# „Wir sind in schwerem Gelände, ohne GPS“

**Kartellamtspräsident Andreas Mundt erklärt, warum es gerade im Internet eine starke Tendenz zu Monopolen gibt. Er spricht über den verzweifelten Kampf seiner Behörde gegen amerikanische Onlinekonzerne und fordert neue Gesetze**

INTERVIEW: VARINIA BERNAU UND CASPAR BUSSE

Amazon, Google, Apple, die mächtigen Hotelbuchungsportale: Andreas Mundt, 55, legt sich in seinem Kampf für mehr Wettbewerb im Internet mit den Großen an. Der Präsident des Bundeskartellamts, einer Behörde mit 350 Mitarbeitern, tut sich allerdings schwer: Die Onlinefirmen finden, er gehe zu hart vor; für deutlich mehr Konkurrenz kann er aber auch nicht sorgen. Der gebürtige Bonner gibt zu, dass seine Behörde schneller werden muss – und hat Ideen, wie sie das schaffen kann.

**SZ: Herr Mundt, wo buchen Sie inzwischen ein Hotelzimmer?**
Andreas Mundt *(lacht)*: Ich buche überall, meistens im Internet. Ich probiere vieles aus, da treibt mich auch die beruflich bedingte Neugier.
**Sie haben sich gerade die Hotelbuchungsportale im Internet vorgeknöpft: erst HRS, dann Booking, demnächst Expedia. Sie haben die sogenannten Best-Preis-Klauseln untersagt. Warum so streng?**
Der sogenannte Bestpreis kommt nur dadurch zustande, dass ein starkes Buchungsportal den Hotels verbietet, ihre Zimmer auf einer anderen Plattform preiswerter anzubieten. Die Hotelplattform nimmt für ihre Dienstleistung eine Provision. Die wird natürlich eingepreist. Das ist doch nicht im Interesse des Verbrauchers. In der Hand von starken Unternehmen beschränken solche Klauseln den Wettbewerb.
**Einerseits war es noch nie so einfach, mit einer guten Idee und einem Internetanschluss etablierte Unternehmen ins Wanken zu bringen; andererseits entstehen im Netz schnell Monopole. Warum?**
Wir haben ein besonderes Auge auf den Wettbewerb im Onlinebereich, denn gerade im Internet gibt es einen Trend zur Monopolisierung. Die Großen im Internet werden aufgrund der Netzwerkeffekte immer größer. Mit Größe und hoher Reichweite der Internetplattformen sind aber auch Vorteile für den Verbraucher verbunden: Sie haben zum Beispiel mehr Auswahl, können sich besser informieren und finden günstigere Preise. Das macht es so schwierig.

*Andreas Mundt ist Jurist und fing 1991 als Beamter im Bundeswirtschaftsministerium an. 1999 wechselte er zum Kartellamt, 2005 wurde er Leiter der Grundsatzabteilung. Im Dezember 2009 übernahm er den Posten des Präsidenten.* FOTO: ROLF VENNENBERND/DPA

> *Wir sind zwar eine Behörde, aber eine sehr agile. Für viele Mitarbeiter ist diese Rolle bei einem Amt, das sich als Schiedsrichter der Wirtschaft versteht, sehr attraktiv.“*

**Warum mischen Sie sich dann ein?**
Die sich selbst verstärkende Marktmacht der Unternehmen im Internet ist natürlich ein Problem. Deswegen ist es so wichtig, dass wir auch im Internet den Wettbewerb erhalten und Marktzutritte möglich machen. Die Großen dürfen sich nicht in Sicherheit wiegen. Nehmen Sie wieder die Best-Preis-Klausel der Buchungsportale: Da hatten wir einen Newcomer, eine App, bei der Sie nur last minute ein Zimmer buchen konnten, das Sie am selben Tag nutzen. Das sind Zimmer, bei denen der Hotelier froh ist, wenn er sie kurzfristig noch losbekommt – natürlich auch zu einem niedrigeren Preis. Solch eine App wird aber durch eine Best-Preis-Regel ausgeschlossen, die den Hotels preiswertere Zimmer auf anderen Plattformen verbietet. Die Klausel zementiert also den Markt. Das dürfen wir nicht zulassen.
**Das Kartellamt hat eine Internet-Taskforce ins Leben gerufen. Wie groß ist die?**
Etwa sechs unserer Leute bilden eine Art Thinktank, unterstützt durch weitere Einheiten des Hauses. Wir begegnen in der Internetwirtschaft einer Reihe neuer ökonomischer und rechtlicher Fragen. Die Taskforce durchdenkt diese Fragen, entwickelt neue Konzepte und behandelt Fälle mit anderen Abteilungen, die sich in den jeweiligen Branchen auskennen. So haben wir im vergangenen Jahr die Fusionen von großen Immobilienplattformen oder auch die von zwei großen Partnervermittlungsportalen geprüft. Derzeit entwickeln wir auch Vorschläge, wie man das Kartellrecht besser an das Internetzeitalter anpassen könnte.
**Was fordern Sie?**
Es gibt die Überlegung, bei Internet-Plattformen auch das Transaktionsvolumen heranzuziehen, um die Bedeutung einer Fusion zu bewerten. Bislang ist für die Frage, ob ein Vorhaben bei uns angemeldet werden muss, allein der Umsatz ausschlaggebend. Das hilft uns in vielen jungen, dynamischen Internetmärkten nicht weiter.
**Haben Sie ein Beispiel?**
Facebook hat vor zwei Jahren den Nachrichtendienst Whatsapp für 19 Milliarden Dollar übernommen. Der Fall wäre trotz dieses außerordentlichen Preises um ein Haar nicht von den Wettbewerbsbehörden kontrolliert worden, da die Umsätze von Whatsapp sehr gering waren. Der Dienst ist bislang werbefrei und verlangte nur geringe Gebühren von den Nutzern. Offensichtlich entsprach der Umsatz aber nicht der strategischen Bedeutung des Deals. Wie viele Nutzer tummeln sich da, um welche Daten geht es? Das sind die besseren Messgrößen für Wettbewerb im Internet. Wir brauchen klare Regeln, um uns auch solche Fälle genauer ansehen zu können.
**Die technologische Entwicklung ist schnell, das Kartellamt langsam. Warum dauert das bei Ihnen so lange?**
Wir sind zu größtmöglicher Sorgfalt verpflichtet. Unsere Entscheidungen haben für die betroffenen Unternehmen weitgehende Auswirkungen. Eine Prognose, wie sich der eine oder der andere neue Markt im Internet entwickeln wird, ist wirklich schwierig. Die Komplexität erhöht noch mal den Sorgfaltsmaßstab. Dennoch, keine Frage: Wir müssen schneller werden. Dabei kann uns vielleicht auch der Gesetzgeber unterstützen, indem manche Dinge klargestellt werden, die wir jetzt erst mühsam herleiten müssen.
**Was muss klargestellt werden?**
Ein Beispiel: Bislang sind Märkte, auf denen kein Geld fließt und kein Umsatz gemacht wird, keine Märkte im Sinne des Wettbewerbsrechts. Das widerspricht aber ganz offensichtlich der Logik vieler Internetmärkte.
**Weil die Menschen mit Daten zahlen.**
In der Praxis berücksichtigen wir das auch. Das bedeutet aber nicht, dass diese Auslegung auch vor Gericht Bestand hat. Wir stoßen mit unseren Online-Verfahren immer wieder in rechtlich unsicheres Gebiet vor. Wir sind in schwerem Gelände, aber ohne GPS. Eine Klarstellung im Gesetz im Sinne unserer Praxis kann helfen.
**Manche US-Internetkonzerne geben sich gerne als die Retter der Welt, ihr Wert an der Börse ist enorm hoch. Treten die Ihnen besonders arrogant gegenüber?**
Große US-Konzerne agieren nicht anders als große europäische Unternehmen. Eine Erfahrung, die wir immer wieder machen: Solange wir nur über Geld reden, ist das Klima der Gespräche noch relativ in Ordnung. Wenn Sie aber über wettbewerbsrechtliche Grenzen besonders profitabler Geschäftsmodelle diskutieren, dann reagieren die Unternehmen sehr harsch.
**Wie wollen Sie als Behörde, die Beamtentarif zahlt und eine Internet-Taskforce mit sechs Mann hat, gegen Konzerne wie Amazon oder Google ankommen?**
Wir haben hoch motivierte Mitarbeiter, die genauso qualifiziert sind wie diejenigen in der privaten Wirtschaft. Wir sind zwar eine Behörde, aber eine sehr agile. Wir bieten eine der wenigen Möglichkeiten, nah am Puls der Wirtschaft zu sein, ohne in der Wirtschaft selbst tätig zu sein. Für viele Mitarbeiter ist diese Rolle bei einem Amt, das sich als Schiedsrichter der Wirtschaft versteht, sehr attraktiv. Deshalb kommen sehr gute Ökonomen und Juristen zu uns. Wir haben mächtige Instrumente, wir kämpfen auf Augenhöhe.
**Wen nehmen Sie sich als Nächstes wegen möglicher Wettbewerbsverstöße im Netz vor?**
Dazu kann ich jetzt natürlich noch nichts sagen. Lassen Sie sich überraschen!

DIZdigital: Alle Rechte vorbehalten – Süddeutsche Zeitung GmbH, München A66239729
Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über www.sz-content.de