



Wettbewerbsstrategie Fusion: eine Antwort auf wirtschaftliche Veränderungen?

G. Neumann
und C. Weiss

Working Paper 0105
Department of Food Economics
and Consumption Studies
University of Kiel
November 2001

The FE-Working Papers are edited by the Department of Food Economics and Consumption Studies at the University of Kiel. The responsibility for the content lies solely with the author(s).
Comments and critique are highly appreciated.

Address:

Department of Food Economics and Consumption Studies,
University of Kiel, Olshausenstr. 40, D-24118 Kiel, Germany.

Phone: +49/431 880 4425, Fax.: +49/431 880 7308,

e-mail: rstaehler@food-econ.uni-kiel.de

<http://www.food-econ.uni-kiel.de/>

1 Einleitung

Nicht zuletzt durch eine Reihe spektakulärer Unternehmenszusammenschlüsse ist die Frage nach den Ursachen, den Folgen und den Möglichkeiten bzw. Notwendigkeiten staatlicher Eingriffe im Rahmen der Wettbewerbspolitik erneut in das Zentrum der wirtschaftspolitischen Diskussion geraten. Tatsächlich sind die bei Fusionen genannten Geldbeträge beeindruckend. So hat sich der Weltmarkt für Unternehmenszusammenschlüsse im Jahre 2000 mit knapp 37.000 Transaktionen auf 3,5 Bill. US-Dollar belaufen. Die Zahl der Fusionen hat sich damit seit 1990 mehr als vervierfacht, das Übernahmevolumen ist seitdem um das Achtfache angestiegen (iwd, 2001)¹. Dabei ist der Anteil der grenzübergreifenden Fusionen in Europa von 32.4% (1987) auf knapp 50% (1998) angestiegen.

Das Ausmaß, die Ursachen und die Folgen von Fusionsaktivitäten können zwischen den Branchen einer Volkswirtschaft sehr unterschiedlich sein. Ziel dieser Arbeit ist es, die unterschiedlichen Motive für Unternehmenszusammenschlüsse mit den damit verbundenen unterschiedlichen wohlfahrtstheoretischen und wettbewerbspolitischen Folgen darzustellen (Abschnitt 2). Darauf aufbauend soll spezifischer auf die Situation der deutschen Ernährungswirtschaft eingegangen werden. Dazu bieten sich grundsätzlich zwei Vorgangsweisen an: eine Befragung der Unternehmen nach ihren Motiven und Plänen (der direkte Ansatz) bzw. die ex-post Analyse der beobachtbaren Fusionsaktivitäten (der indirekte Ansatz). In Abschnitt 3 dieser Arbeit wird jeweils ein Beispiel dieser Vorgangsweise für die deutsche Ernährungswirtschaft vorgestellt und kritisiert. Inwieweit das deutsche und europäische Wettbewerbsrecht den wettbewerbsbeschränkenden Folgen von Fusionen entgegenwirkt wird schließlich in Abschnitt 4 an Hand zweier Fallbeispiele aus der Ernährungswirtschaft dargestellt. Abschnitt 5 fasst die wesentlichen Aussagen zusammen.

2 Fusionen: Motive und Wohlfahrtseffekte

Motive für Fusionen lassen sich grundsätzlich dahingehend unterschieden, wer die Vorteile aus der Fusion zieht, die Eigentümer oder das Management. Eigentümer werden aus der Fusion dann gewinnen, wenn der Marktwert des Unternehmens steigt, während das

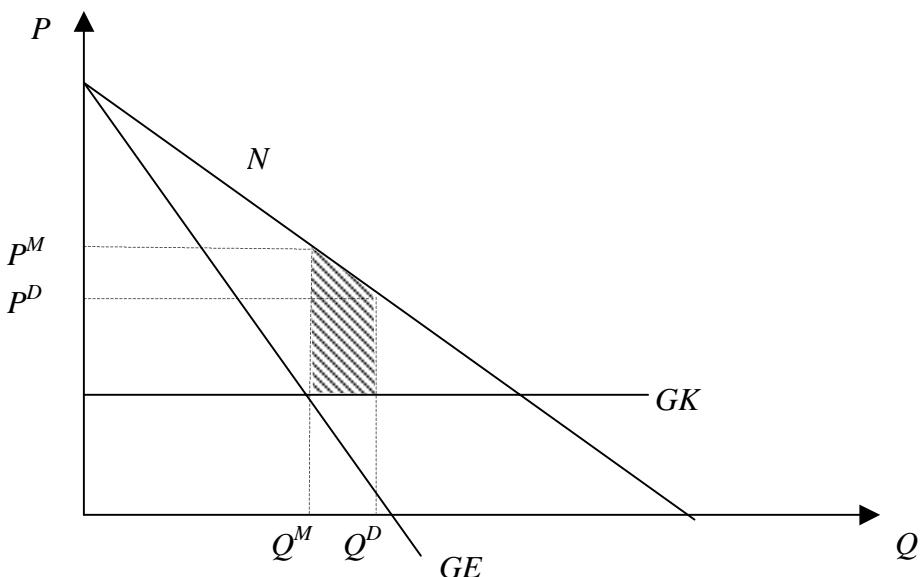
¹ Die Begriffe „Unternehmenszusammenschluss“ und „Fusion“ werden im folgenden synonym verwendet. Darunter werden im Sinne des GWB Abschnitt 7 §37 Unternehmensverbindungen durch den Erwerb von Vermögen, ganz oder anteilig, Erwerb der Kontrolle oder jede sonstige Verbindung, die wettbewerblich erheblichen Einfluss auf ein anderes Unternehmen zur Folge hat, verstanden (GWB, 1999). Der Begriff „Akkquisition“ steht für den Kauf von Unternehmen bzw. Unternehmensteilen.

Management auch ohne erkennbare Marktwertsteigerung einen Nutzen aus der Fusion ziehen kann. Diese Unterscheidung in den Motiven der Fusion ist auch für die Auswirkungen der Fusion (d.h. die Wohlfahrtseffekte) bedeutsam. Zunächst wird auf die Marktwertsteigerung eingegangen, die sowohl über eine reine Erhöhung der Marktmacht als auch über eine Kostensenkung realisiert werden kann.

FARRELL und SHAPIRO (1990) betrachten eine Branche mit einer gegebenen Zahl von Unternehmen, die sich hinsichtlich ihrer Produktionseffizienz und damit hinsichtlich ihrer Marktanteile unterschieden. Je niedriger die Grenzkosten eines Unternehmens, desto höher ist sein Marktanteil. Fusionen werden dabei als komplette Verschmelzung zweier Unternehmen angesehen, nach der Fusion bildet sich ein neues Cournot-Gleichgewicht auf dem Markt zwischen der fusionierten Einheit („Insider“) und den nicht beteiligten Firmen des Marktes („Outsider“).

Welche Wohlfahrtseffekte von einer Fusion ausgehen hängt entscheidend von der Möglichkeit der Erzielung von Rationalisierungseffekten ab. Wenn zwei Unternehmen mit identischen Technologien (identischen Grenzkosten) fusionieren und die Grenzkosten durch diese Fusion unverändert bleiben, so existieren keinerlei Rationalisierungseffekte. Dieser Zusammenschluss, dem das Motiv der **Marktmacht** unterstellt werden kann, hat lediglich wettbewerbsfeindlichen Charakter. Dies ist im folgenden Schaubild durch den Zusammenschluss eines Duopols zu einem Monopol bei gegebener Nachfragekurve (N), Grenzerlös- (GE) und Grenzkostenkurve (GK) dargestellt.

Schaubild 1. Wirkungen einer Fusion ohne Rationalisierungs- und Synergieeffekte



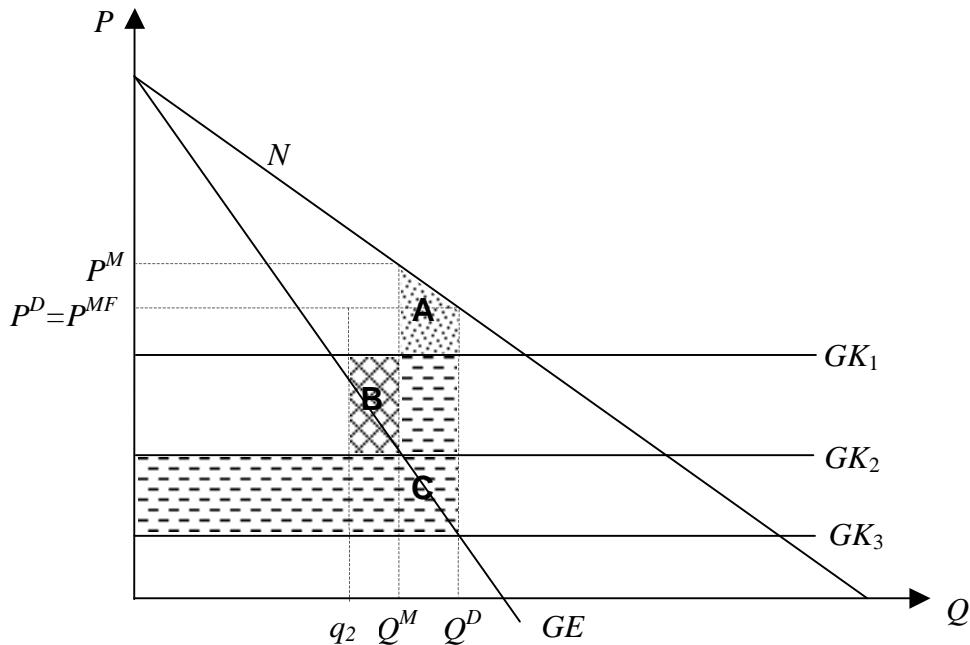
Der Duopolpreis in der Ausgangssituation sei durch den Preis P^D charakterisiert, die dabei realisierte Menge beträgt Q^D . Durch eine Fusion entsteht ein Monopol, der Preis wird auf P^M angehoben und die nachgefragte Menge sinkt auf Q^M . Der Preisanstieg führt einerseits zu einer Umverteilung der Renten von den Konsumenten zu den Produzenten. Somit steigt der Marktwert der fusionierenden Unternehmen. Andererseits entsteht durch den mit der Preissteigerung verbundenen Mengenrückgang ein Wohlfahrtsverlust in der Höhe der schaffierten Fläche. FARRELL und SHAPIRO (1990) zeigen in einem allgemeinen Model, dass durch die Fusion identischer Unternehmen (ohne Rationalisierungs- und Synergieeffekt) jeder Zusammenschluss zu einer Wohlfahrtsreduktion führt.

Die Wohlfahrtswirkungen einer Fusion können deutlich besser ausfallen, wenn zusätzliche **Rationalisierungseffekte** berücksichtigt werden, die durch eine unterschiedliche Effizienz der beteiligten Unternehmen entstehen. Dies ist in Schaubild 2 dargestellt.

Angenommen, der Marktpreis im Duopol würde bei Cournot-Wettbewerb P^D und die damit realisierte Gesamtmenge Q^D betragen. Die beiden Duopolisten sind durch ein unterschiedliches Niveau der Grenzkosten charakterisiert. Daraus resultiert auch eine unterschiedliche Produktionsmenge im Cournot-Nash-Gleichgewicht. Die effizientere Unternehmung (mit Grenzkosten GK_2) produziert q_2 , die ineffizientere (mit Grenzkosten GK_1) produziert $q_1 = Q^D - q_2$. Rationalisierungseffekte liegen vor, wenn durch die Fusion die effizientere Technologie des ersten Unternehmens nun für das gesamte (fusionierte) Unternehmen zur Verfügung steht. Gilt für das durch die Fusion entstandene Monopol die Grenzkostenfunktion GK_2 , so wird der Monopolpreis P^M und die Monopolmenge Q^M betragen.

Die Wertsteigerung der Fusion ist eindeutig höher als in der zuvor skizzierten Situation einer Fusion ohne Rationalisierungseffekte. Zu den zusätzlichen Profiten auf Grund der Steigerung der Marktmacht kommen Rentengewinne, die sich durch die Erhöhung der Produktionseffizienz ergeben (ein Teil der produzierten Menge wird nicht mehr zu den hohen Grenzkosten GK_1 sondern zu den niedrigeren Grenzkosten GK_2 produziert).

Schaubild 2. Wirkungen einer Fusion mit Rationalisierungs- und Synergieeffekten



Für einen Vergleich der Wohlfahrt zur ursprünglichen Duopsituation sind nun zwei gegenläufige Effekte zu beachten. Von den ursprünglich realisierbaren Renten der Volkswirtschaft geht ein Teil verloren (die Fläche A), da die Preissteigerung zu einem Mengenrückgang führt. Gleichzeitig wird ein Teil der produzierten Menge nun zu geringeren Grenzkosten hergestellt als in der Ausgangssituation. Diese zusätzliche Rente ist durch die Fläche B dargestellt. Gilt beispielsweise $A = B$, so kompensieren die Wohlfahrtsgewinne der Produzenten durch gesunkene Grenzkosten den wettbewerbsfeindlichen Effekt einer Fusion. Diese wäre hinsichtlich der Änderung der volkswirtschaftlichen Wohlfahrt als neutral einzustufen.

Meist werden Fusionen jedoch nicht nur durch Rationalisierungseffekte sondern vielmehr mit **Synergieeffekten** begründet. Synergieeffekte einer Fusion liegen vor, wenn nach der Fusion die Grenzkosten des Unternehmens unter das Niveau der Grenzkosten der einzelnen Unternehmen absinken. Dies resultiert beispielsweise aus Skalenerträgen in der Produktion. Liegen Skalenerträge in der Produktion vor, dann ist nicht bloß die Rationalisierung der Produktion vorteilhaft, sondern ein komplettes Zusammenlegen der Produktion an einen Standort. Die Wohlfahrtseffekte einer Fusion bei Vorliegen von Synergieeffekten lassen sich einfach in dem obigen Schaubild 2 ergänzen. Sinken die Grenzkosten durch die Fusion auf

GK_3 ab, so wird der neue Monopolpreis P^{MF} betragen. In Schaubild 2 gilt bei $P^{MF} = P^D$, dass keine Preisseigerung aus der Fusion resultiert. Dementsprechend würde keine Wohlfahrtsminderung (Fläche A) entstehen, vielmehr würden die positiven Wohlfahrtseffekte von B + C realisiert werden können.

Wenn die Grenzkosten durch die Fusion ausreichend sinken, können auch für die Konsumenten positive Effekte auftreten. Unter den einfachsten Modellannahmen einer linearen Nachfragekurve (mit der Steigung von -1), konstanten Grenzkosten und Cournot-Verhalten der beiden Duopolisten lassen sich nach FARRELL und SHAPIRO (1990) die maximalen Grenzkosten der fusionierten Einheit abschätzen, die zu einer Preissenkung führen würden. Die Preise werden durch eine Fusion immer dann fallen, wenn bei gleichem Output die Gewinne nach der Fusion (π_M) höher sind als die addierten Gewinne der einzelnen Unternehmen vor der Fusion, also $\pi_M > \pi_i + \pi_j$. Daraus abgeleitet lassen sich die maximalen Grenzkosten c_x^M berechnen, die das fusionierte Unternehmen in Abhängigkeit von den Marktanteilen vor dem Zusammenschluss (s_i und s_j) und der Preiselastizität der Nachfrage der Industrie (ε) realisieren muss, damit der Preis sinkt:

- $c_x^M < p \left(1 - \frac{s_i + s_j}{\varepsilon} \right)$

Je größer die Marktanteile der Firmen vor der Fusion oder je geringer die Nachfrageelastizität, desto niedriger ist die Obergrenze für die Grenzkosten der fusionierten Einheit c_x^M und desto größer müssen folglich die Rationalisierungseffekte sein. Damit eine Fusion effizient sein kann, müssen sich die Grenzkosten und damit die Marktanteile der fusionierenden Unternehmen ausreichend voneinander unterscheiden.

Welche **Rationalisierungs- und Synergieeffekte sind in der Ernährungswirtschaft** denkbar? Im *Produktionsbereich* bestehen Synergiepotentiale in Form von Kosteneinsparungen durch Betriebsvergrößerungen (economies of scale). Sie bieten großen Unternehmen die Möglichkeit, die Stückkosten durch moderne Verfahrenstechniken zu senken. Ferner sind auch Kosteneinsparungen durch den Abbau von Überschusskapazitäten denkbar. WEINDLMAIER (1998) zeigt am Beispiel von zwei Käsereien unterschiedlicher Größe und Auslastung, dass die Gesamtkosten der Produktion pro Kilogramm Käse bei zehnfacher Ausbringungsmenge um ca. 8% sinken. Skalenerträge sind ferner besonders in der

Margarineindustrie, der Herstellung von Nährmitteln, von Süßwaren sowie von Dauermilch relevant (BREITENACHER und TÄGER, 1996, S. 38).

Neben economies of scale sind Synergieeffekte auch durch Verbundvorteile in der Produktion (economies of scope) denkbar. Diese treten auf, wenn die gemeinsame Produktion von Produkten zu niedrigeren Kosten erfolgen kann als die getrennte Produktion der beiden Güter ($C(x_i, x_j) < C(x_i) + C(x_j)$). In einer in Kapitel 3 vorgestellten Unternehmensbefragung der deutschen Ernährungswirtschaft geben 64% der Unternehmen die Vervollständigung des Produktportfolios als wichtiges bzw. sehr wichtiges Fusionsmotiv an (BVE, 1998).

Synergieeffekte im *Marketing* wären möglich, wenn vor der Fusion ein bestehendes Vertriebssystem nicht ausgelastet wäre. Durch den Zusammenschluss zweier Unternehmen lassen sich die vorhandenen Ressourcen effizienter nutzen. Der Zugriff auf ein vorhandenes Distributionssystem spielt vor allem auch bei Akquisitionen über Ländergrenzen hinweg eine ausschlaggebende Rolle. So gibt der Interbrew-Chef Powell zur Übernahme der Bremer Brauerei Beck & Co im August 2001 an, die Biermarke „Beck’s“ über die bereits bestehende Infrastruktur von Interbrew global vermarkten zu können. Das Wachstum könne allein aus den entstehenden Synergien finanziert werden (GORGS, 2001). Verbundvorteile im Absatz ergeben sich aus der Ausweitung von Sortimenten, da der Lebensmittelhandel die Lieferung von Produktgruppen gegenüber einzelnen Artikeln vorzieht (WEINDLMAIER, 1998).

Von besonderer Bedeutung sind Synergieeffekte im Bereich der *Forschung und Entwicklung*. Die Kosten für Forschung und Entwicklung sind fixe Kosten, die sich durch die Fusion auf eine größere Ausbringungsmenge aufteilen lassen. Dies führt zu einem Sinken der Durchschnittskosten (economies of scale). Ferner steigt durch die Fusion auch die Finanzkraft der Unternehmung zur Durchführung von Forschungsaktivitäten, eine Doppelgleisigkeit in der Entwicklung neuer Produkte und Technologien wird vermieden und „Risikopooling“ bei Innovationen ist möglich². Die Süßwarenindustrie ist nach dem Innovationsreport 2000 der innovationsaktivste Sektor der Ernährungswirtschaft zwischen 1997 und 2000 und gleichzeitig der fusionsaktivste (MADAKOM, 2000 und BVE, 1998).

Synergieeffekte bestehen möglicherweise auch im finanzwirtschaftlichen Bereich. Hier können größere Unternehmen günstigere Konditionen zur Beschaffung von Fremdkapital

² Bislang wurden lediglich die statischen (kurzfristigen) Wohlfahrtseffekte von Fusionen betrachtet und die Auswirkungen in einer langfristigen Perspektive vernachlässigt. So weist eine umfangreiche Literatur auf den Einfluss der Marktstruktur auf die relative Vorzüglichkeit von Produkt- und Prozessinnovationen hin. Zahlreiche ökonomen sehen eine gewisse Marktmacht als Voraussetzung für die Finanzierung und Durchführung von Forschungs- und Marketingaktivitäten an. Innovative Tätigkeiten unterbleiben demnach bei vollkommener Konkurrenz. Die spezifische Situation der Produktinnovationen in der deutschen Ernährungswirtschaft wird beispielsweise in HERRMANN et al. (1996) analysiert.

realisieren, wenn ein geringeres Risiko der Rückzahlungen von Verbindlichkeiten (durch eine geringere Wahrscheinlichkeit des Ausscheidens) eine bessere Bonität und Kreditwürdigkeit impliziert.

Die eben genannten Motive einer Fusion zeichnen sich durch eine Gemeinsamkeit aus: sie führen zu einer Marktwertsteigerung der fusionierenden Unternehmen und sind damit im Interesse der Unternehmenseigner. Wesentliche Entscheidungen in Industriebetrieben werden jedoch nicht von den Eigentümern, sondern von den Managern der Unternehmen getroffen wobei sich deren Interessen nicht immer vollständig mit jenen der Eigentümer decken. Dieser Interessenskonflikt zwischen Eigentümer und Management wird in der Prinzipal-Agent-Literatur intensiv thematisiert. Die „**Managertheorien von Akquisitionen**“ unterstellen den Managern, auf Grund eingeschränkter Rationalität Fusionen zu tätigen bzw. aus Opportunismus primär das Wachstums- anstelle des Gewinnziels zu verfolgen, um Firmenimperien aufzubauen oder Insiderinformationen nutzen zu können (TICHY, 1991 und TICHY, 1999).

3 Fusionen in der Ernährungswirtschaft

Eine langfristige Betrachtung der Fusionsaktivität zeigt einen wellenförmigen Verlauf (vgl. NEUMANN und WEISS, 2001). Auf die Ursachen der jüngsten Fusionswelle anspielend spricht KLEINERT (2000) von einer „Globalisierungs- und Deregulierungswelle“ (S. 184). Das Bestreben der Unternehmen, die eigene Position im Markt zu stärken, stellt eine Antwort auf die durch Öffnung der nationalen Märkte steigende Wettbewerbsintensität dar. Dieser Wettbewerbsdruck wird sich nach Prognose des Bundeskartellamtes (1997/98) durch steigende Preistransparenz mit der Einführung des Euro noch verstärken. Der Zutritt zu Weltmärkten erfordert (u.a. durch Abbau von Zöllen und nichttarifären Handelshemmnissen) eine Größe, die durch internes Wachstum kaum noch erreichbar ist. Externes Wachstum durch Zusammenschlüsse ermöglicht die Anpassung der Unternehmensgröße an global wachsende Märkte, eine neue Positionierung im weltweiten Wettbewerb und die Nutzung neuer Technologien (MÜLLER, 2000).

Eine Befragung des Instituts der deutschen Wirtschaft (iwd) im Jahr 2000 zu Direktinvestitionen deutscher Unternehmen im Ausland ergab, dass die wichtigsten Motive die Erschließung neuer und die Sicherung bestehender Märkte sind. Dabei zielen die Großunternehmen auf den Absatz am ausländischen Produktionsstandort ab. Kleine und

mittlere Unternehmen versuchen eher, im verschärften globalen Wettbewerb zu bestehen, indem Produktionsbereiche in kostengünstigere Länder ausgelagert werden. Vor allem Investitionen in Mittel- und Osteuropa werden durch günstigere Arbeitskosten begründet (iwd, 2000b). Nach PENKER (2000) und MÜLLER (2000) ist die Erweiterung der Absatzmärkte insbesondere für Unternehmen der verarbeitenden Industrie (u.a. der Ernährungswirtschaft) als Fusionsmotiv von Bedeutung, für die ein internes Wachstum durch schnellen technischen Fortschritt und damit ständig sinkende Produktlebenszyklen und steigende Investitionen fast unmöglich geworden ist³. Auch in der Ernährungswirtschaft ist durch diese Entwicklungen die Fusionsaktivität am Ende des 20. Jahrhunderts angestiegen. Die folgenden empirische Ansätze analysieren (1) das aktuelle Zusammenschlussverhalten der betroffenen Unternehmen und (2) die dynamischen Hintergründe der Fusionsaktivität. Dabei ist der Bezug zu der in Abschnitt 2 dargestellten Theorie aufgrund der Datenverfügbarkeit schwer herstellbar.

3.1 Der direkte Ansatz

Aufgrund des anhaltenden Trends zur Konzentration und Konsolidierung in vielen Branchen wurde von der Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie (BVE) im Jahr 1998 eine Studie über die Fusionsaktivität in Form einer **Befragung** in Auftrag gegeben. Der Ernährungssektor steht mit einer großen Anzahl kleiner und mittelständischer Unternehmen noch am Anfang einer Fusionswelle. Im September 1998 wurden Fragebögen an die 436 größten Unternehmen mit einem Umsatz von über 40 Mill. DM pro Jahr verschickt. Die Rücklaufquote lag bei knapp 30%. Besonders hoch war die Rücklaufquote bei den größten Unternehmen (Umsatz > 500 Mill. DM) mit über 50%. Erfasst wurden Unternehmensdaten, allgemeine Marktdaten, geplante Akquisitionen und Unternehmensverkäufe bzw. – teilverkäufe sowie deren Hintergründe.

Die Ergebnisse der BVE Studie zeigen, dass der Trend zur externen Firmenausweitung weiter zunehmen wird. Insgesamt planen 65% der Unternehmen einen Kauf, demgegenüber haben 21% der Unternehmen Veräußerungspläne. Dieses Charakteristikum von Unternehmen der Ernährungswirtschaft als „Erwerber“- Branche bestätigen auch die nationalen Fusionsdaten zwischen 1976 und 1997 (Bundeskartellamt, 1976-1997/1998). Dabei haben die umsatzstärksten Unternehmen (> 200 Mill. DM), die auch in der Vergangenheit am kauffreudigsten waren, das größte Akquisitionsinteresse. Diese nach Abschnitt 2 effizienter

³ Der Anteil innovativer Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe und Bergbau betrug 66% im Jahr 1999 (iwd, 2000a).

produzierenden Unternehmen zeigen zudem das geringste Interesse an „Diversifikation“ bei der Planung einer Übernahme. Die „Konzentration auf das Kerngeschäft“ wird insgesamt als der dominante Akquisitionsgrund angesehen (78% aller Unternehmen stufen es als wichtig bzw. sehr wichtig beim Unternehmenskauf ein). Dieses Motiv überwiegt auch bei Unternehmens(teil)verkäufen, an denen die Unternehmen der größten Umsatzklasse (> 500 Mill. DM) am stärksten involviert sind. Ein anderer bedeutender Grund für einen Unternehmenskauf (für 64% der Unternehmen) ist die Vervollständigung des Produktpolportfolios zur Realisierung von Verbundvorteilen in der Produktion und im Absatz (Vgl. S. 5).

Die zunehmende Konsolidierung im Lebensmitteleinzelhandel wird von 62% der befragten Unternehmen als wichtiger bzw. sehr wichtiger Fusionsgrund angegeben. Im Gegensatz zur Ernährungsindustrie weist der deutsche Lebensmittelhandel insgesamt eine hohe Konzentrationsrate auf. Der Marktanteil der 10 größten Unternehmen ist von 45% im Jahr 1978 auf 84 % im Jahr 2000 gestiegen⁴.

Die meisten Übernahmen sind nach der Unternehmensbefragung der BVE in Deutschland (45%) und grenzübergreifend in Europa (23% in Westeuropa, 20% in Mittel- und Osteuropa) geplant. Diese starke nationale Ausrichtung kann auf die mittelständische Struktur des Ernährungsgewerbes zurückgeführt werden, die laut BREITENACHER und TÄGER (1996) viele Firmen von Akquisitionen im Ausland abhalten. Das verhältnismäßig starke Investitionsvorhaben in Mittel- und Osteuropa erklärt sich nach der iwd-Befragung (2000b) durch das Ziel kleiner und mittelgroßer Unternehmen, zunehmend Produktionsbereiche in das (arbeits-) kostengünstigere Ausland verlagern und durch Re-Importe die Wettbewerbsfähigkeit des Mutterunternehmens stärken. Immerhin geben 57% der befragten Unternehmen einen gesättigten Heimatmarkt und 49% die geographische Ausweitung als wichtigen bzw. sehr wichtigen Fusionsgrund an.

Ausschlaggebend für das Interesse an Zielunternehmen sind nach Angabe der befragten Unternehmen die Profitabilität und das Wachstumspotential. In dem fusionsaktivsten Sektor der Ernährungsindustrie („Süßwaren“) wird zusätzlich der Markenwert als entscheidendes Kriterium angegeben. Bei den umsatzstärksten Unternehmen spielt ein starkes Management

⁴ DRESCHER und WEISS (2001) stellen in einer Analyse der Marktstruktur des deutschen Lebensmitteleinzelhandels eine weitere Zunahme der Konzentration bei gleichzeitiger Abnahme der Zahl der Verkaufsstätten fest. Durch die steigende Nachfragemacht des Handels verstärkt sich die Abhängigkeit der Unternehmen der Ernährungsindustrie von bestimmten Absatzkanälen. Dies betrifft besonders die vielen mittelständischen Unternehmen der Ernährungsindustrie, die weniger Ausweichmöglichkeiten auf andere Absatzmärkte haben, als die Großunternehmen (BREITENACHER und TÄGER, 1996).

eine dominierende Rolle. Kleinere Unternehmen (100-200 Mill. DM Umsatz pro Jahr) sehen hingegen wachsende technische Ansprüche als entscheidenden Faktor an.

Diese Befragung gibt einen Einblick in aktuelle Aspekte der Fusionsaktivität von den Unternehmen der Ernährungsindustrie. Ein Nachteil des direkten Ansatzes ist, dass keine Trends können nachvollzogen werden können.

3.2 Der indirekte Ansatz

Neben dieser Unternehmensbefragung über Zusammenschlussvorhaben lassen sich durch eine ex-post Betrachtung der Fusionsaktivität auf der Basis von Sekundärdaten Hinweise auf Akquisitions motive gewinnen. Im folgenden analysieren wir die Fusionsaktivitäten in 21 Industriebranchen⁵ Deutschlands (auf 2-steller Ebene) in der Periode 1976 bis 1994⁶. Als endogene Variable werden die Umsätze der erworbenen Unternehmen (im jeweils letzten Geschäftsjahr) der Branchen bei angezeigten Zusammenschlüssen ($MS_{i,t}$) verwendet, wobei $i = 1,2,3,\dots,21$ die Branche des „Erworbenen“ und $t = 1976, 1977,\dots,1994$ die Zeit symbolisiert⁷. Horizontale Unternehmenszusammenschlüsse stellen mit etwa 75% aller Fusionen die bedeutsamste Integrationsart in der betrachteten Periode dar. Die Regressionsgleichung für das Modell unter Berücksichtigung fixer Brancheneffekte lautet⁸:

$$MS_{i,t} = 0.22 MS_{i,t-1} - 6133.13 RAI_{i,t} + 0.06 DSO_{i,t} + 3.81 SE_{i,t} + 0.98 INV_{t-1;i,t} \\ (4.12)^* \quad (-2.68)^* \quad (2.38)^* \quad (2.45)^* \quad (8.45)^* \\ - 9.20 CR6_{i,t} - 0.01 NF_{i,t} + 285.30 UER_t - 88.22 T_t + u_{i,t} \\ (-0.76) \quad (-5.81)^* \quad (2.01)^* \quad (-1.13)$$

Die endogen verzögerte Variable ($MS_{i,t-1}$) mit einem hochsignifikant positiven Einfluss gibt Hinweise auf ein weiterhin steigendes Übernahmevolumen, den auch das Ergebnis der BVE-

⁵ Es werden jene Branchen berücksichtigt, in denen im betrachteten Zeitraum mindestens eine Fusion mit Unternehmen der Ernährungswirtschaft registriert wurde. Besonders viele Akquisitionen wurden im Handel und in der chemischen Industrie getätigt.

⁶ Eine Ausweitung des Zeitraumes ist aufgrund geänderter Branchenklassifizierungen nicht möglich.

⁷ Die Darstellung der Daten wurde 1991 vom Bundeskartellamt geändert. Vor 1991 sind nur die übertragenen Umsätze von Fusionen mit 2 Beteiligten enthalten, Zusammenschlüsse unter mehreren Firmen werden nicht berücksichtigt, da sie auch die Umsätze der bereits beteiligten Unternehmen enthalten. Nach 1991 werden die übernommenen Umsätze nach der Branche des Erworbenen verwendet.

⁸ In der folgenden Schätzgleichung symbolisiert * einen mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit < 1% von Null verschiedenen Einfluss einer Variablen. Die folgenden Variablen wurden verwendet: $MS_{i,t-1}$ = die endogen verzögerte (um 1 Jahr), T_t = ein linearer Trend, UER_t = die Arbeitslosenquote; $RAI_{i,t}$ = den relativen Aktienindex; $DSO_{i,t}$ = die absolute jährliche Veränderung der Umsätze; $SE_{i,t}$ = der Umsatz pro Beschäftigter; $INV_{t-1;i,t}$ = die um ein Jahr verzögerten Investitionen; $NF_{i,t}$ = die Zahl der Firmen; $CR6_{i,t}$ = die Konzentrationsrate der 6 größten Unternehmen. Eine ausführlichere Analyse, in der zwischen dem Einfluss der Branche der erworbenen und der erwerbenden Unternehmen unterschieden wird, stellt die Arbeit von NEUMANN und WEISS (2001) dar.

Studie zur geplanten Akquisitionsaktivität vermuten lässt. Dies bestätigt die These von TICHY (1999) zur selbstverstärkenden Wirkung von Fusionen, wonach Akquisitionen in einer Branche die „Outsider“ zwingen, sich in der Folgeperiode ebenfalls extern auszuweiten.

Starke Schwankungen der Aktienindizes innerhalb eines Jahres (ein hoher Wert für *RAI*) signalisieren eine hohes Maß an Unsicherheit und sind mit einem signifikanten Rückgang der Fusionsaktivitäten verbunden.

Wie die Unternehmensbefragung der BVE allerdings gezeigt hat, sind die wichtigsten Faktoren bei einem Unternehmenskauf die Profitabilität und die Wachstumsrate des Zielunternehmens. Die absolute jährliche Veränderung der Umsätze der Branche der erworbenen Unternehmen hat einen hochsignifikant von Null verschiedenen, positiven Einfluss auf das Übernahmeverolumen. Damit kann eine verstärkte Investitionstätigkeit in Unternehmen aus Wachstumsbranchen tendenziell bestätigt werden.

Der Einfluss der Kapitalintensität einer Branche auf die Fusionsaktivität wird über die Faktoren „Investitionen“ und „Umsatz pro Beschäftigter“ in die Schätzung aufgenommen. Sie sind besonders hoch in Branchen, in denen technischer Fortschritt einen dominanten Wettbewerbsfaktor darstellt. Mit dem signifikant positiven Einfluss weisen diese Charakteristika auf das bei der BVE-Befragung (1998) häufig genannte Fusionsmotiv der „wachsenden technischen Ansprüche“ von kleinen und mittleren Unternehmen hin, die den Investitionsbedarf steigern (Vgl. S. 7). Darüber hinaus können in kapitalintensiven Branchen hohe Markteintrittsbarrieren für Neueinsteiger unterstellt werden, welche die Marktmacht und damit auch die Profitabilität der Unternehmen erhöhen.

Während die Konzentrationsrate der sechs größten Unternehmen gemessen am Umsatz keinen signifikant von Null verschiedenen Einfluss zeigt, steigen die Übernahmeverolumen bei sinkender Zahl von Unternehmen in der Branche des „Erworbenen“. Unter Beachtung der überwiegend horizontalen Fusionen im verwendeten Datensatz wird das Marktmachtmotiv durch den negativen Einfluss der Unternehmenszahl nochmals bestätigt. Fusionen sind in Branchen mit wenigen Konkurrenten profitabler als in Wettbewerbsbranchen.

Der geschätzte Parameter der Arbeitslosenquote (*UER*) als Konjunkturindikator weist mit einem positiven Wert auf ein anti-zyklisches Muster der Übernahmearaktivität hin. Ein linearer Trend zeigt in diesem Modell keinen Einfluss, unter der Berücksichtigung fixer Zeiteffekte ergeben sich allerdings signifikant positive Einflüsse der Jahre 1985 bis 1992 (das Ergebnis dieser Spezifikation ist hier nicht ausgewiesen). Bei der Interpretation der Ergebnisse dieser

Panelanalyse ist zu beachten, dass der betrachtete Zeitraum relativ kurz ist, die Daten stark aggregiert sind und die aktuelle Entwicklung nicht einbezogen werden konnte.

Zusammenfassend lassen empirische Studien trotz der angebrachten Kritik auf eine weiterhin steigende Fusionsaktivität in der Ernährungswirtschaft schließen. Dabei werden vor allem große Unternehmen in Wachstumsbranchen und in Branchen mit einer hohen Profitabilität akquirieren. Wichtigste Motive sind die Steigerung von Marktmacht sowie die Konzentration auf das Kerngeschäft über horizontale Zusammenschlüsse. Die Fusionsaktivität zeigt einen antizyklischen Verlauf. Die Übernahmevolumen sind um so höher, je höher die Kapitalintensität einer Branche und je geringer die Unternehmenszahl ist. Abgesehen von der Öffnung der nationalen Märkte ist aufgrund dieser Motive von einer steigenden Konzentrierung der Ernährungsindustrie auszugehen.

Die Auswirkungen von Fusionen auf den Wettbewerb werden von den Wettbewerbshütern konträr diskutiert. Einerseits ist die Gefahr einer Wettbewerbsbeeinträchtigung durch Zusammenschlüsse laut MÜLLER (2000), Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, trotz steigender Fusionszahlen mit der fortschreitenden Internationalisierung eher gesunken. Andererseits sieht VAN MIERT (2000), Mitglied der Europäischen Kommission, die Gefahr dort, wo Großfusionen eine „kritische Grenze“ erreichen, also oligopolistische Marktstrukturen schaffen oder vertiefen. Damit ist auch die gemeinsame Marktbeherrschung durch mehrere Unternehmen zu begutachten. Aus diesem Grund ist eine fortlaufende Anpassung des Wettbewerbsrechts an die zunehmende Internationalisierung unerlässlich. Deshalb wird im folgenden Abschnitt das deutsche und europäische Fusionskontrollrecht am Beispiel zweier Fusionen aus dem Bier- und Getränkemarkt dargestellt. Diese Fallstudien zeigen, inwieweit die Wettbewerbspolitik der Änderung der Marktstrukturen durch Fusionen entgegenwirkt.

4 Deutsches und europäisches Wettbewerbsrecht: dargestellt am Beispiel zweier Fusionen aus der Ernährungswirtschaft

Das Leitbild der Wettbewerbspolitik hat sich in unserem Jahrhundert mehrfach gewandelt. Ausgangspunkt war die Vorstellung des „vollständigen Wettbewerbs“, ein Leitbild, das allein auf die Marktstruktur - insbesondere auf die Zahl der Firmen - abstellt. Fusionen reduzieren

die Zahl der Konkurrenten, vermindern damit den Wettbewerb und sind deshalb abzulehnen. In den 30er Jahren wurde diese Sicht etwas erweitert zum Leitbild des „funktionsfähigen Wettbewerbs“, ein Leitbild, das etwas stärker das Verhalten der Unternehmen berücksichtigt und zumindest den weiten Oligopolen positiv gegenübersteht. Die neueren Ansätze der 80er und 90er Jahre, die Theorie der „contestable markets“, zeigen, dass selbst Monopole ihre Marktmacht nur eingeschränkt ausüben können, wenn Markteintrittsschranken fehlen. Dieses erzwingt die Abwendung von der alleinigen Betrachtung der Marktstruktur und eine ausführlichere Analyse der Verhaltenskomponente. Diese Veränderungen spiegeln sich auch in der Ausgestaltung des Wettbewerbsrechts wider. So untersagte das Bundeskartellamt im September 2000 den Discountern Aldi, Lidl und Wal-Mart den dauerhaften Verkauf einzelner Produkte (z.B. Milch) unter dem Einstandspreis. Durch eine gegenseitige Preisunterbietung haben diese Unternehmen ihre Marktmacht gegenüber kleineren und mittleren Handelsunternehmen wettbewerbsbehindernd ausgeübt (Bundeskartellamt, 2000a).

Das „Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung“ (GWB) trat 1958 in Kraft und wurde seitdem sechs Mal novelliert. Die letzte Überarbeitung 1999 hatte zum einen die Modernisierung und Straffung des Gesetzestextes und die Stärkung des Wettbewerbsprinzips zum Ziel, zum anderen wurde die Harmonisierung mit dem europäischen Recht im Zuge der Globalisierung angestrebt (SCHMIDT, 2000). Aufgrund der konstant hohen Zusammenschlusszahlen seit Ende der 80er Jahre (mit ca. 1500 Fällen) und der Zunahme in den Jahren 1997/98 (mit ca. 1800 Fällen) verdoppelte das Bundeskartellamt gleichzeitig den Schwellenwert für eine kartellbehördliche Prüfung deutscher Fusionen auf 1 Mrd. DM weltweiten gemeinsamen Umsatzes (Bundeskartellamt, 1999/2000). Die Fallstudie „Holsten/Königs-Brauerei“ illustriert die Inhalte der **deutschen Fusionskontrolle**.

Im Januar 2000 meldete die **Holsten-Brauerei AG**, Hamburg, dem Bundeskartellamt die Absicht, die **Königs-Brauerei GmbH&CoKG**, Duisburg, vollständig zu erwerben. Die Prüfung dieser Anmeldung ergab, dass es sich erstens bei diesem Erwerb um einen Zusammenschluss im Sinne des GWB handelt, der den Erwerb von Vermögen oder Kontrolle eines Unternehmens, ganz oder anteilig, beinhaltet. Zweitens wurde festgestellt, dass das Zusammenschlussvorhaben in den Geltungsbereich der Zusammenschlusskontrolle fällt. Eine Unternehmensfusion ist kontrollpflichtig, wenn die beteiligten Unternehmen im letzten Geschäftsjahr vor dem Zusammenschluss insgesamt weltweit Umsatzerlöse von mehr als einer Milliarde DM erwirtschafteten oder wenn mindestens ein Unternehmen im Inland

Umsatzerlöse von mehr als 50 Millionen DM erzielte. Mit Umsatzerlösen von über 1 Mrd. DM („Holsten“) und über 300 Mill. DM (Königs-Brauerei) im Inland im Vorjahr war diese Übernahme vor Vollzug anzumelden. Die Schwellenwerte der EU (s. unten) werden damit jedoch nicht erreicht.

Die Holsten-Gruppe ist nach der Binding-Gruppe der zweitgrößte Brauerei-Konzern in Deutschland, die König-Brauerei belegt gemessen am Bierausstoß Platz elf. Damit besteht die Gefahr, dass diese Akquisition eine marktbeherrschende Stellung begründet oder verstärkt und nach §36 Absatz 1 GWB untersagt werden muss, falls die Unternehmen keine Verbesserung des Wettbewerbs durch die Fusion nachweisen können, die die Nachteile der Marktbeherrschung übersteigt.

Zur Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes wurde davon ausgegangen, dass Bier mit anderen alkoholischen und nichtalkoholischen Getränken nicht austauschbar ist und somit nur die Wettbewerbsverhältnisse auf dem Biermarkt bei der Prüfung des Antrags betrachtet werden. Die Beschlussabteilung geht von einem einheitlichen Produktmarkt aus, der auf Grund unterschiedlicher Vertriebsstrukturen nach den Teilmärkten „Fassbier“ und „Flaschen- und Dosenbier“ zu differenzieren ist.

Der räumlich relevante Markt lässt sich in Regionen (Bundesländer) mit unterschiedlichen Wettbewerbsverhältnissen und –strukturen unterteilen, da Nachfragepräferenzen, Preise und Angebot variieren. Selbst Brauereikonzerne, die mehrere Biermarken herstellen, haben für jede ein einzelnes „Kernabsatzgebiet“, in dem der wesentliche Teil des Absatzes erfolgt. Die Kernabsatzgebiete der Holsten- und der Königs-Brauerei überschneiden sich vornehmlich in Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen einschließlich Bremen und in Hessen. Ein Zusammenschluss würde die Marktstellung der beteiligten Unternehmen insbesondere in Schleswig-Holstein und Hamburg beim Absatz von Flaschen- und Dosenbier erheblich verstärken und müsste deshalb untersagt werden.

Noch vor Ende der Prüfungsfrist im April 2000 wurde durch den Verfahrensbevollmächtigten ein Vertrag bei dem Bundeskartellamt vorgelegt, der die Lizenzierung und Veräußerung der Biermarke „Ratsherrn“ betrifft, die einem Konzernunternehmen der Holsten-Brauerei gehörte. Dieser Verkauf beeinflusste die Entscheidung des Bundeskartellamtes wesentlich, da er den Marktanteilszuwachs durch die Fusion in den Regionen Schleswig-Holstein und Hamburg ausgleichen kann. Der Zusammenschluss wurde Ende April 2000 von der Beschlussabteilung des Bundeskartellamtes freigegeben (Bundeskartellamt, 2000b).

Das **europäische Kartellrecht** hat im wesentlichen dieselbe Zielsetzung wie das deutsche. Schutzgegenstand ist der europäische Binnenmarkt (NOLL, 1999). Die EG-Fusionskontrollverordnung wurde zuletzt im Juni 1997 geändert. In die Zuständigkeit der EG-Kommission zur Prüfung und Entscheidung über die Fusionsvorhaben fallen danach Zusammenschlüsse von gemeinschaftsweiter Bedeutung. Dazu gehören Fusionen zwischen Unternehmen, deren

- weltweiter Gesamtumsatz über 5 Mrd. Ecu (rd. 10 Mrd. DM) liegt und
- von denen mindestens 2 der beteiligten Unternehmen einen Gesamtumsatz in der EG von jeweils mehr als 250 Mill. Ecu (rd. 500 Mill. DM) erzielen⁹.

Die Zuständigkeit verbleibt bei der nationalen Behörde, soweit die beteiligten Unternehmen jeweils mehr als 2/3 ihres gemeinschaftsweiten Umsatzes in einem und demselben Mitgliedstaat erzielen und somit überwiegend ein Mitgliedstaat von den Auswirkungen der Fusion betroffen ist (Europäische Gemeinschaft, 1997).

Mit einem gemeinsamen Weltumsatz von über 17 Mrd. ECU und europaweit knapp 6 Mrd. ECU der amerikanischen **Coca-Cola Company** (Hersteller von kohlensäurehaltigen Erfrischungsgetränken, im folgenden KEG) und der dänischen **Carlsberg A/S** (Hersteller und Großhändler von Bier und anderen Getränken, Abfüllgesellschaft von kohlensäurehaltigen Erfrischungsgetränken) fiel die Gründung des Gemeinschaftsunternehmens Coca-Cola Nordic Beverages im Jahr 1997 unter die europäische Fusionskontrollverordnung. Keines der Unternehmen realisierte mehr als 2/3 des Umsatzes in einem und demselben Mitgliedsstaat.

Die Kommission hat einzutreten, wenn Fusionen eine marktbeherrschende Stellung begründen oder verstärken und in Folge ein wirksamer Wettbewerb im gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil davon erheblich behindert wird.

Eine marktbeherrschende Stellung liegt laut Definition des Gerichtshofes vor, wenn ein Unternehmen die Fähigkeit besitzt, einen wirksamen Wettbewerb zu verhindern, indem es sich in spürbarem Maße unabhängig von den Wettbewerbern und Verbrauchern verhält.

⁹ Weiterhin sind Zusammenschlüsse von gemeinschaftsweiter Bedeutung, wenn

- die beteiligten Unternehmen insgesamt einen weltweiten Umsatz von 2,5 Mrd. Ecu (rd. 5 Mrd. DM) und
- mindesten 2 Firmen einen gemeinschaftsweiten Umsatz von über 100 Mio. Ecu (rd. 200 Mio. DM) erzielen und
- alle beteiligten Unternehmen zusammen in mindestens 3 Mitgliedstaaten einen Gesamtumsatz von jeweils mehr als 100 Mio. Ecu (rd. 200 Mio. DM) erzielen und
- mindestens 2 der beteiligten Unternehmen in jedem dieser 3 Mitgliedstaaten einen Umsatz von mehr als 25 Mio Ecu (rd. 50 Mio. DM) erzielen.

Ziel der Gründung von Coca-Cola Nordic Beverages war ein Wachstum der Marken von Coca-Cola im nordischen Markt. Dieser Zusammenschluss hätte laut Gutachten der Kommission strukturelle Auswirkungen in dem gesamten Wirtschaftszweig der KEG-Industrie zur Folge gehabt, die zur Beseitigung des bestehenden und des potentiellen Wettbewerbs, insbesondere in Dänemark und Schweden, geführt hätten.

Bei der Prüfung des Zusammenschlusses stellte die Kommission eine allgemeine Stärkung der Marktmacht auf Marken- und Abfüllebene fest. Auf Markenebene sind Carlsberg (mit einem Marktanteil von 10-15%) und Coca-Cola (mit 40-45%) mehr als fünfmal größer als die nächstgrößten Markeneigentümer. Auf Ebene der Abfüllunternehmen hat Carlsberg (mit 40-45%) einen fast viermal größeren Marktanteil als die nächstfolgenden Abfüller. Damit ist ein hoher Konzentrationsgrad vorhanden.

Mit den höchsten Absatzzahlen in der KEG-Industrie ist das Angebot von Cola-Getränken in Verbindung mit den wichtigen Bier- und Wassermarken von Carlsberg für den Einzelhandel beinahe unumgänglich. Kein anderer dänischer Anbieter hat ein vergleichbares Angebot. Somit ist die Marktstärke der verbleibenden Wettbewerber (horizontaler Aspekt) gering und die Wahlmöglichkeit der Abnehmer und ihr Zugang zu Beschaffungsmärkten (Gegenmacht der Käufer, vertikaler Aspekt) begrenzt. Auf Abfüllebene ist davon auszugehen, dass sich Carlsberg mit seinen Tochterunternehmen und Beteiligungen schon vor dem Zusammenschluss in spürbarem Maße unabhängig von den Wettbewerbern und Verbrauchern verhält. Die Stärke der Verhandlungsposition der Nachfrager ist somit gering.

Marktzutrittsschranken des potentiellen Wettbewerbs sind durch die Stärke der Marken und der Kundenbindung sehr hoch. Als potentielle Wettbewerber kommen nur die bereits bestehenden dänischen Markenanbieter in Frage. Die Einführung von neuen Marken ist mit hohen Aufwendungen für Werbung und Marktförderung verbunden, was das Markteintrittsrisiko verstärkt. Hinzu kommt der notwendige Zugang zu Abfüll- und Vertriebssystemen. In Dänemark haben alle großen Brauereien ihr eigenes Vertriebssystem, welches von neuen Anbietern erst errichtet werden oder alternativ mit Wettbewerbern verhandelt werden müsste. Die Pflicht, wiederverwertbare Behältnisse bestimmter Normen zu verwenden, macht eine zusätzliche Verteilung der KEG über bestehende Vertriebssysteme unumgänglich. Ein neuere Vertriebsweg wird schwer zu finden sein, da die vorhandenen Brauereien mit ihren eigenen Marken gut am Markt etabliert sind und Carlsberg an einem Großteil der Firmen beteiligt ist. Ein Markteintritt wäre in kleinerem Umfang über

Händlereigenmarken möglich, diese sind jedoch im Dienstleistungs- und Gaststättengewerbe von geringer Bedeutung.

Wie in der Fallstudie Holsten/König wurde auch dieser Zusammenschluss genehmigt, nachdem die Parteien Veräußerungsverpflichtungen und Änderungen der Vereinbarungen zugesagt haben, die in erster Linie das Unternehmen Carlsberg betreffen. Dazu gehörten 2 Veräußerungen (eine davon bedeutend für die Marktmacht der Konkurrenz) und Änderungen bezüglich der Lizenz- und Aktionärsvereinbarungen. Coca-Cola musste auf die Bereitstellung und den Erwerb einer weiteren, bereits etablierten Marke verzichten (Europäische Kommission, 1997).

Die Fallstudien Holsten/König und Coca-Cola/Carlsberg zeigen, dass bei der Analyse von Marktstrukturänderungen durch Unternehmenszusammenschlüsse nicht nur die Fusionszahl allein, sondern auch die damit verbundenen Veräußerungen von Unternehmensteilen betrachtet werden müssen.

5 Zusammenfassung

Das bedeutendste Motive für Fusionen in der Ernährungswirtschaft ist der Erhalt bzw. die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit. Eine Marktwertsteigerung kann dabei über eine Erhöhung der Marktmacht oder Effizienzsteigerungen nach dem Zusammenschluss erreicht werden. Als weiteres Motiv für Zusammenschlüsse kann jedoch auch die Ausdehnung der Handlungsmacht der Manager eine Rolle spielen, die nicht zwingend das Wohl des Unternehmens zum Ziel hat. Eng mit den genannten Motiven verknüpft sind die Auswirkungen von Fusionen sowohl für den Marktwert der beteiligten Unternehmen als auch die Wohlfahrt der Volkswirtschaft insgesamt. Während die Realisierung von Rationalisierungs- und Synergieeffekten mit positiven Wirkungen für die Wohlfahrt verbunden ist, überwiegen bei „Marktmachtmotiven“ bzw. den opportunistischen Zielen des Managements negative Wohlfahrtseffekte.

Eine Befragung der Unternehmen der deutschen Ernährungswirtschaft zeigt eine hohe Akquisitionsbereitschaft, insbesondere bei den größten Unternehmen. Dabei sind die Hauptmotive die Konzentration auf Kernaktivitäten und Vervollständigung des Produktpportfolios, ein gesättigter Heimatmarkt und geographische Ausweitung und letztlich die Konsolidierung im Lebensmitteleinzelhandel. Bei einem Unternehmenskauf sind vor allem die Profitabilität und das Wachstumspotential des zu veräußernden Unternehmens

entscheidend. Kleinere Unternehmen geben besonders wachsende technische Ansprüche als Fusionsmotiv an. Eine ex-post Analyse der tatsächlich realisierten Fusionen in 21 Industriebranchen Deutschlands für die Periode von 1976 bis 1994 bestätigt im wesentlichen diese Ergebnisse. Die ökonometrischen Schätzungen zeigen eine selbstverstärkende Wirkung und einen anti-zyklischen Verlauf der Übernahmevolumen aus der Branche der erworbenen Firmen. Branchenspezifische Indikatoren weisen auf positive Einflüsse der Wachstumsrate (gemessen am Umsatz) und der Kapitalintensität (zur Approximation der technischen Ansprüche und der Marktmacht) auf die Fusionsaktivität hin. Die Zahl der Unternehmen hat einen negativen Einfluss auf die Transaktionsvolumina. Diese Ergebnisse weisen auf eine weiterhin steigende Fusionsaktivität mit konzentrationssteigernder Wirkung hin.

Das angewandte deutsche und europäische Wettbewerbsrecht zeigt jedoch, dass der reine Anstieg der Fusionsaktivität nicht zwingend auf eine Veränderung der Marktstruktur schließen lässt. So kann eine Veräußerung im Zuge eines Unternehmenskaufs die wettbewerbsbeschränkende Wirkung von Fusionen neutralisieren.

Literatur

BREITENACHER, M.; TÄGER, U. C. (1996): Branchenuntersuchung Ernährungsindustrie. Berlin/München.

Bundeskartellamt (1976-1997/1998): Tätigkeitsberichte, Bonn.

Bundeskartellamt (1999/2000): Tätigkeitsbericht, Bonn.

Bundeskartellamt (2000a): Beschluss in dem Kartellverwaltungssache B 9 – 74/00 (Wal-Mart) und den Kartellverwaltungsverfahren B 9 – 84/00 (Lidl) und B 9 – 85/00 (Aldi). Im Internet unter <http://www.bundeskartellamt.de/kartell.html>.

Bundeskartellamt (2000b): Beschluss in dem Verwaltungsverfahren Holsten-Brauerei AG/König-Brauerei AG. 2. Beschlussabteilung, B 2 – 15963 – U -8/00, Bonn. Im Internet unter <http://www.bundeskartellamt.de/B2-8-00.pdf>.

Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie (BVE); PriceWaterhouseCoopers (1998): Industriestudie: Fusionen, Akquisitionen und Unternehmensverkäufe in der deutschen Ernährungsindustrie. Fachverlag Moderne Wirtschaft.

DRESCHER, K.; WEISS, C. (2001): Bestimmungsfaktoren der regionalen Marktstruktur im deutschen Einzelhandel. Workingpaper

Europäische Gemeinschaft (1997): Amtsblatt L 180. Im Internet unter:
http://europa.eu.int/comm/competition/mergers/legislation/c406489_de.pdf

Europäische Kommission (1997): Dokument 398D0327: Entscheidung der Kommission vom 11. September 1997 zur Erklärung der Vereinbarkeit eines Zusammenschlusses mit dem gemeinsamen Markt und der Funktionsweise des EWR-Abkommens. Amtsblatt Nr. L 145 vom 15/05/1998, S. 0041-0062.

Im Internet unter: http://europa.eu.int/eur-lex/de/lif/dat/1998/de_398D0327.html

FARRELL, J.; SHAPIRO, C. (1990): Horizontal Mergers: An Equilibrium Analysis. The American Economic Review. Vol. 80, No. 1, S. 107-126.

GORG, C. (2001): Tief in die Tasche. In: Wirtschaftswoche, Nr. 33, 09.08.2001, S. 46f.

GWB (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung) (1999), Siebenter Abschnitt, §§ 35-43.

HERRMANN, R.; REINHARDT, A.; ZAHN, C. (1996): Wie beeinflusst die Marktstruktur das Marktergebnis? Ein empirischer Test am Beispiel von Produktinnovationen in der Ernährungswirtschaft. Agrarwirtschaft, H. 4/5, 45.

Institut der deutschen Wirtschaft (iwd) (2000a): Firmen auf der Höhe der Zeit. Nr. 31, S. 6f.

Institut der deutschen Wirtschaft (iwd) (2000b): Auslandsinvestitionen: Auf der Suche nach neun Absatzmärkten. Nr. 33, S. 8.

Institut der deutschen Wirtschaft (iwd) (2001): Hoch-Zeit für Firmen-Ehen. Nr. 35, S. 4f.

KLEINERT, J. (2000): Megafusionen: Welle oder Trend?. Die Weltwirtschaft, h. 2, S. 171-186.

MADAKOM (2000): Innovationsreport 2000, Köln.

MÜLLER, W. (2000): Megafusionen – eine neue Herausforderung für das Kartellrecht?. In: HANSEN, K.: Megafusionen – eine neue Herausforderung für das Kartellrecht?. Bonn 2000. S. 23-37.

NEUMANN, G.; WEISS, C. (2001): Strukturwandel durch Fusionen im Ernährungssektor: Ein anhaltender Konzentrationsprozess?. Agrarwirtschaft, H. 6, 50.

NOLL, B. (1999): Globalisierung und Megafusionen -Möglichkeiten und Grenzen internationaler Wettbewerbspolitik. In: WIENERT, H. (Hrsg.): Wettbewerbspolitische und strukturpolitische Konsequenzen der Globalisierung. Pforzheim 2000. S. 6-28.

PENKER, W. (2000): Unternehmensfusionen: Zwang zur Größe?: Ursachen, Effekte und potentielle Probleme. Zeitschrift der Gesellschaft für das öffentliche Haushaltswesen, Bd. 41, S. 78-86.

SCHMIDT, I. (2000): Die Europäische Fusionskontrolle – eine Synopsis. In: Oberender, P.: Die europäische Fusionskontrolle. Berlin, S. 9-26.

- TICHY, G. (1991): Fusionen und Wettbewerbspolitik. WiSt, H. 7, S. 357-360.
- TICHY, G. (1999): Firmengröße und Globalisierung. In: BÖGENHOLD, D. (Hrsg.): Unternehmensgründung und Dezentralität. Opladen/Wiesbaden 1999. S. 127-143.
- VAN MIERT, K. (2000): Megafusionen und die globale Fusionswelle –eine Herausforderung für das Kartellrecht?. In: HANSEN, K.: Megafusionen – eine neue Herausforderung für das Kartellrecht?. Bonn 2000. S. 38-53.
- WEINDLMAIER, H. (1998): Molkereistruktur in Deutschland: Entwicklungstendenzen und Anpassungserfordernisse. Agrarwirtschaft, H. 47, 6, S. 242-250.

Die Autoren danken der STIFTUNG SCHLESWIG-HOLSTEINISCHE LANDSCHAFT für die finanzielle Unterstützung des Forschungsprojektes „Wettbewerbsmonitor Schleswig-Holstein –Aufbau eines Wettbewerbsmonitors zur Verbesserung des Wettbewerbsstandortes der schleswig-holsteinischen Land- und Ernährungswirtschaft“.