ausschreibungen

Ferner kann der Informationsaustausch zwischen Unternehmen im Rahmen von öffentlichen Ausschreibungen erfolgen. Bei diesen sogenannten Submissionsabsprachen entscheiden die Unternehmen im Vorfeld, wer den Zuschlag für einen bestimmten Auftrag erhalten soll und passen dahingehend ihre Gebote an.²⁹ Die Anpassung der Gebote impliziert ebenfalls einen Informationsaustausch bezüglich der abzugebenden Mindestpreise und der Aufteilung von Mengen. Aus diesem Grund wird in dieser Analyse lediglich der Parameter „Ausschreibung“ ausgewiesen, nicht jedoch die Parameter „Preis“ und „Menge“, wenn es sich bei dem jeweiligen EU-Kartellfall um eine Aufteilung von Ausschreibungen handelt.

²⁷ Vgl. JACOB (1985), S. 114.

²⁸ Vgl. KÜHNAPFEL (2013), S. 57-59.

²⁹ Vgl. BUNDESKARTELLAMT (2014), S. 2.

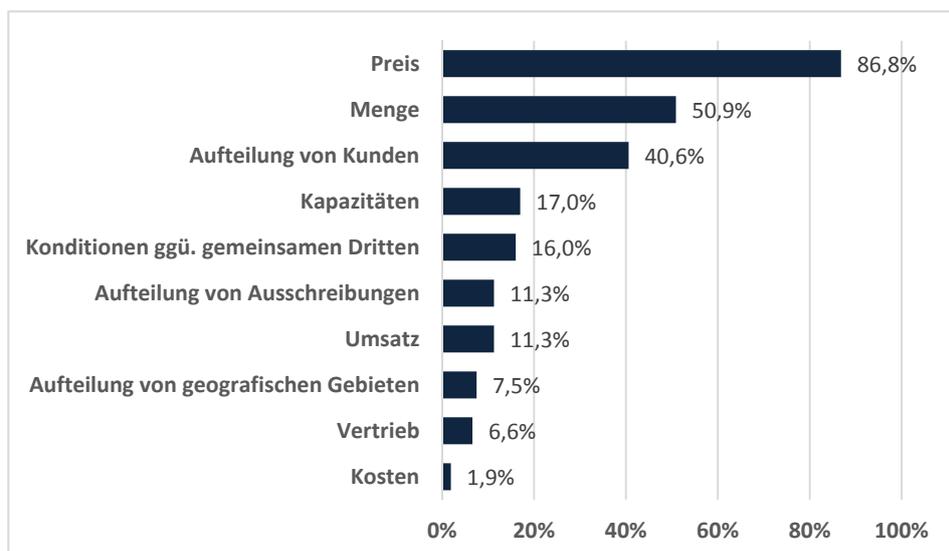
Informationen über Kapazitäten

Eng mit der Mengeninformation ist zudem die Information über Kapazitäten in einem Unternehmen verbunden. So können sich Unternehmen über die Stilllegung bestimmter Produktionsstandorte oder über die Beschränkung bzw. Ausweitung ihrer Produktion austauschen. In diesem Zusammenhang ist ebenfalls ein Informationsaustausch bezüglich der Kapazitätsauslastung möglich.

3.2.1.2 Auswertung der EU-Kartellfälle

Für die Analyse wurde untersucht, welcher Informationsinhalt in den jeweiligen Kartellfällen konkret ausgetauscht wurde. Da die Unternehmen nicht ausschließlich Informationen zu einem bestimmten Parameter austauschen, wurde hier ebenfalls Informationsaustausch zu mehreren Parametern berücksichtigt.

Abb. 5: Inhalt der ausgetauschten Informationen



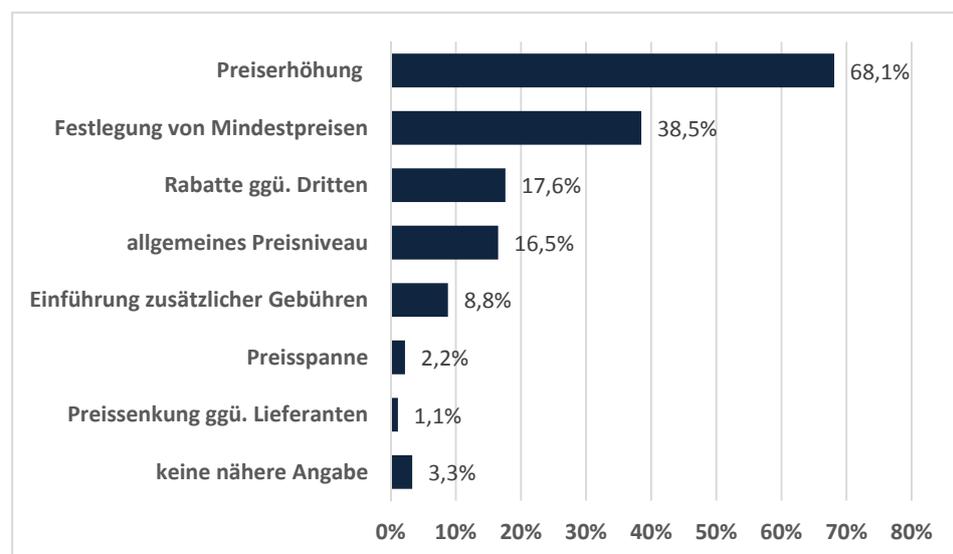
Quelle: Eigene Darstellung.

Es wird deutlich, dass in 86,8 % der untersuchten Kartellfälle Preisinformationen ausgetauscht wurden. Am zweithäufigsten wurden Mengeninformationen ausgetauscht. Dies war in jedem zweiten untersuchten Kartell der Fall. Auch die Aufteilung von Kunden ist in 40,6 % der untersuchten Kartellfälle von Bedeutung. Damit sind unter den drei am häufigsten ausgetauschten Informationsinhalten drei „Hardcore-Informationen“ zu finden, die den Wettbewerb ausschalten und deshalb verboten sind. Zu Absprachen bezüglich der Aufteilung von

geografischen Gebieten als vierte „Hardcore-Information“ kam es lediglich in 7,5 % der untersuchten Kartellfälle. Allerdings sind in jedem untersuchten Kartellfall „Hardcore-Informationen“ zu mindestens einem der vier Parameter weitergegeben worden. Daneben tauschten die beteiligten Unternehmen ebenfalls andere Informationen mit hoher strategischer Bedeutung aus. Zu nennen sind hier die Informationen über Kapazitäten in 17 % sowie über die Verhandlungen mit gemeinsamen Dritten in 16 % der untersuchten Kartellfälle (vgl. Abbildung 5).

Wie Abbildung 6 zu entnehmen ist, kann der Informationsaustausch über die Preiskomponente detaillierter betrachtet werden.

Abb. 6: Inhalt der Preisinformation



Quelle: Eigene Darstellung.

So können sich Unternehmen ebenfalls zu mehreren Preiskomponenten absprechen. Es wird deutlich, dass in mehr als zwei Drittel der untersuchten Kartellfälle Informationen über Preiserhöhungen gegenüber Kunden und Abnehmern ausgetauscht werden. Auch die Festlegung von Mindestpreisen ist in 38,5 % der untersuchten Kartellfälle Gegenstand des Informationsaustauschs.

3.2.2 Zeitliche Dimension der Information

Ob der Informationsaustausch zwischen Wettbewerbern ein Verstoß gegen das Kartellrecht darstellt, hängt allerdings nicht nur von dem Inhalt

der Information ab, sondern auch von weiteren Kriterien. Ein solches wichtiges Kriterium stellt die zeitliche Dimension dar. So können Unternehmen neben historischen ebenfalls aktuelle oder zukünftige Daten austauschen. Grundsätzlich gilt, dass beim Austausch aktueller oder zukünftiger Daten eine höhere Wahrscheinlichkeit gegeben ist gegen das Kartellrecht zu verstoßen als beim Austausch historischer Daten. Der Grund hierfür ist, dass Unternehmen historische Informationen nicht für wettbewerbswidrige Absprachen nutzen können, da sich mit diesen das Verhalten der Wettbewerber aufgrund mangelnder Aktualität nicht beobachten lässt. Allerdings legt die EU-Kommission keinen Schwellenwert fest, ab wann Daten als historisch und damit als unbedenklich einzustufen sind. Vielmehr hängt der historische Charakter einer Information von weiteren Kriterien ab, wie der Häufigkeit des Datenaustauschs, der Aggregation der Information oder den Merkmalen des relevanten Marktes.³⁰ Mit aktuellen Informationen hingegen lassen sich Abweichungen im Verhalten der anderen Unternehmen identifizieren. Dies trifft ebenfalls auf zukünftige Informationen zu. In dieser Hinsicht sind jedoch gegensätzliche Aspekte zu beachten. So kann ein Unternehmen zum einen über die Herausgabe einer zukünftigen Information, wie die Ankündigung einer Preiserhöhung, die Reaktion seiner Konkurrenten beobachten. Wird aus der Reaktion der Konkurrenten ersichtlich, dass diese bei der angekündigten Preiserhöhung ihre eigenen Preise nicht erhöhen, besteht für das Unternehmen immer noch die Möglichkeit seine geplante Preiserhöhung doch nicht zu realisieren ohne Marktanteile zu verlieren. Somit stellt die Ankündigung der Preiserhöhung einen unverbindlichen Versuch dar, den das Unternehmen zurücknehmen kann, sofern die Reaktion der Konkurrenten nicht seinen Erwartungen entspricht.³¹ Zum anderen besteht bei zukünftigen Informationen die Gefahr, dass ein Unternehmen seinen Konkurrenten bewusst falsche Informationen mitteilt. Im Gegensatz zu historischen und aktuellen Daten können die Konkurrenten den Wahrheitsgehalt dieser Information nicht überprüfen. Dies kann dazu führen, dass die Konkurrenten diese Informationen ignorieren, wenn sie davon ausgehen, dass es sich bewusst um fehlerbehaftete Informationen handelt.³² Hierbei ist jedoch zu beachten, dass zukünftige Informationen lediglich unüberprüfbar sind, wenn es sich um allgemeine Informationen handelt. Zukünftige Informationen über das Verhalten eines Unternehmens hingegen sind überprüfbar, da man diese an dem

³⁰ Vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION (2011), S. 20.

³¹ Vgl. WAGNER-VON PAPP (2004), S. 236.

³² Vgl. KÜHN/VIVES (1994), S.55.

Verhalten des jeweiligen Unternehmens beobachten kann. Allerdings ist davon auszugehen, dass Unternehmen, die verfälschte Informationen mit Absicht weitergeben, ihre Reputation und somit längerfristig die Geschäftsbeziehungen zu anderen Unternehmen gefährden. Somit ist anzunehmen, dass Unternehmen zukünftige Informationen überwiegend mit dem Ziel der erleichterten Kollusion austauschen.³³

Die hier untersuchten Kartellfälle wurden nicht nach diesem Merkmal untersucht, da die einzelnen Ausprägungen wiederum von anderen Merkmalen, die den Markt betreffen, abhängig sind. Für diese Marktmerkmale liegen jedoch nicht immer Informationen vor. Da es sich bei den Kartellfällen allerdings um wettbewerbswidrige Absprachen handelt, ist davon auszugehen, dass hauptsächlich zukünftige und aktuelle Daten ausgetauscht worden sind.

3.2.3 Beschaffenheit der Information

Ein weiteres Kriterium, ob ausgetauschte Informationen gegen das Kartellrecht verstoßen, stellt die Beschaffenheit der Information dar. So können Wettbewerber entweder aggregierte oder unternehmensspezifische Informationen untereinander austauschen. Aggregierte Informationen sind Informationen, die so zusammengefasst sind, dass keines der Unternehmen, welches die Informationen erhalten hat, konkrete Rückschlüsse auf einzelne Unternehmen ziehen kann. Unternehmensspezifische Informationen hingegen sind Informationen, die sich auf konkrete Unternehmen beziehen und die Kollusion zwischen den Unternehmen erleichtern. Des Weiteren zeigen unternehmensspezifische Informationen im Falle einer Defektion an, welches Unternehmen vom abgesprochenen Verhalten abgewichen ist.³⁴ Aus diesem Grund ist das Risiko gegen das Kartellrecht zu verstoßen beim Austausch aggregierter Informationen geringer als beim Austausch unternehmensspezifischer Informationen, wo das einzelne Unternehmen identifizierbar ist. Dennoch ist anzumerken, dass der Austausch aggregierter Informationen nicht impliziert, dass hier kein Risiko vorhanden ist gegen das Kartellrecht zu verstoßen. So kann in einem Duopol oder einem engen Oligopol ebenfalls aggregierter Informationsaustausch stattfinden. Aufgrund der geringen Anzahl der beteiligten Unternehmen, lassen sich hier jedoch mit hoher Wahrscheinlichkeit Rückschlüsse auf einzelne Unternehmen ziehen, so-

³³ Vgl. WAGNER-VON PAPP (2004), S. 237.

³⁴ Vgl. KÜHN/VIVES (1994), S. 81.

dass diese Informationen trotz vorheriger Aggregation identifizierbar wären. In diesem Fall könnten die Unternehmen eine Kollusion eingehen und abweichende Teilnehmer bestrafen, da aus den Daten erkennbar ist, wer abgewichen ist.³⁵

Wie bei der zeitlichen Dimension der Information wird das Merkmal der Beschaffenheit der Information ebenfalls nicht näher untersucht, da hierfür ebenfalls Marktmerkmale herangezogen werden müssten. Informationen hierzu liegen jedoch nicht immer vor. Da es sich bei den untersuchten Kartellfällen um abgesprochene Verhaltensweisen handelt, ist davon auszugehen, dass es sich hier hauptsächlich um unternehmensspezifische Informationen handelt.

3.3 Organisation des Informationsaustauschs

3.3.1 Kommunikationskanal

Neben der Art der ausgetauschten Informationen ist die Kommunikationsweise zwischen den Unternehmen ebenfalls von Bedeutung. So kann der Informationsaustausch zum einen direkt zwischen den Wettbewerbern stattfinden. Dieser birgt ein hohes Risiko gegen das Kartellrecht zu verstoßen, da die Wettbewerber in direktem Kontakt miteinander stehen und unternehmensspezifische Daten vorliegen. Aus diesem Grund kann in einer solchen Situation eine Absprache für kollusives Verhalten getroffen werden.³⁶ Zum anderen kann der Informationsaustausch indirekt erfolgen, indem die Informationen über eine dritte Partei, wie z. B. ein Marktforschungsinstitut, eine Beratung oder eine gemeinsame Einrichtung weitergegeben werden.³⁷ Fach- oder Branchenverbände können gemeinsame Einrichtungen darstellen, da hier Unternehmen mit ähnlichen Produkten aus derselben Branche zusammenkommen, um sich über verschiedene Entwicklungen in ihrer Branche zu informieren. Beispiele hierfür sind Gespräche über die technische Normung, die Organisation von Messen oder Marktgespräche. Für diesen Austausch sammeln die Fach- und Branchenverbände von allen beteiligten Unternehmen unter anderem Informationen zu Preisen, Investitionen oder Umsätzen und geben diese Informationen anschließend aggregiert und anonymisiert an die Unternehmen zurück.³⁸ Bei indirektem Informa-

³⁵ Vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION (2011), S. 19-20.

³⁶ Vgl. WAGNER-VON PAPP (2004), S. 248; POSNER (2001), S. 170.

³⁷ Vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION (2011), S. 13.

³⁸ Vgl. MÖHLENKAMP (2008), S. 429-432.

tionsaustausch können folglich strategisch bedeutsame Informationen ausgetauscht werden, allerdings müssen diese tatsächlich hinreichend aggregiert und anonymisiert sein. Aus diesem Grund ist es notwendig, dass der Außenstehende, der die Informationen aggregiert, tatsächlich neutral ist und keinen Anreiz hat die Kollusion zwischen den beteiligten Unternehmen zu fördern. Bei Fach- und Branchenverbänden könnte jedoch die Gefahr bestehen, dass sie ihre Neutralität teilweise aufgeben und Kollusion fördern, da sie die Interessen der beteiligten Unternehmen vertreten.³⁹ Zudem ist es ebenfalls möglich, dass ein beteiligtes Unternehmen die Rolle des „Kartellsekretariats“ übernimmt, dem die anderen Unternehmen ihre Informationen regelmäßig zukommen lassen. Das Kartellsekretariat bereitet diese Informationen anschließend auf. Allerdings ist in diesem Fall die Neutralität des Koordinators ebenfalls nicht gegeben.⁴⁰

Hier soll vor allem untersucht werden, auf welchem Weg die Unternehmen ihre Informationen austauschen. Zum einen können Unternehmen organisierte Treffen von Verbänden nutzen, um mit Wettbewerbern ins Gespräch zu kommen. Hier kann der Fach- bzw. Branchenverband als gemeinsame Einrichtung an dem Informationsaustausch beteiligt sein, indem er den Informationsaustausch mit diversen Veranstaltungen wie Arbeitskreise oder Sitzungen in den Räumlichkeiten des jeweiligen Verbands fördert. Allerdings können Unternehmen die angebotenen Veranstaltungen ebenfalls nutzen, um sich am Rande der gemeinsamen Veranstaltungen ohne das Wissen des betreffenden Verbands über weitere Sachverhalte auszutauschen. Für diese Analyse wird angenommen, dass sich ein Verband am wettbewerbswidrigen Informationsaustausch beteiligt hat, wenn gegen ihn im Rahmen eines bestehenden Kartells eine Geldbuße verhängt wurde oder in dem Entscheidungsbericht der EU-Kommission explizit vermerkt ist, dass der Verband die Unternehmen beim Informationsaustausch unterstützt hat. Zum anderen können sich Unternehmen ebenfalls auf Messen treffen. Eine weitere Möglichkeit für die Unternehmen besteht darin, die Treffen an öffentlichen Orten abzuhalten. Unter öffentlichen Orten werden in dieser Analyse Orte wie Hotels, Flughäfen, Bars, Parkplätze, Autobahnraststätten oder Kinos verstanden. Weitere Optionen für die beteiligten Unternehmen sind Treffen in den Räumlichkeiten der Unternehmen oder in den Privatwohnungen der beteiligten Personen. Allerdings ist es für die beteiligten Personen

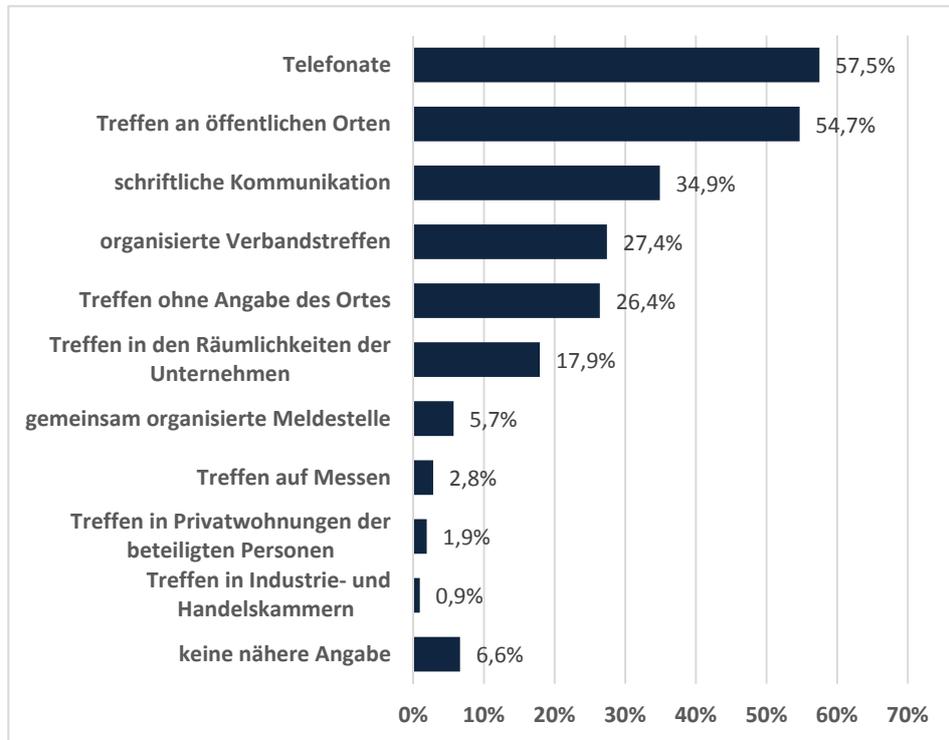
³⁹ Vgl. WAGNER-VON PAPP (2004), S. 248-249; KOPP (2010), S. 450.

⁴⁰ Vgl. hierzu das Tierfutter-Kartell, EUROPÄISCHE KOMMISSION (2010), S. 13.

nicht zwingend notwendig sich persönlich zu treffen. So kann die Kommunikation ebenfalls via Telefon oder auf schriftlichem Wege erfolgen. Diese beiden Kommunikationskanäle können die persönlichen Treffen ebenfalls unterstützen. In diesem Zusammenhang ist allerdings noch zu erwähnen, dass hier ausschließlich die Kommunikationskanäle analysiert werden können, die in den Entscheidungsberichten der EU-Kommission zu finden sind. Es ist daher nicht auszuschließen, dass in einigen Kartellfällen ebenfalls andere Kommunikationswege genutzt wurden, die jedoch nicht in die Entscheidungsberichte aufgenommen wurden.

Die Analyse des Kommunikationskanals für die untersuchten Kartellfälle ist in Abbildung 7 grafisch dargestellt. Es zeigt sich, dass in mehr als jedem zweiten Kartellfall ein Treffen an öffentlichen Orten gewählt wurde (54,7 %). Dies liegt vor allem daran, dass solche Treffen besser geheim gehalten werden können, da der Ort des Treffens jedes Mal gewechselt werden kann. Zudem verändert sich mit jedem Wechsel in eine andere Stadt die Distanz der jeweiligen Unternehmen zum Treffpunkt. Auf diese Weise kann die persönliche Teilnahme aller beteiligten Unternehmen an den jeweiligen Treffen gefördert werden. Weiterhin telefonierten die beteiligten Personen in 57,5 % der untersuchten Kartellfälle. Diese Telefonate unterstützen in der Regel die zuvor abgehaltenen Treffen, um Unternehmen, die aus unterschiedlichen Gründen nicht am Kartell teilnehmen konnten, über den Stand der aktuellen Entwicklungen zu informieren. Zudem können zuvor beschlossene Absprachen telefonisch durch die Durchgabe bestimmter Informationen überwacht werden, sodass nicht immer ein Treffen erforderlich ist. In etwa einem Drittel der untersuchten Kartellfälle erfolgte die Kommunikation auf schriftlicher Ebene via E-Mail, Fax oder Briefe an die Privatadressen der beteiligten Personen. Auch dieser Kommunikationskanal unterstützt die Kommunikation vor bzw. nach diversen Treffen. Dass der Anteil der schriftlichen Kommunikation geringer ausfällt als der der Kommunikation via Telefon, hängt damit zusammen, dass schriftliche Kommunikation stets als Beweismittel im Falle des Kartellzusammenbruchs bzw. der Aufdeckung dienen kann. So lässt sich auf diese Weise dokumentieren, welches Unternehmen auf welche Weise in das Kartell involviert war.

Abb. 7: Kommunikationskanal für den Informationsaustausch



Quelle: Eigene Darstellung.

Aus diesem Grund kann geschlussfolgert werden, dass Unternehmen den Informationsaustausch auf mündlicher Basis präferieren. In 27,4 % der untersuchten Kartellfälle haben die Unternehmen ihre Informationen im Rahmen von organisierten Verbandstreffen ausgetauscht. Allerdings war der Verband selbst lediglich in zwei der untersuchten Kartellfälle explizit am Informationsaustausch beteiligt. Dies entspricht etwa 6,9 % der Fälle, in denen Unternehmen Informationen im Rahmen von Verbandstreffen ausgetauscht haben. In den anderen Fällen dienten die Verbandstreffen lediglich als Vorwand für ein Treffen, sodass nicht von einer aktiven Verbandsbeteiligung auszugehen ist.

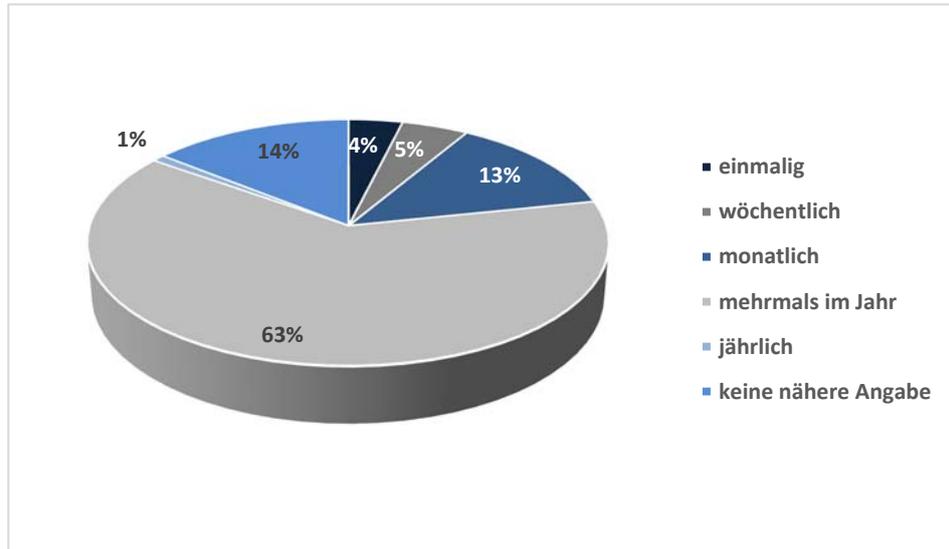
3.3.2 Frequenz des Informationsaustauschs

Ob der Austausch strategisch relevanter Informationen gegen das Kartellrecht verstößt, hängt ebenfalls von der Frequenz des Informationsaustauschs ab. Generell gilt, dass das Risiko gegen das Kartellrecht zu verstoßen höher ist je häufiger Wettbewerber Informationen austauschen. Der Grund liegt darin, dass Unternehmen durch einen häufigen Informationsaustausch stets über aktuelle Informationen verfügen und

sich somit einen besseren Überblick über den Markt und die Konkurrenten verschaffen können. Zudem lassen sich im Falle einer Kollusion Abweichungen durch häufigen Informationsaustausch leichter erkennen, da die beteiligten Unternehmen öfter Informationen erhalten. Allerdings kann nicht geschlussfolgert werden, dass ein einmaliger Informationsaustausch stets unproblematisch ist. So hängt der Verstoß gegen das Kartellrecht neben der Häufigkeit ebenfalls von weiteren Parametern, wie der Bedeutung der Information, der zeitlichen Dimension oder der Beschaffenheit der Information ab. Gleichzeitig sind hier die Eigenschaften des Marktes zu beachten.⁴¹ Bei einem einmaligen Informationsaustausch wird in diesem Arbeitspapier davon ausgegangen, dass sich die Unternehmen zum einen wenige Male in einem kurzen Zeitraum kontaktieren. Dies kann sich z. B. in einem Treffen und wenigen Telefonkontakten zur anschließenden Überwachung äußern. Zum anderen kann ein Kartell bei einem einmaligen Informationsaustausch ebenfalls von langer Dauer sein. Dies ist der Fall, wenn einmalig eine Vereinbarung getroffen wird, die über Jahre hinweg ohne erneute Kontaktaufnahme praktiziert wird. Im Rahmen dieses Arbeitspapiers wird die durchschnittliche Häufigkeit der Kontakte ausgewertet. So ist es möglich, dass Unternehmen bei mehrjährigen Kartellabsprachen in den ersten Jahren monatlich aufeinandertreffen, der Kontakt in den darauffolgenden Jahren jedoch seltener wird und die Unternehmen anschließend lediglich jährlich Informationen austauschen. In diesem Fall ist im Durchschnitt davon auszugehen, dass die Unternehmen mehrmals im Jahr Informationen ausgetauscht haben. Hierbei ist nicht entscheidend, auf welchen Kommunikationskanal der Informationsaustausch stattgefunden hat, sondern dass die Unternehmen sich kontaktiert haben.

⁴¹ Vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION (2011), S. 20.

Abb. 8: Häufigkeit des Informationsaustauschs



Quelle: Eigene Darstellung.

Wie Abbildung 8 entnommen werden kann, haben die Unternehmen in fast zwei Drittel der untersuchten Kartellfälle mehrmals im Jahr Kontakt aufgenommen. Bis auf einen untersuchten Fall tauschten die Unternehmen zudem öfter als einmal pro Jahr Informationen aus. In lediglich 3,8 % der untersuchten Kartellfälle handelte es sich um einen einmaligen Informationsaustausch.

Neben der Häufigkeit des Informationsaustauschs ist zudem die Regelmäßigkeit des Informationsaustauschs in Betracht zu ziehen. So macht es einen Unterschied ob Informationen regelmäßig oder gelegentlich und ohne festen Rhythmus untereinander ausgetauscht werden. Vereinbaren die beteiligten Unternehmen z. B. einen regelmäßigen Informationsaustausch können sie zum einen davon ausgehen, dass sie in vorher festgelegten Abständen neue Informationen bekommen. Zum anderen hat diese Regelmäßigkeit für die Unternehmen den Vorteil, dass im Falle einer Absprache abweichendes Verhalten bei der nächsten vereinbarten Informationsrunde aufgedeckt werden würde. So würde das abweichende Unternehmen entweder Informationen preisgeben, die den anderen Unternehmen signalisieren, dass es abgewichen ist oder aber auf die Informationsmitteilung entgegen der Vereinbarung verzichten. In beiden Fällen wäre dies für die anderen beteiligten Unternehmen ein Signal, dass sich das Unternehmen nicht an die vereinbarte Absprache gehalten hat.⁴² Aus diesem Grund ist das Risiko gegen das Kartellrecht zu versto-

⁴² Vgl. WAGNER-VON PAPP (2004), S. 254.

ßen bei einem regelmäßigen Informationsaustausch höher. Wie bei der Häufigkeit bereits dargestellt, können Unternehmen jedoch auch mit einem sporadischen Informationsaustausch gegen das Kartellrecht verstoßen. In den hier untersuchten Kartellfällen liegt der Anteil des regelmäßigen Informationsaustauschs bei 91,5 %.

3.3.3 Beteiligte Personen

Verstößt ein Unternehmen gegen das Kartellrecht, so sind es die vertretungsberechtigten Organe, die für das Unternehmen gehandelt haben. Aus diesem Grund sind es vor allem Mitarbeiter in leitenden Positionen, die an einem Verstoß gegen das Kartellrecht beteiligt sind, da sie durch ihre Funktion die Möglichkeit haben Entscheidungen zu treffen, die einen Einfluss auf das Unternehmen haben. Da die Berufsbezeichnungen der beteiligten Personen in den untersuchten Kartellfällen nicht immer einheitlich sind, gibt Tabelle 4 einen Überblick über die verwendeten Begrifflichkeiten in den Entscheidungsberichten sowie deren Einordnung im Rahmen dieses Arbeitspapiers.

Zudem werden in den Entscheidungsberichten allgemeine Begrifflichkeiten wie „Mitarbeiter“, „Executive Level“ oder „Management Level“ verwendet. Diese sind jedoch zu ungenau, um eine eindeutige Zuordnung zu den einzelnen Positionen zuzulassen. Werden diese Begrifflichkeiten in den einzelnen Fallberichten nicht konkreter spezifiziert, so werden diese in der Auswertung nicht berücksichtigt.

Tab. 4: Definition der Position der beteiligten Personen in den untersuchten Kartellfällen

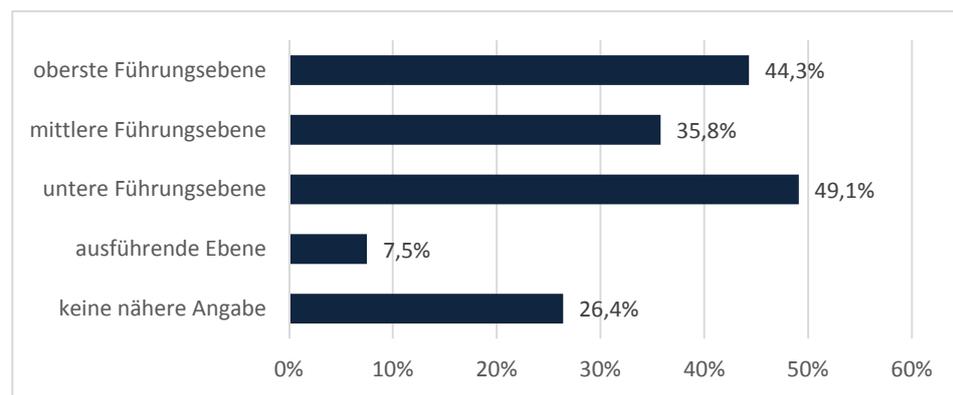
Position der beteiligten Personen	Begriffe zur Identifizierung der Position
Obere Ebene	<p>Direktor, Geschäftsführer, oberste Ebene der Geschäftsleitung, oberste Führungsebene, Vorstandsmitglied</p> <p><i>Deutsch:</i></p> <p><i>Englisch:</i> CEO, Managing Director</p>
Mittlere Ebene	<p>Dienstleistungsdirektor, höheres Management, Kaufmännischer Direktor, obere Leitungsebene, Verkaufsdirektor, Vertriebsdirektor</p> <p><i>Deutsch:</i></p> <p><i>Englisch:</i> National Manager, Regional Manager, Senior Management, Senior European Manager, Senior General Manager, Senior Sales Executive, Vice President</p>
Untere Ebene	<p>Bereichsleiter, Einkaufsleiter, Exportmanager, Kundendienstabteilungsleiter, lokale Managementebene, Marketingleiter, Produktleiter, Produktmanager, Verkaufsleiter, Verkaufsmanager, Vertriebsleiter</p> <p><i>Deutsch:</i></p> <p><i>Englisch:</i> Account Manager, General Manager, Management Level Personel, Manager, Marketing Manager, Sales Manager</p>
Ausführende Ebene	<p><i>Deutsch:</i> Mitarbeiter der Verkaufsabteilung</p> <p><i>Englisch:</i> Marketing Person, Sales Agent</p>

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an ASHTON/PRESSEY (2012), S. 24.

Auf diesen Umstand ist zurückzuführen, dass in 26,4 % der untersuchten Kartellfälle keine eindeutige Zuordnung der Position der beteiligten Personen möglich ist, da in den Entscheidungsberichten entweder keine Information darüber enthalten oder die Information zu allgemein ist, um sie konkret einer Ausprägung zuzuordnen. Zudem nahmen oft Personen unterschiedlicher Hierarchieebenen gleichzeitig am Informationsaustausch teil.

Es kann festgehalten werden, dass vor allem die Führungsebenen am wettbewerbswidrigen Informationsaustausch beteiligt sind. So ist die unterste Führungsebene in fast jedem zweiten Fall an einem Informationsaustausch beteiligt. Auch die oberste Führungsebene nahm in 44,3 % der untersuchten Kartellfälle an einem Informationsaustausch teil.

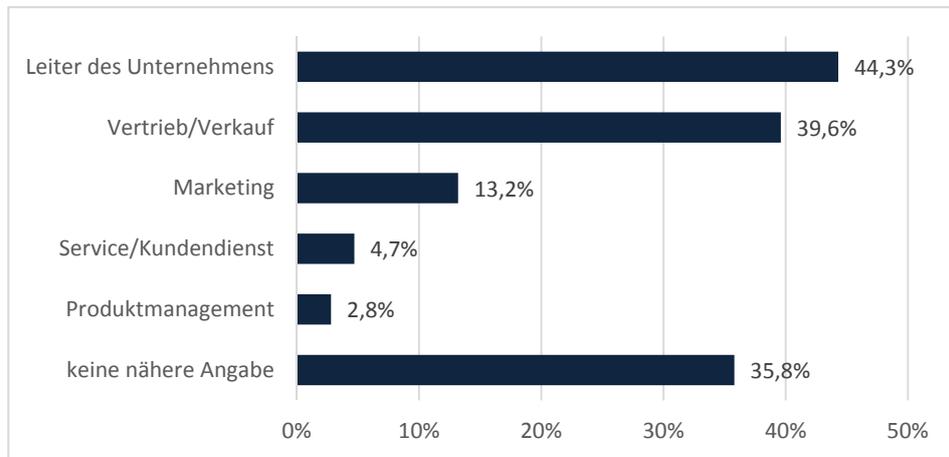
Abb. 9: Position der beteiligten Personen



Quelle: Eigene Darstellung.

Neben den Positionen, in denen die beteiligten Personen agieren, wird zudem ebenfalls hinsichtlich der Unternehmensbereiche differenziert, in denen die Personen arbeiten. Hier wird davon ausgegangen, dass die oberste Führungsebene gleichzeitig die Leiter der Unternehmen stellt. Aus diesem Grund sind die Anteile der Ausprägung „oberste Führungsebene“ bei dem Merkmal „Position“ als auch der Ausprägung „Leiter des Unternehmens“ bei dem Merkmal „Unternehmensbereich“ identisch. Bezüglich der Unternehmensbereiche, in denen die beteiligten Personen tätig sind, kann konstatiert werden, dass neben den Unternehmensleitern Mitarbeiter aus dem Bereich Vertrieb/Verkauf in 39,6 % der untersuchten Kartellfälle an dem Informationsaustausch beteiligt sind. Mitarbeiter aus den Marketingabteilungen sind in 13,2 % der Fälle an einem wettbewerbswidrigen Informationsaustausch beteiligt. Allerdings ist auch hier zu erwähnen, dass in mehr als einem Drittel der untersuchten Kartellfälle kein konkreter Unternehmensbereich genannt wurde, sodass eine eindeutige Zuordnung in diesen Fällen nicht möglich war (vgl. Abbildung 10).

Abb. 10: Unternehmensbereiche der beteiligten Personen



Quelle: Eigene Darstellung.

4 Fazit

In diesem Arbeitspapier wurden die aufgedeckten EU-Kartelle hinsichtlich ihrer strukturellen Merkmale untersucht, die sich in allgemeine Merkmale, Art der ausgetauschten Information und Organisation des Informationsaustauschs einordnen lassen. Als Grundlage für die Analyse dienten 106 EU-Kartellfälle aus dem Zeitraum 2001 bis 2015.

Die Analyse zeigt, dass die untersuchten Kartelle in den verschiedensten Branchen zu finden sind und überwiegend durch Bonusanträge der beteiligten Unternehmen aufgedeckt wurden. Obwohl die Wettbewerbsbehörden mittlerweile nicht nur „Hardcore-Kartelle“ mit Geldbußen ahnden, sondern auch anderen unzulässigen Informationsaustausch, handelt es sich bei den untersuchten Kartellfällen ausschließlich um Hardcore-Kartelle. In diesem Zusammenhang wurden überwiegend Preis- und Mengeninformationen sowie Informationen über die Kundenaufteilung ausgetauscht. An den Kartellen sind Mitarbeiter aus allen Führungsebenen beteiligt, die zum größten Teil entweder Leiter der jeweiligen Unternehmen oder im Bereich Vertrieb/Verkauf tätig sind. Die Informationen wurden vor allem auf mündlicher Basis zwischen den Beteiligten ausgetauscht. Hierbei bevorzugten die Beteiligten persönliche Treffen an öffentlichen Orten. In einigen Kartellfällen dienten ebenfalls organisierte Verbandstreffen als Vorwand für den wettbewerbswidrigen Informationsaustausch. Allerdings war der Verband selbst in der Mehrheit der Kartellfälle nicht an dem wettbewerbswidrigen Informationsaustausch beteiligt. Telefonate unterstützten die persönlichen Treffen in

mehr als der Hälfte der Fälle. Der Informationsaustausch fand in den untersuchten Kartellfällen hauptsächlich regelmäßig statt. Meistens kontaktierten sich die Unternehmen mehrmals im Jahr, teilweise sogar monatlich.

Literaturverzeichnis

- ALBRECHT, S. (2007): Die neue Kronzeugenmitteilung der Europäischen Kommission in Kartellsachen, Wettbewerb in Recht und Praxis, (04), S. 417-427.
- ASHTON, J./PRESSEY, A. (2012): Who Manages Cartels? The Role of Sales and Marketing Managers within International Cartels: Evidence from the European Union 1990-2009.
- BLATTMANN, A. D. (2012): Der Informationsaustausch zwischen Wettbewerbern, Eine kartellrechtliche Beurteilung, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspolitik, 260, 1. Aufl, Baden-Baden.
- BONTRUP, H.-J. (2004): Volkswirtschaftslehre, Grundlagen der Mikro- und Makroökonomie, Managementwissen für Studium und Praxis, 2. Aufl, München, Wien.
- BUNDESKARTELLAMT (2011a): Das Bundeskartellamt in Bonn, Organisation, Aufgaben und Tätigkeit.
- BUNDESKARTELLAMT (2011b): Erfolgreiche Kartellverfolgung, Nutzen für Wirtschaft und Verbraucher.
- BUNDESKARTELLAMT (2013): Millionenbußgelder gegen Hersteller von Drogerieartikeln wegen wettbewerbsbeschränkendem Informationsaustausch, URL: http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2013/18_03_2013_Drogerieartikel.html [14.12.2015].
- BUNDESKARTELLAMT (2014): Wie erkennt man unzulässige Submissionsabsprachen?, Eine Checkliste für Vergabestellen.
- CAPOBIANCO, A. (2004): Information Exchange under EC Competition Law, Common Market Law Review, 41, S. 1247-1276.
- DILLER, H. (2008): Preispolitik, 4. Auflage, Stuttgart.
- EUROPÄISCHE KOMMISSION (2002): Neue Kronzeugenregelung für Insiderinformationen über Kartelle, URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-02-247_de.htm [09.12.2015].
- EUROPÄISCHE KOMMISSION (2010): Non Confidential Version Of The Commission Decision of 20 July 2010 relating to a proceeding under Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union and Article 53 of the EEA Agreement, Case COMP/38866 - Animal Feed Phosphates, URL: http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/38866/38866_1676_3.pdf [17.12.2015].

- EUROPÄISCHE KOMMISSION (2011): Leitlinien zur Anwendbarkeit von Artikel 101 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf Vereinbarungen über horizontale Zusammenarbeit, URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011XC0114%2804%29&from=DE> [06.02.2015].
- EUROPÄISCHE KOMMISSION (2013): Kartellrecht: Kommission verhängt Geldbußen in Höhe von 1,71 Mrd. EUR für Teilnahme an Zinskartellen in der Derivatebranche, URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-1208_de.htm [18.12.2015].
- EUROPÄISCHE KOMMISSION (2015): Cartel Statistics, URL: <http://ec.europa.eu/competition/cartels/statistics/statistics.pdf> [14.12.2015].
- EUROPÄISCHE UNION (2006): Mitteilung der Kommission über den Erlass und die Ermäßigung von Geldbußen in Kartellsachen, Amtsblatt der Europäischen Union.
- HEINICHEN, C. (2014): Competition Compliance, in: SCHETTGEN-SARCHER, W./BACHMANN, S./SCHETTGEN, P. (Hrsg.): Compliance Officer. Das Augsburger Qualifizierungsmodell, Wiesbaden, S. 63-83.
- HERDZINA, K. (1999): Wettbewerbspolitik, Grundwissen der Ökonomik : Volkswirtschaftslehre, 1294, 5. Aufl, Stuttgart.
- JACOB, H. (1985): Preisbildung und Preiswettbewerb in der Industriegewirtschaft, Eine empirische Untersuchung, FIW-Schriftenreihe, Heft 111, Köln.
- KAILING, V. W. (2006): Praktische Preis- und Konditionenpolitik, Sicher kalkulieren, flexibel steuern, rentabel gestalten, 1. Aufl, Wiesbaden.
- KOPP, R. (2010): Compliance in Wirtschaftsverbänden, Risiken und Haftungsvermeidung, in: KLEIST, T./ROBNAGEL, A./SCHEUER, A. (Hrsg.): Europäisches und nationales Medienrecht im Dialog. Recht - Politik - Kultur - Technik - Nutzung, Baden-Baden, S. 447-456.
- KÜHN, K.-U./VIVES, X. (1994): Information Exchanges Among Firms and their Impact on Competition.
- KÜHNAPFEL, J. B. (2013): Vertriebscontrolling, Methoden im praktischen Einsatz, 1. Aufl, Wiesbaden.
- LOEWENHEIM, U./MEESSEN, K./RIESENKAMPFF, A. (2005): Kartellrecht, Band 1 - Europäisches Recht - Kommentar, Beck-Online, München.
- MAYER, L. (1959): Kartelle, Kartellorganisation und Kartellpolitik, Wiesbaden.

MÖHLENKAMP, A. (2008): Verbandskartellrecht - trittfeste Pfade in unsicherem Gelände, *Wirtschaft und Wettbewerb*, 2008 (4), S. 428-441.

POSNER, R. A. (2001): *Antitrust law*, 2. Aufl, Chicago, Ill.

STATISTISCHES BUNDESAMT (2008): *Klassifikation der Wirtschaftszweige, Mit Erläuterungen*, Wiesbaden.

WAGNER-VON PAPP, F. (2004): *Marktinformationsverfahren: Grenzen der Information im Wettbewerb, Die Herstellung praktischer Konkordanz zwischen legitimen Informationsbedürfnissen und Geheimwettbewerb*, *Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspolitik*, Bd. 191, 1. Aufl, Baden-Baden.

Arbeitspapiere des Instituts für Genossenschaftswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster

Nr. 124

Dominik Schätzle

Die Auswirkungen der neuen Eigenkapitalanforderungen nach Basel III - Eine Analyse empirischer Studien

April 2012

Nr. 125

Werner Böhnke

Im Spannungsfeld zwischen Tradition und Moderne - Kontinuität und Innovationsvermögen als Erfolgsstrategie für die Zukunft

April 2012

Nr. 126

Jan Pollmann / Dominik Schätzle

Die Anforderungen der strengeren Eigenkapitalanforderungen gemäß Basel III auf die Genossenschaftsbanken - Erste Ergebnisse einer empirischen Untersuchung

April 2012

Nr. 127

Michael Tschöpel

Die Wirkungskanäle der genossenschaftlichen Eigentümermerkmale - Implikationen für das mitgliederorientierte Management in Genossenschaftsbanken

August 2012

Nr. 128

Carolin Schmitter

Die Bedeutung des Internets zur Mitgliederkommunikationen bei Wohnungsgenossenschaften - Auswertung einer Mitgliederbefragung

September 2012

Nr. 129

Theresia Theurl / Jochen Wicher / Christina Cappenberg

Eigenschaften und Einstellungen von Bewohnern von Wohnungsgenossenschaften

März 2012

Nr. 130

Martin Effelsberg

Management von Innovationskooperationen - Empirische Ergebnisse am Beispiel der deutschen Biotechnologie-Branche

April 2013

Nr. 131

Isabell Gull

Die Governance von Innovationsclustern - Eine Analyse der Meta- und der Mesoebene

April 2013

Nr. 132

Dominik Schätzle

Eine empirische Analyse der Ertragsauswirkungen der neuen Eigenkapitalvorschriften gem. Basel III auf die Genossenschaftsbanken

April 2013

Nr. 133

Julian Taape

Determinanten für die Entscheidung zwischen partiellen und totalen Unternehmenskooperationen - Eine Literaturstudie

April 2013

Nr. 134

Michael Tschöpel

Erfolgsfaktoren der MemberValue-Strategie von Genossenschaftsbanken - Ergebnisse einer empirischen Erhebung

April 2013

Nr. 135

Stephan Zumdick

Prognosen und zukünftige Trends im Markt für Wohnimmobilien - Eine Literaturstudie

April 2013

Nr. 136

Sebastian Tenbrock

Die Ausgestaltung des Glasfaserausbau in Deutschland

Ergebnisse einer empirischen Untersuchung

Juli 2013

Nr. 137

Isabell Gull

Das Management von Innovationsclustern - Die operative Clusterführung

Juli 2013

Nr. 138

Kai Hohnhold

Steigerung der Energieeffizienz durch Energiemanagement - Ausgestaltungs- und Anwendungsmöglichkeiten in der Praxis

Oktober 2013

Nr. 139

Susanne Günther

Eine ökonomische Analyse der Systemrelevanz von Banken

November 2013

Nr. 140

Christina Cappenberg

Staatliche Förderung regionaler Unternehmensnetzwerke: Legitimation nationaler Cluster

Dezember 2013

Nr. 141

Julian Taape

Das Kooperationsverhalten von Familienunternehmen - Ergebnisse einer empirischen Studie

Mai 2014

- Nr. 142
Susanne Günther
Die Vermeidung von Bank Runs und der Erhalt von Marktdisziplin - das Dilemma der Bankenregulierung?
Mai 2014
- Nr. 143
Dominik Schätzle
Eine empirische Analyse der Einflussfaktoren auf die LCR von Genossenschaftsbanken
August 2014
- Nr. 144
Katrin Schlesiger
Verbundgruppen - Ihre historische Entwicklung und aktuelle Kategorisierung
August 2014
- Nr. 145
Florian Klein
Nachhaltigkeit als Bestandteil der Unternehmensstrategie von Genossenschaftsbanken - Eine Verknüpfung mit dem Konzept des MemberValues
September 2014
- Nr. 146
Silvia Poppen
Auswirkungen dezentraler Erzeugungsanlagen auf das Stromversorgungssystem - Ausgestaltungsmöglichkeiten der Bereitstellung neuer Erzeugungsanlagen
November 2014
- Nr. 147
Isabell Gull
Das Management von Innovationsclustern - Ergebnisse einer empirischen Analyse
Januar 2015
- Nr. 148
Florian Klein
Identifikation potenzieller Nachhaltigkeitsindikatoren von Genossenschaftsbanken - Eine Literaturstudie
Januar 2015
- Nr. 149
Susanne Noelle
Eine Identifikation möglicher Bereiche der Kooperation zwischen Wohnungsgenossenschaften und Genossenschaftsbanken
Januar 2015
- Nr. 150
Manuel Peter
Konvergenz europäischer Aktienmärkte - Eine Analyse der Entwicklungen und Herausforderungen für Investoren
Februar 2015
- Nr. 151
Julian Taape
Das Management der Kooperationen von Familienunternehmen - Empirische Ergebnisse zum Einfluss der Familie auf den Kooperationsprozess
April 2015
- Nr. 152
Andreas Schenkel
Bankenregulierung und Bürokratiekosten - Ein Problemaufriss
Mai 2015
- Nr. 153
Vanessa Arts
Zusammenschlüsse von Volks- und Raiffeisenbanken - Eine theoretische Aufarbeitung und strukturierte Analyse des Fusionsprozesses unter Berücksichtigung genossenschaftlicher Spezifika
August 2015
- Nr. 154
Stephan Zumdick
Zukünftige Trends und ihre Auswirkungen auf Wohnungsgenossenschaften -Ausgewählte Ergebnisse einer modelltheoretischen Analyse auf Basis von Jahresabschlussdaten
September 2015
- Nr. 155
Florian Klein
Die Nachhaltigkeit von Genossenschaftsbanken - Ergebnisse einer empirischen Erhebung
Oktober 2015
- Nr. 156
Schlaefke, Mike
Die Ausgestaltung der Problemerkreditbearbeitung von Genossenschaftsbanken - Erste Ergebnisse einer empirischen Erhebung
Oktober 2015
- Nr. 157
Poppen, Silvia
Energiegenossenschaften und deren Mitglieder - Erste Ergebnisse einer empirischen Untersuchung
November 2015
- Nr. 158
Kai Hohnhold
Energieeffizienz im mittelständischen Einzelhandel - Kennzahlen und Einsparpotenziale in ausgewählten Einzelhandelsbranchen
November 2015
- Nr. 159
Sandra Swoboda
Strukturelle Merkmale aufgedeckter Kartellfälle in der EU - Eine deskriptive Analyse
Januar 2016