



Tagungsprotokoll des Arbeitskreises Kartellrecht vom 6. Oktober 2016 in Bonn

Christian Stempel, Bundeskartellamt, Bonn

I. Begrüßung und Einführung

Am 6. Oktober 2016 fand in Bonn die Sitzung des Arbeitskreises Kartellrecht statt, der sich in diesem Jahr mit dem Thema „Wettbewerb und Verbraucherverhalten – Konflikt oder Gleichlauf zwischen Verbraucherschutz und Kartellrecht?“ befasste. Zu den Teilnehmern zählten Professoren der Rechts- und Wirtschaftswissenschaften, Vertreter nationaler und europäischer Kartellbehörden sowie Richter der Kartellsenate beim Oberlandesgericht Düsseldorf und beim Bundesgerichtshof. Unter der Leitung von *Professor Konrad Ost*, Vizepräsident des Bundeskartellamtes, diskutierten die Teilnehmer über das Verhältnis zwischen Verbraucherschutz und Kartellrecht, Implikationen verhaltensökonomischer Erkenntnisse für beide Bereiche und die Ausgestaltung des jeweiligen Durchsetzungsrahmens.

In seiner Begrüßung erklärte *Ost*, dass das Thema Verbraucherschutz das Bundeskartellamt schon jetzt in vielerlei Hinsicht unmittelbar betreffe, so etwa bei Missbrauchsverfahren im Energie- und Wasserbereich, in Form der Markttransparenzstelle für Kraftstoffe oder im Bereich der digitalen Wirtschaft. Hier sei das gegen Facebook wegen des Verdachts auf Marktmachtmissbrauch durch Datenschutzverstöße geführte Verfahren hervorzuheben. Neben diesen Berührungspunkten rechtfertige sich das Tagungsthema zusätzlich dadurch, dass der Koalitionsvertrag vorsehe, das Verbrauchervertragsrecht effektiver durchzusetzen und Verbraucherschutz beim Bundeskartellamt und anderen Behörden zum gleichberechtigten Ziel der Aufsichtstätigkeit zu machen. Was dies konkret bedeuten könne, sei bereits an der neuen Zuständigkeit der Bundesanstalt für

Finanzdienstleistungen zu sehen, die diese durch das Kleinanlegerschutzgesetz erhalten habe.

Birgit Krueger, Leiterin der Grundsatzabteilung des Bundeskartellamtes, führte weiter in das Thema ein und wies darauf hin, dass die Tagung sich in diesem Jahr von der klassischen, rein kartellrechtlichen Perspektive löse. Zugleich knüpfe man an das Tagungsthema des Vorjahres an, da bereits bei der Diskussion über Plattformen Verbraucherschutz ein wichtiger Aspekt gewesen sei. Unabhängig von der Diskussion um eine Stärkung der behördlichen Verbraucherrechtsdurchsetzung gebe es zahlreiche Berührungspunkte zwischen Kartellrecht und Verbraucherschutz. So spiele die Frage nach dem typischen Verbraucherverhalten oder dem Verbraucherleitbild in der Kartellrechtsanwendung vielfach eine Rolle. Gleiches gelte für die Frage, wen das Bundeskartellamt mit seinen Verfahren eigentlich schütze, wenn unterschiedlich informierte oder aktive Verbrauchergruppen auf demselben Markt agierten. Dabei sei die kartellrechtliche Ausgangsvorstellung von einem mündigen Verbraucher, der autonome Entscheidungen treffe, nicht zwingend die gleiche wie die des Gesetzgebers in anderen Bereichen, wo zwingende rechtliche Vorgaben zum Schutz bestimmter Verbrauchergruppen für erforderlich gehalten würden.

Auch das Kartellrecht nehme aber – z. B. im Rahmen der Marktabgrenzung – zur Kenntnis, wenn Verbraucherverhalten nicht durchgehend rational sei, etwa weil günstigere Alternativangebote oder sonstige Ausweichalternativen nicht wahrgenommen würden. Auch die Frage nach dem Schutz unterschiedlicher Verbraucherinteressen spiele in der Kartellrechtsanwendung eine wichtige Rolle. So habe sich in den vergangenen Jahren gerade im Bereich vertikaler Wettbewerbsbeschränkungen – etwa im Bereich des selektiven Vertriebs oder bei Hotelportalen – verstärkt die Frage gestellt, inwieweit echte oder vermeintliche Verbraucherinteressen im Kartellrecht berücksichtigungsfähig sind. Daraus ergäben sich regelmäßig Folgefragen, beispielsweise nach der Definitionshoheit über die Interessen der Verbraucher oder hinsichtlich der Berücksichtigung divergierender Verbraucherinteressen.

Was den unmittelbaren rechtlichen Schutz der Verbraucher – etwa durch das AGB-Recht – angehe, so erfolge dieser regelmäßig auf dem Zivilrechtsweg durch Einzelne und durch Verbände. Eine weitere interessante Frage sei daher die Abstimmung der

Verbraucherrechts- mit der Kartellrechtsdurchsetzung bei Fragen, in denen sich beide Bereiche überschneiden. Dies gelte gerade im Zuge der Digitalisierung und der damit verbundenen Diskussion um den richtigen Ordnungsrahmen. Themen wie Netzwerkeffekte, Preisdifferenzierung oder Daten als Gegenleistung spielten in beiden Rechtsbereichen eine wichtige Rolle.

II. Vorträge der Podiumsteilnehmer

Professor Paul Heidhues sprach zum Thema „Verbraucherverhalten und Marktwettbewerb“. Er erläuterte, dass es weniger auf eine Unterscheidung zwischen rationalem und vermeintlich eingeschränkt rationalem Verhalten, sondern auf die Untersuchung des tatsächlichen Verhaltens ankomme: Es gelte, die tatsächlichen Präferenzen des Konsumenten zu ermitteln, die etwa von Verlustaversion, Fairness- und Statuspräferenzen, Selbstbindungs- und Flexibilitätspräferenzen oder Default Effects geprägt sein können. Die so festgestellten Präferenzen von Verbrauchern hätten teilweise ganz offensichtliche Wettbewerbsimplikationen. So könnten Unternehmen systematische „Fehler“, die von Verbrauchern gemacht würden, etwa bei der Vertragsgestaltung berücksichtigen. So sei bekannt, dass Verbraucher häufig das eigene künftige Verhalten falsch einschätzten; dies betreffe z.B. den Bedarf an Kommunikationsdienstleistungen (Handyverträge) oder den Besuch von Fitnessstudios. Auch für eine Wettbewerbsbehörde könne es wichtig sein, die Reaktionen von Verbrauchern vorherzusagen, etwa bei Auflagenentscheidungen wie sie bspw. in Missbrauchsfällen erlassen würden. Ein gutes Beispiel hierfür sei der Fall der Europäischen Kommission zur Kopplung des Betriebssystems Windows an den Microsoft Internet Explorer, wo Default Effects auf Verbraucherseite eine Rolle gespielt hätten.

In gewissem Umfang könnte zwar der Wettbewerb das Verhalten der Unternehmen bei der „Ausnutzung“ von Fehlern der Verbraucher disziplinieren; dies sei jedenfalls lange die herrschende Meinung innerhalb der Wissenschaft gewesen. Mittlerweile seien jedoch mehrere Untersuchungen zu dem Ergebnis gekommen, dass es auch zu Friktionen innerhalb der Verbraucherschaft kommen könne und sich gerade im Wettbewerb Nachteile für einen Teil der Verbraucherschaft verstetigen könnten. So würden etwa bei hohen Überziehungszinsen für Girokonten relativ wenige

Verbraucher durch ihre Zinszahlungen die Konten vieler anderer Verbraucher mit finanzieren. Die aufgeklärten profitierten somit ggf. von den weniger versierten Konsumenten. Auch könnten im Wettbewerb zwar Anreize zur Aufklärung durch Konkurrenten bestehen, die mit der Hoffnung verbunden seien, Marktanteile zu übernehmen. Dies finde allerdings dort eine Grenze, wo der Konsument durch die Aufklärung insgesamt weniger profitabel werde. Ein Beispiel hierfür könnten aktiv gemanagte Fonds sein, bei denen ein aufgeklärter Verbraucher ggf. nicht auf einen anderen Fonds mit weniger hohen Gebühren, sondern auf einen nochmals deutlich günstigeren Indexfonds ausweiche. Hier würde im Ergebnis kein rational handelnder Anbieter aktiv gemanagter Fonds die Verbraucher umfänglich aufklären, weil er sich hiervon keine Vorteile verspräche. Ein anderes Beispiel seien Preisvergleiche. Es gebe hier gerade für hochpreisige Unternehmen Anreize, Preisvergleiche zu erschweren. Wenn dies nicht funktioniere, sei es aber auch denkbar, dass Unternehmen ihre Produkte verstärkt auf solche Konsumenten zuschnitten, die ohnehin keine Preisvergleiche anstellen. Dies könnte im Endergebnis – im Durchschnitt – zu höheren Preisen führen.

Im Ergebnis sei es daher äußerst sinnvoll, Verbraucherschutz und Wettbewerbsschutz zusammenzuführen. Funktionierender Verbraucherschutz sei nämlich auf eine kompetente Marktanalyse angewiesen. Es reiche nicht aus, allein das Verbraucherverhalten zu studieren, sondern es sei ein echtes Marktverständnis erforderlich, um Folgenabschätzungen treffen zu können. Hier verfüge das Bundeskartellamt über einen Erfahrungsschatz, der reinen Verbraucherschützern möglicherweise fehle.

Professor Susanne Augenhofer stellte in ihrem Vortrag „Verbraucherrecht und Kartellrecht im Wettbewerb“ zunächst die Unterscheidung zwischen Verbrauchervertragsrecht und aufsichtsbehördlichem Verbraucherschutz heraus. Bei der Frage, ob Kartellrecht und Verbraucherrecht durch eine einheitliche Behörde durchgesetzt werden sollten, nehme Deutschland ohne behördliche Aufsicht innerhalb der EU eine Ausnahmeposition ein. Allerdings würden etliche Stakeholder das deutsche Modell, wonach die Durchsetzung des Verbraucher- und Lauterkeitsrecht zivilrechtlich durch Einzelne und durch Verbände erfolge, als Erfolgsmodell bezeichnen und die Notwendigkeit einer behördlichen Durchsetzung verneinen.

Augenhofer stellte anhand der Geschichte des Verbraucherrechts Bezüge zwischen dem Schutz von Verbrauchern und demjenigen von Kleinunternehmern her. Die jeweilige Schutzbedürftigkeit – etwa aufgrund von Machtgefällen – sei oft vergleichbar. Beim Verbraucherleitbild wies *Augenhofer* darauf hin, dass im Wettbewerbsrecht mittlerweile von einem durchschnittlich aufmerksamen und intelligenten Verbraucher ausgegangen werde, während die Anforderungen früher deutlich niedriger gelegen hätten. Es könne aber sinnvoll sein, nicht pauschal ein einheitliches Verbraucherleitbild zugrunde zu legen, sondern nach der Art des Geschäftsabschlusses zu differenzieren. Auch die Heterogenität innerhalb der Verbraucherschaft könne im Einzelfall zu berücksichtigen sein.

Augenhofer erklärte, Verbraucherrecht und Kartellrecht hätten im Ergebnis identische Zielrichtungen. Ob es deswegen einer gemeinsamen Behörde bedürfte, sei schwierig zu beurteilen. Eine gewisse Bündelung von Kompetenzen sei allerdings wünschenswert. Insbesondere die Gewinnabschöpfung sei im Lauterkeitsrecht derzeit nicht zufriedenstellend ausgestaltet.

Die auf die beiden Vorträge folgende Diskussion konzentrierte sich insbesondere auf die Frage, wie Vertragsinhalte in Gestalt allgemeiner Geschäftsbedingungen für Verbraucher transparent und wahrnehmbar gestaltet werden können und welche Informationspflichten sinnvoll, welche dagegen überschießend sind. Dabei wurde betont, dass allgemeine Geschäftsbedingungen für das Wirtschaftsleben – auch in Verbraucherverträgen – sehr hilfreich und unverzichtbar seien. Es finde zudem auf materieller Ebene eine sehr verbraucherfreundliche Kontrolle statt. Der Umfang allgemeiner Geschäftsbedingungen, die teilweise vom Verbraucher nicht mit vertretbarem Aufwand studiert werden könnten, sei auch nicht immer stark reduzierbar, ohne dass hiermit ggf. neue rechtliche Probleme verbunden sein könnten, etwa weil dann im Streitfall Regelungen fehlten. Teilweise wurden Bestrebungen zur übersichtlicheren Zusammenfassung der wichtigsten Inhalte allgemeiner Geschäftsbedingungen aber für sinnvoll gehalten.

Zu den von *Heidhues* beschriebenen Strategien zur Ausnutzung von Beurteilungsfehlern auf Verbraucherseite kam die Frage auf, inwieweit es empirische Belege dafür gebe, dass Unternehmen tatsächlich systematisch solche Strategien verfolgten. Aus der Kartellrechtspraxis heraus wurde bestätigt, dass solche Strategien

tatsächlich existieren. So ergebe sich aus Unterlagen zur Unternehmensstrategie, wie sie in Fusionskontrollverfahren vorgelegt würden, regelmäßig, dass nach Wegen gesucht werde, wie Verbraucher dazu gebracht werden könnten, für geringe oder nur scheinbare Mehrleistungen einen erheblich höheren Preis zu bezahlen.

Professor Rupprecht Podszun beleuchtete anschließend „Verbraucherverhalten und Verbraucherinteressen aus kartellrechtlicher Perspektive“. Er wies zunächst auf eine Vielzahl von Fällen aus der kartellbehördlichen Praxis hin, die starke Verbraucherimplikationen gehabt hätten. Verbraucherrecht und Kartellrecht seien beide „Unternehmensrecht“; sie stellten staatliche Eingriffe in die unternehmerische Handlungsfreiheit dar und bedürften daher der Legitimation und Begrenzung. Im Hinblick auf den Vortrag von *Heidhues* räumte *Podszun* ein, dass sich die Kartellrechtsanwendung mit der Berücksichtigung verhaltenswissenschaftlicher Forschung noch in mancher Hinsicht schwer tue. Dies liege teilweise an praktischen Schwierigkeiten im Umgang mit empirischer Forschung und großen Datenmengen, teilweise sei es aber auch darauf zurückzuführen, dass man einen „Paternalismus-Verdacht“ vermeiden wolle. Die Berücksichtigung solcher Erkenntnisse sei jedoch der richtige Weg. Es müsse stets klar sein, dass es dabei um Sachverhaltsermittlung und nicht um normative Entscheidungen gehe.

In materieller Hinsicht sei die Frage, welche Verbraucherinteressen in der Kartellrechtsanwendung anzuerkennen seien, schwierig zu beantworten. Verbraucherinteressen und Verbraucherleitbilder seien außerordentlich divers. Festzustellen sei jedoch, dass es eine starke Fokussierung auf Preisinteressen gebe, weil dies in der praktischen Anwendung am besten nachweisbar sei.

Zur institutionellen Dimension des Tagungsthemas führte *Podszun* aus, dass mit einer Stärkung der behördlichen Durchsetzung von Verbraucherrecht eine Verschiebung der im System vorhandenen Balance einhergehe. Es sei zu berücksichtigen, dass die UWG-Durchsetzung in ihrer vorhandenen Ausprägung fein austariert sei. Denkbar sei auch, dass es innerhalb der Behörde zu unbeabsichtigten Feedbackeffekten komme. Wenn dem Bundeskartellamt von der Politik eine solche neue Funktion zugetraut werde, sei dies als Kompliment zu verstehen. Es müsse jedoch überlegt werden, ob man die Funktion nicht auf diejenige eines „Reparaturbetriebs“ beschränken solle.

Gerade im Bereich der digitalen Wirtschaft gelte aber durchaus, dass die Marktwirtschaft einer robusten Durchsetzung von Ordnungsregeln bedürfe.

In der folgenden Diskussion wurde die Betrauung des Bundeskartellamtes mit Aufgaben im Bereich der Verbraucherrechtsdurchsetzung aus unterschiedlicher Perspektive diskutiert. Ausgeführt wurde, dass es in diesem Bereich kein systematisches Marktversagen gebe und dass bereits andere – private wie behördliche – Einrichtungen aktiv seien. Andere erklärten hierzu, aus ihrer Sicht gebe es sehr wohl Marktversagen im Bereich der Einhaltung verbraucherrechtlicher Standards. Dies zeige sich in extremer Weise etwa beim Vertrieb von Finanzprodukten. Daneben könnten Durchsetzungsdefizite auch andere Gründe haben, wie etwa zu langwierige Gerichtsverfahren.

Es wurde diskutiert, ob sich die Kartellbehörde durch die Hinwendung zum Verbraucher Gestaltungsspielräume abschneide, weil sie dessen Interessen dann z.B. bei der Beurteilung von Effizienzgewinnen durch Wettbewerbsbeschränkungen ggf. stärker gewichten müsste. Das Bundeskartellamt müsse seine klare Fokussierung und damit seine Autorität wahren. Befürworter einer Stärkung der behördlichen Verbraucherrechtsdurchsetzung wiesen demgegenüber darauf hin, dass die in der Rechtsdurchsetzung aktiven Verbraucherzentralen selbst beklagten, dass in einigen Bereichen systematische Durchsetzungsdefizite bestünden, die mit den gegebenen Mitteln des Lauterkeitsrechts auf dem Zivilrechtsweg nicht abzustellen seien. Es solle auch nicht das bestehende Durchsetzungssystem in Frage gestellt, sondern als punktuelle Ergänzung staatlicherseits dort reagiert werden, wo dieses System an seine Grenzen stoße und wo es behördlicher Ermittlungs- und Abhilfemöglichkeiten bedürfe.

Professor *Justus Haucap* äußerte sich eingangs seines Vortrags zum Thema „Verbraucherverhalten auf digitalen Märkten: Implikationen für Wettbewerbspolitik und Kartellrecht“ dahingehend, dass die klassische Ansicht der Ökonomie, wonach Wettbewerb zu mehr Auswahl und niedrigeren Preisen führe, nicht immer die ganze Wahrheit sei. Gerade die Liberalisierungsprozesse, etwa in den Bereichen Telekommunikation und Energie, hätten zum Auftreten unseriöser Anbieter und Geschäftsmodelle geführt. Eine effektive Verbraucherrechtsdurchsetzung sei insoweit wichtig, um Wettbewerb und offene Märkte zu sichern und die gesellschaftliche und politische Unterstützung für solche Liberalisierungsprozesse nicht zu gefährden. Im

Weiteren ging *Haucap* auf das Phänomen der Preisdifferenzierung ein, das tatsächlich noch nicht so weit verbreitet sei, wie dies in den Medien teilweise dargestellt werde. Richtig sei aber, dass Preisdifferenzierung stark zunehmen werde. Dies gelte sowohl online – etwa in Bezug auf das verwendete Endgerät – wie auch im stationären Handel, wo es denkbar sei, mittels elektronischer Preisschilder die Nachfrage über verschiedene Tageszeiten zu glätten und wo Kunden bereits mit personalisierten Rabattcoupons einkauften. Preisdifferenzierung könnte in ihren Auswirkungen aber nicht pauschal als positiv oder negativ bezeichnet werden. *Haucap* führte als Beispiel auch die *Murphy*-Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs an, wonach beim Empfang von Pay-TV die Nutzung ausländischer Decoderkarten in Ländern mit höheren Preisen für Pay TV nicht verboten werden dürfe. Dies sei mit der Erwartung verbunden gewesen, dass die Preise für Pay-TV in England oder Deutschland sanken. Es könne aber ebenso bedeuten, dass Verbraucher in Ländern mit niedrigeren Preisen – hier Griechenland – künftig die höheren englischen oder deutschen Preise zahlen müssten.

Zum Verhältnis von Wettbewerbs- und Verbraucherschutz wies auch *Haucap* darauf hin, dass es durchaus sehr unterschiedliche Verbraucherinteressen geben könne, die nicht alle in gleicher Weise vom Wettbewerbsschutz profitierten. Dies gelte etwa für den Vertrieb hochpreisiger Luxusprodukte. Im Hinblick auf die Verbraucherbeforschung forderte *Haucap*, dass die Befassung mit dem tatsächlichen Verbraucherverhalten weiter intensiviert werden müsse, um etwa bei Einzelhandelsmärkten oder auch im Digitalbereich zu einer möglichst zutreffenden Marktabgrenzung zu kommen. Soweit eine Stärkung der behördlichen Verbraucherrechtsdurchsetzung geplant werde, sei es begrüßenswert, wenn das Bundeskartellamt hierbei eine zentrale Rolle spiele. Beim Verbraucherschutz müssten nämlich stets die dahinterstehenden Marktprozesse berücksichtigt werden. Umgekehrt sei es auch aus seiner Sicht zutreffend, dass Verbraucherschutzbelange oft dort vorgeschoben würden, wo es eigentlich darum gehen, den Wettbewerb einschränken zu können. Insbesondere im Bereich der Sharing Economy (wie bei Uber oder AirBnB) sei dies zu beobachten: Vorgebliche Verbraucherschutzbelange würden angeführt, um den Wettbewerb zu verhindern.

III. Vortrag über die niederländische Autoriteit Consument & Markt

Bernadette van Buchem, Leiterin der Verbraucherschutzabteilung der niederländischen Autoriteit Consument & Markt (ACM), berichtete über die Erfahrungen einer gemeinsamen Wettbewerbs- und Verbraucherschutzbehörde. *Van Buchem* erklärte, die ACM würde ihre Entscheidung über ein Eingreifen bei Verbraucherrechtsverstößen vor allem davon abhängig machen, ob es sich um Einzelvorfälle oder systematische, wiederkehrende Marktprobleme handele. Die Abstellung von Verstößen erfolge dann regelmäßig sehr zügig, häufig sogar ohne formelle Maßnahmen, sondern auf einvernehmlichem Wege.

Auch in den Niederlanden habe es bis vor einigen Jahren ein rein zivilrechtliches Durchsetzungssystem gegeben. Eine Studie des Wirtschaftsministeriums, wonach es „blinde Flecken“ im Durchsetzungssystem und damit verbundene Wohlfahrtsverluste auf Verbraucherseite gebe, sowie der Erlass der europäischen CPC-Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz hätten zu der Überzeugung geführt, dass es eine behördliche Durchsetzung auch für innerstaatliche Sachverhalte geben sollte. Dabei sei aber zugleich klar gewesen, dass nur dann gegen Verbraucherrechtsverstöße vorgegangen werden sollte, wenn sie nicht durch Einzelne oder Verbände effektiv abgestellt werden können. Neben der Rechtsdurchsetzung sei auch auf den Bereich der Verbraucheraufklärung (Empowerment) hinzuweisen, der von der Wichtigkeit her als gleichrangig angesehen werde.

Als Fallbeispiele, in denen sich die Durchsetzung des Wettbewerbsrechts und der Verbraucherschutz gegenseitig ergänzten oder gegenseitiger Abstimmung bedürften nannte *Van Buchem* etwa die Energiemärkte oder den Bereich Online-Plattformen. Insgesamt könnte von einer „glücklichen Hochzeit“ beider Disziplinen gesprochen werden, obwohl im Vorfeld – um im Bild zu bleiben – nicht jeder mit der Partnerwahl einverstanden gewesen sei.

Im Anschluss wurden Fragen zur Zusammenarbeit von Wettbewerbs- und Verbraucherabteilung der ACM in der Fallarbeit sowie zum Verhältnis beider Arbeitsbereiche zu Verbraucherverbänden und zur Politik diskutiert. *Van Buchem* führte am Beispiel einer kartellrechtswidrigen Initiative zur Förderung von Tierwohlinteressen, welche die Unterstützung des Wirtschaftsministeriums gehabt

habe, aus, dass die Unabhängigkeit der Wettbewerbsbehörde durchaus gewahrt geblieben sei.

Im Hinblick auf das Bundeskartellamt wurde abschließend noch einmal diskutiert, in welcher Gestalt eine Übertragung von Aufgaben zur behördlichen Durchsetzung von Verbraucherrecht sinnvoll sein könnte. Es wurde darauf hingewiesen, dass in Deutschland ein wirksames Instrumentarium zur Durchsetzung kollektiver Schadensersatzansprüche von Verbrauchern fehle. Im GWB seien Möglichkeiten zur Rückerstattungsanordnung vorgesehen, die insoweit Abhilfe schaffen könnten. Allerdings müsse man sich wohl zwischen dieser Möglichkeit und den von der Politik ebenfalls in den Blick genommenen Sammelklagen bzw. Musterfeststellungsklagen entscheiden. Im Hinblick auf Verstöße gegen das UWG wurde angemerkt, dass in Teilbereichen eher ein Overenforcement stattfinde, während es andererseits Bereiche gebe – insbesondere auf oligopolistischen Märkten – auf denen die Durchsetzung nicht funktioniere. Dies gehe zulasten der Verbraucher.

Sofern eine Ausweitung behördlicher Befugnisse an sich gewünscht sei, wurde von verschiedenen Teilnehmern das Bundeskartellamt aufgrund seiner Marktkenntnisse und ökonomischen Kompetenz als gut geeignete Behörde ausgemacht. Die Marktgegenseite im Kartellrecht und die Adressaten verbraucherschützender Regelungen seien vielfach identisch. Man müsse jedoch sicherstellen, dass der Bereich der Kartellrechtsdurchsetzung hiervon unberührt bleibe und es nicht zu einer Situation komme, in der dort wettbewerbsfremde Ziele berücksichtigt werden müssten. Zudem sei eine mögliche Zuständigkeit des Bundeskartellamtes auf den wirtschaftlichen Verbraucherschutz zu begrenzen.

Die nächste Tagung des Arbeitskreises Kartellrecht wird am 5. Oktober 2017 in Bonn stattfinden.