HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF

Verbraucherverhalten und Verbraucherinteressen aus kartellrechtlicher Perspektive

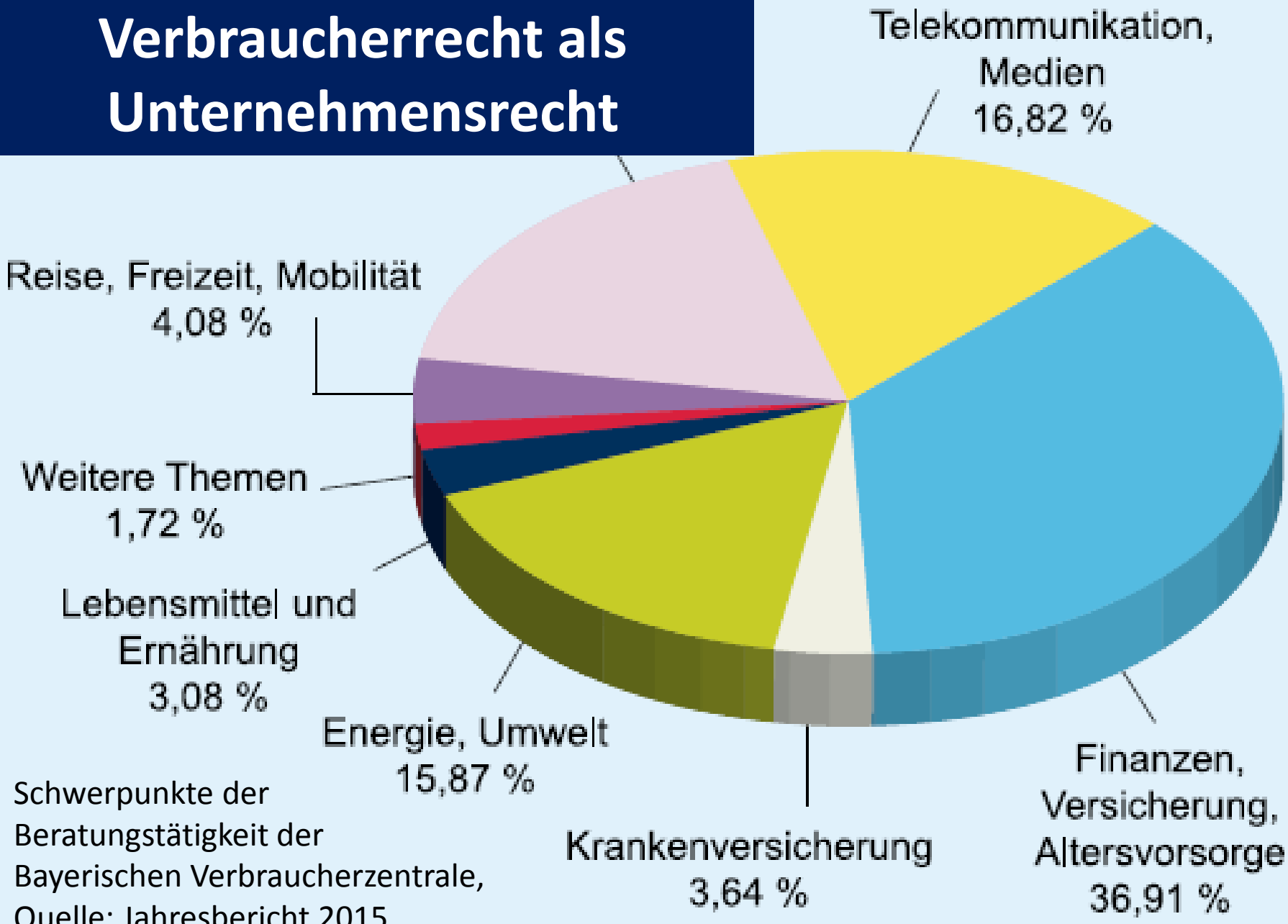
Prof. Dr. Rupprecht Podszun

Bundeskartellamt, AK Kartellrecht, 6.10.2016

Spektrum verbraucherbezogener kartellrechtlicher Aktivitäten:

- Bestpreisklauseln Hotelvermittlungsportale
- Google Search
- Wasserpreise
- Paramount
- Entega
- Edeka/Kaiser‘s Tengelmann
- Asics
- Facebook
- Microsoft Internet Explorer
- Markttransparenzstelle Kraftstoffe
- Soda Club
- DFL Zentralvermarktung

Vorüberlegung: Verbraucherrecht als Unternehmensrecht



Schwerpunkte der Beratungstätigkeit der Bayerischen Verbraucherzentrale, Quelle: Jahresbericht 2015

Kartellrecht adressiert Unternehmen.
Verbraucherrecht als Unternehmensrecht.

→ Eingriff in die unternehmerische Handlungsfreiheit
→ Legitimation und Begrenzung

Ausgangspunkt unternehmensrechtlicher Regulierung: Marktversagen

Welche Rechtsnormen sind nötig, um das Funktionieren der Marktwirtschaft zu sichern?

→ Schnittmenge Kartellrecht / Verbraucherschutz
→ „wirtschaftliche Selbstbestimmung“ (*Drexl* 1998)

Methodische Dimension: Integration der Verhaltenswissenschaften?

Prof. Dr. Rupprecht Podszun

HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF

Problem 1: Empirie-Falle

(vgl. more economic approach)

Problem 2: Paternalismus-Verdacht

(vgl. nudging)

Anforderungen:

- Kompetenz der Anwender
- Maßstab für „gesicherte Erkenntnisse“ (vgl. Standards für ökonomische Gutachten, BKartA 2010)
- Begrenzung auf tatsächliche Fragen

Aber:
Problem ist nicht Sachverhaltsermittlung, sondern Prognoseelement (Bspe Marktabgrenzung, Abhilfemaßnahmen – *Google Search*)

Folge:
Normativität – Markenkern der Juristinnen und Juristen?

- Methodik der Interessenkoordination
- Verfahrensbindung der Entscheidung
- Wertgebundenheit der Ordnung

Zu entscheidende Kernfrage
(eine Frage der Überzeugung):

Marktdesign (zB Al Roth) vs
Entdeckungsverfahren (zB F. v. Hayek)?

Materielle Dimension: Schutzwürdige Verbraucherinteressen?

Prof. Dr. Rupprecht Podszun

HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF

Problem 1:
Diverse Verbraucherinteressen,
Verbraucherleitbilder?

→ Normativität

Problem 2:
Reduktion des Verbraucherinteresses auf Preisinteressen (static efficiency bias)?

→ consumer choice approach

Averitt/Lande 2007

Problem 3:
Rechtfertigung von Wettbewerbsbeschränkungen durch Verbraucherinteressen?

→ Ungleichgewicht

Institutionelle Dimension: Kartellbehördliche Durchsetzung?

HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF

Problem 1:
Stärkung Behörden = Veränderung der Durchsetzungsbalance

Bsp: Gestaltungsmacht § 308 ZPO vs §§ 32 ff. GWB

Problem 2:
Inkongruenzen und Defizite verbraucherrechtlicher Instrumente

Bsp: Informationsmodell; Transparenz

(vgl. Markttransparenzstelle)

Problem 3:
Nicht-intendierte Feedbackeffekte

Bsp: Missbrauchsbegriff im Facebook-Fall

aber:
Einbindung des BKartA als Reparaturbetrieb:
Kompliment

Feedbackeffekte in beide Richtungen!

Bsp: Digital Single Market

Vielen Dank!

Prof. Dr. Rupprecht Podszun

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, deutsches
und europäisches Wettbewerbsrecht

E-Mail: podszun (at) hhu.de

HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF