

Angebotsseitige Erklärungsfaktoren der Inflationsentwicklung in Österreich

Jürgen Janger¹

Die angebotsseitige Analyse der Sektoren, die seit Herbst 2007 die Preisentwicklung bestimmen, weist aus mittelfristiger Perspektive auf Wettbewerbsmangel in folgenden Sektoren hin: Milchverarbeitung und -großhandel, Herstellung von Teigwaren, Elektrizität und Gas, Zementherstellung und Apotheken. Weniger deutliche Hinweise finden sich in: Herstellung von Ölen und Fetten, Einzelhandel mit Bekleidung, Herstellung und Großhandel von pharmazeutischen Erzeugnissen, Handel mit Kraftwagenteilen sowie Abwasserbeseitigung und Müllabfuhr. Wenige bis keine Hinweise finden sich in folgenden Sektoren: Herstellung von Backwaren, Getreidegroßhandel, Lebensmitteleinzelhandel (LEH), Baumärkte, Herstellung und Großhandel von Baumaterialien, Tankstellen und Schuheinzelhandel. Im LEH dürften marktwirtschaftlich legitime Unternehmensstrategien zur Preisentwicklung beigetragen haben. Weiters könnte ein Teil der Preissteigerungen auf Erhebungsprobleme zurückzuführen sein (Regalbeobachtung statt Scannerdaten), sowie auf Zweitrundeneffekte auf Unternehmensseite, wenn ein Umfeld allgemein steigender Preise die Durchsetzung von Preiserhöhungen erleichtert.

In vielen Sektoren sind zusätzliche, tiefer gehende Analysen notwendig. Für den Bereich Apotheken (Wirkstoffverschreibung) und Müllabfuhr (Änderung Gebührenregelung) gibt es wirtschaftspolitische Hebel. Das (begrenzte) Potenzial für inflationssenkende Maßnahmen bei Nahrung und Energie umfasst eine Beschränkung regionaler oder lokaler Verkaufsstellenkonzentrationen sowie einen integrierten europäischen Energiemarkt. Ein verstärktes Augenmerk sollte auf den Dienstleistungssektor gelegt werden, der mittelfristig den Inflationstrend in Österreich bestimmt. Notwendige Maßnahmen beinhalten eine Verbesserung der Datengrundlagen, eine ökonomische Wettbewerbsbeobachtung, eine Stärkung der Wettbewerbsbehörde, eine Regulierungsreform zur Erleichterung von Markteintritten und zur Stärkung von Wettbewerb sowie eine Erhöhung der Preistransparenz.

1 Einleitung

Die vorliegende Studie ist neben Fritzer et al. sowie Rumler und Valderrama (beide 2008) Teil des Analyseschwerpunkts der Oesterreichischen Nationalbank (OeNB) zum Thema Inflation in Österreich und widmet sich angebotsseitigen Inflationsursachen. Entwicklungen auf der Produktionsseite der Volkswirtschaft können kurz- bis mittelfristig Preissteigerungen auslösen. Höhere Endverbraucherpreise entstehen dabei durch Kostendruck- oder Marktmachtinflation. Bei der Kostendruckinflation werden Verteuerungen der Produktionsfaktoren (Arbeit, Rohstoffe etc.) über die Endproduktpreise an die Verbraucher weitergegeben. Bei

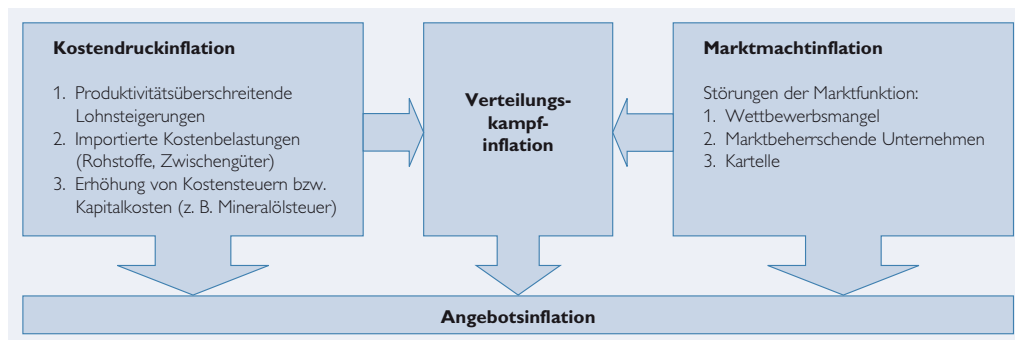
der Marktmachtinflation erhöhen Unternehmen aufgrund ihrer marktbeherrschenden Stellung, von Wettbewerbsmangel oder von Preisabsprachen mit Konkurrenten ihre Preise, um Gewinnmargen zu erhöhen (Gewinndruckinflation). Kommt es zum Zusammenspiel beider, wird dies als Verteilungskampfinflation bezeichnet: Unternehmen setzen Preise, Arbeitnehmer fordern Löhne. Unter dem Begriff der Zweitrundeneffekte wurde die Wahrscheinlichkeit für ein wechselseitiges Hochschaukeln bereits in Fritzer et al. (2008) untersucht.

Diese Studie konzentriert sich auf den möglichen Beitrag der Marktmachtinflation oder der Wettbewerbs-

¹ juergen.janger@oenb.at. Der Autor dankt Yvonne Grünwald und Beate Resch (beide OeNB) für die hervorragende wissenschaftliche Assistenz, Roland Zellhofer (Kreuzer Fischer&Partner) und Peter Voithofer (KMU Forschung Austria) für Expertengespräche sowie Konrad Pesendorfer (OeNB) für wertvolle Hinweise.

Wissenschaftliche
Begutachtung:
Liliane Karlinger,
Universität Wien

Quellen der Angebotsinflation



Quelle: Adaptiert aus Pätzold, 1998.

intensität zur aktuellen Inflationsspitze. Anhand der verfügbaren Daten sind nur die Beleuchtung der Marktfunktion und der Hinweis auf Wettbewerbsmangel möglich, die Identifikation von Kartellen bzw. von Preisabsprachen erfordert intensive Vorortrecherche bei Unternehmen, die Aufgabe der Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) ist. Die vorliegende Studie gliedert sich folgendermaßen: Kapitel 2 erklärt den Zusammenhang zwischen Wettbewerb und Preisentwicklungen, Kapitel 3 stellt einige Indikatoren für die Ermittlung von Wettbewerbsproblemen vor. Kapitel 4 wendet diese auf jene Sektoren an, die in aktuellen Studien (Fritzer et al., 2008; Salzburger Nachrichten, 2008) hauptverantwortlich für die jüngsten Preisspitzen zeichnen. Die Indikatoren werden um eine Kontextanalyse ergänzt. Kapitel 5 zeigt Handlungsoptionen für eine Verbesserung der Marktfunktion in diesen Sektoren.

2 Wie wirkt eine Wettbewerbsintensivierung auf die Preisentwicklung?

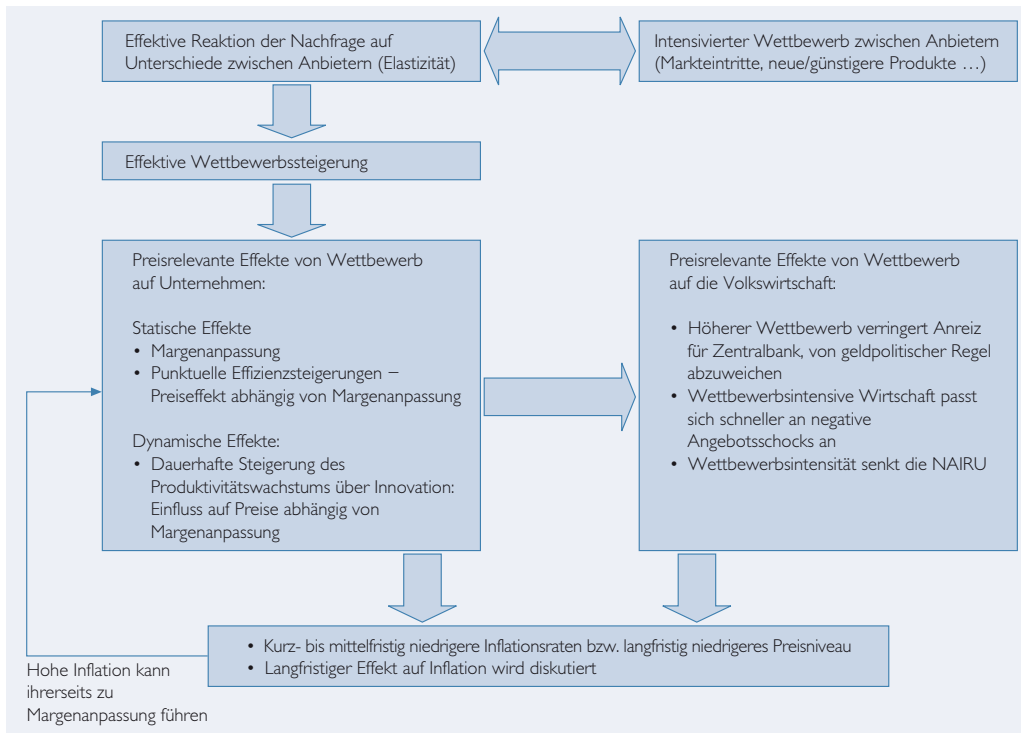
2.1 Mechanismen der Wettbewerbsintensivierung

Eine Intensivierung des Wettbewerbs äußert sich grundsätzlich in einer Verbesserung der den Nachfragern ange-

botenen Preis-Qualitäts-Kombinationen. Bestehende Firmen können ihre Produkte günstiger anbieten, die Qualität zum gleichen Preis steigern oder Kostensteigerungen nur reduziert weitergeben; neue Unternehmen können in den Markt eintreten, entweder über Neugründung oder aus dem Ausland. Damit das Angebot neuer Preis-Qualitäts-Kombinationen auch tatsächlich die Herstellerentscheidungen beeinflusst, müssen die Nachfrager vom bestehenden zum neuen Angebot effektiv wechseln. In welchem Ausmaß sie ihre Nachfrage verlagern, wird als Preis- und/oder Qualitätselastizität der Nachfrage bezeichnet und ist eine wesentliche Bedingung für die Transformation eines neuen Produktangebots in eine effektive Wettbewerbsintensivierung.

Zwei wichtige Determinanten der Nachfrageelastizität sind die Produktsuch- und die Lieferantenwechselkosten. Letztere sind nicht nur monetär zu erfassen, sondern auch über psychologische Phänomene, wie Markentreue, Vertrauen etc. Sind Such- und/oder Wechselkosten hoch, bleibt die Elastizität niedrig und der Wettbewerb auf gleichem Niveau. Sind beide niedrig, wird gesteigerter Wettbewerb per se die Nachfrageelastizität erhöhen. Empirisch zeigt sich auch eine höhere

Zusammenhang zwischen Wettbewerb und Inflation



Quelle: OeNB.

Nachfragelastizität in größeren Märkten (Sbordone, 2007), wie vermutet wegen der größeren Auswahl und Wechselmöglichkeiten in diesen Märkten.

2.2 Preiseffekte von Wettbewerb auf Unternehmensentscheidungen

Im Lehrbuchmodell des vollkommenen Wettbewerbs sind alle Firmen Preisnehmer, der Produktpreis entspricht den Grenzkosten, das heißt, der Gewinnaufschlag (*mark-up*) ist gleich 0. In der Realität sind die meisten Firmen auch Preissetzer und es gibt einen positiven Gewinnaufschlag. Ein intensiver Wettbewerb kann daher über mehrere Kanäle die Setzung von Pro-

dukt- oder Dienstleistungspreisen beeinflussen.

Erstens kann der Wechsel von Nachfragern eines Produkts zu anderen Herstellern den betroffenen Hersteller dazu bewegen, seinen Gewinnaufschlag zu reduzieren und so den Preis zu senken – ökonomische Renten sinken. Zweitens hängt im Fall von Kostensteigerungen der Gewinnaufschlag eines Unternehmens von der Sensibilität gegenüber der Preissetzung von Konkurrenten ab. Passen diese ihre Preise weniger stark an gestiegene Kosten an und ist der Wettbewerb demnach intensiver, wird dies geringere Preissteigerungen zur Folge haben.² Unternehmen

² Dies gilt für die Praxis, in der in der Regel der Preis über den Grenzkosten liegt und somit Potenzial für eine Dämpfung des Gewinnaufschlags zur Kompensation von Kostensteigerungen gegeben ist. Im theoretischen Modell des vollständigen Wettbewerbs entspricht der Preis den Grenzkosten, die ungedämpfte Weitergabe der Kosten ist hier ein Indikator für intensiven Wettbewerb. Ein relevanter Praxisfall betrifft jedoch z. B. Diskontprodukte im Lebensmittelhandel, wo die Margen so gering sind, dass Preissteigerungen, die Kostensteigerungen entsprechen, die Regel sind.

können diese Effekte bewusst durch Preis- und Marktanteilsabsprachen verhindern. Wenn die Margenanpassung zur Behauptung im Wettbewerb nicht ausreicht, wird drittens versucht werden, die Produktionseffizienz zu steigern. Durch Rationalisierungen, Auslagerungen etc. können die Produktionskosten und in weiterer Folge die Produktpreise gesenkt werden. Das Ausmaß der Senkung hängt auch davon ab, ob die Gewinnmarge konstant gehalten oder ebenfalls reduziert wird.

Diese Effekte sind statische Niveaueffekte, sie ermöglichen dem Hersteller eine einmalige Preisreduktion. In der gemessenen Inflation führen sie zu einem temporären Effekt auf die Preise, der nach dem Anpassungsprozess ausläuft. Um sich die relative Bedeutung dieser Effekte in der Praxis vorstellen zu können: Auer und Fischer (2008) schätzen, dass ein Marktanteilsgewinn von Niedriglohnländern auf dem US-amerikanischen Markt von 1% eine Reduktion der Produzentenpreise um 5% bewirkt. Dieser Effekt kommt je zur Hälfte durch die Senkung der Gewinnaufschläge und die Steigerung der Produktivität zustande.

Viertens kann intensivierter Wettbewerb auch zu dynamischen Effekten führen, wenn er für die betroffenen Unternehmen Anreize setzt, ihre Innovationsanstrengungen dauerhaft zu erhöhen und so nicht nur Produktionskosten senken, sondern auch Produktqualität steigern oder gänzlich neue Produkte entwickeln hilft. Dies kann zu einer dauerhaften höheren Produktivitätswachstumsrate führen (Aghion et al., 2005).³ Die Preisentwicklung kann je nach Anpassung von Gewinn-

margen und Entwicklung der sonstigen Kosten dauerhaft betroffen sein.

2.3 Preiseffekte von Wettbewerb auf die Volkswirtschaft

In der empirischen Literatur gilt es als gesichert, dass intensiver Wettbewerb zu einem temporären dämpfenden Effekt auf die gemessene Inflation führt (Cavelaars, 2003) bzw. zu einem niedrigeren Preisniveau (Przybyla und Roma, 2005). Wettbewerbsmangel kann demnach durchaus mit Preisstabilität vereinbar sein, jedoch auf einem höheren Preisniveau. Einige Untersuchungen kommen zum Schluss, dass Wettbewerb die Inflation auch mittel- bis langfristig beeinflussen könne. Die angenommenen Wirkungskanäle sind dabei unterschiedlich. Erstens liegt in einer Volkswirtschaft mit beeinträchtigtem Wettbewerb die Wirtschaftsleistung unter dem gesellschaftlich optimalen Niveau. Dies könnte einen Anreiz für die Zentralbank bilden, die Wirtschaft zu inflationieren, um so die Wirtschaftsleistung vorübergehend zu steigern. Erhöhter Wettbewerb würde demnach Druck von der Zentralbank nehmen, zu hohe Inflation zuzulassen (Cavelaars, 2003; Rogoff, 2003).

Zweitens kann eine wettbewerbsintensive Wirtschaft aufgrund der größeren Flexibilität negative Angebotschocks schneller und unter geringeren Inflationkosten verarbeiten (Eurosystem, 2006). Drittens kann erhöhter Wettbewerb die Arbeitslosenrate, die mit Preisstabilität vereinbar ist (NAIRU), senken. Besonders in langen konjunkturellen Aufschwungphasen, wie jener der USA in den 1990er-Jahren, wird erhöhtem Wettbewerb mit-

³ Der Zusammenhang zwischen Wettbewerb und Innovation wird von Aghion et al. (2005) nichtlinear in Form eines umgekehrten U beschrieben: Bei niedrigem Wettbewerb steigert zusätzlicher Wettbewerb die Innovationsrate, bei hohem Wettbewerb senkt zusätzlicher Wettbewerb die Innovationsrate.

telfristig inflationsreduzierende Wirkung zugeschrieben (Duca und Van-Hoose, 2001). Die Diskussion ist jedoch noch nicht abgeschlossen: Der längerfristige Zusammenhang zwischen Wettbewerb und Inflation verliert in einem Umfeld niedriger Inflation an Stärke (Cavelaars, 2003; Przybyla und Roma, 2005).

Die Kausalität kann auch in die umgekehrte Richtung weisen: Inflation beeinflusst die Gewinnaufschläge je nach Höhe der Suchkosten. Hohe Suchkosten senken die Nachfrageelastizität und erschweren den Wettbewerb, daher fällt es den betreffenden Unternehmen leichter, ihre Gewinnaufschläge in einem Umfeld gesteigerter Inflation zu heben: Zweitrundeneffekte auf Unternehmensseite werden begünstigt (die Preissteigerungen einiger Unternehmen führen zu Preissteigerungen bei anderen Unternehmen). Bei niedrigen Suchkosten (und Wechselkosten) und somit hoher Nachfrageelastizität führt gestiegene Inflation hingegen zu einer Reduktion der Gewinnaufschläge aufgrund des intensivierten Wettbewerbs (Gwin und Taylor, 2004).

3 Wie lassen sich Wettbewerbsprobleme und suboptimale Marktfunktion empirisch feststellen?

Wettbewerb tritt auf, wenn zwei oder mehr Unternehmen nach etwas streben, das nicht alle bekommen können (Stigler, 2008).⁴ Die Intensität oder die Intensivierung dieses Strebens zwischen Unternehmen kann aus einer Vogelperspektive nicht unmittelbar bemessen werden. Hinweise können zunächst nur indirekt über Stellvertreter-

variablen gewonnen werden. Beim Verdacht auf Verstöße gegen das Wettbewerbsgesetz sind Unternehmen zur Auskunft verpflichtet bzw. können auch unangekündigte Hausdurchsuchungen durchgeführt werden. Aber auch aus diesen Informationen lässt sich Wettbewerbsintensität nicht immer schlüssig dokumentieren. Im Anschluss werden einige Stellvertretervariablen dargestellt.

Zur Gliederung werden die Kennzahlen nach Marktstruktur, -verhalten und -erfolg sowie wirtschaftspolitische Einflussvariablen eingeteilt.⁵

3.1 Marktstrukturvariablen

3.1.1 Konzentration der Marktanteile

Die Konzentration von Marktanteilen der Unternehmenspopulation einer Branche wird häufig für ökonomische Sektoranalysen verwendet. Gemessen wird sie anhand des Konzentrationsquotienten, der Marktanteilssumme der größten auf dem Markt präsenten Unternehmen (z. B. CR3 oder CR5, die Marktanteilssumme der drei oder fünf größten Unternehmen einer Branche); und des Herfindahl-Hirschman-Indizes, der Summe der quadrierten Marktanteile aller Unternehmen eines Marktes.⁶ Empirisch ist der Zusammenhang mit höheren Gewinnaufschlägen allerdings selten eindeutig: A priori erleichtert Konzentration Preisabsprachen und somit höhere Gewinnaufschläge. Konzentration und damit steigende Unternehmensgröße erleichtert aber auch Skalen- und Verbundökonomien sowie F&E-Tätigkeit und somit Kostenreduktionen und Innovation. Weiters kann Konzentration die Folge von Innovationsanstrengungen sein,

⁴ "Competition arises whenever two or more parties strive for something that all cannot obtain".

⁵ Früher wurde auch ein kausaler Zusammenhang zwischen diesen Variablen gesehen (das Structure-Conduct-Performance-Paradigma).

⁶ Typische Schwellenwerte, z. B. in der österreichischen oder europäischen Fusionskontrolle, sind ein CR4 von 80 %, ein HHI von 2.000 bzw. eine HHI-Veränderung von mehr als 250 nach der Fusion.

Stellvertretervariablen für die Beurteilung der Wettbewerbsintensität eines Sektors

Variable	Definition	Empirische Umsetzung	Quelle	Aussagekraft ¹
Marktstruktur				
Konzentration	Marktanteilkonzentration innerhalb des relevanten Marktes	CRx (Summe der Marktanteile der x größten Unternehmen), HH-Index (Summe quadrierte Marktanteile)	Regulatoren, Branchenstudien etc.	gering
Integration	Markttiefe, Importpenetration	Marktgröße, potenzielle vs. aktuelle Handelsströme, Marktanteil EU-Anbieter	Außenhandelsstatistik, Firmendatenbanken	mittel
Unternehmensdemografie	(Potenzielle) Ein- und Austritte eines Sektors; Wachstum der Neueintritte relativ zu bestehenden Unternehmen	Anteil der Ein- und Austritte an Gesamtunternehmenspopulation eines Sektors; Umsatzentwicklung der Neueintritte vs. Branchendurchschnitt	n. a.	gering
Marktverhalten				
Preissteigerungen/-niveau	Internationale Entwicklung der sektoralen Inflationsraten, -niveaus	HVPI, Preisvariationskoeffizienten, Produktpreise	Eurostat, Nielsen	mittel bis hoch
Gewinnaufschläge	Differenz Preisgrenzkosten auf Produkt- und Sektorebene bzw. Lerner-Index	Verhältnis Wertschöpfung zu Lohnsumme; Roeger (1995); Gewinnaufschlagsentwicklung entlang der Wertschöpfungskette	Statistik Austria, STAN, EU Klems	hoch
Konsumentenverhalten	Ausmaß und Determinanten des Wechselverhaltens	Wechselrate, Suchkosten, Wechselkosten	Regulatoren, Umfragen, Branchenstudien etc.	hoch
Markterfolg				
Produktivität	Entwicklung der Arbeitsproduktivität, GFP	Wertschöpfung/Arbeitsstunde, TFP	EU KLEMS	mittel
Innovation und Humankapital	Innovations- und Humankapitalintensität	F&E-Ausgaben, Patente, Beschäftigungsstruktur	Statistik Austria, STAN, EU Klems	mittel
Gewinnmargen	Entwicklung der Gewinnmargen auf Unternehmens- und Sektorebene	EBIT-Marge, Bruttobetriebsüberschuss (<i>Gross Operating Surplus</i>)/Wertschöpfung	Statistik Austria, Firmendatenbanken	hoch
Wirtschaftspolitische Einflussvariablen				
Wettbewerbspolitik	Effektivität der Wettbewerbspolitik	Umfragen, Syntheseindikatoren	OECD, Global Competition Review GCR	mittel
Produktmarktregulierung	Ausmaß der Eintritts- und Verhaltensregulierung	Internationale Indikatorensets; Gesetzesrecherche	OECD, Doing Business	mittel

Quelle: OeNB; Przybyla und Roma, 2005; EZB, 2004; Europäische Kommission, 2007.

¹ Die Aussagekraft wird aufgrund von Datenverfügbarkeit, internationaler Vergleichbarkeit und Eindeutigkeit des Zusammenhangs mit Wettbewerbsintensität bemessen.

wenn Unternehmen Innovation bewusst zur Differenzierung einsetzen (Abschnitt 3.2.2). Ihr Effekt hängt eng mit der Nachfrageelastizität zusammen: Bei elastischer Marktnachfrage haben Konzentrationssteigerungen sehr ge-

ringe Auswirkungen auf Preissetzung und Gewinnaufschläge. Bei unelastischer Nachfrage kann sich zunehmende Konzentration stark preiserhöhend auswirken.

3.1.2 Integration und Marktgröße

Empirisch zeigt sich in größeren Märkten eine höhere Nachfrageelastizität. In Europa besteht in vielen Sektoren noch hohes Potenzial, die Marktintegration im Sinn einer zunehmend grenzüberschreitenden Zusammenführung von Angebot und Nachfrage zu erhöhen. Indikatoren für den Grad der Marktintegration sind z. B. die Markttiefe, der Anteil der gemessenen Handelsströme an den gesamten potenziellen Handelsströmen innerhalb eines Sektors zwischen zwei Ländern der EU; die Importpenetration eines Sektors, das heißt der Anteil importierter Produkte an den insgesamt verkauften Produkten; und die Preisvariationskoeffizienten zwischen Ländern, die insbesondere für einige Dienstleistungssektoren aufgrund der mangelnden Außenhandelsdaten besonders wichtig sind.

3.1.3 Unternehmensmarkteintritte und -austritte

Empirisch wird ein Zusammenhang zwischen niedrigen Eintrittsraten und mangelndem Wettbewerb vermutet, die bestehenden Marktteilnehmer schotten den Markt durch strategisches Verhalten, wie z. B. hohe versunkene Investitionen ab oder reagieren auf Neueintritte mit aggressiven Preisreduktionen, die den Neuankömmlingen keine Chance lassen. Der Nachweis ist schwer zu führen, weil Gründungs- und/oder Eintrittsraten sektoral stark variieren (etwa nach Höhe der Fixkosten beim Markteintritt) sowie international kaum seriös vergleichbar sind. Ein spürbarer Effekt auf den Wettbe-

werb ist zudem nicht gleich direkt nach Markteintritt zu erwarten, sondern erst, wenn das Unternehmen einen relevanten Marktanteil erzielt hat. Deshalb ist das Wachstum der Neueintritte wichtiger als die Anzahl der Neueintritte. Manchmal genügt auch die potenzielle Möglichkeit des Markteintritts von Konkurrenten, um bestehende Unternehmen zu wettbewerbsmäßigem Verhalten zu bewegen (Bestreitbarkeit von Märkten, Baumol et al., 1982).

3.2 Marktverhaltensvariablen

3.2.1 Preissteigerungsraten versus Preisniveaus

Der direkte Rückschluss von sektorspezifischen Inflationsraten auf Wettbewerbsprobleme ist in der Regel nicht zulässig: Branchen mit perfektem Wettbewerb lassen sich durch die Analyse von Preissteigerungsraten nicht zwingend von Branchen mit Wettbewerbsproblemen oder sogar Preisabsprachen unterscheiden. So ist das Endresultat von perfektem Wettbewerb – wie auch von Preiskartellen – ein einheitlicher Preis. Die Analyse international vergleichender Preisniveaus bietet einen wesentlich besseren Ausgangspunkt für die Identifikation von Wettbewerbsproblemen. Volkswirtschaftliche Preisniveaudaten, wie z. B. von Eurostat, leiden allerdings unter eingeschränkter Vergleichbarkeit wegen mangelnder Disaggregation, unterschiedlicher nationaler Konsumpräferenzen bzw. aufgrund der Probleme, die sich bei der Berechnung sektoraler oder noch tiefer gegliederter Kaufkraftparitäten ergeben.⁷

⁷ Auf Produktebene sind Preisniveauevergleiche mit den Daten von AC Nielsen für den Lebensmittelhandel möglich. Hier müssen ebenfalls vergleichbare Produkte zwischen den Ländern identifiziert werden. Zudem ist die Zuordnung der Produkte zu Ketten und Marken aufgrund der Vertraulichkeitsvereinbarungen von Nielsen mit dem Lebensmittelhandel nicht möglich.

3.2.2 Gewinnaufschläge (mark-ups)

Gewinnaufschläge sind definiert als das Verhältnis zwischen Preis und Grenzkosten. Bei perfektem Wettbewerb sollte der Preis gleich den Grenzkosten sein, das Verhältnis folglich bei 1 liegen. In der Praxis liegt der Preis beträchtlich über den Grenzkosten. Das Ausmaß der Divergenz zwischen Preis und Grenzkosten ist ein Indikator für die Abweichung der Realität vom „perfekten Wettbewerb“ oder für das Ausmaß von Marktmacht.⁸ In empirischen Untersuchungen erweisen sich Gewinnaufschläge als bestes Instrument, um Wettbewerbsprobleme zu identifizieren (z. B. Badinger, 2007; Badinger und Breuss, 2005; Cavelaars, 2003; Przybyla und Roma, 2005). Gewinnaufschläge müssen aufgrund der fehlenden Information über Grenzkosten approximiert werden, auf sektoraler Ebene z. B. durch das Verhältnis Bruttowertschöpfung zu Personalaufwand. Diese Methode ist sehr einfach und weist viele Einschränkungen auf (Przybyla und Roma, 2005).⁹

Gewinnaufschlagsentwicklungen müssen vorsichtig interpretiert werden: Sie können auch bei stark zunehmendem Wettbewerb steigen, wenn die Kosten etwa durch Produktivitätssteigerungen stärker sinken als die Preise fallen und so nicht zwangsläufig Marktdysfunktion zeigen. Wenn sich Unternehmen durch die Einführung neuer Produkte ein temporäres Monopol sichern, sind höhere Gewinnaufschläge auch als Kompensation für Innovations- und Investitionsanstrengungen zu werten. Ein niedriger Gewinn-

aufschlag kann schließlich auch aus der Verhandlungsmacht von Lohnverhandlern für die Arbeitnehmerseite resultieren; gelingt es diesen, sich einen großen Teil der ökonomischen Rente anzueignen, ist der Gewinnaufschlag gering trotz eventuellem geringem Wettbewerb.

Gewinnaufschläge können entlang der Wertschöpfungskette analysiert werden, um die Wettbewerbsintensität jeder Wertschöpfungsstufe anhand der Kostentransmission (*cost pass-through*) zu analysieren.¹⁰ Dies erfordert jedoch entsprechend durchgängig vorliegende Preisdaten von den internationalen Rohstoffmärkten über die Produzenten- und Großhandelspreise zu den Endverbraucherpreisen. Dies ist meist nur bei kurzen Wertschöpfungsketten, die relativ wenig Veredelungstiefe oder Produktveränderung aufweisen, etwa in der Lebensmittelerzeugung und dem -handel, möglich.

3.2.3 Konsumenten/Nachfrageelastizität

Die Wechselrate gibt den Anteil jener Konsumenten an allen Konsumenten einer Branche an, die innerhalb eines Jahres ihren Lieferanten wechseln. Daten liegen eher für regulierte Sektoren vor, wie z. B. Netzwerkindustrien. Weiters gibt es vereinzelt Untersuchungen zu Suchkosten (Gwin und Taylor, 2004)¹¹ sowie Umfrageergebnisse (z. B. Europäische Kommission, 2006).

Die Europäische Kommission arbeitet an der Erstellung eines Verbraucherbarometers (Europäische Kommission, 2008a, 2008b), das diese Daten

⁸ Gewinnaufschläge bilden die Basis des viel verwendeten Lerner-Index ($L = (\text{Preis} - \text{Grenzkosten})/\text{Preis}$).

⁹ Die Methode von Roeger (1995) kann in dieser Studie aus Zeitgründen nicht angewandt werden.

¹⁰ Es ist zwingend, dass bei geringen Gewinnaufschlägen gestiegene Vorproduktpreise stark durchschlagen. Gerade bei den billigsten Diskontprodukten werden daher die Endverbrauchssteigerungen am stärksten sein, wie auch in Österreich beobachtet wurde (Arbeiterkammer, 2008).

¹¹ Allerdings nicht für Endverbraucher, sondern für Großhändler.

systematisiert sammelt und zwischen den EU-Mitgliedstaaten vergleichbar macht. Die erste Version bringt bereits interessante vergleichende Daten. Grafik 3 zeigt eine simple Regression zwischen dem Anteil der Konsumentenbeschwerden pro Land und dem Durchschnitt der Inflation der letzten drei Jahre. Der signifikant negative Zusammenhang ergibt sich teils aus der fehlenden Kontrolle für weitere Variablen (*omitted variable bias*), aber dennoch zeigt er die Bedeutung von Konsumentenverhalten für die Marktfunktion: Forbes (2008) findet z. B., dass die erwartete Qualität die Anzahl der Beschwerden beeinflusst. Länderweise variierende Qualitätsansprüche können daher die Marktperformance beeinflussen. Der Anteil der Menschen, die sich über ein gekauftes Produkt oder eine gekaufte Dienstleistung beschweren, dürfte auch eine Stellvertretervariable für tiefer liegende strukturelle Unterschiede zwischen den Ländern sein.

3.3 Markterfolgsvariablen

3.3.1 Produktivität

Die Produktivitätsperformance von Ländern, Sektoren oder Unternehmen ist nicht direkt mit der Preisentwick-

lung in Verbindung zu bringen, da die Entwicklung der Gewinnaufschläge mitberücksichtigt werden muss (Abschnitt 3.2.2). Sie dient aber jedenfalls als Interpretationshilfe – Sektoren mit starker Produktivitätssteigerung und steigenden *Mark-ups* leiden eher nicht unter mangelndem Wettbewerb.

3.3.2 Innovation und Humankapital

Innovations- und Humankapitalkennzahlen sind vorgelagerte Produktivitätsdeterminanten und ermöglichen einen zusätzlichen Einblick in Sektorstrukturen. Für Sachgütersektoren können in der Regel die F&E-Intensität (F&E-Ausgaben als Anteil an der Bruttowertschöpfung) oder die Patenzahl herangezogen werden. Für Dienstleistungssektoren steht meist nur die sektorale Beschäftigungsstruktur nach Ausbildungsgrad zur Verfügung.

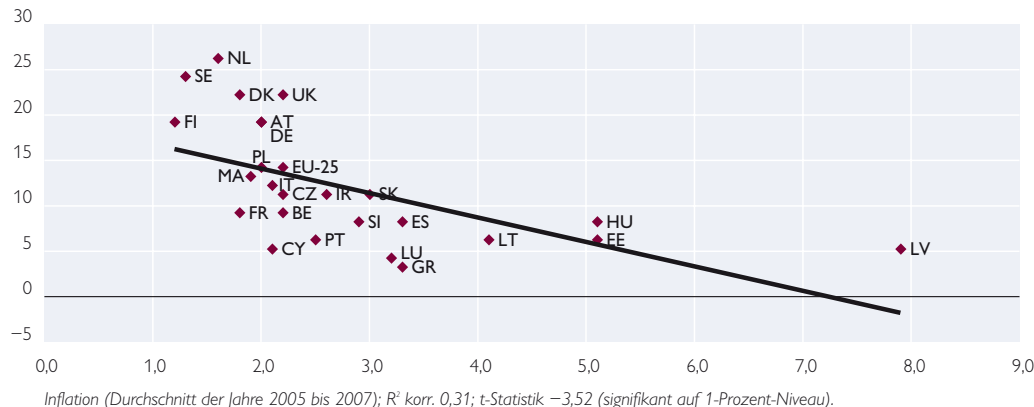
3.3.3 Gewinnmargen auf Unternehmens- und Sektorebene

Gewinnmargen auf Unternehmensebene können z. B. als Umsatzrentabilität (EBIT-Margen (Gewinn vor Finanzergebnis, außerordentlichem Ergebnis und Steuern als Anteil vom Umsatz)) oder als Kapitalrentabilität

Grafik 3

Inflation und Konsumentenbeschwerden

Anteil der Konsumenten, die im letzten Jahr eine offizielle Beschwerde an ein Unternehmen gerichtet haben



Quelle: OeNB, Eurostat, Europäische Kommission.

(ROI – Return on Investment)¹² berechnet werden. Gewinnmargen auf Sektorebene können als Anteil des Bruttobetriebsüberschusses (*gross operating surplus*) an der Bruttowertschöpfung dargestellt werden. Sie sind ein weiteres Element einer Marktbeurteilung – steigende Gewinnaufschläge können aus sinkenden Kosten oder steigenden Gewinnmargen resultieren. Effiziente Firmen sind in der Regel auch profitabel, hohe Gewinnmargen stellen damit per se noch keinen Hinweis auf ungenügenden Wettbewerb dar. Untersuchungen zeigen, dass die Gewinnmargen im Sachgütersektor im Vergleich mit Dienstleistungssektoren sowohl niedriger sind als auch stärker zwischen Ländern streuen (EZB, 2004). Die internationale Vergleichbarkeit ist eingeschränkt und leidet zum Teil gerade in Österreich unter der mangelnden Exekution von Bilanzveröffentlichungsvorschriften.

3.4 Wirtschaftspolitische Einflussvariablen

3.4.1 Wettbewerbspolitik

Die Effektivität der Wettbewerbspolitik und der Wettbewerbsgesetzgebung wird teilweise in empirischen Untersuchungen über Gewinnaufschläge verwendet. McCloughan et al. (2007) finden einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Effektivität der Wettbewerbspolitik und den Gewinnaufschlägen. Gesetzesbasierte Synthesebewertungen der Wettbewerbspolitik werden von der OECD erstellt (Høj, 2007). Teilbereiche der Wettbewerbspolitik, z. B. zu milde Fusions- und Übernahmekontrolle, werden ebenfalls mit Preissteigerungen in Zusammenhang gebracht (Ashenfelter und Hosken, 2008).

3.4.2 Produktmarktregulierung

Die Regulierung von Produktmärkten erfolgt in der Regel über die Regulierung des Markteintritts und des Marktverhaltens (*entry* und *conduct*). Regulierung des Markteintritts kann sich auf die Regulierung von Unternehmensneugründungen (gesetzliche Erfordernisse, wie z. B. Mindestkapital oder Qualifikationsnachweise) und den Markteintritt bestehender Unternehmen aus dem Ausland beziehen. Letzterer sollte zwischen EU-Mitgliedstaaten barrierefrei sein, doch nach wie vor bestimmen zahlreiche nationale Regelungen die Möglichkeit des Markteintritts ausländischer Unternehmen, etwa durch Qualifikationserfordernisse. Die Verhaltensregulierung setzt den Handlungen bestehender Unternehmen Rahmenbedingungen – im Einzelhandel z. B. gelten spezielle Regelungen für Geschäfte einer gewissen Größe oder die Ladenöffnungszeiten werden reguliert etc. In empirischen Untersuchungen erweist sich Produktmarktregulierung als signifikant für Produktivitätsentwicklungen (Nicoletti und Scarpetta, 2003); ihre Wirkung auf Preisentwicklungen erfolgt nur indirekt über ihren Einfluss auf die Gewinnaufschläge (Cavelaars, 2003).

International vergleichbare Indikatoren werden von der OECD erhoben. Die Aktualisierung des Produktmarktregulierungsdatensets für 2006 erfolgt allerdings nicht vor Herbst 2008, bis dahin stehen nur die Daten vom Jahr 2003 zur Verfügung (Conway et al., 2005). Die Indikatoren sind weiters meist nur für grob aggregierte Sektoren erhältlich. Für die Detailanalyse disaggregierter Sektoren bleibt daher oft nur die Beurteilung inländischer Gesetze nach ökonomischen Gesichtspunkten.

¹² *Earnings before Interest and Taxes (Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit – EGT).*

3.5 Zusammenfassung

In empirischen Wettbewerbsuntersuchungen ist es bedeutsam, nicht nur einen Indikator zu verwenden, sondern immer ein Gesamtbild zu konstruieren, das Marktstruktur, -verhalten und -erfolg beschreibt. Gewinnaufschläge, Gewinnmargen und Produktivität sollten zusammenhängend betrachtet werden: Verdächtig sind jedenfalls Sektoren mit hohem Preisniveau, hoher Konzentration, hohen Gewinnaufschlägen, hohen Gewinnmargen sowie niedrigen Produktivitätswachstumsraten. Die Notwendigkeit der datengestützten Analyse ist jedoch bei Sektoren reduziert, wo schon aufgrund der gesetzlichen Regulierung Wettbewerb nicht möglich ist. Ein Beispiel für einen integrierten Ansatz der Sektoruntersuchung stellt die proaktive und investigative Wettbewerbspolitik der dänischen Wettbewerbsbehörde dar. Sie verwendet folgenden Indikatorensatz zur Einstufung eines Sektors.

Im Folgenden werden nicht alle Sektoren der österreichischen Wirtschaft einzeln untersucht, sondern nur jene, wo anhand der Inflationsstatistik Preisspitzen in Österreich verzeichnet wurden (Fritzer et al., 2008; Salzburger Nachrichten, 2008). In diesen Sektoren gibt es eine spezifische nationale Komponente der Inflation, die über den Euroraum-Durchschnitt hinausgeht. Diese Studie legt ihren Fokus nicht auf den aktuellen Rand, das heißt auf die direkte Erklärung der Preisspitzen seit Oktober 2007 (die Wettbewerbskommission und das Österreichische Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) arbeiten dazu). Vielmehr wird eine mittelfristige Strukturperspektive eingenommen, die auf Optimierungsmöglichkeiten unabhängig von den aktuellen Preisspitzen hinweisen soll. Damit steht sie im Einklang mit dem mittelfristigen Inflationsziel des Eurosystems und mit dem Grundsatz, für kurzfristige Entwick-

Tabelle 2

Wettbewerbsindikatoren zur Identifizierung von Sektoren mit geringer Wettbewerbsintensität

	Kriterium	Punkteanzahl für Gewichtung
Öffentliche Regulierung	Wettbewerb durch Regulierung eingeschränkt, ja = 1, nein = 0	3
Konzentration	Umsatzanteil der vier größten Unternehmen (CR4) > 80%	2
Importe berücksichtigende Konzentration	Importe berücksichtigende CR4 > 50%	1
Gründungsrate	Jährliche Gründungsrate unter 3% in der Sachgüterindustrie, unter 8% bei Dienstleistungen	2
Marktanteilmobilität	weniger als 10% pro Jahr	2
Produktivitätsschwankungsbreite	Produktivitätsschwankungsbreite 25% über der durchschnittlichen Breite	2
Lohnniveau	Lohnniveau 15% über dem Niveau der dänischen Möbelindustrie	1
Rendite	Rendite 50% über dem Durchschnitt der dänischen Sektoren	2
Preisniveau	Preisindex 3 Prozentpunkte über dem EU-9-Durchschnitt	3
Einschätzung durch Wettbewerbsbehörde	Spezifische Einschätzung	

Quelle: Janger (2006).

lungen, die nur sehr schwer wirtschaftspolitisch beeinflussbar sind, tiefer liegende strukturelle Ursachen zu identifizieren.

4 Haben nationale strukturelle Probleme zur Preisdynamik Österreichs beigetragen?

Internationale negative Angebotschocks bei Nahrungsmittelrohstoffen und Energie gepaart mit längerfristig steigenden Nachfragetrends aus Schwellenländern stehen ohne Zweifel hauptsächlich hinter den derzeitigen Preissteigerungsspitzen in Österreich. Aber gibt es auch „hausgemachte“ Komponenten? Statistisch (Fritzer et al., 2008; Salzburger Nachrichten, 2008) wurden diese in den Sektoren aus Tabelle 3 identifiziert. Ihr HVPI-Gewicht beträgt insgesamt in einer weiten Definition 40,8 %, in einer engen Definition 21,8 %. Preisentwicklungen in diesen Sektoren können daher die gesamtwirtschaftliche Preisentwicklung maßgeblich beeinflussen. In der statistischen Nachzeichnung wurden teils nicht nur die Handelssektoren herangezogen, sondern auch die Produktionssektoren, um Effekte über die Wertschöpfungskette ansatzweise verfolgen zu können.¹³ Die öffentlichen Gebühren wurden nur insofern nachgezeichnet, als sie einer wertschöpfenden Leistungserstellung gegenüberstehen, z. B. Müllabfuhr, nicht aber reine Verwaltungsgebühren, wie z. B. motorbezogene Versicherungssteuer. Im Bereich der Energie sind die Daten für die Mineralölverarbeitung aufgrund der geringen Anzahl an Unternehmen (vier) geheim.

Im nächsten Schritt werden sektorübergreifende Wettbewerbseinflussfaktoren dargestellt. Der Zusammenhang mit Wettbewerb wurde jeweils in Abschnitt 3.2 beschrieben. Im zweiten Schritt werden die einzelnen Sektoren kurz untersucht.

4.1 Sektorübergreifende Wettbewerbsfaktoren

4.1.1 Begünstigung des Wettbewerbs durch Wettbewerbspolitik

Im Syntheseindikator der OECD zur Bewertung der Wettbewerbspolitik (Høj, 2007) werden die österreichische Wettbewerbspolitik und die entsprechende Gesetzgebung in puncto Wettbewerbsbegünstigung an die viertletzte Stelle der untersuchten Länder gereiht (Grafik 4).¹⁴ Österreichs Beurteilung folgt dabei aus einem als nur schwach wettbewerbsfördernd beurteilten gesetzlichen Rahmen, relativ weitgehenden Ausnahmen vom Wettbewerbsgesetz sowie hauptsächlich sehr unzureichenden Durchführungsmöglichkeiten der Wettbewerbspolitik: Österreich schneidet besonders schlecht bei den Ressourcen der Wettbewerbsbehörde ab. Die Daten der OECD-Untersuchung stammen aus dem Jahr 2003, damals gab es in Österreich noch kein Kronzeugenprogramm (seit 2006);¹⁵ außerdem wurden seither die Ressourcen etwas aufgestockt. Die österreichische Position hat sich seitdem verbessert. Die Ressourcenausstattung der BWB ist aber nach wie vor gering im Vergleich mit anderen Ländern, wie z. B. Dänemark (die personelle Ausstattung der BWB beträgt ca. ein Viertel

¹³ Nicht bei Bekleidung, Schuhen und Gas, da hier die Erzeugung in Österreich sehr gering ist; außerdem nicht im Kfz-Handel.

¹⁴ Nachdem der Sachgütersektor in Österreich hohem Wettbewerb ausgesetzt ist, dürfte dies vor allem für Dienstleistungssektoren mit eingeschränktem Wettbewerb durch ausländische Wettbewerber eine Rolle spielen.

¹⁵ Die Ausgestaltung der zurzeit bestehenden Kronzeugenregelung wird allerdings bemängelt (Öhlberger, 2006).

der dänischen Behörde, ein Drittel der finnischen Behörde). Nachdem Wettbewerbsuntersuchungen sehr zeitaufwendig sind (die Vorbereitung, Durchführung und Nachbearbeitung einer

Unternehmensdurchsuchung benötigt z. B. ein Personenjahr), beeinträchtigt dies die Umsetzung der wettbewerbsrechtlichen Vorgaben.

Tabelle 3

Untersuchte Sektoren

Sektor/Produkte (in Klammer: HVPI-Gewichte)	Statistische Nachzeichnung (NACE-Codes)	Große Firmen (unvollständige Auswahl) ¹
Nahrungsmittel (11,5%) – Milch, Käse und Eier (2,1%), Öle und Fette (0,4%); Brot und Getreideerzeugnisse (2,3%)	<ul style="list-style-type: none"> Landwirtschaftliche Gesamtrechnung (LGR) Produktion: 15.4 H.v. pflanzl. und tierischen Ölen und Fetten; 15.5 Milchverarbeitung; 15.81 H.v. Backwaren, 15.82 H.v. Dauerbackwaren, 15.85 H.v. Teigwaren Handel: 51.21 GH mit Getreide; 51.3 GH mit Nahrungsmitteln, 51.33 GH mit Milch, Eiern, Speiseölen; 51.39 GH mit Nahrungsmitteln allgemein; 52.11 EH, Schwerpunkt Nahrungsmittel; 52.2 Fach-EH m. Nahrungsmittel, 52.24 Fach-EH mit Backwaren 	<ul style="list-style-type: none"> Produktion: 15.51 Berglandmilch, Nöm, Rupp 15.81 Anker, 15.85 Recheis Handel: 51.21 Raiffeisen Genossenschaften, 51.33 Tirolmilch, Kärntnermilch, Tonis Freilandeier, Danone, 51.39 Spar, 52.11 Billa, Merkur, Interspar, Hofer, eigenständige Sparhändler
Energie/Verkehr – Elektrizität (1,8%) und Gas (0,7%); Rohöl/Treibstoffe (4,5%)	<ul style="list-style-type: none"> Produktion: 40.11 Elek.erzeugung, 40.12 Elek.übertragung Handel: 40.13 Elek.verteilung und -handel; 40.22 Gasverteilung u. -handel; 50.5 Tankstellen 	<ul style="list-style-type: none"> Produktion: 40.11 EVN, TIWAG, KELAG, Verbund, 40.12 BELAG Handel: 40.13 Salzburg Energie, Netzgesellschaften der Produktionsbetriebe (z. B. Wien Energie Stromnetz); 50.5 OMV Refining&Marketing, AGIP
Bekleidung (4,4%) und Schuhe (1,1%)	52.42 EH mit Bekleidung, 53.43 EH mit Schuhen	52.42 H&M, Kleiderbauer, Zara, Schöps; 53.43 Stiefelkönig, Deichmann, Reno, Vögele
Erzeugnisse für die Wohnungsinstandhaltung – wie Baumaterialien (1,4%)	<ul style="list-style-type: none"> Produktion: 25.23 H.v. Baubedarfsartikeln aus Kunststoff, 26.51 H.v. Zement, 26.6 H.v. Erzeugnissen aus Beton, Zement u. Gips, 26.61 H.v. Betonzeugnissen für den Bau Handel: 51.53 GH mit Holz, Baustoffen; 51.54 GH mit Bauelementen aus Metall sowie Installationsbedarf; 52.46 EH mit Metallwaren, Anstrichmitteln 	<ul style="list-style-type: none"> Produktion: 25.23 Internorm, 26.51 Lafarge Perlmooser; Wietersdorfer&Peggauer Handel: 51.53 einige Raiffeisen Lagerhäuser, 52.46 Baumax, Obi, Hagebau/Öbau, RWA Raiffeisen Ware
Pharmazeutische Erzeugnisse (1%)	<ul style="list-style-type: none"> Produktion: 24.4 H.v. pharmazeutischen Erzeugnissen Handel: 51.46 GH m. pharmazeutischen Erz.; 52.31 Apotheken 	<ul style="list-style-type: none"> Produktion: 24.4 Nycomed, Roche, Baxter, Lannacher Handel: 51.46 Boehringer-Ingelheim, Novartis, Sanofi-Aventis; 52.31 Individuelle Apotheken
Ersatzteile und KFZ-Zubehör (1,5%)	50 Kfz-Handel, Reparatur von Kfz; 50.3 Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör	50.3 Iveco, Euromaster, BMW, Bosch, General Motors
Öffentliche Gebühren/Administrierte Preise (12,9% insg., reduzierte Auswahl 0,6%)	90.01 Kanalisation und Kläranlagen, 90.02-01 Müllabfuhr	90.01 Energie AG Oberösterreich Wasser, Abwasserverband Grazerfeld; Hydro Ingenieure Umwelttechnik 90.02 Umweltdienst Burgenland, Saubermacher, Öko Box Sammelgesellschaft, ASA

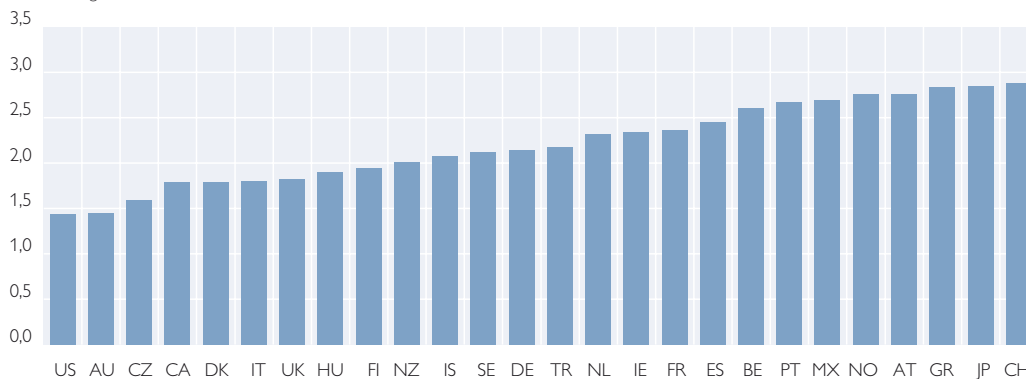
Quelle: OeNB.

¹ Bureau van Dijk Electronic Publishing AMADEUS-Datenbank 2008.

Anmerkung: H.v. = Herstellung von; GH = Großhandel; EH = Einzelhandel

OECD-Bewertung von Wettbewerbsgesetz und -politik, 2003

Zusammengesetzter Indikator, 0–6



Quelle: OECD.

4.1.2 Unternehmensgründungs- und -wachstumsregulierung

Die Unternehmensgründungsregulierung wurde für Personengesellschaften vereinfacht, bei der Gründung einer GmbH sind der Verwaltungsaufwand und die Mindestkapitalerfordernisse aber weiterhin hoch. Im Doing-Business-Vergleich der IFC (2007) liegt Österreich unter 24 OECD-Ländern nur an 21. Stelle. Kostenmäßig zu Buche schlagen in Österreich vor allem die Kosten für die notarielle Beglaubigung (ist in anderen Ländern gar nicht notwendig). Die hohe Anzahl der Verwaltungsschritte erklärt sich aus den vielen notwendigen Registrierungen, die bei acht Anlaufstellen (exkl. Bank) anfallen: Wirtschaftskammer, Notar, Handelsgericht, Bezirksverwaltungsbehörde, Finanzamt, Kranken- und Gesundheitsversicherung, Gemeinde, in deren Gebiet die Firma ihren Sitz hat. In Dänemark z. B. läuft alles über eine einzige Anlaufstelle (*one-stop shop*). Hauptbarriere für eine Gründung dürften aber die hohen Mindestkapitalerfordernisse von 35.000 EUR sein. Insbesondere im Dienstleistungssektor, wo die Gründungsintensität in der Regel wesentlich höher ist und Unter-

nehmen oft nur Computer benötigen, kann das hohe Mindestkapitalerfordernis zu einer Gründung als Personengesellschaft führen, wodurch die Wachstumsperspektiven beeinträchtigt werden können (Czarnitzki und Kraft, 2003). Nach Pressemeldungen arbeitet das Justizministerium an einer Senkung des Mindeststammkapitals auf 10.000 EUR.

Weitere institutionelle Markteintrittsbarrieren in Österreich sind sektorspezifisch und wirken direkt über z. B. die Vorschreibung von Befähigungsnachweisen für diverse Berufe (Gewerbeordnung) oder indirekt über Pensionsregime (z. B. freie Berufe).

Unternehmenswachstum kann wichtiger als Markteintritte sein, wie in Abschnitt 3.2 beschrieben. Aktuell gibt es in Österreich keine adäquaten rechtlichen Strukturen für die Tätigkeiten von Risikokapitalfonds; die Risikokapitalintensität ist eine der niedrigsten in den EU-15.

4.2 Datenanalyse der Sektoren mit Österreich-spezifischer Preissteigerungskomponente

In Tabelle 4 sowie in Grafiken 5 und 6 werden die Sektoren anhand der zuvor

beschriebenen Kriterien dargestellt.¹⁶ Sachgütersektoren wurden dabei mit dem Sachgütersektor insgesamt, Dienstleistungssektoren mit dem gesamten Handelssektor verglichen. Die Referenzsektoren „Insgesamt“, Sachgütererzeugung und Handel sind dunkelblau gekennzeichnet. Werte, die auf kompetitive Marktstrukturen hindeuten, wurden mittelblau unterlegt, Werte, die auf Probleme hindeuten, hellblau.

Die Daten sind mit Vorsicht zu interpretieren, insbesondere die Gewinnaufschläge wurden wie beschrieben rudimentär approximiert und unterscheiden sich unwesentlich von den Gewinnmargen.¹⁷ Zusammenfassend finden sich relativ deutliche Hinweise auf unterdurchschnittlich kompetitive Marktstrukturen bei der Milchverarbeitung und beim -großhandel, in der Herstellung von Teigwaren, bei der Elektrizitäts- und Gasversorgung, in

der Zementherstellung und bei Apotheken. Weniger deutliche Hinweise finden sich in der Herstellung von Ölen und Fetten, im Einzelhandel mit Bekleidung, in der Herstellung und im Großhandel von pharmazeutischen Erzeugnissen, im Handel mit Kraftwagenteilen sowie in der Abwasserbeseitigung und in der Müllabfuhr. Die beiden letzten Sektoren wurden hauptsächlich wegen Datenmangel als „unklar“ eingestuft: Statistik Austria erhebt keine Strukturstatistik für NACE-Sektoren hinter dem Zweisteller 74. Die Gewinnkennzahlen sind aber doch ein kräftiger Hinweis. Wenige bis keine Hinweise finden sich in der Herstellung von Backwaren, im Getreidegroßhandel, beim Lebensmitteleinzelhandel, bei den Baumärkten, Tankstellen und im Schuheinzelhandel, sowie in der Herstellung und im Großhandel von Baumaterialien (Ausnahme: Zement).

¹⁶ In der Berechnung der Arbeitsproduktivität wurden keine Vollzeitäquivalente verwendet, Sektoren, die eine höhere Teilzeitquote aufweisen, wie z. B. der Handel, werden daher benachteiligt.

¹⁷ Für die Gewinnmargen wurden wie in Przybyla und Roma (2005) Bruttobetriebsüberschüsse ohne Korrektur für das Selbständigeneinkommen errechnet.

Sektorenanalyse nach ausgewählten Indikatoren

	Arbeitsproduktivität, CAGR 1995–2005	Arbeitsproduktivität, CAGR 2003–2005	Konzentration	Definition Konzentration	Gewinnzuschlag 2005	Gewinnzuschlag, Durchschnitt 2003–2005	EGT 2006/07, Median	EGT 2006/07, oberes Quartil	Gewinnmarge, 2005
	in %	in %	in %		Index	Index	in %	in %	in %
Insgesamt (NACE 10–74)	3,3	3,0			168	165,7			40,5
D Sachgütererzeugung	4,6	5,2			163	158,4	1,1	9,6	38,5
G Handel	2,2	3,1			151	149,6	0,6	6,9	34,0
51 Handelsvermittlung u. GH (o. Handel m. Kfz)	4,1	4,0			167	163,9	1,5	8,4	40,1
52 EH (o. Kfz, o. Tankst.); Rep. v. Gebrauchsg.	1,0	2,0			138	136,6	0,0	6,4	27,6
Nahrungsmittel									
Landwirtschaft									81,0
154 H.v. pflanzl. u. tierischen Ölen u. Fetten	-2,3	10,2			183	158,2			45,4
155 Milchverarbeitung; H.v. Speiseeis	9,8	2,1	34,0	CR4	179	176,3	0,0	7,0	44,2
1581 H.v. Backwaren (ohne Dauerbackwaren)	1,6	-0,3	gering	Expert	136	137,8	-2,0	3,7	26,5
1582 H.v. Dauerbackwaren	0,5	4,1			146	139,7			31,3
1585 H.v. Teigwaren	-1,0	-4,1			175	187,4			42,9
5121 GH m. Getreide, Saaten u. Futtermitteln	-1,2	-3,5			121	126,1	0,3	2,4	17,6
513 GH m. Nahrungsm. u. Getränken, Tabakwaren	8,0	1,3			196	193,3	0,8	5,6	48,9
5133 GH m. Milch, Milcherz., Eiern, Speiseölen	12,9	-8,9	34,0	CR4	189	204,2	0,5	3,9	47,2
5139 GH m. Nahrungsm. o. a. Schwerpunkt	4,6	-5,4			143	146,2			30,2
5211 EH m. W. versch. Art: Schwerpkt. Nahrungsm.	0,7	-1,1	77,0	CR3	127	131,1	-1,3	2,6	21,1
522 Fach-EH m. Nahrungs- u. Genußm., Getränken	-0,2	-2,7			166	156,5	0,1	4,8	39,6
5224 EH m. Backwaren und Süßwaren	3,2	5,8			119	112,6	-0,2	5,6	15,9
Energie/Verkehr									
E Energie- und Wasserversorgung	3,3	0,8			225	242,2	-2,8	15,9	55,6
401 Elektrizitätsversorgung	2,8	2,1			204	221,8	-0,3	15,0	51,0
4011 Elektrizitätserzeugung		21,9	>70,0	CR3	250	238,9	-4,5	17,7	60,1
4012 Elektrizitätsübertragung		-26,2			120	235,2			17,0
4013 Elektrizitätsverteilung und -handel		6,8	65,0	CR3	198	201,2	0,5	12,9	49,4
4022 Gasverteilung u. -handel d. Rohrleit.		-3,9	94,0	CR3	357	367,4			72,0
505 Tankstellen	-1,6	-1,8			120	120,3	0,0	4,2	16,5
Bekleidung und Schuhe									
5242 EH m. Bekleidung	3,5	5,1	44,0	CR6	165	156,8	-2,0	5,5	39,4
5243 EH m. Schuhen und Lederwaren	3,5	14,7	37,0	CR2	153	133,8	-4,1	4,6	34,4
Erzeugnisse für die Wohnungsinstandhaltung, Baumaterialien									
2523 H.v. Baubedarfsartikeln aus Kunststoff	1,8	-1,3			136	139,5	1,2	8,6	26,4
2651 H.v. Zement	4,9	-5,5	77,0	CR4	185	200,3			45,9
266 H.v. Erzeugnissen a. Beton, Zement u. Gips	0,8	3,7			155	151,8	0,8	8,9	35,5
2661 H.v. Betonherzeugnissen für den Bau	-1,1	2,2			133	133,0	-0,5	10,7	25,0
5153 GH m. Holz, Baustoffen, Anstrichmitteln	1,8	7,8			150	144,9	1,1	5,3	33,5
5154 GH m. Bauelem. a. Metall sow. Install. bed.	2,0	3,3			139	139,1			28,2
5246 EH m. Metallwaren, Anstrichmitteln	-2,0	9,0			120	114,7	0,9	5,9	16,4
Pharmazeutische Erzeugnisse									
244 H.v. pharmazeutischen Erzeugnissen	5,5	5,9			232	209,0	3,5	19,1	57,0
5146 GH m. pharm. Erzeugn. u. med. Hilfsmitteln	7,3	5,9			150	146,6	3,0	8,4	33,5
5231 Apotheken	2,3	-1,5	gering	Expert	182	183,9	2,5	8,8	45,0
Ersatzteile und KFZ-Zubehör									
50 Kfz-Handel; Reparatur v. Kfz; Tankstellen	1,3	2,2			139	139,5	0,1	3,9	27,9
503 Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör	1,5	3,2			162	157,1	0,5	6,2	38,1
Öffentliche Gebühren									
90 Abwasser- und Abfallbeseitigung						2,9	14,2		
90.01 Kanalisation und Kläranlagen						4,1	18,0		
90.02-01 Müllabfuhr						3,3	9,5		

AMADEUS, Statistik
Austria, Nielsen,

Statistik Austria, Statistik Austria, SynGroup, Internet-Recherche, E-Control, Statistik Austria, Statistik Austria, KMU F. Austria, KMU F. Austria, Statistik Austria

Quelle:

Anmerkung: H. v. = Herstellung von; GH = Großhandel, EH = Einzelhandel

Tabelle 4 – Fortsetzung

Sektorenanalyse nach ausgewählten Indikatoren

	Gewinn- marge, Durch- schnitt 2003– 2005	ROI 2005 Median	ROI 2005 oberes Quartil	Brutto- wert- schöp- fung, CAGR 2003– 2005	F&E- Inten- sität, 2004	BWS 2005	Ent- sprech- ung Statistik Realität	Hinweis auf Prob- leme?
	in %	in %	in %	in %	in %	in %		
Insgesamt (NACE 10–74)	39,6			4,0	2,61	100,0		
D Sachgütererzeugung	36,8	4,7	19,9	4,8	6,48	28,9		
G Handel	33,1	4,3	20,4	4,0	0,34	17,9		
51 Handelsvermittlung u. GH (o. Handel m. Kfz)	39,0	6,4	22,9	5,0		8,91		ja
52 EH (o. Kfz, o. Tankst.); Rep. v. Gebrauchsg.	26,8	2,8	20,7	2,4		6,42		nein
Nahrungsmittel								
Landwirtschaft	81,0			9,7				
154 H.v. pflanzl. u. tierischen Ölen u. Fetten	36,0			12,8		0,02	hoch	unklar
155 Milchverarbeitung; H.v. Speiseeis	43,3	3,0	16,1	2,6	1,09	0,24	hoch	ja
1581 H.v. Backwaren (ohne Dauerbackwaren)	27,4	0,8	14,0	-1,4	0,50	0,66	hoch	nein
1582 H.v. Dauerbackwaren	28,3			9,0		0,06	hoch	nein
1585 H.v. Teigwaren	46,4			1,9		0,02	hoch	ja
5121 GH m. Getreide, Saaten u. Futtermitteln	20,5	4,1	13,5	-1,8	0,49	0,37	mittel	nein
513 GH m. Nahrungsm.u. Getränken, Tabakwaren	48,1	4,9	16,4	2,2	0,11	1,31	mittel	ja
5133 GH m. Milch, Milcherz., Eiern, Speiseölen	50,9	3,9	11,6	-5,8		0,04	mittel	ja
5139 GH m. Nahrungsm. o. a. Schwerpunkt	31,6	4,1	15,9	-7,5		0,35	mittel	nein
5211 EH m. W. versch. Art: Schwerpkt. Nahrungsm.	23,7	-0,8	14,8	1,7		1,65	hoch	nein
522 Fach-EH m. Nahrungsm. u. Genußm., Getränken	35,9	4,0	32,3	-5,0		0,46	mittel	ja
5224 EH m. Backwaren und Süßwaren	11,0	2,4	18,5	20,9		0,05	hoch	nein
Energie/Verkehr								
E Energie- und Wasserversorgung	58,6	3,3	13,7	0,3	0,15	3,70	hoch	ja
401 Elektrizitätsversorgung	54,8	3,8	13,7	0,8		2,82	hoch	ja
4011 Elektrizitätserzeugung	58,0	3,8	12,7	15,1		0,92	hoch	ja
4012 Elektrizitätsübertragung	49,1			-55,1		0,53	hoch	unklar
4013 Elektrizitätsverteilung und -handel	50,3	2,6	14,2	39,1		1,37	hoch	ja
4022 Gasverteilung u. -handel d. Rohrleit.	72,6			-0,5		0,41	hoch	ja
505 Tankstellen	16,8	4,2	20,7	0,7		0,16	hoch	nein
Bekleidung und Schuhe								
5242 EH m. Bekleidung	36,2	0,9	17,9	4,2		0,78	hoch	unklar
5243 EH m. Schuhen und Lederwaren	24,5	0,7	19,1	11,0		0,17	hoch	nein
Erzeugnisse für die Wohnungsinstandhaltung, Baumaterialien								
2523 H.v. Baubedarfsartikeln aus Kunststoff	28,3	6,5	17,7	0,3	4,73	0,18	hoch	nein
2651 H.v. Zement	49,9			-4,4		0,12	hoch	ja
266 H.v. Erzeugnissen a. Beton, Zement u. Gips	34,1	5,0	19,8	2,5	0,90	0,58	mittel	nein
2661 H.v. Betonerzeugnissen für den Bau	24,8	4,1	18,5	-0,4		0,22	hoch	nein
5153 GH m. Holz, Baustoffen, Anstrichmitteln	30,9	5,2	18,2	8,9		0,56	mittel	nein
5154 GH m. Bauelem. a. Metall sow. Install. bed.	28,1	9,5	25,4	7,8		0,51	mittel	nein
5246 EH m. Metallwaren, Anstrichmitteln	12,4	4,3	20,4	8,8	0,02	0,44	hoch	nein
Pharmazeutische Erzeugnisse								
244 H.v. pharmazeutischen Erzeugnissen	51,6	10,9	25,5	6,3	17,72	0,68	hoch	unklar
5146 GH m. pharm. Erzeugn. u. med. Hilfsmitteln	31,8	8,3	27,4	8,6	1,19	0,82	gering	unklar
5231 Apotheken	45,6	11,7	31,7	1,5		0,44	hoch	ja
Ersatzteile und KFZ-Zubehör								
50 Kfz-Handel; Reparatur v. Kfz; Tankstellen	28,3	3,6	15,9	4,3		2,56	gering	nein
503 Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör	36,3	4,9	20,3	7,6		0,38	gering	unklar
Öffentliche Gebühren								
90 Abwasser- und Abfallbeseitigung			7,5	19,2				
90.01 Kanalisation und Kläranlagen			9,4	30,0			mittel	unklar
90.02-01 Müllabfuhr			7,3	17,5			mittel	unklar

Quelle:

Anmerkung: H.v. = Herstellung von; GH = Großhandel, EH = Einzelhandel

Eine Wettbewerbsuntersuchung anhand sektoraler Daten kann vor allem dort Hinweise liefern, wo die Entsprechung zwischen dem statistischen Sektor nach NACE-Klassifikation und den realen Marktteilnehmern hoch ist. Dies wurde ansatzweise anhand der AMA-DEUS-Datenbank überprüft, in der die Unternehmen NACE-Vierstellern zugeordnet werden. Die Entsprechung ist dort gering, wo Unternehmen mit stark unterschiedlicher Produktions- und Handelstätigkeit dennoch statistisch einem der beiden Sektoren zugeschlagen werden müssen (NACE-Einordnung nach Prinzip der überwiegenden Umsatzerwirtschaftung). Dies ist z. B. oft im Großhandel der Fall – in den Sektoren 50.3 und 51.46 finden sich auch die Produktionsabteilungen von BMW, General Motors, Boehringer Ingelheim etc. Im Sachgüterbereich sind Margen und Gewinnaufschläge meist höher, weil dort temporäre Monopolrenten über Innovation tendenziell

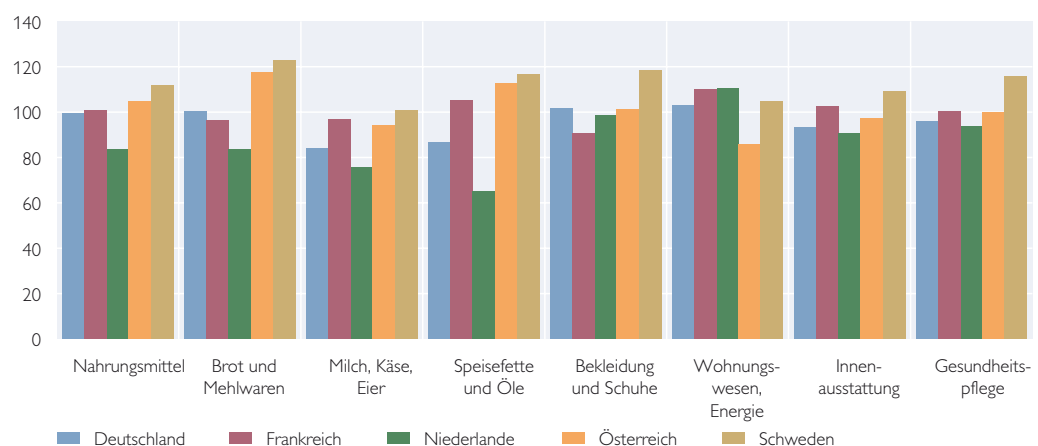
leichter möglich sind als in „reinen“ Dienstleistungssektoren.¹⁸ Dies zeigt sich auch in der relativ hohen F&E-Intensität dieser Sektoren. In einigen Sektoren ist die Übereinstimmung aber relativ gut, sodass durchaus ökonomische Aussagen getroffen werden können. Ein typischer Fall ist z. B. die Zementproduktion, die schon oft in der Kartelldiskussion war und wo von 1975 bis 1993 ein Kartell sogar offiziell erlaubt war. Die jüngst verfügbare Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria datiert aus dem Jahr 2005.¹⁹ Aussagen zur aktuellen Situation, etwa Verdacht auf Preisabsprachen durch ungewöhnlich steigende Gewinnmargen, können damit nicht getroffen werden.

Die Konzentrationsstatistik wurde nur für einige Sektoren grob geschätzt, da in den meisten Fällen die erforderlichen Daten nicht verfügbar sind: Anders als in anderen EU-Staaten ist die Nichtveröffentlichung von Bilanz- und

Grafik 5

Vergleichende Preisniveauindizes, 2006

EU-15 = 100



Quelle: Eurostat.

¹⁸ Der „reine“ Dienstleistungssektor NACE-6-Steller 50.30-01, Großhandel mit Kraftwagenteilen, wurde aus Platzgründen nicht näher betrachtet; er weist jedoch stark überdurchschnittliche Erfolgskennzahlen auf. Dies dürfte jener Sektor sein, der vom Designschutz für Ersatzteile von Originalherstellern profitiert, ein Sektor den die EU nun durch ein Ende des Designschutzes öffnen will.

¹⁹ Die Daten für 2007 werden am 30. Juni 2008 veröffentlicht.

Tabelle 5

Entwicklung der Kaufkraft relativ zum Durchschnittslohn eines Industriearbeiters

	1980	2006	2007
1 Maschinensmell	1,2 min	1,3 min	1,4 min
1 Liter Vollmilch	8,8 min	3,8 min	4,1 min
1 kg Mischbrot	9,8 min	11,2 min	11,4 min
1 kg Feinkristallzucker	10,8 min	5,1 min	5 min
250 g Teebutter	17 min	6,3 min	6,8 min
250 g Bohnenkaffee	31,1 min	8,6 min	8 min
2 Liter Weißwein	33,4 min	12,3 min	12,1 min
1 kg Schweinefleisch	1 h 32,7 min	41,1 min	40,3 min
1 kg Rindfleisch	1 h 48,9 min	1 h 21,2 min	1 h 22,1 min
1 Liter Normalbenzin	7,5min	5,1 min	5,1 min
100 km Bahntarif 2. Kl.	1 h 14,9 min	1 h 14,3 min	1 h 14,7 min
1 h Arbeitszeit Installateur	6 h 35,7 min	8 h 26,9 min	8 h 34,9 min
1 Farbfernsehgerät	228 h 55,4 min	48 h 45 min	60 h 23,3 min

Quelle: WIFO.

Gewinn & Verlustrechnungszahlen in Österreich kein strafbares Delikt. Trotzdem wurden ansatzweise mithilfe der AMADEUS-Datenbank die größten Firmen identifiziert und dann deren Umsatzanteil an der entsprechenden Branche in der Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria berechnet, um Konzentrationsquotienten zu bilden; außerdem wurden Experteneinschätzungen zitiert. Der Produktionssektor schließt Importe nicht ein, daher wären Konzentrationsstatistiken dort mit Importpenetrationsstatistiken zu korrigieren.

Zur Ergänzung werden in Grafik 5 international vergleichende Preisniveauintizes gezeigt. Österreich liegt bei Milch, Käse und Eiern, Wohnungswesen und Innenausstattung sowie Haushaltsführung unter dem Schnitt der EU-15; in den Bereichen Brot sowie Öle und Fette deutlich darüber. Dieser Vergleich ist aber nur bedingt aussagekräftig, da nicht zwischen identen Produkten, sondern zwischen Warenkörben verglichen wird. Nationale Präferenzen beeinflussen das Ergebnis daher stark. So hat z. B. Spezialbrot mit 14% das höchste Gewicht im österreichi-

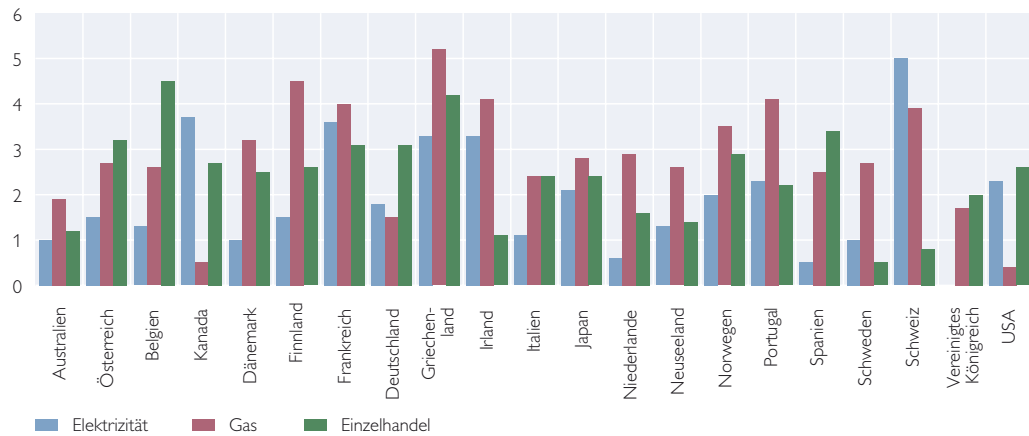
chischen Warenkorb, laut Auskunft der Statistik Austria handelt es sich dabei um Brotsorten, wie Kürbiskernbrot, Vollkornbrot etc., die z. B. in Ländern – wie Frankreich – wesentlich weniger Gewicht einnehmen. Insgesamt fällt aber das sehr niedrige Preisniveau der Niederlande auf, die auch aktuell sehr niedrige Inflationsraten ausweisen.

Interessant ist ebenfalls die Kaufkraftentwicklung gemessen anhand der Entwicklung der Preise einiger Standardgüter relativ zum Durchschnittslohn eines Industriearbeiters. Hier zeigen sich überwiegend starke Preissenkungen, zurückzuführen auf die hohen Produktivitätssteigerungen einerseits in der Industrie, die höhere Löhne ermöglichen, andererseits aber auch in der Erzeugung der Güter selbst. Güter, die teurer geworden sind, lassen auf Probleme schließen. Auch hier ist wieder Brot zu nennen, während die Kosten für Milch stark gefallen sind. Stark gestiegen im Verhältnis zum Industrie-lohn sind die Kosten für einen Installateur.

Grafik 6 bietet abschließend einen Überblick über relevante sektorale Regulierungsindikatoren der OECD. Die

Sektorale Produktmarktregulierung im Vergleich, 2003

Zusammengesetzter Indikator



Quelle: OECD.

Daten sind jedoch relativ alt, im Herbst 2008 ist mit einer Aktualisierung zu rechnen. Weiters sind die Indikatoren sehr grob gehalten, so wird etwa ein schlechter Wert vergeben, wenn Supermärkte über 800m² reguliert werden, ohne zu wissen, wie diese Regulierung konkret aussieht. De facto ist die Wettbewerbssituation in Österreich genau umgekehrt zu den OECD-Regulierungsindikatoren – Einzelhandel ist wettbewerbsintensiv, Elektrizität und Gas eindeutig nicht.

Im Anschluss werden für einige Sektoren – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – kurze Beschreibungen geliefert, die weiter Aufschluss über die Wettbewerbssituation geben sollen. Der Schwerpunkt liegt auf dem Lebensmitteleinzelhandel.

4.3 Kontextanalyse ausgewählter Sektoren

4.3.1 Verarbeitete Nahrungsmittel

Im Lebensmitteleinzelhandel können drei Entwicklungen der jüngeren Zeit zu einer gewissen Wettbewerbsabschwächung beigetragen haben:

Erstens lieferten sich die beiden Hauptakteure, Billa (bzw. REWE) und Spar, in den Jahren 2004 und 2005 erbitterte Rabattschlachten (–50%, –51%). Nicht nur die Ertragslage der Handelsunternehmen, sondern auch jene der Lieferanten verschlechterte sich dabei. Grafik 7 zeigt einen internationalen Vergleich von EBIT-Margen.²⁰ Die österreichischen Vertreter Spar, Interspar und ADEG liegen dabei durchwegs im hinteren Drittel.²¹

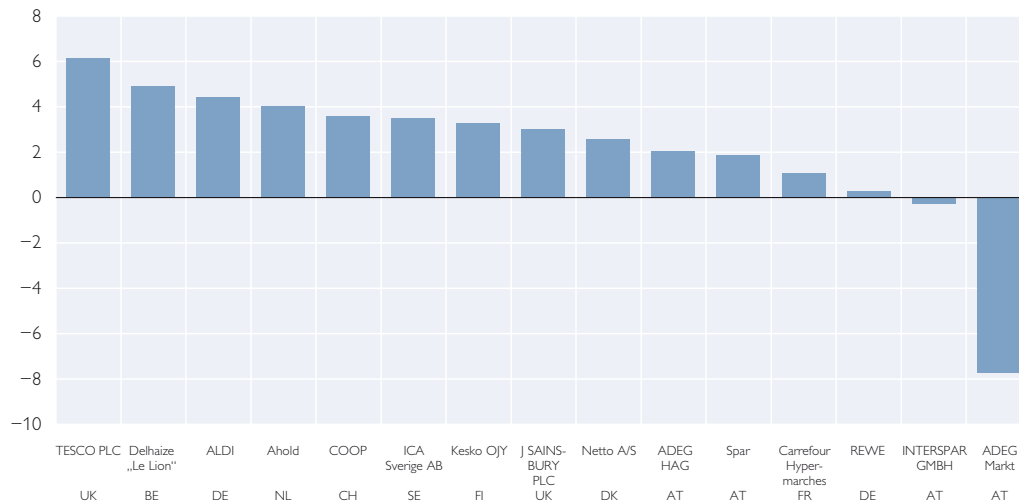
²⁰ Die Auswahl der Firmen beruht auf dem Bericht *Food Retailing in Western Europe* (ODS, 2005), es wurden meist die jeweiligen Marktführer ausgewählt. Im Vergleich erreicht der Zementhersteller Lafarge Perlmoozer in Österreich eine EBIT-Marge von 22%, die sich auch nicht durch entsprechende F&E-Intensität erklären lässt.

²¹ Billa veröffentlicht nur sehr eingeschränkt Unternehmensinformation. Über den Kreditschutzverband sind die Daten und zwar erhältlich, sie dürfen aber nicht weitergegeben werden.

Grafik 7

EBIT-Marge im internationalen Vergleich, letzter verfügbare Jahre (2004–2006)

in % des Umsatzes



Quelle: Bureau van Dijk Electronic Publishing, AMADEUS-Datenbank 2008.

Im Jahr 2005 wurde eine Repositionierung des Marktführers REWE bzw. Billa eingeleitet. Der einkaufsgetriebene starke Preisfokus wird in Richtung Sortimentsoptimierung ausgeweitet, das heißt einer verstärkten Berücksichtigung von Breite, Qualität und Kundenpräferenzen in den jeweiligen Produktportfolios.²² Die Abkehr von der aggressiven Preispolitik wird auch von Spar geteilt.²³

Für die „gemessene“ Preisentwicklung bedeutet dies, dass in den Jahren vor 2007 die österreichischen Nahrungsmittelinflationsraten im europäischen Vergleich unterdurchschnittlich waren,²⁴ beim Anstieg der Rohstoffpreise im Jahr 2007 war jedoch sehr wenig Spielraum vorhanden, die Kostensteigerungen durch Margensenkungen zu kompensieren, im Gegenteil: Versuche, die Ertragskraft wieder

²² „Die Positionierung über den Preis kann nicht der alleinige Erfolg versprechende Weg für die Zukunft sein“... „Die Qualität der Produkte, das weitreichende Sortiment und das Einkaufserlebnis müssen im Vordergrund stehen“. (REWE-Vorstand Lenz, Cash, 2005a, S. 8); „Die Neupositionierung ist und bleibt eine Abkehr von der aggressiven Preispolitik.“ (REWE-Vorstand Hensel; Cash, 2007a, S. 16).

²³ Spar-Vorstand Drexel: „... es ist doch völlig klar, dass wir immer im Wettbewerb stehen werden. Aber es gibt Preisschlachten, die für das jeweilige Unternehmen und die Branche unvernünftig waren und sind.“ ... „Wir wollen die Veränderungen im REWE-Konzern nutzen, um mehr Vernunft in die Branche zu bringen und mit gutem Beispiel voranzugehen.“ (Cash, 2006, S. 24).

²⁴ Von 2000 bis 2006 lag der Beitrag der Nahrungsmittelinflation zur Gesamtinflation mit 17,2% hinter den Niederlanden und Finnland an der drittniedrigsten Stelle innerhalb des Euroraums. 2007 stieg der Beitrag auf 26,7%, über den Durchschnitt des Euroraums an die 8. Stelle.

zu stärken und Kunden über andere Elemente als die Preispolitik zu gewinnen (*non-price competition*) sind keineswegs illegal,²⁵ könnten aber erklären, warum die Preise über die Rohstoffkosten hinaus gestiegen sind.²⁶

Zweitens, der Lebensmittelhandel kann oder will seine Nachfragemacht gegenüber den Produzenten nicht mehr wie früher ausspielen: Die hohe Nachfragemacht des sehr konzentrierten Lebensmittelhandels gegenüber den Lebensmittelproduzenten hat zu sehr knappen Kalkulationen und Produktivitätssteigerungen bei den Produzenten geführt; aufgrund der geschilderten Wettbewerbsintensität hat der Handel weder Margen noch die Endverbraucherpreise erhöht. Der Handel übernimmt die wichtige Rolle eines Wettbewerbsmultiplikators über seine Nachfragemacht. Die hohe Nachfragemacht hat jedoch zu Vorwürfen des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung geführt, die BWB (2007) hat deshalb eine Untersuchung eingeleitet, die zu einer Reduktion des Drucks auf die Produzenten geführt haben soll.²⁷

Außerdem wurde in den letzten Jahren die Exportförderung für Lebensmittelproduzenten massiv ausgeweitet, sie stellt z. B. den gewichtigsten

Teil in der Brancheninitiative von Go International. Die Marktanteile im Ausland sind infolgedessen sehr stark gestiegen (Janger, 2007).²⁸ Dies reduziert die Abhängigkeit vom österreichischen Handel und erhöht gleichzeitig die Sensibilität für internationale Marktentwicklungen und -chancen: Preiserhöhungen werden nun öfter mit der internationalen Situation begründet. Dabei wird wohl ein Mix aus reiner Kostenweitergabe,²⁹ aber auch Versuchen, die Ertragskraft nach den vergangenen schlechten Jahren wieder zu steigern, zu beobachten sein: In einem Umfeld allgemein steigender Preise wird die Begründung von Preissteigerungen gegenüber dem Handel leichter.³⁰ „Zweitrundeneffekte“, das heißt eine gegenüber dem Kunden leichtere Begründbarkeit von Preissteigerungen aufgrund eines Umfelds allgemein steigender Preise, sind daher nicht nur auf der Lohnseite gefährlich, sondern auch auf der Unternehmensseite.

Zusammenfassend könnten paradoxerweise gerade die BWB, die Exportförderung sowie damit im Zusammenhang das Umfeld international steigender Preise den Produzenten zu etwas Spielraum in der Margengestaltung verholfen haben.

²⁵ Solche Strategien scheinen im Gegenteil sogar eher Kundenpräferenzen zu entsprechen: Nach einer Nielsen-Umfrage (Nielsen Shopper Trends 2006) über die Entscheidungsfaktoren der Geschäftswahl steht das gute Preis-Leistungs-Verhältnis erst an 10. Stelle, „Niedrige Preise für die meisten Artikel“ erst an 19. Stelle. Führend sind „Schnell und einfach zu finden“, „Alles in einem Laden“ und „Frische Lebensmittel von guter Qualität“.

²⁶ Industrieökonomisch wird die (illegale) Kooperation in einem Oligopol durch externe Schocks, von denen alle gleich betroffen werden, sehr erleichtert. Gegen diese Hypothese spricht jedoch der Zeitpunkt des Strategiewechsels, der vor dem Anstieg der Preise bei Nahrungsmitteln erfolgt ist. Zudem erfolgten z. B. im Jahr 2008 wieder Preissenkungen (etwa bei Milch durch Hofer), die gegen die Kooperationsthese infolge von die Oligopolisten gleich betreffenden Schocks sprechen.

²⁷ Der damalige Leiter der BWB, Barfuß: „Die Signale ... gehen eindeutig in die Richtung, dass der nachfrage-mächtige Lebensmittelhandel in seinen Vorgangsweisen zurückhaltender und moderater geworden ist“. (Cash, 2005b, S. 6).

²⁸ Der Marktanteil an den Exporten der OECD-24-Länder steigerte sich von 1 % im Jahr 1996 auf knapp 2,2 % im Jahr 2005 und hat damit den durchschnittlichen Marktanteil der österreichischen Warenexporte überholt.

²⁹ Bäckerei-Leiter Worenz: „Wir haben jahrelang die gestiegenen Rohstoffkosten geschluckt, jetzt werden wir jedoch alles 1:1 weitergeben.“ (Cash, 2007b, S. 24).

³⁰ Spar-Vorstandschef Drexel spricht davon, dass einige Industrieunternehmen der Spar Preiserhöhungen „unterjubeln“ wollen (Cash, 2008a, S. 62).

Drittens, während sich die Produzenten verstärkt internationalisieren, fährt der österreichische Handel eine Strategie der Regionalisierung, im Sinn der Bevorzugung österreichischer Erzeugnisse, um sich von den deutschen Diskontern abzuheben und dem Qualitätstrend in den Konsumgewohnheiten (lokale Produkte (geringe Transportwege – Frische und Klima), Bio etc.) besser zu entsprechen.³¹ Dies führt zu einer stärkeren Koppelung der Einzelhandelspreise an die österreichischen Produktionsstrukturen, nachdem der Wettbewerb durch Importe reduziert wird. Die kleinteiligere Struktur ist zwar z. B. in der Milchproduktion einigermaßen wettbewerbsfähig (Sinabell und Schmid, 2008), aber die Erhöhung der Energiepreise schlägt stärker durch, etwa aufgrund des Aufwands für die Milcherfassung in Berglandgebieten.³² In den letzten Jahren war eine gewisse Entkoppelung des heimischen Milchpreises vom EU-Durchschnitt zu beobachten (Sinabell und Schmid, 2008).

Die Landwirtschaft dürfte der Hauptnutznießler der Rohstoffpreissteigerungen sein. Der Produktionswert stieg 2007 stark um 11,8 %, teils aufgrund stark gestiegener Getreidepreise (und entsprechender Mengenausweitungen), weniger aufgrund der Milch, nachdem hier ein Quotensystem die Mengenausweitung stark einschränkt (Statistik Austria, 2008, Landwirtschaftliche Gesamtrechnung). Der Nettounternehmensgewinn in der Landwirtschaft stieg im Jahr 2007 bei sinkenden Subventionen um 11,8 %. Der Unter-

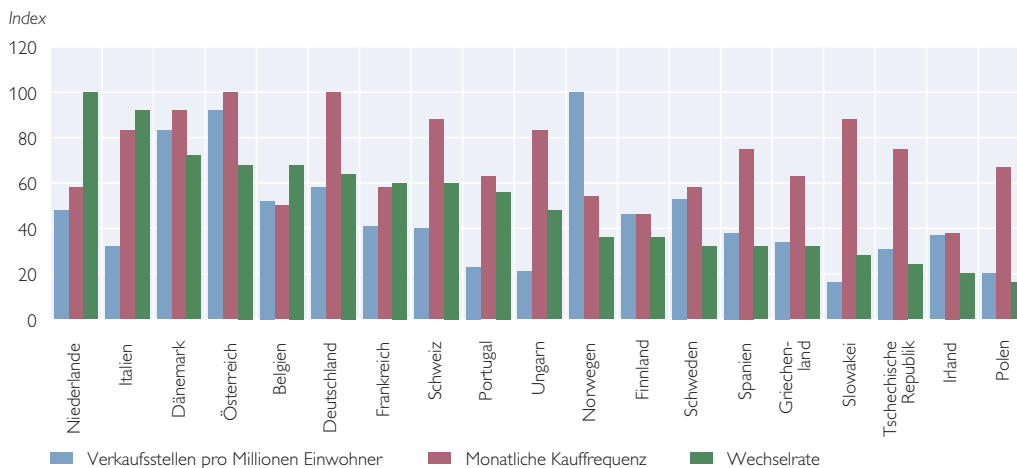
nehmensgewinn in der Landwirtschaft bleibt damit allerdings noch unter dem Niveau von 1995. Die Gewährleistung inländischer landwirtschaftlicher Produktion ist ein bewusstes Ziel von politischen Förderprogrammen (Programm der ländlichen Entwicklung) und auch von Handelsstrategien, die sich qualitativ hochwertige, lokale Lieferquellen erhalten wollen.³³

Die Suchkosten und Wechselmöglichkeiten für Konsumenten werden überwiegend von der Verkaufsstelldichte innerhalb einer für einen typischen Einkauf adäquaten geografischen Distanz bestimmt, nachdem der Lebensmittelwarenversand und die völlige Internetpreistransparenz in Form einer aktuellen Preisliste für alle Produkte noch nicht gegeben sind. Österreich weist hinter Norwegen die höchste Dichte an Verbraucher- und Supermärkten in Europa auf. Die österreichischen Konsumenten weisen die höchste monatliche Kauffrequenz auf, sie besuchen im Durchschnitt 18-mal ein Lebensmittelgeschäft, womit viel Potenzial für einen Wechsel gegeben ist. 17 % der Österreicher wechseln auch tatsächlich das Geschäft, wenn ein anderes das bessere Angebot hat. Damit liegt Österreich an 4. Stelle in Europa. Grafik 8 veranschaulicht die Daten, normalisiert auf Indexbasis 100 für das Land mit dem jeweils höchsten Wert und geordnet nach der Wechselrate. Die Konsumentenseite liefert somit keine Hinweise für möglicherweise eingeschränkten Wettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel.

³¹ REWE-Vorstand Hensel: „... wir bei Rewe Group Austria [bevorzugen] heimische Lieferanten und [kaufen] unsere Ware nicht – wann immer möglich – außerhalb Österreichs ..., obwohl wir dort teilweise billiger einkaufen können, und [setzen] damit auf die klein strukturierte heimische Landwirtschaft“ (Cash, 2008b, S. 16).

³² In Österreich werden fast zwei Drittel der an Molkereien gelieferten Milch im Berggebiet produziert, in der Schweiz hingegen nur ein Drittel (Sinabell und Schmid, 2008).

³³ Schinkenhersteller Berger: „Die Bauern müssen jetzt endlich mehr Geld bekommen.“ (Cash 2008a, S. 25); Rewe hat ein eigenes Programm zur Gewährleistung der Weitergabe des Einkommens aus Preissteigerungen an Bauern.

Konsumentencharakteristika im Lebensmitteleinzelhandel, 2006

Insgesamt stellt sich die Preisentwicklung bei Lebensmitteln in Österreich nicht dramatisch anders dar als in der EU (Berechnungen der Europäischen Kommission kommen zum Schluss, dass die Rohstoffverteuerungen im Ausmaß von 5% nicht vollständig den Anstieg der Endverbraucherpreise im Ausmaß von 7% erklären können). In Österreich dürften Produktionsstrukturen, hauptsächlich aber Unternehmensentscheidungen der jüngeren Zeit dazu geführt haben, dass einerseits weniger Spielraum für eine Kompensation der Rohstoffverteuerungen durch Margensenkung bestand, andererseits bewusste Strategieänderungen in Richtung Ertragskraftsteigerung, Lieferantenbindung und Bevorzugung lokaler Produktion erfolgt sind. All dies verstößt nicht gegen das Wettbewerbsgesetz. Um am schnellsten zu klären, ob illegale Preisabsprachen im Spiel sind, wäre der Weg der französischen Wettbewerbsbehörden zu gehen (DGCCRF, 2008): Diese haben

die größten Lebensmittelhandelsketten besucht und sich die Unternehmenskalkulationen zeigen lassen, genauer den Gewinnaufschlag unterschiedlicher Produkte. Dabei zeigte sich, dass der französische Lebensmittelhandel die Einkaufspreissteigerungen „verteilt“: Bei besonders stark verteuerten Produkten wurden die Margen gesenkt, bei anderen Produkten dafür die Margen erhöht. Auch in Österreich wird mit einer solchen Mischkalkulation zu rechnen sein.³⁴

4.3.2 Elektrizität und Gas; Treibstoffe

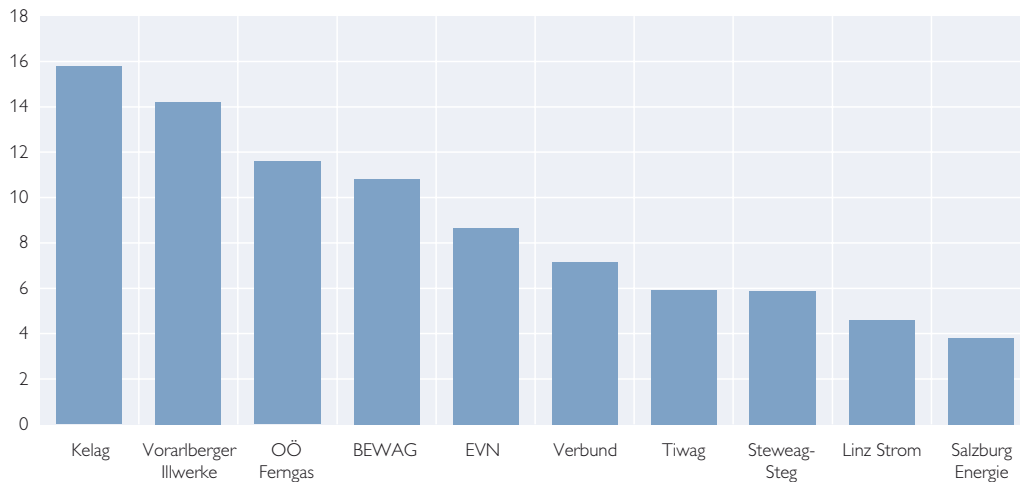
Im Unterschied zum Lebensmittelhandel sind die strukturellen Probleme des österreichischen und europäischen Elektrizitäts- und Gasmarktes relativ klar dokumentiert (Böheim et al., 2006; E-Control, 2007; IEA, 2008). Trotz Fortschritten ist die Marktintegration sowohl zwischen den Preisregionen (iberische, nordische, südeuropäische und kontinentaleuropäische Strombörse) als auch innerhalb der

³⁴ Brancheninsider sprechen davon, dass der Handel bei preisumkämpften Produkten oder bei kritischen Preisschwellen (z. B. früher 10 ATS für Schokoladetafeln (100g)) über Margenanpassung Kostensteigerungen teils schluckt, während dafür andere Produkte nach oben angepasst werden (Cash, 2008a).

Grafik 9

EBIT-Margen ausgewählter Energieunternehmen, letztverfügbare Jahre (2004–2006)

in % des Umsatzes



Quelle: Bureau van Dijk Electronic Publishing, AMADEUS-Datenbank 2008.

Regionen noch unvollständig. Grundproblem sind sehr vereinfachte die einander entgegengesetzten Anreize in der Übertragung versus die Erzeugung/der Vertrieb von Strom. Die meist vertikal integrierten Unternehmen haben wenig Anreiz, in die Vergrößerung der Übertragungskapazitäten zu investieren, die dazu führen könnte, dass billigerer Strom von anderen Anbietern den Umsatz des eigenen Vertriebs schmälert. Eine Lösung wäre daher die von der Europäischen Kommission vorgeschlagene eigentumsrechtliche Entflechtung der Bereiche Erzeugung, Vertrieb und Netz. Viele Länder stemmen sich aber dagegen, nachdem die meisten Energieversorger in öffentlicher Hand sind und Energiesicherheit als besser auf nationaler Ebene zu meisternde Aufgabe gesehen wird; zudem wird manchmal eine Politik der nationalen Champions betrieben.

Dies gilt auch für den innerösterreichischen Markt. Es kommt zu „Interessenkonflikten aufgrund der Mehrfachrolle von Bund und Ländern als Eigentümer der Energieversorger, Gesetzgeber und Aufsichtsorgane über die

Entbündelung“ (Böheim et al., 2006, S. 56). Gas und Elektrizität sind hochkonzentriert über die Zusammenschlüsse Energieallianz Austria (fünf regionale Stromversorger Wiens, Niederösterreichs, Oberösterreichs und Burgenlands) und Verflechtungen zwischen der Energieallianz und der OMV über die Gasvertriebsgesellschaft Econgas. Diese Zusammenschlüsse können als Ergebnis einer politischen Anstrengung zur Schaffung von nationalen Champions gesehen werden (Böheim et al., 2006). Diese ist vor allem so lange bedenklich, als der europäische Energiemarkt noch nicht integriert ist. Bei einer vollen Integration und entsprechendem Wettbewerbsauftritt ausländischer Anbieter in Österreich sind hohe Konzentrationen in Österreich ein geringeres Problem. Das hohe Niveau der EBIT-Margen deutet ebenfalls auf Wettbewerbsmangel hin (Grafik 9).

Auf der Konsumentenseite wird nicht einmal das bestehende, strukturell eingeschränkte Wettbewerbspotenzial ausgeschöpft (E-Control, 2007): 2006 haben nur 0,9% der Haushalts-

kunden ihren Lieferanten gewechselt, seit der Liberalisierung 2002 nur 5%. Dies liegt in mehreren Faktoren begründet: Werbung seitens der Lieferanten weniger für Wechselmotivation denn für Imageaufbau, Erwartung eines geringen Einsparpotenzials im Zusammenhang mit komplexen Rechnungen, Befürchtung von hohen Wechselkosten, Sorge vor niedrigerer Versorgungszuverlässigkeit des neuen Lieferanten.³⁵

Für den Bereich der Treibstoffe wird auf die Studie von Arpa et al. (2006) verwiesen, die keine ökonomisch signifikante Asymmetrie in der Anpassung der Preise an den Zapfsäulen an die Rohstoffkosten finden kann. Auch die Studie des WIFO (Salzburger Nachrichten, 2008) identifiziert für Österreich keinen überdurchschnittlichen nationalen Beitrag zur Inflation.

4.3.3 Andere Sektoren

Wie im Lebensmittelhandel, ist die Baumarktdichte Österreichs eine der weltweit höchsten mit entsprechenden Folgen für Wechselmöglichkeiten und Wettbewerbsintensität. Der verstärkte Markteintritt insbesondere großer deutscher Baumarktketten hat zu sehr intensivem Wettbewerb geführt. Auch in diesem Sektor war jedoch zuletzt eine gewisse Wettbewerbsabschwächung zu beobachten, nachdem sich die Metro-Tochter Praktiker aus Österreich zurückgezogen hat.

Der Einzelhandel mit Bekleidung und Schuhen ist im Vergleich mit dem Lebensmittelhandel gemessen an den Gesamtumsätzen noch weitaus stärker fragmentiert. Gerade in dieser Branche entscheidet jedoch der Standort mit dem Aufkommen an Laufkundschaft.

Anekdotische Beobachtungen österreichischer Einkaufszentren und -straßen deuten auf einen relativ gleichbleibenden Mix an unterschiedlichen Ketten hin. In der Wiener Mariahilferstraße finden sich z. B. jeweils drei Verkaufsstellen einer großen Bekleidungskette sowie zweier Schuhketten. Daher wäre eine Analyse der Konzentration von Geschäften in Toplagen interessant. Gleichzeitig sollte dabei die Konzentration des Eigentums der Geschäftsmietflächen und der Ablauf der Vergabe dieser Flächen untersucht werden, um festzustellen, ob der Wettbewerb durch mangelnde Verfügbarkeit geeigneter Verkaufsräume oder den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung eingeschränkt wird.

Der Preisanstieg bei pharmazeutischen Erzeugnissen ist nicht unwesentlich durch die Erhöhungen der Rezeptgebühr mitverursacht. Die wettbewerbsmäßig problematische Struktur und Regulierung des Apothekensektors ist indes bekannt. In anderen Ländern darf eine größere Auswahl an Medikamenten in z. B. Drogeriefilialen verkauft werden. Generika werden dort wesentlich aktiver angeboten. Zum Beispiel wird der Wirkstoff Acetylsalicylsäure (ASS, Aspirin-Wirkstoff) in Apotheken meist nur unter aktiver Nachfrage nach dem exakten Wirkstoff verkauft. Die Preisunterschiede sind hoch (z. B. Generikum-Aspirin, 20 Stück, bei 1,25 EUR, Marken-Aspirin über 5 EUR).

Bei der Müllabfuhr und der Abwasserbeseitigung vermischen sich viele Abwasser- bzw. Recyclingtechnikbetriebe mit den klassischen Versorgerbetrieben. Daher ist die Interpretation der Zahlen mit Vorsicht zu genießen.

³⁵ Diese Befürchtungen sind unbegründet – der Netzbetreiber ändert sich nicht; auch die Wechselmodalitäten sind sehr gering, sie werden fast gänzlich vom neuen Lieferanten übernommen. Das Einsparpotenzial kann bis zu 70 EUR im Jahr betragen (E-Control, 2007).

Dennoch sind die stark steigenden Preise der Müllabfuhr (2007: Müllabfuhr +6%, Kanalgebühr +4,7%) wohl teils durch eine Bestimmung des Finanzausgleichsgesetz 1993, § 5 Absatz (3) Zeile 5³⁶ zu erklären: Damit wurde den Gemeinden das Recht eingeräumt, bis zu 100% auf die Kosten der kommunalen Dienstleistungen aufzuschlagen. Anfänglich wurden damit auch Kostendeckungslücken ausgeglichen. Mitte der 1990er-Jahre wurden jedoch zahlreiche Kostenreduktionsversuche, z. B. die Einbringung hoheitlicher Aufgaben der Müll- und Abwasserentsorgung in überregionale Verbände, unternommen. Die Kostenvorteile wurden nicht weitergegeben, sondern dienen zur Gemeindefinanzierung. Der durchschnittliche Ertrag liege bei einer EBIT-Marge von 26% (KFP, 2007).

4.4 Unzureichende statistische Erfassung von Preis- und Qualitätswettbewerb

Preissteigerungen können auch durch eine verzerrte Erfassung von Preisen zustande kommen. Bei Qualitätsverzerrungen nimmt die Beobachtung von Preissteigerungen nicht automatisch Rücksicht auf Qualitätssteigerungen. Bei Outletverzerrungen werden steigende Marktanteile von Geschäften mit niedrigerem Preisniveau für idente Produkte nicht adäquat gewichtet.

Hausman (2003, S. 25) kritisiert die Konstruktion von Indizes der Lebenshaltungskosten rein aufgrund von Preisdaten.³⁷ Die modernen Scanner-

kassen böten die Möglichkeit der Erfassung sowohl von Preis-, als auch von Mengendaten der gekauften Produkte. Damit könnte direkt ermittelt werden, wenn Geschäfte mit einem niedrigeren Preisniveau ihren Marktanteil ausbauen. Im Lebensmittelhandel wird laut Statistik Austria auf eine adäquate Repräsentanz der führenden Ketten geachtet. Textildiskontketten, wie die mittlerweile fünftgrößte Bekleidungskette Österreichs (Kik) könnten aber von ihrem Gewicht her unterbewertet sein. Ein weiteres Problem der Preisfassung über die Preisbeobachtung im Regal ist in den letzten Jahren viel größer geworden: So hat die Anzahl der Rabatte, die erst direkt an der Kassa abgezogen werden, im Wege ausgebauter Kundenbindungsprogramme, die meist über Kundenkarten mit Zahlungsfunktion oder Bankomatkarten funktionieren, stark zugenommen.

Qualitätsänderungen werden von Statistik Austria durch Preiskorrekturen berücksichtigt. So werden z. B. Biolebensmittel als besser eingestuft. Der Anstieg der Lebensmittelpreise in Österreich sollte daher nicht durch den höheren Anteil von Bioprodukten verursacht sein.

5 Wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen

Die Preissteigerungen in den Jahren 2007 und 2008 sind überwiegend das Ergebnis des Zusammenspiels einer stetig wachsenden Nachfrage seitens großer Schwellenländer mit Angebotschocks im Rohstoffbereich, hauptsäch-

³⁶ „Gebühren für die Benützung von Gemeindeeinrichtungen und -anlagen, die für Zwecke der öffentlichen Verwaltung betrieben werden, ..., bis zu einem Ausmaß, bei dem der mutmaßliche Jahresertrag der Gebühren das doppelte Jahreserfordernis für die Erhaltung und den Betrieb der Einrichtung oder Anlage sowie für die Verzinsung und Tilgung der Errichtungskosten unter Berücksichtigung einer der Art der Einrichtung oder Anlage entsprechenden Lebensdauer nicht übersteigt.“

³⁷ „Sending price surveyors out to stores, which is the original approach used in England in the nineteenth century and is the main approach currently used by the [Bureau of Labor Statistics] BLS, will not get the job done in the twenty-first century.“

lich bei Nahrungsmitteln (Missernten z. B. in Australien und der Ukraine) und bei Energie (diverse Faktoren), das heißt von Kostendruckinflation. Die Anpassung an diese Trends und Schocks erfolgt je nach Land unterschiedlich. Für Österreich wurden jene Sektoren untersucht, in denen die Preissteigerung über dem Durchschnitt des Euro-raums lag. Dabei wurden unterschiedliche Erklärungsmuster gefunden, von problematischen Marktstrukturen bis zum Einfluss vergangener und gegenwärtiger Unternehmensstrategien. Die niedrige Ertragslage in mehreren Sektoren dürfte auch zu „Zweitrundeneffekten“ auf Unternehmensseite motivieren; das allgemeine Umfeld von Preissteigerungen erleichtert die eigene Preisanpassung nach oben, sei es um die Ertragskraft wieder zu stärken oder einfach nur Kostensteigerungen ungedämpft weiterzugeben. Die Inflationsentwicklung in Österreich dürfte damit mit einem teils zeitlich unglücklichen Zusammentreffen von internationalen Entwicklungen auf marktwirtschaftlich legitime Strategien österreichischer Unternehmen zusammenhängen, aber auch mit dysfunktionalen Marktstrukturen, seien sie regulatorisch oder marktbedingt. Auf Basis der vorliegenden Analyse können folgende Schlussfolgerungen gezogen werden:

5.1 Sektorübergreifende Maßnahmen

5.1.1 Verbesserte Datengrundlage für Wettbewerbsanalysen

Für aussagekräftigere Wettbewerbsanalysen sind folgende Verbesserungen notwendig:

- Größere Verfügbarkeit von Unternehmensbilanzdaten; Konzentrationsstatistik,

- Strukturdaten für ÖNACE-Sektoren nach dem Sektor 74,
- Vollzeitäquivalente auch für den Dienstleistungssektor,
- Untersuchung der Möglichkeit einer schärferen statistischen Trennung zwischen Sachgüter- und Dienstleistungsaktivitäten auf sektoraler Ebene und
- im Einzelhandel, verstärkter Einsatz von Scannerdaten³⁸ oder Geschäftsauswahl entsprechend den Marktanteilen der Ketten.

5.1.2 Eintrittsbarrieren für neue Anbieter

Viele allgemeine Maßnahmen werden seit langem gefordert – (Aiginger et al., 2006), darunter:

- Reform der Gründungsregulierung (GmbH) mit niedrigeren Mindeststammkapitalanforderungen,
- Reform der Wachstumsfinanzierungsrahmenbedingungen (eine adäquate gesetzliche Struktur für Risikokapitalfonds, „fund of funds“-Initiativen etc.) sowie
- eine weitere Reduktion der reglementierten Gewerbe bzw. eine weniger genaue Detailregulierung (sowohl im Handwerksbereich wie auch bei den freien Berufen).

5.1.3 Wettbewerb zwischen bestehenden Anbietern

Das WIFO (Böheim et al., 2006) macht zahlreiche Vorschläge für die Intensivierung des Wettbewerbs zwischen bestehenden Anbietern mithilfe einer Reform der Wettbewerbspolitik, insbesondere durch die Erarbeitung einer wettbewerbspolitischen Gesamtstrategie und die Erhöhung der Wirksamkeit des Wettbewerbsrechts. Eckpfeiler sind:

³⁸ Zum Zeitpunkt der Fertigstellung der vorliegenden Studie führte eine führende Lebensmittelkette gerade eine neue Diskontschiene ein. Mit Scannerdaten könnte der Einfluss auf den HVPI relativ schnell berechnet werden.

- Institutionelle Reform der Wettbewerbsinstitutionen Kartellanwalt, Wettbewerbskommission, Bundeswettbewerbsbehörde,
- Verbesserung der Ressourcen,³⁹
- proaktives Wettbewerbsmonitoring aufgrund quantitativer ökonomischer Daten⁴⁰, nach Beispiel der dänischen (Janger, 2006), aber auch der belgischen Behörden (Economie, 2008).⁴¹ Der ökonomische Wettbewerbsuntersuchungsauftrag sollte – wenn notwendig – auch stärker gesetzlich verankert werden.
- Stärkung der Unabhängigkeit des Leiters der BWB über eine Reform des Bestellungsverfahrens und
- die Beweislast sollte im Fall des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung umgekehrt werden und beim Unternehmen liegen.

5.2 Sektorspezifische Schlussfolgerungen Einzelhandel

Im Bereich marktwirtschaftlich legitimer Unternehmensstrategien sind wirtschaftspolitische Handlungsoptionen grundsätzlich beschränkt. Es bleibt abzuwarten, ob das vorgeschlagene Preismonitoring Druck auf die Marktteilnehmer aufbauen kann, die Strategien wieder in Richtung alleinige Preisminimierung zu ändern. Die Vielzahl an

Produkten und die Mischkalkulation des Handels erleichtern eine nach Produkten differenzierte Preispolitik, die von außen nur schwer einsehbar und dabei nicht gegen Wettbewerbsgesetze verstößt. Weiters ergeben Umfragen, dass Konsumenten überwiegend nicht den Preis als alleiniges Entscheidungskriterium heranziehen. Das Preismonitoring könnte aber eventuell dazu motivieren, Preissteigerungswünsche seitens der Hersteller noch genauer unter die Lupe zu nehmen und wirkliche Rohstoffverteuerungen von Ertragskraftsteigerungsversuchen zu unterscheiden. „Zweitrundeneffekte“ werden damit vielleicht seltener (auch in anderen Bereichen sind potenzielle „Zweitrundeneffekte“ auf Unternehmensseite zu beobachten.⁴² Weiters muss bedacht werden, dass in einer kollusiven Marktstruktur die Steigerung von Preistransparenz die Überwachung der Einhaltung von Preisabsprachen durch die eigenen Konkurrenten und damit die Durchsetzung solcher Absprachen erleichtert (Albaek et al., 1997). Die Umsetzung des Preismonitorings sollte daher genau beobachtet werden.

Um den Verdacht von Preisabsprachen schnell zu klären, sollte die BWB – wie in Frankreich – die Margenentwicklung entlang der Wertschöpfungskette ausgewählter, wich-

³⁹ Das WIFO schreibt von einer Verdoppelung, angesichts der Ressourcen vergleichbarer Länder wäre aber auch eine Verdreifachung nicht übermäßig.

⁴⁰ Der Ansatz der BWB ist derzeit noch oft rein legalistisch, im Sinn, dass nach Gesetzesbrüchen gesucht wird, weniger aber nach suboptimalen wirtschaftlichen Ergebnissen.

⁴¹ „A proactive attitude, based on in-depth knowledge of the functioning of the markets is imperative to foster i) an appropriate regulatory/competition framework and ii) to promote market efficiency.“ Oft werden Marktuntersuchungen aufgrund einer Beschwerde eines Unternehmens eingeleitet, aber in vielen Kartellen gibt es keine Beschwerden, daher sei eine proaktive Haltung notwendig.

⁴² Taxiinnungsvorstand Frey im Interview mit „Wien heute“: „Wir haben jetzt Nachholbedarf, schon seit über einem halben Jahr. Denken Sie an die Preise der Stadt Wien, Kurzparkscheine, Wiener Linien usw. Die waren alle schon vor uns dran mit der Teuerung, und ein kleines Stück vom Kuchen wollen wir auch haben.“ (<http://wien.orf.at/stories/264564/>)

tiger Produkte des täglichen Bedarfs prüfen, indem sie ihre diesbezüglichen gesetzlichen Befugnisse nutzt (Auskunftsverlangen oder Hausdurchsuchung).

Die meisten Sektoren wurden in der vorliegenden Studie auf nationaler Ebene untersucht. Die Marktanteile der Ketten variieren regional und lokal aber stark. Im Lebensmittelhandel z. B. ist Billa nach wie vor im Osten stärker, Spar im Westen. Für die Bekleidungs- und Schuhbranche gibt es noch zu wenige Untersuchungen hinsichtlich der Marktanteile in Toplagen. Auch bei Tankstellen wird immer wieder untersucht, wie sich die räumliche Verkaufsstellenverteilung auf den Wettbewerb auswirkt (z. B. Pennerstorfer, 2008). Regional oder lokal könnten deshalb Such- und Wechselkosten von Konsumenten erhöht und somit der Wettbewerb niedriger sein. Die englische Wettbewerbskommission wird nach einer zweijährigen Untersuchung des englischen Lebensmittelhandels einen neuen Wettbewerbstest einführen, die Ketten vor der Eröffnung einer neuen Filiale bestehen müssen: Die Bauerlaubnis kann verweigert werden, wenn sich die neue Filiale nur zehn Autominuten entfernt von einer anderen Filiale der gleichen Kette befindet, oder wenn die zusätzliche Filiale den Marktanteil der Kette auf mehr als 60% in der betreffenden Region heben würde.

Die wirtschaftspolitischen Optionen für den Pharmaeinzelhandel sind offensichtlicher. Entweder man erweitert die Verkaufsberechtigung für gewisse Medikamente an einen größeren Kreis von Geschäften, z. B. Drogeriefilialen, oder man führt in einem ersten Schritt – wie in der aktuellen Reform des Gesundheitssystems berücksichtigt – die Wirkstoffverschreibung (*aut idem*) ein.

5.3 Sektorspezifische Schlussfolgerungen (Produzenten und Großhandel)

Für die Produzenten- und Großhandelsseite der untersuchten Sektoren sind großteils detailliertere Analysen notwendig, um Handlungsoptionen aufzuzeigen. Teilweise ist ihr Einfluss auf die Preisentwicklung wesentlich höher einzuschätzen als jener des Einzelhandels: Zum Beispiel werden alle Erwägungen zum Wettbewerb im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel angesichts der angestrebten Reform der EU-Milchmarktordnung und einem eventuellen Ende des Quotensystems (Sinabell und Schmid, 2008) relativ nebensächlich für die Entwicklung des Milchpreises sein. Sinabell und Schmid (2008) schlagen einige Strategien zur Anpassung der österreichischen Milchwirtschaft an die neuen Herausforderungen vor (Kooperationen auf betrieblicher Ebene, Verbesserung der betrieblichen Abläufe in der Milcherzeugung und -verarbeitung, Produkt- und Prozessinnovationen in der Verarbeitung, verstärkte Unterstützung für Betriebe, die aus der Milchproduktion aussteigen).

Für die europäische und österreichische Wirtschaftspolitik gilt es dabei, Zielkonflikte im Auge zu behalten und konsistente Maßnahmen zu setzen (Abschnitt 5.4). Die allgemeinen Ziele der EU-Agrarpolitik sind unter anderem, den Erzeugern einen angemessenen Lebensunterhalt zu ermöglichen und für die Konsumenten günstige Preise anzustreben; die nationalen Ziele bestehen in der Erhaltung der Berglandwirtschaft, der Stärkung der Familienbetriebe und der umweltfreundlichen Produktion in einer offenen Kulturlandschaft (Sinabell und Schmid, 2008). Es ist offensichtlich, dass im Verfolgen all dieser Ziele gleichzeitig inhärente Zielkonflikte bestehen.

Auch eine sorgfältige Analyse der Auswirkungen des verstärkten Einsatzes biogener Energiequellen ist notwendig.

Im Bereich der kommunalen Dienstleistungen könnte das Finanzausgleichsgesetz wieder geändert werden, um den Anreizen für Gebührenerhöhungen entgegenzuwirken, die sich nicht aus Verteuerungen der Dienstleistungserbringung ergeben, sondern aus knappen öffentlichen Budgets. Um die Gemeindefinanzierung sicherzustellen, könnten im Gegenzug alternative, ökonomisch weniger verzerrende Maßnahmen diskutiert werden.

5.4 Elektrizität und Gas

Mehr Wettbewerb bei Elektrizität und Gas würde dazu führen, dass effizientere Kraftwerke betrieben werden und geringere Margen an den Endkunden verrechnet werden (E-Control, 2007). Maßnahmen zur Wettbewerbsintensivierung werden eindrücklich eingefordert (Böheim et al., 2006; IEA, 2008; Boltz, 2008). Die beiden wichtigsten Komponenten sind ein nachdrückliches Verfolgen eines einheitlichen europäischen Energiemarktes auch seitens der österreichischen Vertreter in der EU sowie eine Wettbewerbsbelebung des heimischen Marktes. Die Interessenkonflikte, die sich durch die gleichzeitige Rolle von Bund und Ländern als Eigentümer von Energieversorgern, Gesetzgeber und Aufsichtsorgane ergeben, sollten aufgelöst werden. Die eigentumsrechtliche Entflechtung sollte in Erwägung gezogen werden. Manche Länder, darunter Deutschland (Brunekreeft, 2008) zweifeln den volkswirtschaftlichen Nutzen der Eigentumsentflechtung an, die E-Control (2008) begrüßt sie grundsätzlich, kritisiert aber den Vorschlag der Selbstregulierung der Netzbetreiber:

Es würde zu lange dauern, bis diese zum Erfolg führe.

Inflationsdämpfende Effekte können weiters von der Reduzierung des Gewichts von Energie im Warenkorb stammen, z. B. durch weitverbreitete thermische Sanierung von Althäusern und eine zeitliche Vorverlegung der verpflichtenden Anwendung von Niedrigenergiestandards in der Errichtung neuer Gebäude.

5.5 Ausblick: Potenzial für Preis-senkung bei Nahrung und Energie niedrig

Insgesamt betrachtet sind die Aussichten für eine Preisdämpfung bei den beiden wichtigsten Preistreibern, Nahrungsmittel und Energie, mittelfristig verhalten einzustufen, sowohl aufgrund wirtschaftspolitischer Überlegungen als auch aufgrund wahrscheinlicher Marktentwicklungen:

Die meisten Nahrungsmittelpreise sind jahrzehntelang gefallen; angebotsseitig können die Vorteile einer lange Zeit eingeforderten und nun in Schritten realisierten besser auf den Markt abgestimmten Produktion nicht ohne gewisse Nachteile erreicht werden (z. B. stärkere Fluktuation der Preise, Sinabell und Schmid 2008). Missernten werden eher noch häufiger werden. Nachfrageseitig wird die Nachfrage großer Schwellenländer weiter zunehmen, etwa nach Milch und Fleischprodukten, und indirekt dadurch auch nach pflanzlichen Gütern (1 kg Rindfleisch benötigt 8 kg Getreide). Der Anteil von Nahrungsmittelausgaben am Budget eines österreichischen privaten Haushalts nimmt gemeinsam mit Deutschland den niedrigsten Anteil in der EU ein (Europäische Kommission, 2008c). Inflationsentschärfungen durch eine Abnahme des Nahrungsmittelgewichts sind daher ebenfalls unwahrscheinlich.

Im Bereich der Treibstoffe wird sich die IEA in ihrem Energieausblick 2008 erstmals mit der Möglichkeit einer Angebotskrise und eskalierenden Preisen beschäftigen (Internationale Politik, 2008). Selbst wenn sich die internationalen Preise stabilisieren, müsste Österreich sogar noch seine Mineralölsteuern anheben, um den Tanktourismus aus Deutschland, der Österreichs CO₂-Bilanz verschlechtert, einzudämmen. Im Bereich von Elektrizität und Gas ist ein gewisses Preisniveau wünschenswert, um die Entwicklung und den Einsatz alternativer Energiequellen voranzutreiben. Auch hier ist es demnach wahrscheinlich, dass eventuell sinkende Unternehmenspreise durch steigende Abgaben ausgeglichen werden. Dies würde Forderungen nach Schwerpunkt-verlagerungen im österreichischen Abgabensystem entsprechen, einer Reduktion der Belastung von Arbeitseinkommen und einer Steigerung der Belastung von Tätigkeiten mit negativen Externalitäten (Aiginger et al., 2006; OECD, 2007a).

5.6 Möglichkeiten zur Kompensation der Preisentwicklungen in anderen Sektoren

Nachdem die Optionen für ein direktes Gegensteuern begrenzt sind, können strukturelle Maßnahmen in Sektoren gesetzt werden, die aktuell zwar weniger zur Preissteigerung beigetragen haben, die aber über Jahrzehnte stets den höchsten Beitrag zur Inflation lieferten und deren Preisniveau durchaus Senkungsspielraum besitzt: z. B. in vielen Dienstleistungssektoren.⁴³ Der Trendbeitrag des Dienstleistungssektors zur Inflation beträgt 2%, auch im Jahr

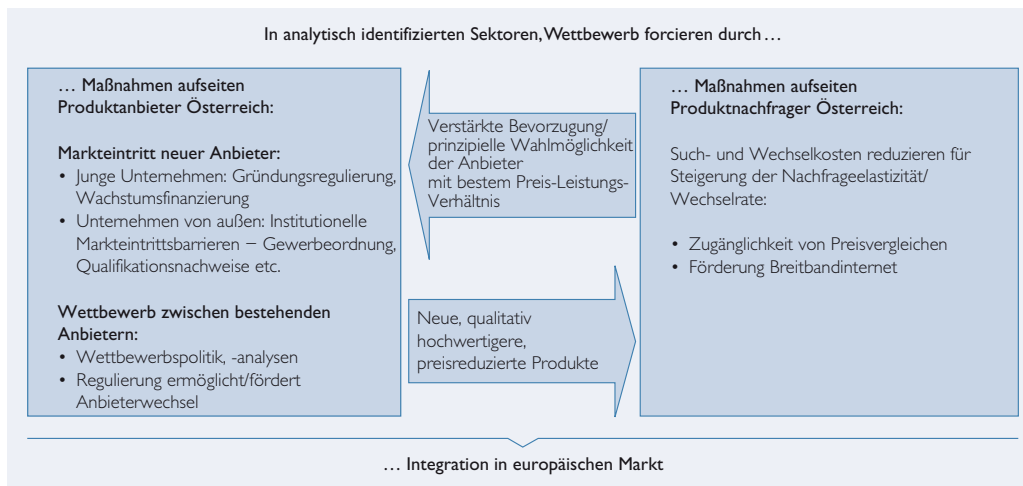
2008 dürfte er wieder dieses Niveau erreichen. Auch wenn der Effekt nicht permanent, sondern nur temporär auf die Inflation wirkt, würde er die Inflationsdynamik einbremsen und die Anpassung an höhere Niveaupreise bei Nahrungsmitteln und Energie dämpfen. Die Inflationsstabilisierung über einige Jahre wäre auch wichtig, um nicht die Wettbewerbsfähigkeit der Sachgüterindustrie zu unterminieren, eine wesentliche Komponente des wirtschaftlichen Erfolgs der letzten 15 Jahre. Die Europäische Kommission (2007b) und die OECD (2007a) mahnen regelmäßig mehr Wettbewerb im österreichischen Dienstleistungssektor ein. In den USA ist der Dienstleistungssektor zum Produktivitätstreiber avanciert (Jorgenson et al., 2005), während in Österreich diese Rolle nach wie vor der Sachgütersektor wahrnimmt und der Dienstleistungssektor im mittelfristigen Trend preistreibend wirkt (Fritzer et al., 2008).

Zur Identifikation von Dienstleistungssektoren mit Wettbewerbsmangel könnten ähnlich, wie derzeit in anderen Ländern (z. B. Belgien, Frankreich), große Sektoruntersuchungen in Kooperation mit der Europäischen Kommission durchgeführt werden, z. B. seitens der BWB im Auftrag des Wirtschaftsministeriums.⁴⁴ Weitere internationale Erfahrungen können durch die Teilnahme am OECD „regulatory review“ für Österreich nutzbar gemacht werden, wie auch vom WIFO gefordert (Böheim et al., 2006) bzw. durch den Einsatz des Baukastens der OECD zur Wettbewerbseinschätzung (OECD, 2007b).

⁴³ Handel ist natürlich auch ein Dienstleistungssektor, gemeint sind hier aber Sektoren, die Dienstleistungen an den Endkunden verkaufen.

⁴⁴ Die neue Strategie für die Vervollständigung des Binnenmarktes setzt auf ökonomisches Monitoring (Dierx et al., 2007).

Hebel zur Wettbewerbsintensivierung



Quelle: OeNB.

Eckpfeiler der Untersuchungen sollten jeweils Anbieter, Nachfrager und die europäische Dimension sein. Auf Produkthanbieterseite gilt es zu untersuchen, ob der Wechsel zwischen Anbietern i) prinzipiell möglich ist und ii) wenn ja, mögliche Wechseleinschränkungen durch Markteintrittsbarrieren oder mangelnden Wettbewerb zwischen bestehenden Firmen gegeben sind. Zum Beispiel ist momentan der Wechsel bei Wohnungsmaklern für die Bezahler des Service unmöglich – würden Vermieter für den Makler zahlen, wäre ein Wechsel und Preiswettbewerb möglich. Auf Produktnachfragerseite sollten Wege identifiziert werden, Such- und Wechselkosten zu reduzieren und somit die Nachfrageelastizität oder die Wechselrate zu erhöhen. Für die jeweiligen Sektoren kann die Einbettung in den europäischen Markt untersucht werden. Im Erarbeiten von Reformvorschlägen wird es oft so sein, dass nicht große Reformen in einem

Sektor, sondern viele Änderungen in vielen kleinen Sektoren insgesamt zum Effekt beitragen.

Wie die Preisvergleiche der Arbeiterkammer (AK) zeigen, würde viel Potential z. B. beim Wechsel der sogenannten „Versorgungsbeziehungen“ – Versicherungsunternehmen, Banken (Girokonto, Sparbuch, Kredit, Anlageprodukte), Energie, Internet/Telefon, Mieten (indirekt Betriebskosten) – etc. bestehen, aber auch bei anderen Dienstleistungen, wie z. B. Führerschein B oder Autoreparaturen. Viele dieser Dienstleistungen finden sich auch im Warenkorb, eine Preissenkung hätte daher einen unmittelbaren Effekt auf den HVPI. Tabelle 6 zeigt die Schwankungsbreiten für einige dieser Leistungen. Das Ausmaß der Schwankung für sehr ähnliche Dienstleistungen ist ein weiterer Hinweis auf die optimierbare Wettbewerbsintensität in diesen Sektoren.

Tabelle 6

Preisunterschiede bei ausgewählten Dienstleistungen

Leistung ¹	Schwankungsbreite	Maximale Ersparnis-	HVPI-Gewicht
		möglichkeit	in %
		in EUR	
Girokontogebühr p. a.	1,68 bis 170 EUR	168,32	0,26
Täglich fälliges Sparbuch, Zinsen	0,125% bis 4,33%	n. a.	n. a.
Zinsbelastung für 20.000 EUR-Konsumkredit, 5 Jahre Laufzeit	2.397 bis 4.937 EUR	2.540	n. a.
Fahrschulen – Führerschein B	1.200 bis 1.850 EUR	650	0,16
Haushaltsversicherung, 90m ² , ohne Selbstbehalt	145 bis 239 EUR	94	0,13
Rechtsschutzversicherung	82 bis 294 EUR	212	0,16
Autoreparaturen			1,02
Lackierer	108 bis 131 EUR	23	
Spengler	94 bis 127 EUR	33	
Mechaniker	71 bis 181 EUR	110	
Auto – Pickerlüberprüfung	29,9 bis 78 EUR	48	n. a.

Quelle: Arbeiterkammer, Stand Ende April 2008.

¹ Jeweils für standardisierte Leistungen; siehe <http://wien.arbeiterkammer.at/www-513.html> (Ordner „Konsument“).

Konsumenten würden diese Schwankungen stärker für sich ausnützen, wenn die Suchkosten geringer wären, die Preistransparenz also höher wäre. Die erwähnten Preise werden von der AK oft online publiziert, mit dem Vorteil der schnellen Aktualisierbarkeit sowie der Berücksichtigung individueller Nutzenprofile (Abfragemasken). Um die Zugänglichkeit zu diesen Vergleichen und generellen Preisvergleichsdiensten zu steigern, wäre eine noch größere Verbreitung von Breitbandinternet in Österreich wünschenswert.⁴⁵ Die Breitbandnutzung befindet sich in Österreich unter dem Schnitt der EU-15 (20,8) bei 18,4 Anschlüssen je 100 Einwohner. In Schweden, Dänemark und den Niederlanden beträgt die Breitbandnutzung 28 bis 37 Anschlüsse je 100 Einwohner. Die gleichen Länder benutzen auch am häufigsten Internet-suchmaschinen (79% bis 84%), während die Nutzung in Österreich bei

61% liegt (EU-Verbraucherbarometer, 2008). Ein Faktor sind die Kosten – während z. B. der günstigste reine Internetbreitbandanschluss in Frankreich um 14,85 EUR für eine Verbindungsgeschwindigkeit von 16,6 Mbyte zu haben ist, ist um den selben Preis in Österreich nur eine Verbindungsgeschwindigkeit von 1 Mbyte erhältlich – qualitätskorrigiert ein Preisunterschied um das 16-Fache.⁴⁶

Aber auch über traditionelle Medien könnten Preisvergleiche von Dienstleistungen forciert werden. Insgesamt kann als Ziel angestrebt werden, Preisvergleiche für Dienstleistungen zum automatischen Bestandteil eines Kaufentscheidungsprozesses zu machen, ähnlich wie dies bei Waren schon jetzt stärker der Fall ist – siehe z. B. Geizhals.at. Es sind aber noch weitere Analysen der Determinanten des Konsumentenverhaltens notwendig. Sind die Charakteristika des Kauf-

⁴⁵ Auch hier besteht theoretisch die Gefahr einer Erleichterung von Preisabsprachen durch erhöhte Preistransparenz. Aufgrund der hohen Preisschwankungen – wie in Tabelle 6 dokumentiert – kann dies aber als unwahrscheinlich bezeichnet werden. Auch eine Vereinheitlichung der Preise nach oben würde durch das Monitoring rasch registriert werden.

⁴⁶ Quelle: www.ariase.com/fr und Arbeiterkammer; Stand Ende April 2008.

verhaltens der Niederländer, Dänen, Schweden, wie z. B. häufige Beschwerden (siehe oben), hohe Wechselraten, häufige Nutzung von Suchmaschinen etc. rein zufällig oder liegen sie tiefer begründet?

5.6 Schlussfolgerungen in Listenform:

1. Sektorübergreifend
 - 1.1. Verbesserung der Datengrundlagen (Unternehmens- und Sektordaten; Einsatz von Scannerdaten)
 - 1.2. Stärkung des Wettbewerbs: Stärkung der BWB; Regulierungsreformen zur Steigerung der Markteintritte und Ermöglichung von Wettbewerb
2. Einzelhandel
 - 2.1. Preismonitoring, mit Bedacht auf mögliche kontraproduktive Effekte (Erleichterung von Preisabsprachen)
 - 2.2. Untersuchung der Margenentwicklung durch BWB (Auskunftsverlangen, Hausdurchsuchungen)
 - 2.3. Untersuchung der Konzentration in Toplagen (Bekleidung und Schuhe)
 - 2.4. Lokale bzw. regionale Konzentrationseinschränkung über neuen Wettbewerbstest: keine Genehmigung neuer Filialen, wenn marktbeherrschende Stellung gegeben ist
 - 2.5. Wirkstoffverschreibung in Apotheken oder Ausweitung der Medikamentenverkaufsberechtigungen auf mehr Geschäfte
3. Produzenten und Großhandel
 - 3.1. Weitere Analysen notwendig (z. B. Zement)
 - 3.2. Eintritt für Ende des Quotensystems bei Milch auf europäischer Ebene und gleichzeitig Unterstützung der Anpassungsstrategien der Milchwirtschaft
- 3.3. Zielkonflikte im Auge behalten; Analyse der Auswirkungen des Einsatzes biogener Treibstoffe
- 3.4. Änderung der gesetzlichen Grundlage für die Gebührentichtung für Müllabfuhr und Abwasserbeseitigung (unter Berücksichtigung alternativer Gemeindefinanzierungsquellen)
4. Elektrizität und Gas
 - 4.1. Eintreten für integrierten europäischen Energiemarkt
 - 4.2. Auflösung Interessenkonflikte durch Mehrfachrolle von Bund und Ländern als Eigentümer (Dividendenbezieher), Gesetzgeber und Aufsichtsorgane; Erwägung der Eigentumsentflechtung
 - 4.3. Intensivierung der thermischen Sanierung von Altbauten und Vorverlegung der verpflichtenden Anwendung von Niedrigenergiebaustandards
5. Verstärktes Augenmerk auf den Dienstleistungssektor
 - 5.1. Sektoruntersuchungen (ökonomisches Wettbewerbsmonitoring) zur Identifikation von Sektoren mit Wettbewerbsmangel (in Kooperation mit der Europäischen Kommission), Ausarbeiten von Reformvorschlägen
 - 5.2. Preistransparenz von Dienstleistungen erhöhen (Zugänglichkeit zu Internetvergleichen über Breitbandförderung unterstützen)

6 Literaturverzeichnis

- Aghion, P., N. Bloom, R. Blundell, R. Griffith und P. Howitt. 2005.** Competition and Innovation: An Inverted-U Relationship. In: *The Quarterly Journal of Economics* 120(2), 701–728.
- Aiginger, K., G. Tichy und E. Walterskirchen. 2006.** WIFO-Weißbuch: Mehr Beschäftigung durch Wachstum auf Basis von Innovation und Qualifikation.
- Albaek, S., P. Mollgaard und P. B. Overgaard. 1997.** Government-Assisted Oligopoly Coordination? A Concrete Case. In: *The Journal of Industrial Economics* 45(4), 429–443.
- Arbeiterkammer. 2008.** Überdurchschnittliche Teuerung bei Billiglebensmitteln. Erhebung, Wien.
- Arpa, M., J. Crespo Cuaresma, E. Gnan und M.-A. Silgoner. 2006.** Erdölpreisschock, Energiepreise, Inflation – Österreich im EU-Vergleich. In: *Geldpolitik & Wirtschaft* Q1/06. OeNB. 58–83.
- Ashenfelter, O. und D. Hosken. 2008.** The Effect of Mergers on Consumer Prices: Evidence from Five Selected Case Studies. NBER Working Papers 13859.
- Auer, R. und A. Fischer. 2008.** The Effect of Trade with Low-Income Countries on U.S. Industry. CEPR Discussion Paper 6819.
- Badinger, H. und F. Breuss. 2005.** Has Austria's Accession to the EU Triggered an Increase in Competition? A Sectoral Markup Study. In: *Empirica* 32(2), 145–180 (Details).
- Badinger, H. 2007.** Has the EU's Single Market Programme Fostered Competition? Testing for a Decrease in Markup Ratios in EU Industries. In: *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 69(4), 497–517.
- Baumol, W. J., J. C. Panzer und R. D. Willig. 1982.** Contestable Markets and the Theory of Industrial Structure. Harcourt Brace Jovanovich.
- Böheim, M., K. Friesenbichler und S. Sieber. 2006.** Teilstudie 19: Wettbewerb und Regulierung. In: Aiginger, K., G. Tichy und E. Walterskirchen. WIFO-Weißbuch: Mehr Beschäftigung durch Wachstum auf Basis von Innovation und Qualifikation.
- Boltz, W. 2008.** Energy Markets in Europe. State of Play and Future Prospects. In: *SUERF Proceedings*. Im Erscheinen.
- Brunekreeft, G. 2008.** Wirtschaftswissenschaftliche Bewertung. In: Öffentliche Anhörung zum Vorschlag der Europäischen Kommission für ein drittes Richtlinienpaket zum EU-Energiebinnenmarkt am 9. April 2008. Stellungnahme von Prof. Dr. jur. Johann-Christian Pielow. Deutscher Bundestag. Ausschuss für Wirtschaft und Technologie. Ausschuss-Drucksache 16(9)977.
- BWB – Bundeswettbewerbsbehörde. 2007.** Allgemeine Untersuchung des österreichischen Lebensmittelhandels unter besonderer Berücksichtigung des Aspekts der Nachfragemacht. Wien.
- Cash. 2005a.** Österreich hat Vorrang. Dezember. 8–9.
- Cash. 2005b.** Lästige Wettbewerbsbehörde. Jänner. 6.
- Cash. 2006.** Lenz vs. Drexel. April. 24–30.
- Cash. 2007a.** Der Weichensteller. Juli/August. 16–18.
- Cash. 2007b.** Hoch die Preise. September. 24–27.
- Cash. 2008a.** Faule Preise? März. 62–67.
- Cash. 2008b.** Interview mit REWE-Vorstand Hensel. März. 16–17.
- Cavelaars, P. 2003.** Does Competition Enhancement Have Permanent Inflation Effects? In: *Kyklos* 56(1), 69–94.
- Conway, P., V. Janod und G. Nicoletti. 2005.** Product Market Regulation in OECD Countries: 1998 to 2003. OECD Economics Department Working Papers 419.

- Czarnitzki, D. und K. Kraft. 2003.** Unternehmensleitung und Innovationserfolg. In: Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik 223(6). 641–658.
- DGCCRF – Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. 2008.** Premiers résultats de l'observatoire des prix. Paris.
http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr/actualites/prix/observatoire_prix2008.htm
- Dierx, A., F. Ilzkovitz, V. Kovacs und N. Sousa. 2007.** Steps Towards a Deeper Economic Integration: The Internal Market in the 21st Century. European Economy Economic Papers 271. Jänner.
- Duca, J. V. und D. D. VanHoose. 2000.** Has Greater Competition Restrained US Inflation? In: Southern Economic Journal 66(3). 729–741.
- Economie (Belgisches Wirtschaftsministerium). 2008.** Implementing the DG ECFIN Methodology for Product Market and Sector Monitoring at the National Level. Belgium as a Pilot Study. Präsentation beim 404. Treffen des Wirtschaftspolitischen Ausschusses in Brüssel.
- E-Control. 2007.** Freier Wettbewerb in Österreich – eine Analyse des Status Quo. In: E-Control Newsletter 1. 5–7.
- E-Control. 2008.** Strukturänderungen in der europäischen Energiewirtschaft. In: E-Control Newsletter 1. 4–5.
- Europäische Kommission. 2006.** Consumer Protection in the Internal Market. Special Eurobarometer 252. 09/06.
- Europäische Kommission. 2007a.** Implementing the New Methodology for Product Market and Sector Monitoring: Results of a First Sector Screening. Commission Staff Working Document. SEC(2007) 1517.
- Europäische Kommission. 2007b.** Austria. In: Council Recommendation on the 2008 up-date of the broad guidelines for the economic policies of the Member States and the Community and on the implementation of Member States' employment policies. COM(2007) 803 final. Part IV. 30.
- Europäische Kommission. 2008a.** Überwachung von verbraucherrelevanten Ergebnissen im Binnenmarkt: das Verbraucherbarometer. Mitteilung der Kommission KOM(2008) 31 (endgültig).
- Europäische Kommission. 2008b.** The Consumer Markets Scoreboard: Monitoring Consumer Outcomes in the Single Market.
- Europäische Kommission. 2008c.** Member States' Differences in the Transmission of Recent Inflation Shocks. In: Quarterly Report on the Euro Area 7(1). 23–29.
- Eurosystem. Task Force of the Monetary Policy Committee of the European System of Central Banks. 2006.** Competition, Productivity and Prices in the Euro Area Services Sector. ECB Occasional Working Paper 44. April.
- EZB. 2004.** Measuring and Analysing Profit Developments in the Euro Area. In: ECB Monthly Bulletin. Jänner. 63–74.
- Forbes, S. J. 2008.** The Effect of Service Quality and Expectations on Customer Complaints. In: The Journal of Industrial Economics 56(1). März. 190–213.
- Fritzer, F., E. Gnan, W. Köhler-Töglhofer, F. Rumler und A. Stiglbauer. 2008.** Zur aktuellen Inflationsentwicklung in Österreich. In: Geldpolitik & Wirtschaft Q1/08. OeNB. 21–50.
- Gwin, C. R. und B. A. Taylor. 2004.** The Role of Search Costs in Determining the Relationship between Inflation and Profit Margins. In: Journal of Money, Credit and Banking 36(1). Februar. 139–149.

- Hausman, J. 2003.** Sources of Bias and Solutions to Bias in the Consumer Price Index. In: The Journal of Economic Perspectives 17(1), 23–44.
- Høj, J. 2007.** Competition Law and Policy Indicators for the OECD Countries. OECD Economics Department Working Papers 568.
- IEA – International Energy Agency. 2008.** Energy Policies of IEA Countries. Austria. 2007 Review. Paris.
- IFC – International Finance Corporation. 2007.** Doing Business in 2008. Washington: The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank.
- Internationale Politik. 2008.** Interview Fatih Birol. Die Sirenen schrillen. April. 34–45.
- Janger, J. 2006.** Nationale Lissabon-Reformprogramme: Ideen für die österreichische Wirtschaftspolitik In: Geldpolitik & Wirtschaft Q2/06. OeNB. 49–71.
- Janger, J. 2007.** Zwischenbilanz der Internationalisierungsoffensive „Go International“. Wien: WIFO.
- Jorgenson, D. W., M. S. Ho und K. J. Stiroh. 2005.** Information Technology and the American Growth Resurgence. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- KFP – Kreuzer Fischer & Partner. 2007.** Branchenradar – Die Treiber hinter den explodierenden Wohnkosten. Presseausendung. Wien.
- McCloughan, P., S. Lyons und W. Holmes-Batt. 2007.** The Effectiveness of Competition Policy and the Price-Cost Margin: Evidence from Panel Data. ESRI Working Paper 209. September.
- Nicoletti, G. und S. Scarpetta. 2003.** Regulation, Productivity and Growth: OECD Evidence. In: Economic Policy 18(36). 9–72.
- ODS – Online Data Services. 2005.** Food Retailing in Western Europe. Report ODS-005–001.
- OECD. 2007a.** Economic Survey of Austria. Paris.
- OECD. 2007b.** OECD Competition Assessment Toolkit. Paris.
- Öhlberger, V. 2006.** Ein verlockendes Angebot? Die österreichische Kronzeugenregelung in einer vergleichenden Analyse. In: ÖBI (Österreichische Blätter für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht) 2006/23. Mai. 100–106.
- Pätzold, J. 1998.** Stabilisierungspolitik. Grundlagen der nachfrage- und angebotsorientierten Wirtschaftspolitik. 6. Auflage. Bern Stuttgart Wien: Paul Haupt Verlag.
- Pennerstorfer, D. 2008.** Spatial Price Competition in Retail Gasoline Markets: Evidence from Austria. In: The Annals of Regional Science. Im Erscheinen.
- Przybyla, M. und M. Roma. 2005.** Does Product Market Competition Reduce Inflation? Evidence from EU Countries and Sectors. ECB Working Paper Series 453. März.
- Roeger, W. 1995.** Can Imperfect Competition Explain the Difference Between Primal and Dual Productivity Measures? Estimates for US Manufacturing. In: Journal of Political Economy 103(2). April. 316–330.
- Rogoff, K. S. 2003.** Globalization and Global Disinflation. In: Monetary Policy and Uncertainty: Adapting to a Changing Economy. Proceedings. Federal Reserve Bank of Kansas City. 77–112.
- Rumler, F. und M. T. Valderrama. 2008.** Welche Rolle spielen gesamtwirtschaftliche Nachfragefaktoren für die gegenwärtige Inflationsentwicklung? In: Geldpolitik & Wirtschaft Q2/08. OeNB.
- Salzburger Nachrichten. 2008.** Inflation ist auch hausgemacht. 13. März.
- Sbordone, A. M. 2007.** Globalization and Inflation Dynamics: the Impact of Increased Competition. NBER Working Papers 13556.

- Sinabell, F. und E. Schmid. 2008.** Analyse von Handlungsoptionen für die Zukunft des Milchmarktes in Österreich. Wien: WIFO.
- Stigler, G. J. 2008.** Competition. In: Durlauf, S. N. und L. E. Blume (Hrsg.). 2008. The New Palgrave Dictionary of Economics. 2. Auflage. Palgrave Macmillan.