

Horizontale, Vertikale & Konglomerate (Laterale) Marktmacht

22.02.2018

AGON PARTNERS



I. Einführung

- I. Einführung
- II. Horizontale Marktmacht
- III. Vertikale Marktmacht
- IV. Konglomerate (laterale) Marktmacht
- V. Schlussbetrachtung

Der Test

- **Marktmacht & Marktbeherrschung**
- **Missbrauch : Ausbeutung & Verdrängung**
- **Rechtfertigungsgründe**

Marktbeherrschung

1. Abgrenzung des relevanten Marktes
 - Sachlich
 - Räumlich
2. Möglichkeit, sich von den anderen Marktteilnehmern im Wesentlichen unabhängig zu verhalten (Art. 4 Abs. 2 KG)
 - Verhandlungsmacht
 - Einseitige Durchsetzung von Vertragsbedingungen

II. Horizontale Marktmacht

I. Einführung

II. Horizontale Marktmacht

III. Vertikale Marktmacht

IV. Konglomerate (laterale) Marktmacht

V. Schlussbetrachtung

II. Horizontale Marktmacht



MIGROS
coop



Neu

Volg



SPAR



II. Horizontale Marktmacht

Indizien

- Marktanteil
- Kollektiven Marktbeherrschung
- Stärke der Konkurrenten
- Markteintrittswahrscheinlichkeit
- Stärke der Marktgegenseite

II. Horizontale Marktmacht

Marktanteile Nahrungsmittel

- Migros (inkl. Denner): 48%
- Coop: 38%
- Kollektive Marktbeherrschung mit 86% Marktanteil

Wettbewerb im Discount-Bereich

- Markteintritt Aldi (2005) und Lidl (2009)
- Preiswettbewerb im Bereich von 300-800 Artikeln

III. Vertikale Marktmacht

- I. Einführung
- II. Horizontale Marktmacht
- III. Vertikale Marktmacht**
- IV. Konglomerate (laterale) Marktmacht
- V. Schlussbetrachtung

III. Vertikale Marktmacht

MIGROS

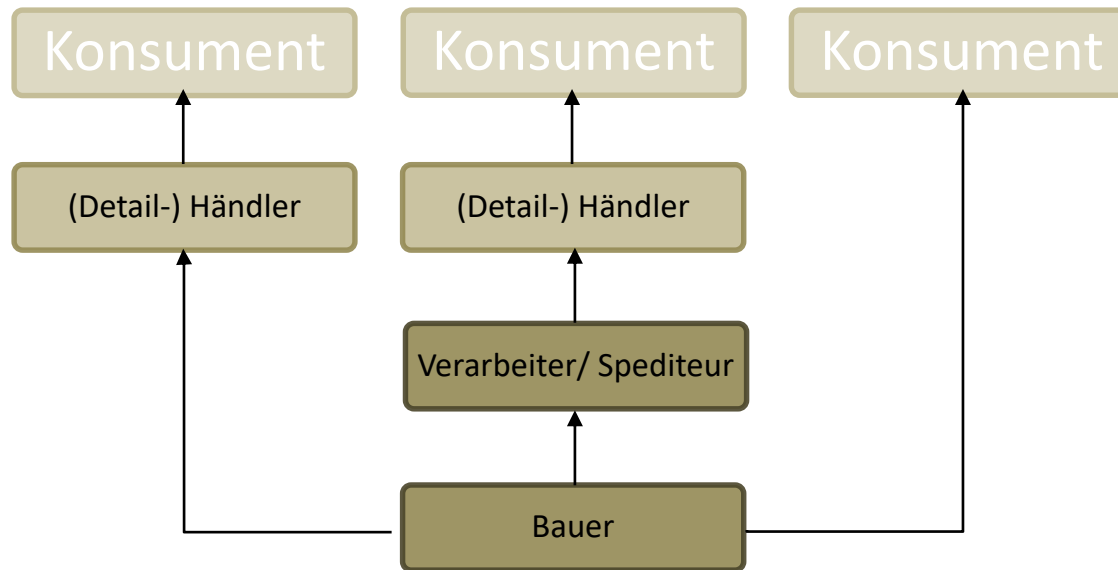


coop



III. Vertikale Marktmacht

Klassische Wertschöpfungskette am Beispiel Agrarwirtschaft



Erscheinungsformen

- Integration der Wertschöpfungskette
- Aufkauf Lieferanten (unterhalb der Fusionssschwellen)
- Abhängigkeit der vor-/nachgelagerten Stufen
- Zentrale Dienstleistungen („Markant“)

IV. Konglomerate (laterale) Marktmacht

- I. Einführung
- II. Horizontale Marktmacht
- III. Vertikale Marktmacht
- IV. Konglomerate (laterale) Marktmacht**
- V. Schlussbetrachtung

IV. Konglomerate (laterale) Marktmacht

MIGROS

MIGROSBANK

MFIT

klubschule
MIGROS

GOLF PARK
MIGROS

medbase

coop

Betty Bossi

Inter Discount

coop vitality+

Bank Banque Banca CLER

IV. Konglomerate (laterale) Marktmacht

Laterale Geschäftsfelder - Beispiele

Geschäftsfeld	Coop	Migros
Fitness	Update-Fitness	Fitness Park Migros
Finanzen	CLER	Migros Bank
Ferien	ITS Coop	Hotelplan
Tankstellen	Coop Mineralöl	Migrol
Möbel	toptip	Interio

IV. Konglomerate (laterale) Marktmacht

Bedeutung

- Vom Hauptgeschäft unabhängige Produkte, welche eine neue Kundengruppe ansprechen
- Risikodiversifizierung

V. Schlussbetrachtung

Problematische Konzentration

Lösungsansätze

- Gesellschaftsrecht
- Kartellrecht

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Chairman/Founding Partner

Patrick Krauskopf

Tel.: +41 (0) 76 576 14 07

E-Mail: patrick.krauskopf@agon-partners.ch

Partner

Felix Schraner

Tel.: +41 (0) 78 924 53 07

E-Mail: felix.schraner@agon-partners.ch

Managing Director

Fabio Babey

Tel.: +41 (0) 76 323 41 31

E-Mail: fabio.babey@agon-partners.ch