Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Diskussionspapier Nr. 9

Marktkonzentration, Produktivität und Preisaufschläge: Deskriptive Evidenz auf Basis amtlicher Daten für Deutschland

Alexandra Effenberger, Sören Enkelmann, Christoph Menzel,
Dirk Neumann, Juliane Stolle

Die in dieser Reihe veröffentlichten Diskussionspapiere spiegeln *die persönliche Auffassung* der Autoren und nicht notwendiger Weise die Auffassung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie oder seiner Mitarbeiter wider.

Inhalt

Marktkonzentration, Produktivität und Preisaufschläge: Deskriptive Evidenz auf Basis amtlicher Daten für Deutschland 3

Einleitung 4

Entwicklung der Unternehmenskonzentration 4

Aussagen auf Basis des Herfindahl-Hirschman-Index 4

Aussagen auf Basis der Konzentrationsrate (CR6) 8

Zusammenhang von Umsatzkonzentration und Produktivität 11

Preisaufschläge als Indikator für Marktmacht 13

Abschließende Betrachtung 17

Literaturverzeichnis 18

Marktkonzentration, Produktivität und Preisaufschläge: Deskriptive Evidenz auf Basis amtlicher Daten für Deutschland

Alexandra Effenberger, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Sören Enkelmann, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Christoph Menzel, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Dirk Neumann, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Juliane Stolle, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Juni 2020

Kurzzusammenfassung: Amtliche Daten des Statistischen Bundesamts zeigen im Durchschnitt keinen nennenswerten, branchenübergreifenden Anstieg der Marktkonzentration in Deutschland über die letzten Jahre. Gleichwohl gibt es mit Blick auf einzelne Wirtschaftszweige erhebliche Unterschiede im Niveau sowie in der jeweiligen Veränderung der Marktkonzentration. Wirtschaftszweige, in denen eine stärkere Unternehmenskonzentration vorliegt, weisen tendenziell auch ein höheres Produktivitätsniveau auf. Allerdings zeigt sich empirisch auf Ebene der Wirtschaftszweige kein Zusammenhang zwischen einer Veränderung der Marktkonzentration und der Produktivität. Eine Zunahme der Marktkonzentration ist lediglich ein Indiz für möglicherweise gestiegene Marktmacht von Unternehmen, denn auch bei wenigen Anbietern kann es z. B. über Wirtschaftszweige und Ländergrenzen hinweg einen intensiven Wettbewerb geben, der in gängigen Konzentrationsmaßen nicht abgebildet wird. Marktmacht macht sich vielmehr in höheren Preisaufschlägen bemerkbar. Die Monopolkommission hat anhand der Orbis-Datenbank für Deutschland steigende Preisaufschläge festgestellt. Amtliche Firmendaten der CompNet-Datenbank lassen dagegen keinen steigenden Trend für Deutschland erkennen. Die Untersuchung deckt den Zeitraum vor der Corona-Pandemie ab. Es ist noch unklar, ob im Zuge der Rezession eine Verringerung des Wettbewerbs durch Marktaustritte bzw. Übernahmen von (potenziellen) Konkurrenten durch große Konzerne stattgefunden hat.

Keywords: Konzentrationsmaße, Marktmacht, Preisaufschläge, Produktivität
JEL-Classification: D24, D42, L11, L12

Einleitung

Die Diskussion um die Entwicklung der Unternehmenskonzentration und möglicher Marktmacht von Konzernen hat mit zunehmender Bedeutung digitaler Plattformen und einer Reihe von Untersuchungen zur Rolle von „Superstar-Firmen“ zuletzt in der Wissenschaft wie in der Öffentlichkeit an Interesse gewonnen. Auch das jüngste Hauptgutachten der Monopolkommission (Monopolkommission, 2018) geht in Kapitel 2 der Frage einer wachsenden Unternehmenskonzentration in Deutschland nach. Das vorliegende Diskussionspapier knüpft an diese Analysen auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes an und stellt sie in den Kontext der Produktivitätsentwicklung. Neben gängigen Konzentrationsmaßen werden auch Preisaufschläge als Indikator für Marktmacht berechnet. Hierfür werden neben Berechnungen mit den ebenfalls im Hauptgutachten der Monopolkommission verwendeten Orbis-Daten zusätzlich erste Analysen auf Basis amtlicher Firmendaten der CompNet-Datenbank präsentiert.

Entwicklung der Unternehmenskonzentration

Für die Jahre 2007, 2009, 2011, 2013 und 2015 liegen von der Monopolkommission aufbereitete und zur Verfügung gestellte Daten des Statistischen Bundesamtes zur Marktkonzentration in etwa 500 Wirtschaftszweigen der WZ2008-Klassifikation (4-Steller-Ebene) vor. Die Unternehmen sind den einzelnen Wirtschaftszweigen nach ihrem Unternehmensschwerpunkt zugeordnet. Die Daten basieren auf dem amtlichen Unternehmensregister und stellen eine anonymisierte Vollerhebung der inländischen Unternehmen dar.[1] Für das Jahr 2015 liegen z. B. Daten für 3,38 Mio. Unternehmen vor.

Im Datensatz sind für jeden dieser Wirtschaftszweige neben der Zahl der Unternehmen[2] und den Umsätzen zwei Konzentrationsmaße enthalten:

a. der Herfindahl-Hirschman-Index (HHI) als gebräuchliches Konzentrationsmaß (gemessen als Summe der quadrierten Marktanteile der Unternehmen multipliziert mit dem Faktor 10.000)[3],

b. die Konzentrationsrate (concentration rate, CR); hier der prozentuale Umsatzanteil, der auf die sechs umsatzstärksten Unternehmen eines Wirtschaftszweiges entfällt (CR6).

Aussagen auf Basis des Herfindahl-Hirschman-Index

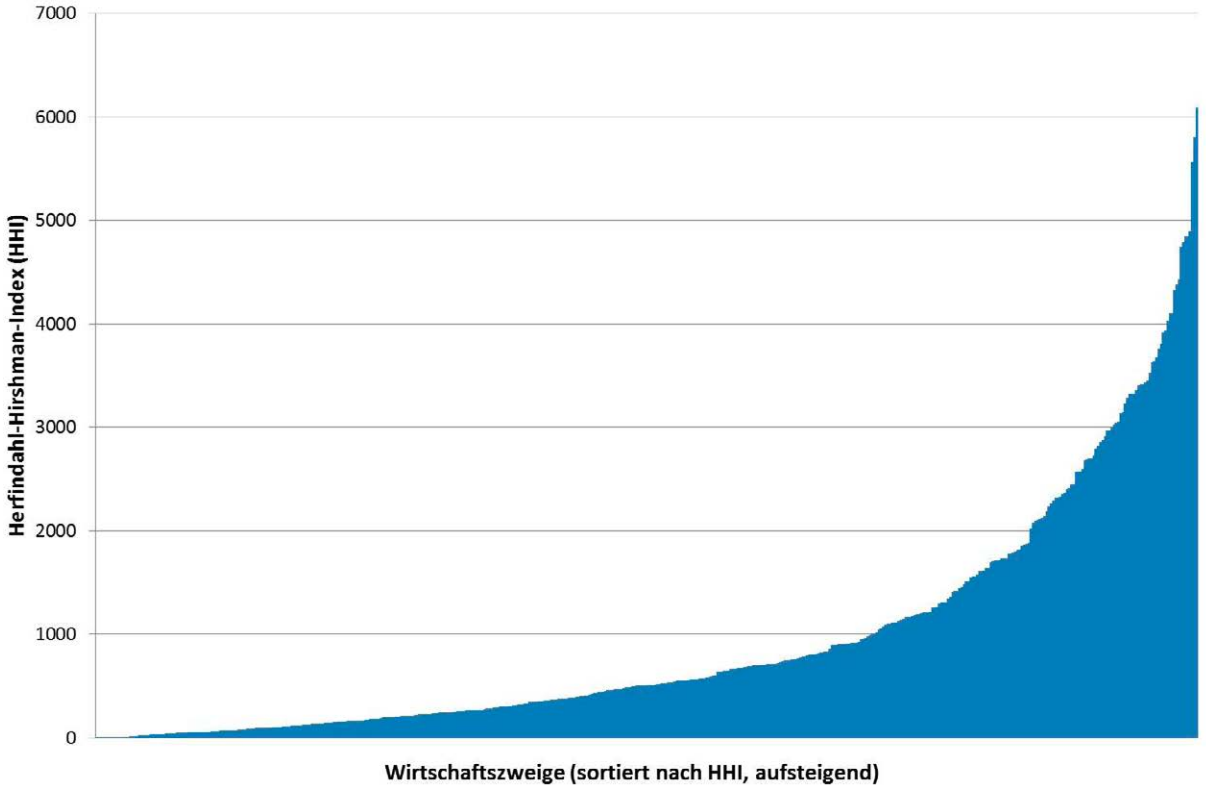
Gemessen am HHI weisen die Wirtschaftszweige starke Unterschiede in der Umsatzkonzentration auf (siehe Abbildung 1). Betrachtet man den durchschnittlichen HHI über alle fünf verfügbaren Jahre, reicht die Skala der Beobachtungen von 2 Indexpunkten (d. h. wenig konzentriert; z. B. Dachdecker, Tischler, Taxigewerbe) bis zu 6.090 Indexpunkten bei der Personenbeförderung im Eisenbahnfernverkehr. Der ungewichtete Mittelwert über die 492 Wirtschaftszweige liegt bei 939 Indexpunkten, der Median lediglich bei 507 Punkten.

1 Die Daten umfassen die Wirtschaftsbereiche B, C, D, E, F, G, H, I, J, L, M, N nach WZ2008. Siehe für weitere Informationen Monopolkommission (2018).

2 Neben der Zahl der Unternehmen („rechtlichen Einheiten“) ist auch die Zahl der „wirtschaftlichen Einheiten“ (WE) enthalten. Eine WE umfasst alle Unternehmen (im Sinne von rechtlichen Einheiten) mit gleichem WZ8-4-Steller-Code unter einem „Gruppenoberhaupt“. Die Berechnung der Umsätze sowie der Konzentrationsmaße basiert auf diesen wirtschaftlichen Einheiten. Der Einfachheit halber wird im Text der Begriff „Unternehmen“ z. T. äquivalent verwendet.

3 Der HHI kann somit eine Ausprägung von 0 (keine Konzentration, d. h. gleiche Umsätze über alle Unternehmen) bis 10.000 (Monopol, d. h. Umsätze konzentrieren sich auf ein Unternehmen) annehmen; dabei gelten Werte unter 1.000 als unbedenklich und solche über 1.800 als kritisch.

Abbildung 1: Verteilung HHI-Umsatzkonzentration (Durchschnitt 2007–2015) nach Wirtschaftszweigen



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes

Eine vergleichsweise niedrige Umsatzkonzentration (HHI < 500)[4] findet sich – wie zu erwarten – in vielen Wirtschaftszweigen des Baugewerbes (z. B. Dachdecker, Fliesenleger, Elektriker, Installateure), im Groß- und Einzelhandel (z. B. Einzelhandel mit Bekleidung, Getränkegroßhandel), im Gastgewerbe (z. B. Hotels) sowie zahlreichen anderen Dienstleistungsbranchen (z. B. PR-Berater, Architekturbüros), aber auch in Bereichen, die dem Verarbeitenden Gewerbe zugeordnet werden (z. B. die Herstellung von Metallkonstruktionen oder der Fleischverarbeitung). Auch Apotheken gehören zu den Wirtschaftszweigen mit der niedrigsten Marktkonzentration (Mehrbesitzverbot).

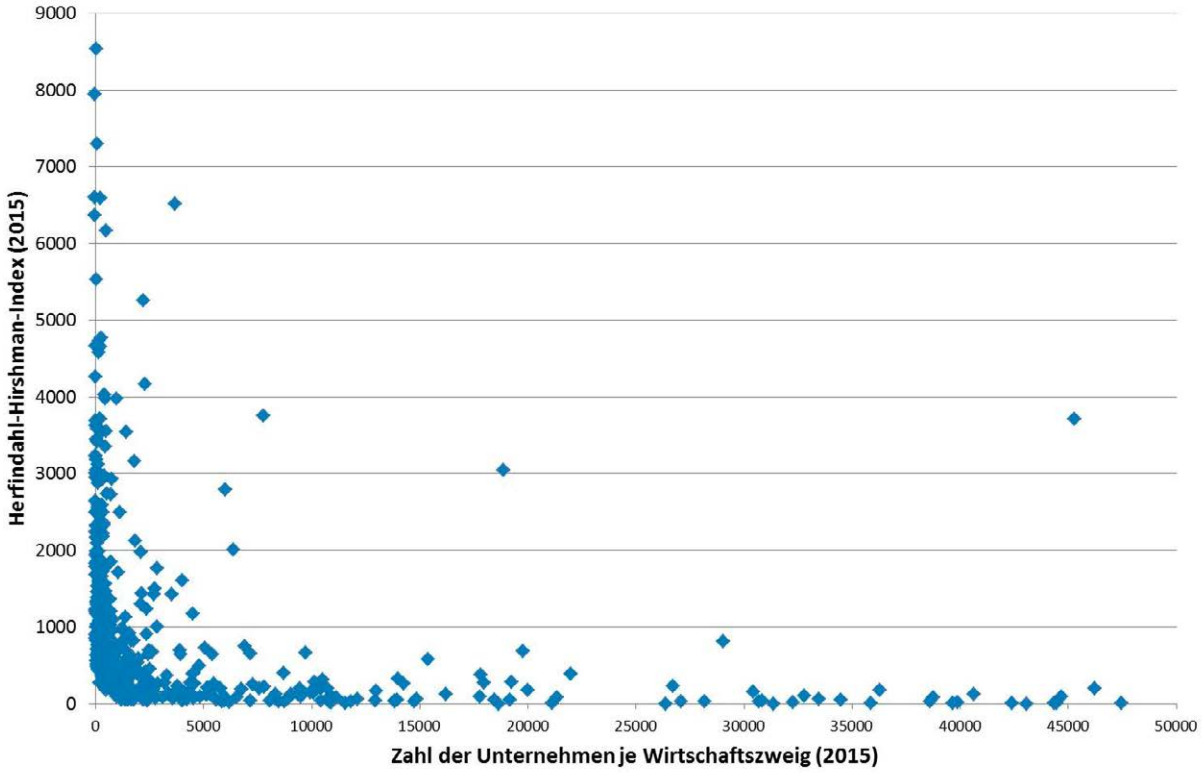
Es gibt allerdings auch 38 Wirtschaftszweige mit einer relativ hohen Umsatzkonzentration (HHI > 3.000). Eher am unteren Rand liegen dabei Branchen wie der Boots- und Yachtbau und Lebensversicherer. Einen HHI von über 4.000 Punkten findet man dagegen etwa im Luft- und Raumfahrzeugbau sowie bei den Übertragungsnetzbetreibern. Angeführt wird die Liste von den Wirtschaftszweigen „Güterbeförderung im Eisenbahnverkehr“ (HHI = 5.559), „Leitungsgebundene Telekommunikation“ (HHI = 5.804) und „Personenbeförderung im Eisenbahnfernverkehr“ (HHI = 6.090), die von den großen Netzbetreibern bzw. der Deutschen Bahn dominiert werden.

4 In der US-amerikanischen Kartellrechtspraxis gelten Märkte bei einem HHI < 1.500 als nicht konzentriert. Im Rahmen der europäischen Fusionskontrolle gelten Werte zwischen 1000 und 2000 als unbedenklich. Diese Schwellenwerte können jedoch lediglich als grobe Richtwerte dienen (Monopolkommission, 2018, S. 177).

In der Regel sind die Umsätze in jenen Wirtschaftsbereichen weniger (mehr) konzentriert, die durch eine hohe (niedrige) Zahl an Marktteilnehmern gekennzeichnet sind. So gab es im Jahr 2015 laut amtlichem Unternehmensregister z. B. über 55.000 Fliesenleger-Betriebe (HHI 2015 = 3), etwa 44.000 Logistikunternehmen („Gütertransport im Straßenverkehr", HHI = 11) und knapp 160.000 Gaststätten (HHI = 5). Dagegen gab es im Jahr 2015 z. B. nur 83 Stahlgießereien (HHI = 631), 68 Produzenten von Sanitärkeramik (HHI = 5.534) und 10 Hersteller von Zucker (HHI = 3.239). In einigen Wirtschaftszweigen gibt es in Deutschland weniger als zehn Unternehmen (z. B. Kokerei, Braunkohlebergbau). Betrachtet man lediglich die Wirtschaftszweige mit mehr als 1.000 Unternehmen, ergibt sich im Jahr 2015 ein durchschnittlicher HHI (ungewichtet) von 454 Indexpunkten, während Wirtschaftszweige mit weniger als 50 Unternehmen einen durchschnittlichen HHI von etwa 2.960 Indexpunkten aufweisen. Abbildung 2 stellt den o. g. Zusammenhang zwischen der Zahl der Unternehmen und der Umsatzkonzentration für das Jahr 2015 grafisch dar (wobei Wirtschaftszweige mit mehr als 50.000 Unternehmen für eine bessere Darstellung nicht dargestellt sind). Hierbei zeigen sich auch einige „Ausreißer", wie etwa für die Versicherungsmakler/innen ein HHI von gut 3.700 Indexpunkten bei über 45.000 Unternehmen.

In den Wirtschaftszweigen des Verarbeitenden Gewerbes liegt die Umsatzkonzentration mit durchschnittlich 1.198 HHI-Indexpunkten (ungewichtet) über dem Durchschnitt im Dienstleistungsbereich (HHI = 686). Deskriptive Analysen lassen keine Aussagen über die Ursachen zu, doch eine wesentliche Rolle dürfte die Anzahl der Unternehmen pro Wirtschaftszweig spielen, die im Dienstleistungssektor im Durchschnitt (n = 11.718 im Jahr 2015) deutlich über den Werten des Verarbeitenden Gewerbes liegt (n = 1.139).

Abbildung 2: Zahl der Unternehmen und Umsatzkonzentration (HHI)



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes

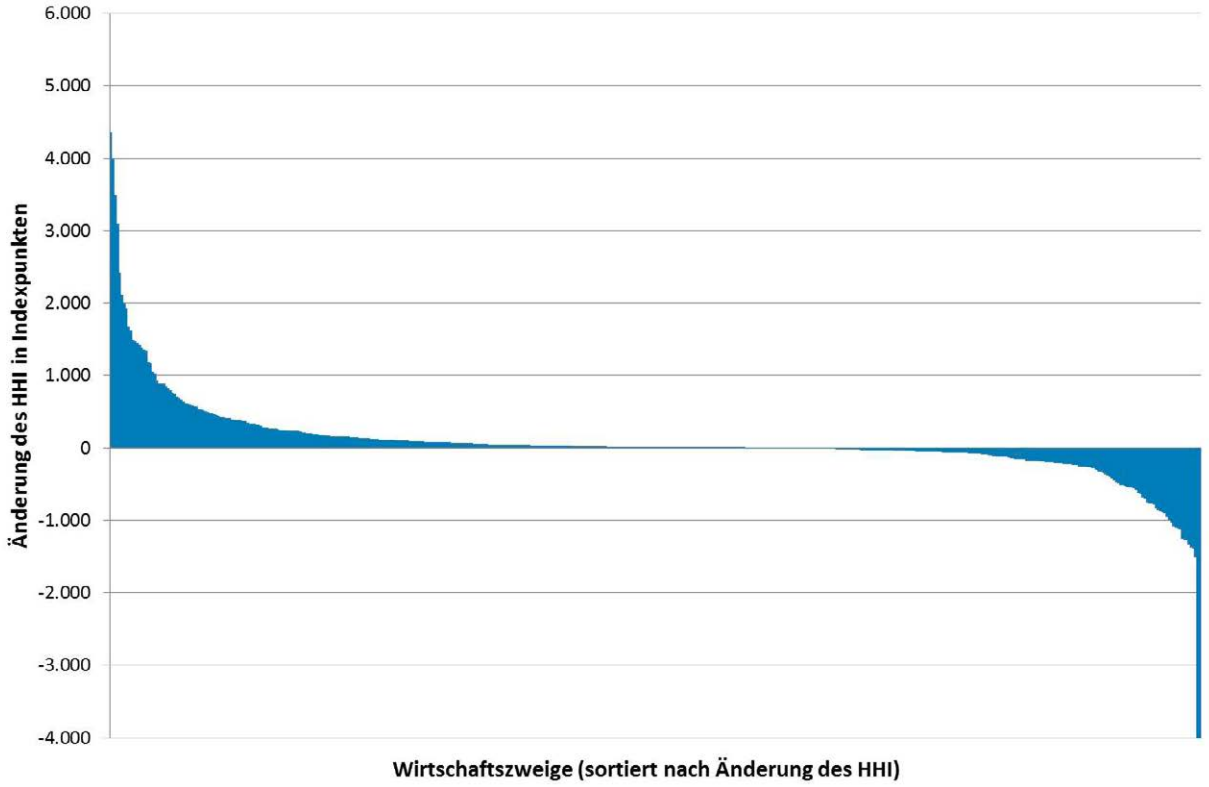
Gleichwohl können Durchschnitte über die hohe Heterogenität innerhalb bestimmter Wirtschaftsbereiche hinwegtäuschen. So gibt es z. B. innerhalb des Bereichs der Nahrungsmittelproduktion Wirtschaftszweige mit vergleichsweise hoher Marktkonzentration („Herstellung von Zucker", HHI = 3.239) und andere mit sehr geringer Umsatzkonzentration (z. B. „Herstellung von Backwaren", HHI = 56). Eine aggregierte Betrachtung nach Wirtschaftszweigen auf 2-Steller-Ebene oder nach Industrie- und Dienstleistungsbereichen kann daher unter Umständen interessante Entwicklungen außer Acht lassen.

Auch stellt sich die Frage, wie sich die Marktkonzentration einzelner Wirtschaftszweige im Zeitablauf entwickelt hat. Dabei ist zunächst festzuhalten, dass der HHI in den einzelnen Wirtschaftszweigen z. T. deutlich schwankt. Zwei Beispiele: Der Wirtschaftszweig „Herstellung von Schädlingsbekämpfungs-, Pflanzenschutz- und Desinfektionsmitteln" weist für das Jahr 2007 einen HHI von etwa 953 Punkten auf, der in den Jahren 2009 und 2011 sprunghaft auf etwa 7.100 Punkte stieg, um in den Jahren 2013 und 2015 wieder auf etwa 800 Punkte zu fallen. Im Bereich „Instandsetzung und Reparatur von Kraftwagen" gibt es einen Ausreißer beim HHI-Wert im Jahr 2009. In diesen Fällen könnte die wechselnde Zuordnung von einzelnen, bedeutenden Unternehmen zu bestimmten Wirtschaftszweigen ein Grund für die Schwankungen sein, was die Interpretation zeitlicher Entwicklungen erschwert (dies kann jedoch auf Basis der vorliegenden Daten nicht nachgeprüft werden). Um solche Schwankungen teilweise zu korrigieren, vergleichen wir im Folgenden die durchschnittliche Umsatzkonzentration über die Jahre 2007, 2009 und 2011 mit dem Durchschnitt der beiden anderen Jahre (2013 und 2015).

Von den 496 Wirtschaftszweigen gab es demnach knapp 300 Wirtschaftszweige, in denen die Umsatzkonzentration zwischen den Vergleichsperioden 2007/2009/2011 und 2013/2015 zugenommen hat (im Durchschnitt um +294 Indexpunkte). In etwa 200 Wirtschaftszweigen ging der HHI dagegen zurück (um durchschnittlich -283 Indexpunkte). Wie Abbildung 3 zeigt, ist in der Gesamtschau kein allgemeiner Trend einer zunehmenden Marktkonzentration über die Breite der Wirtschaftszweige zu beobachten (dies legen auch die Ergebnisse der Monopolkommission nahe, welche insgesamt keine Zunahme der Marktkonzentration aufzeigen). Mehr Wettbewerb (im Sinne sinkender Umsatzkonzentration) gab es z. B. beim „Zerlegen von Schiffs- und Fahrzeugwracks" oder bei der „Herstellung von Apfelwein". Eine deutliche Zunahme der Marktkonzentration ist z. B. im Bereich Gaserzeugung, bei Videotheken oder im „Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik" zu beobachten.

Für Videotheken, um eines dieser Beispiele herauszugreifen, ist der HHI von etwa 110 Punkten auf zuletzt 1.708 Punkte gestiegen. In derselben Zeit hat sich die Zahl der Unternehmen, die diesem Wirtschaftszweig zugerechnet werden, von 2.021 auf 1.092 halbiert. Ob hier Marktkonsolidierung und (technologischer) Strukturwandel stattgefunden haben (Streaming-Dienste) oder lediglich Unternehmen nun in anderen Wirtschaftszweigen erfasst werden, weil sich deren unternehmerischer Schwerpunkt verlagert hat, lässt sich anhand dieser Daten nicht feststellen.

Abbildung 3: Änderung der Umsatzkonzentration (2013/15 gegenüber 2007/09/11)



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes

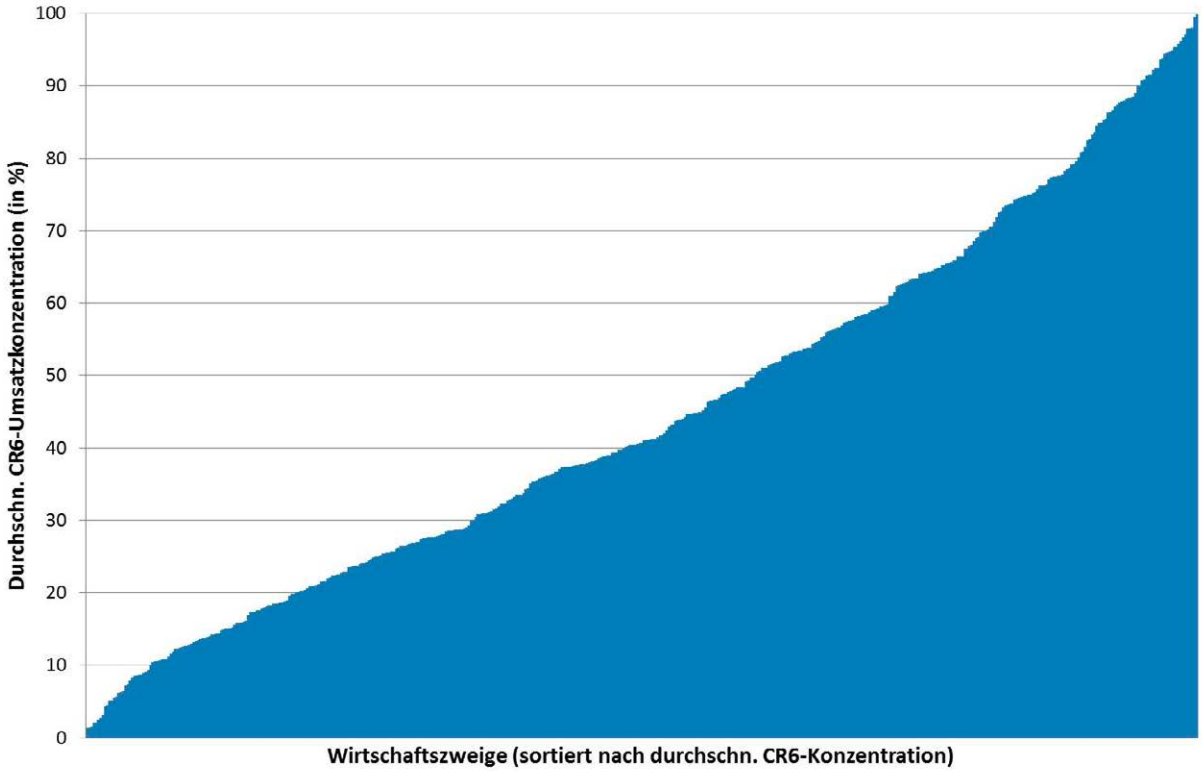
Aussagen auf Basis der Konzentrationsrate (CR6)

Ein alternatives Maß zur Messung der Unternehmenskonzentration ist die Konzentrationsrate (concentration rate, CR) innerhalb eines Wirtschaftszweiges, die angibt, welcher Anteil der Umsätze auf die „x" umsatzstärksten Unternehmen bzw. wirtschaftlichen Einheiten entfällt (CRx). Im Folgenden werden die vom Statistischen Bundesamt zur Verfügung gestellten, anonymisierten Daten über die Umsatzkonzentration der jeweils sechs umsatzstärksten Unternehmen nach Wirtschaftszweigen (CR6) zugrunde gelegt.

Betrachtet man für alle Wirtschaftszweige den Durchschnitt über die fünf Jahreswerte, so entfallen im Mittel 45 Prozent (Median: 41 Prozent) der Umsätze eines Wirtschaftszweiges auf die sechs stärksten Unternehmen. Allerdings gibt es zwischen den Wirtschaftszweigen eine große Spannweite von 1 Prozent (Apotheken) bis 100 Prozent („Herstellung von militärischen Kampffahrzeugen" und „Herstellung von Zucker"), wie in Abbildung 4 zu sehen ist. Es gibt 79 Wirtschaftszweige, in denen die sechs größten Unternehmen über 75 Prozent der Umsätze auf sich vereinen.

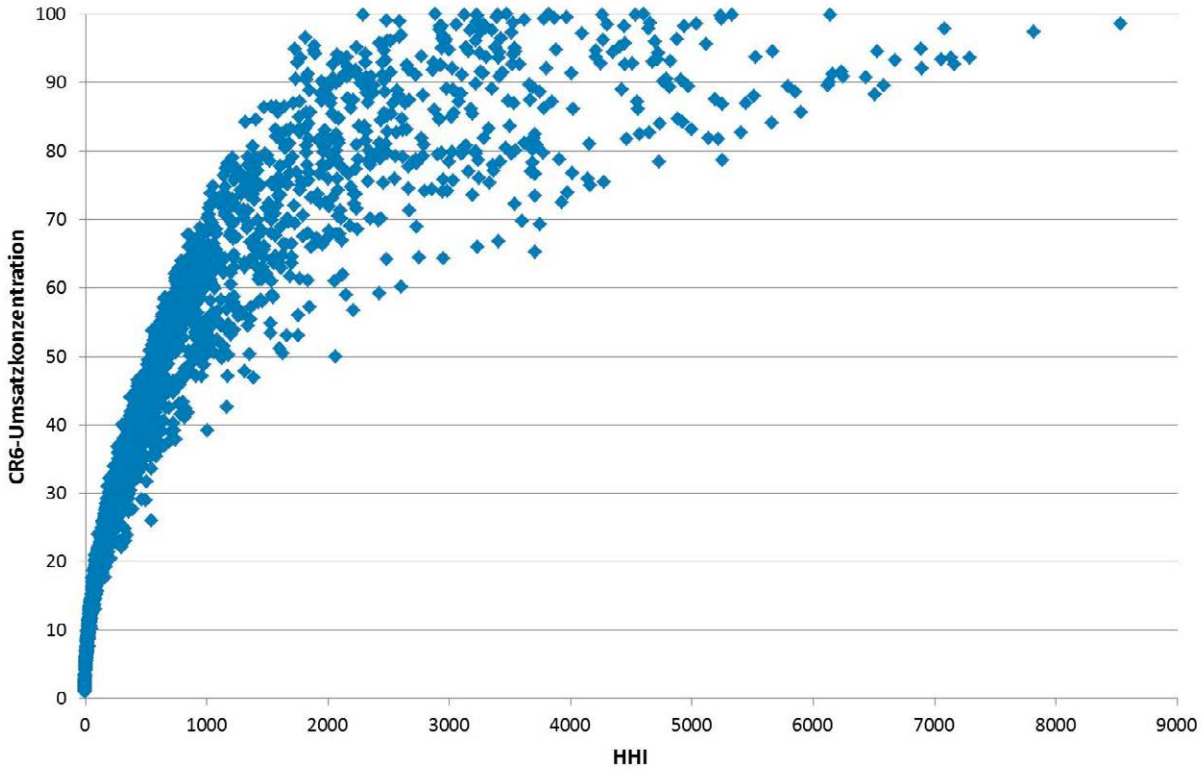
Die CR6-Ergebnisse decken sich weitgehend mit den Ergebnissen des HHI, wobei letzterer etwas „ungleicher" verteilt ist, d.h. eine kleinere Anzahl an Wirtschaftszweigen die höchsten Indexwerte auf sich vereinigt, während die CR6-Konzentration über die Wirtschaftszweige gleicher verteilt erscheint (Vergleich der Abbildungen 1 und 4). Inwiefern die HHI-Werte mit jenen des CR6 für die einzelnen Wirtschaftszweige korrelieren, vergleicht Abbildung 5. Eine besonders geringe Umsatzkonzentration sowohl auf Basis des HHI- als auch des CR6-Index findet sich z.B. bei Apotheken oder Dachdeckern (jeweils < 3 Indexpunkte für beide Indizes in allen Jahren). Besonders hohe Konzentrationsraten findet man dagegen z.B. im Jahr 2009 im Bereich der „Güterbeförderung in der Luftfahrt" (HHI = 7.087 und CR6 = 97,9) sowie im Jahr 2015 bei der „Personenbeförderung im Bahnverkehr" (HHI = 8.541 und CR6 = 98,6).

Abbildung 4: Verteilung CR6-Umsatzkonzentration (Durchschnitt 2007–2015) nach Wirtschaftszweigen



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes

Abbildung 5: HHI- und CR6-Umsatzkonzentration (alle Werte 2007–2015)



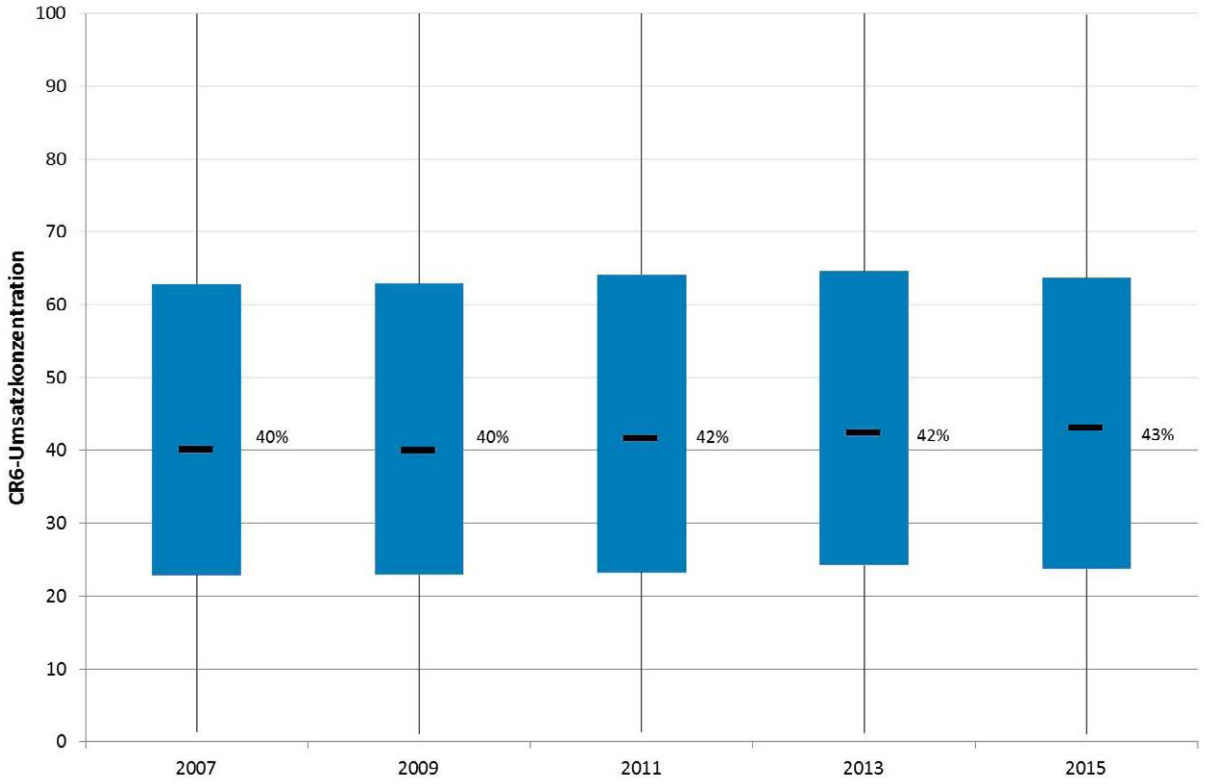
Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes

Im Zeitverlauf lässt sich im Durchschnitt der Wirtschaftszweige mit Blick auf das CR6-Maß keine erkennbare Zunahme der Unternehmenskonzentration beobachten: die (ungewichtete) durchschnittliche Umsatzkonzentration lag im Jahr 2007 bei 44 Prozent und im Jahr 2015 bei 46 Prozent (siehe Abbildung 6).

Auch hinter diesen Durchschnittswerten verbergen sich aber (wie im Fall des HHI) z.T. erhebliche Unterschiede in einzelnen Wirtschaftszweigen. Vergleicht man den Durchschnitt der Jahre 2013 und 2015 mit dem der Jahre 2007, 2009 und 2011, so ist z.B. bei Videotheken ein Anstieg um 31 Prozentpunkte zu beobachten, was insbesondere in den letzten Jahren wohl vor allem eine Folge der Ausweitung von Streaming-Angeboten sein dürfte. Insgesamt ist in 267 Wirtschaftszweigen ein Anstieg der CR6-Konzentration zu verzeichnen, wobei dieser in etwa 30 Wirtschaftszweigen mehr als 10 Prozentpunkte betrug.

Im Gegensatz dazu gibt es 164 Wirtschaftszweige, in denen der CR6-Wert über die Zeit zurückging, in 13 Wirtschaftszweigen um über 10 Prozentpunkte. Besonders deutlich zeigte sich der Rückgang z.B. bei Herstellern von Schädlingsbekämpfungsmitteln (-22 Prozentpunkte) oder im Elektrogroßhandel (-20 Prozentpunkte).

Abbildung 6: CR6-Umsatzkonzentration im Zeitverlauf (Boxplot)



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes

Zusammenhang von Umsatzkonzentration und Produktivität

Die Daten des Statistischen Bundesamtes erlauben ebenfalls einen Blick auf den Zusammenhang von Unternehmenskonzentration und Produktivität auf Ebene einzelner Wirtschaftszweige. Eine häufig geäußerte Hypothese ist, dass in stärker konzentrierten Wirtschaftszweigen weniger Wettbewerb bzw. verminderter Marktdruck herrscht, was negative Anreize (etwa mit Blick auf Innovationen und Investitionen von Unternehmen) verursacht und daraus folgend mit entsprechend geringerer Produktivität einhergehen kann. Besteht dieser Zusammenhang systematisch, wären bei einer steigenden Unternehmenskonzentration – die für Deutschland im Allgemeinen wie dargestellt nicht vorliegt – negative gesamtwirtschaftliche Folgen zu vermuten.

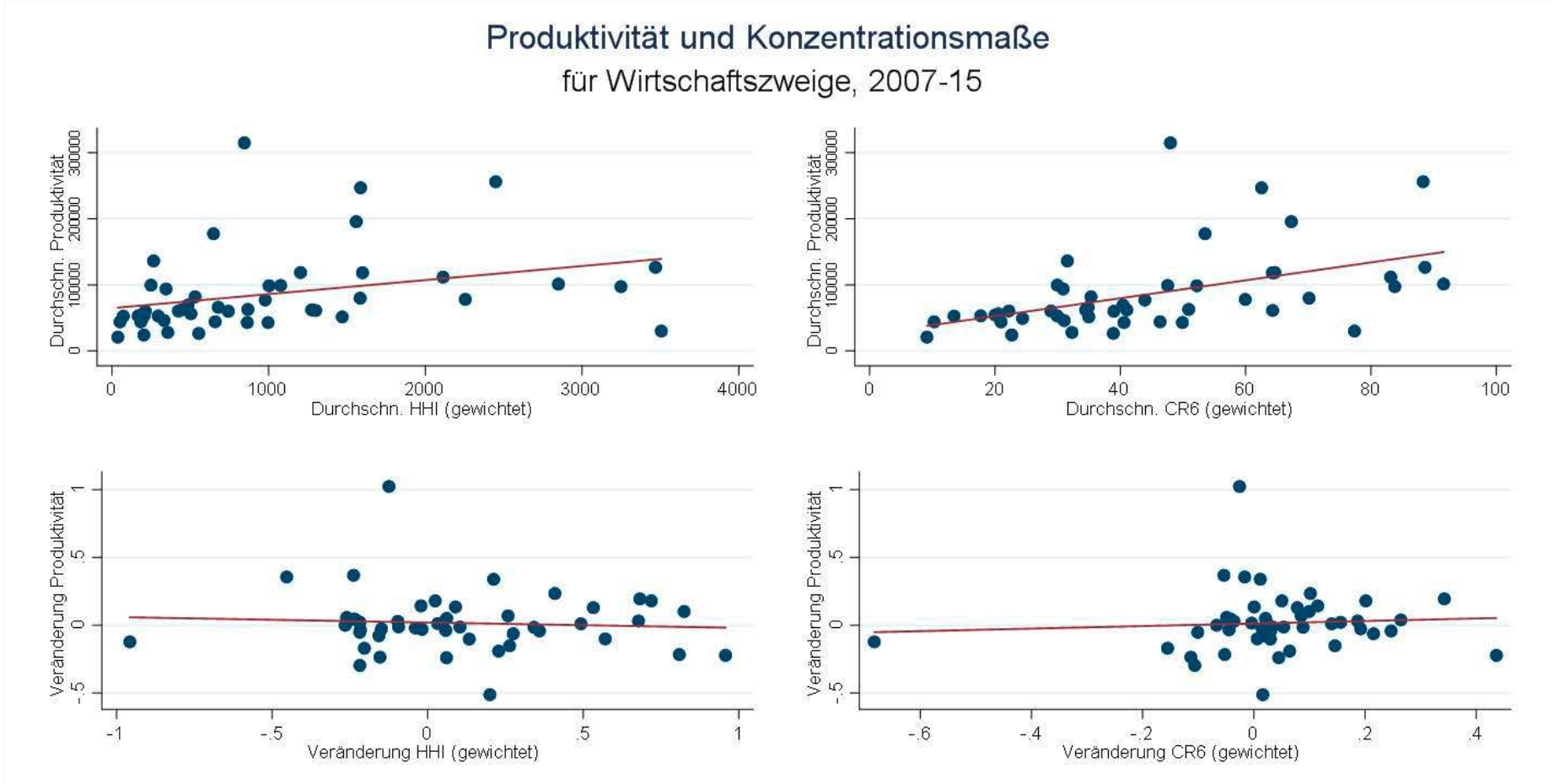
Eine erste deskriptive Analyse der vorliegenden Daten liefert allerdings keine Unterstützung für diese Hypothese, wie Abbildung 7 zeigt. Vielmehr weisen Wirtschaftszweige, die stärker konzentriert sind, im Niveau tendenziell sogar eine höhere Produktivität auf. Dies gilt sowohl bei Verwendung des HHI-Index als auch des CR6-Maßes (jeweils gewichtet), wie in den oberen beiden Grafiken der Abbildung zu sehen ist, welche die durchschnittliche (nominale) Produktivität und die durchschnittliche Unternehmenskonzentration in den Jahren 2007–15 in Relation stellen.

Betrachtet man den Zusammenhang von Veränderungen in der Unternehmenskonzentration und Veränderungen in der Produktivität, so lässt sich für Wirtschaftszweige, in denen die Konzentration zugenommen hat, keine systematische Zu- oder Abnahme der Produktivität über die Jahre 2007–15 feststellen (siehe die unteren beiden Grafiken).

Abschließend lässt sich der Zusammenhang von durchschnittlicher Unternehmenskonzentration und Veränderungen in der Produktivität betrachten (nicht in der Abbildung aufgeführt). Eine erste deskriptive Analyse zeigt hier, dass eine hohe Unternehmenskonzentration, insbesondere im Dienstleistungssektor[5], tendenziell mit schwächerem Produktivitätswachstum einhergeht.

5 Dies gilt jedoch nur bei Nichtberücksichtigung des Telekommunikationssektors, welcher durch eine hohe Unternehmenskonzentration und deutliche Produktivitätsverbesserungen in 2007–15 geprägt ist.

Abbildung 7: Umsatzkonzentration und Produktivität



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Daten des Statistischen Bundesamtes. Durchschn. Produktivität ist die durchschnittliche nominale Bruttowertschöpfung in jeweiligen Preisen je Erwerbstätigen. Wirtschaftszweige wurden teilweise zusammengefasst, da Produktivitätsdaten nur auf aggregierter Ebene vorliegen. Der Wirtschaftszweig ‚Grundstücks- und Wohnungswesen' ist aufgrund abweichender Methodik bei der Produktivitätsmessung nicht berücksichtigt.

Preisaufschläge als Indikator für Marktmacht

Bisher wurde die Marktkonzentration auf Ebene einzelner Wirtschaftszweige auf Basis der Umsatzanteile von Unternehmen anhand der beiden Konzentrationsmaße HHI und CR6 diskutiert. Diese Indikatoren eignen sich jedoch aus mehreren Gründen nur bedingt zur Bewertung der tatsächlichen Wettbewerbsintensität bzw. der Ausprägung von Marktmacht: Erstens können auch wenige, große Anbieter innerhalb eines Wirtschaftszweiges in einem intensiven Wettbewerb miteinander stehen (z. B. „Lidl“ und „Aldi“). Ebenso können auch Anbieter, die in verschiedenen Wirtschaftszweigen aktiv sind, aber substituierbare Angebote aufweisen, miteinander konkurrieren, wie z. B. Busse und Bahnen.

Zweitens sind Konzentrationsmaße für einzelne, nationale Wirtschaftszweige wenig aussagekräftig, wenn auf dem Heimatmarkt Konkurrenz durch ausländische Anbieter besteht, aber nicht berücksichtigt wird. Es handelt sich in dem Fall nicht um eine sinnvolle Marktabgrenzung im wettbewerbsrelevanten Sinne.

Drittens kann eine Zunahme der Marktkonzentration auch auf das Wachstum einzelner, produktiver Unternehmen zurückzuführen sein, was in diesem Fall als ein Anzeichen für allokative Effizienz zu deuten wäre, d. h. volkswirtschaftliche Ressourcen (Arbeit und Kapital) fließen in eine produktivere Verwendung. Die vorangegangenen Analysen zeigen allerdings keine Produktivitätssteigerungen in Wirtschaftszweigen, in denen die Konzentration zuletzt zugenommen hat.

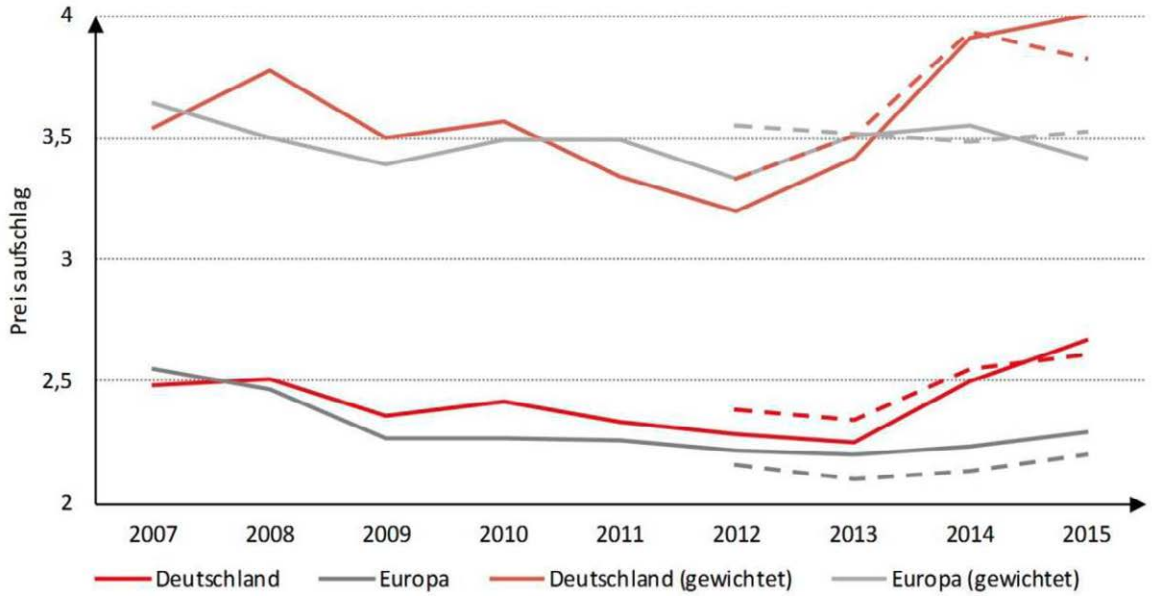
Aus diesen Gründen werden in der empirischen Literatur häufig Preisaufschläge (engl. markups) als Maß zur Bestimmung der Marktmacht von Unternehmen verwendet. Diese messen das Verhältnis von Preisen zu den Grenzkosten der Produktion. Nach der neoklassischen Theorie unter Annahme eines vollkommenen Wettbewerbs ohne Marktmacht entsprechen die Preise den Grenzkosten, d. h. Preisaufschläge existieren per Definition nicht. (Steigende) Preisaufschläge implizieren dann (einen Anstieg von) Marktmacht. Markups können mit den meisten gängigen Unternehmensdatenbanken auf der Firmenebene geschätzt werden.[6]

Die Monopolkommission (2018) hat in ihrem XXII. Hauptgutachten neben Konzentrationsmaßen auch die Entwicklung der durchschnittlichen Preisaufschläge analysiert. Auf Basis der Unternehmensdaten der Orbis-Datenbank des Bureau van Dijk[7] zeigt sich, dass der durchschnittliche Preisaufschlag von Firmen in Deutschland seit 2013 deutlich steigt, und zwar stärker als in anderen EU-Mitgliedsstaaten, wie in Abbildung 8 dargestellt. Die Abbildung vergleicht ungewichtete mit umsatzgewichteten Preisaufschlägen, um über letztere auch die Bedeutung der Preisaufschläge am Markt zu erfassen. Wie in der Abbildung zu sehen ist, sind umsatzgewichtete Preisaufschläge (die helleren Linienverläufe) erwartungsgemäß größer und auch stärker angestiegen als ungewichtete Preisaufschläge. Letzteres könnte darauf hindeuten, dass eine Reallokation der Umsätze von Unternehmen mit geringen Preisaufschlägen zu Unternehmen mit hohen Preisaufschlägen stattgefunden hat. Eine weitere Erkenntnis der Monopolkommission ist, dass Preisaufschläge bei Unternehmen an der Verteilungsspitze der Aufschläge überproportional gestiegen sind, d. h. Unternehmen mit ohnehin schon hohen Preisaufschlägen haben diese zuletzt noch weiter vergrößert. Diese heterogene Entwicklung wurde auch für andere Länder dokumentiert (siehe z. B. IWF, 2019; De Loecker und Eeckhout, 2017) und unterstreicht, dass aggregierte Preisaufschläge mit Vorsicht zu interpretieren sind.

6 Allerdings werden dabei starke Annahmen getroffen, insbes. werden identische Produktionsfunktionen und Faktorpreise von Unternehmen in einem Wirtschaftszweig vorausgesetzt.

7 Siehe https://www.bvdinfo.com/de-de/unsere-losungen/daten/international/orbis (letzter Zugriff 23.06.2020).

Abbildung 8: Entwicklung der Preisaufschläge in Deutschland und Europa auf Basis der Orbis-Daten



Quelle: Monopolkommission (2018): „Wettbewerb 2018“, XXII. Hauptgutachten, S. 168

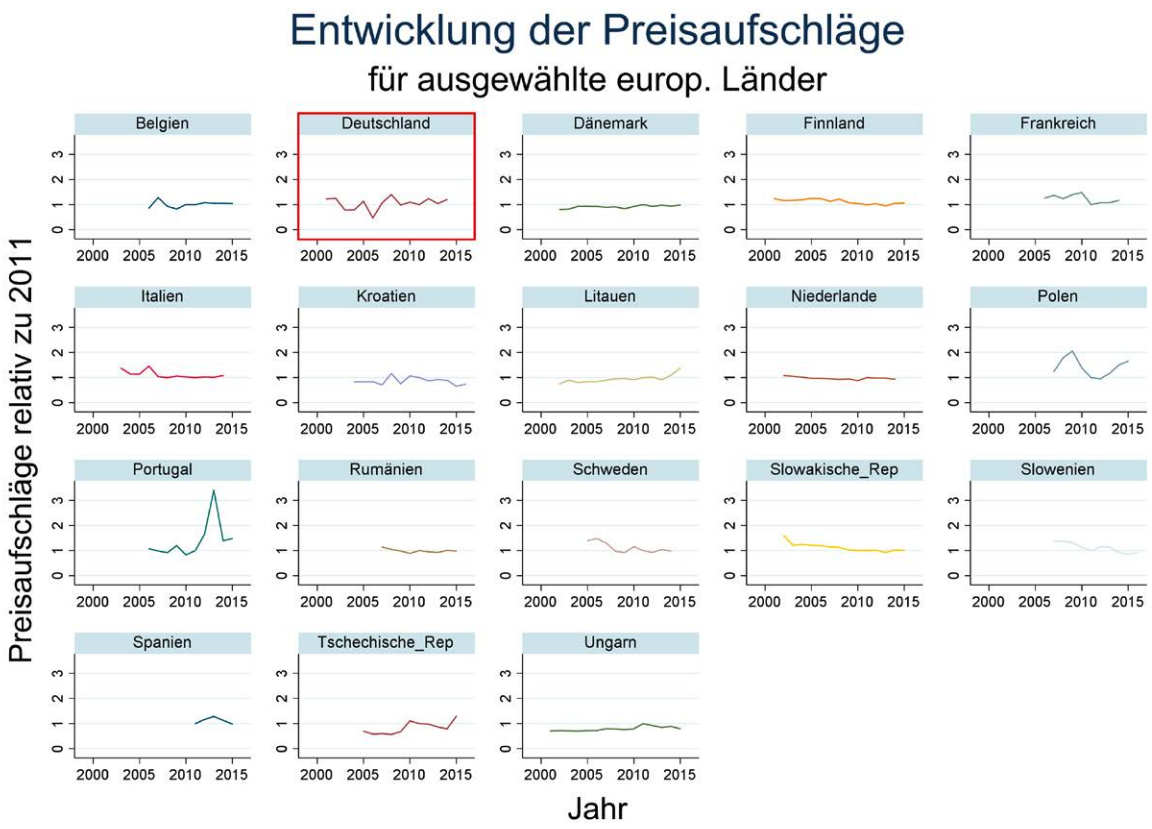
Zudem lassen die Analysen auf Basis der Orbis-Daten keine endgültigen Rückschlüsse auf die gesamte Unternehmenspopulation zu, da es sich bei der Datenbasis weder um eine Vollerhebung noch um eine repräsentative Stichprobe handelt. Zwar deckt die Orbis-Datenbank grundsätzlich das gesamte Spektrum der privaten Unternehmen ab, allerdings scheinen größere Unternehmen besser repräsentiert zu sein (siehe Bajgar et al., 2020). Da steigende Preisaufschläge scheinbar von einem geringen Teil der Gesamtunternehmen getrieben werden und diese sich oft durch hohe Umsatzanteile auszeichnen (siehe IWF, 2019), ist es möglich, dass der Anstieg der Preisaufschläge in Abbildung 8 überschätzt wurde. Ebenso ist jedoch denkbar, dass sich kleinere Unternehmen in Nischen spezialisieren, in denen sie nur geringem Wettbewerb ausgesetzt sind, und auf diese Weise ihre Marktmacht etablieren. In diesem Fall würden auf Basis der Orbis-Daten berechnete Preisaufschläge möglicherweise unterschätzt.

Für eine verlässlichere Bewertung der Entwicklung der Preisaufschläge eignen sich die amtlichen Firmendaten für Deutschland (AFiD), die die Grundlage der Daten für Deutschland in der dem BMWi vorliegenden CompNet-Datenbank bilden.[8] Für Deutschland sind Daten für Industrieunternehmen mit 20 oder mehr Beschäftigten verfügbar, welche die Grundgesamtheit repräsentieren und daher Rückschlüsse auf die Entwicklungen im Verarbeitenden Gewerbe erlauben. Für den Dienstleistungsbereich liegen in der aktuellen Version der CompNet-Datenbank keine Daten vor.

8 Siehe https://www.comp-net.org/ (letzter Zugriff 23.06.2020). Verwendet wurde die 6. Welle der Daten.

Abbildung 9 zeigt die durchschnittlichen Preisaufschläge im Verarbeitenden Gewerbe für verschiedene europäische Länder.[9] In den meisten EU-Ländern sind die aggregierten Preisaufschläge – im Gegensatz zu den Ergebnissen der Orbis-Daten – seit der Jahrtausendwende demnach relativ konstant geblieben, einschließlich in Deutschland.[10] In Finnland, der Slowakei, Slowenien und Schweden zeigt sich dagegen ein leichter Rückgang der Preisaufschläge, während in der Tschechischen Republik und in Litauen ein leichter Anstieg zu beobachten ist.

Abbildung 9: Preisaufschläge in Deutschland und Europa auf Basis der CompNet-Daten



Anmerkung: Die Preisaufschläge wurden unter Verwendung einer Translog-Produktionsfunktion (im Zeitverlauf variierende Output-Elastizitäten) auf Wirtschaftszweig-Ebene geschätzt und dann auf der gesamtwirtschaftlichen Ebene aggregiert.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der CompNet-Daten

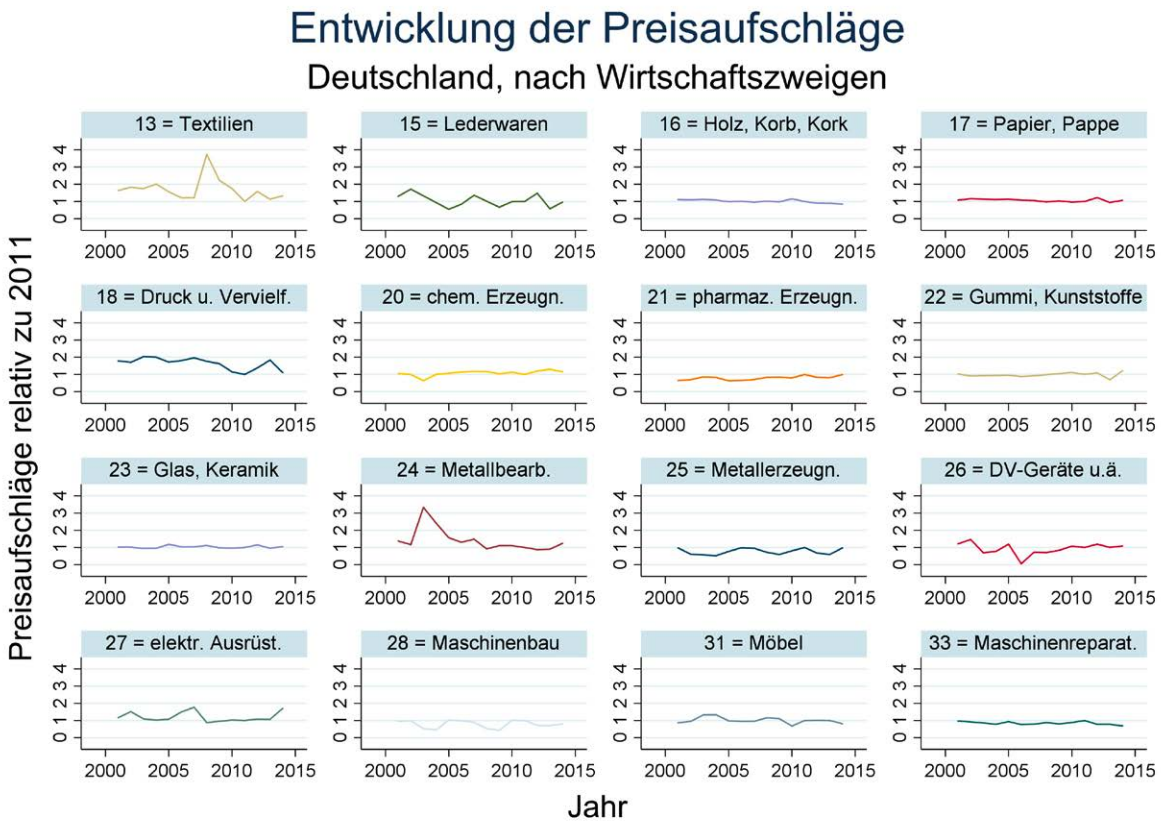
9 Für die Wirtschaftszweige „Bekleidung“, „Kokerei und Mineralölverarbeitung“, „Kraftwagen und Kraftwagenteile“, „Sonstiger Fahrzeugbau“ und „Sonstige Waren“ sind keine Daten vorhanden. Die „Herstellung von Nahrungsmitteln u. Getränken, Tabakverarbeitung“ wurde nicht mit eingerechnet, da die Daten für diesen Wirtschaftszweig deutliche Ausreißer aufweisen, die eher auf Mess- oder Schätzfehler zurückzuführen sind und nicht tatsächliche Ausschläge in Preisaufschlägen darstellen dürften.

10 In Polen und Portugal sowie in geringerem Ausmaß auch in Deutschland zeigen die Preisaufschläge jedoch stärkere Schwankungen. Es ist daher auch hier nicht auszuschließen, dass die Daten noch Mess- oder Schätzfehler enthalten.

Ein Blick in die Entwicklung der Preisaufschläge für ausgewählte Wirtschaftszweige auf der 2-Stellerebene (Abbildung 10) zeigt ebenfalls keine eindeutigen Trends in Deutschland. Die meisten Wirtschaftszweige zeigen konstante oder schwankende Preisaufschläge, jedoch keinen klaren steigenden oder fallenden Trend.

Insgesamt lässt sich auf Basis der CompNet-Daten – im Gegensatz zu den Orbis-Daten – kein Trend zu steigenden Preisaufschlägen feststellen. Dies könnte mehrere Gründe haben: Zum einen wurden von CompNet lediglich ungewichtete Preisaufschläge berechnet, welche auch in den Orbis-Daten einen deutlich geringeren Anstieg aufweisen. Zum anderen könnten, wie zuvor erwähnt, die Preisaufschläge aufgrund der eingeschränkten Repräsentativität bei den Orbis-Daten überschätzt worden sein. Darüber hinaus ist der Dienstleistungsbereich in den CompNet-Daten nicht enthalten. Es ist also möglich, dass der in den Orbis-Daten beobachtete Anstieg der Preisaufschläge auf Entwicklungen im Dienstleistungsbereich zurückzuführen ist.

Abbildung 10: Entwicklung der Preisaufschläge in den Wirtschaftszweigen des Verarbeitenden Gewerbes in Deutschland auf Basis der CompNet-Daten



Anmerkung: Die Preisaufschläge wurden unter Verwendung einer Translog-Produktionsfunktion (im Zeitverlauf variierende Output-Elastizitäten) auf WZ-Ebene geschätzt. Die genaue Bezeichnung der angegebenen Wirtschaftszweige ist: Nr. 13 = Herst. v. Textilien; 15 = Herst. v. Lederwaren; 16 = Herst. v. Holz-, Flecht-, Korb- u. Korkwaren (o. Möbel); 17 = Herst. v. Papier, Pappe u. Waren daraus; 18 = Herst. v. Druckerzeugnissen, Vervielfält. v. Ton-,Bild-,Datenträgern; 20 = Herst. v. chem. Erzeugnissen; 21 = Herst. v. pharmazeutischen Erzeugnissen; 22 = Herst. von Gummi- und Kunststoffwaren; 23 = Herst. von Glas, -waren, Keramik, Verarb. v. Steinen u. Erden; 24 = Metallerzeugung u. -bearbeitung; 25 = Herst. v. Metallerzeugnissen (o. Maschinen u. Ausrüstungen); 26 = Herst. v. DV-Geräten, elektron. u. opt. Erzeugnissen; 27 = Herst. v. elektr. Ausrüstungen; 28 = Maschinenbau; 31 = Herst. v. Möbeln u. sonst Waren; 33 = Reparatur u. Installation v. Masch. u. Ausrüstungen. Nicht aufgeführt sind die in Fußnote 6 genannten WZ.

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der CompNet-Daten

Abschließende Betrachtung

Amtliche Daten des Statistischen Bundesamtes bestätigen, dass insgesamt in Deutschland momentan keine bedenklichen Entwicklungen bezüglich eines Anstiegs von Marktmacht erkennbar sind. Gesamtwirtschaftlich betrachtet ist die Unternehmenskonzentration seit Mitte der 2000er Jahre weitgehend konstant geblieben. Allerdings zeigt sich über die Wirtschaftszweige hinweg ein sehr heterogenes Bild.

Einzelne Schwankungen der Konzentrationsmaße deuten jedoch nicht notwendigerweise auf eine Veränderung der Marktmacht hin. Neben methodischen Aspekten ist zu prüfen, ob ein Konzentrationsanstieg insbesondere auf produktivere Unternehmen zurückzuführen ist und somit für allokative Effizienz spricht, oder ob verminderter Wettbewerbsdruck möglicherweise zu Produktivitätsverlusten führte. Die vorliegende deskriptive Analyse deutet darauf hin, dass es keine systematischen Produktivitätsveränderungen in Wirtschaftszweigen mit zunehmender Unternehmenskonzentration gibt.

Auch die Analyse der Preisaufschläge auf Basis von Unternehmensdaten der amtlichen Statistik deutet bisher auf keinen generellen Anstieg der Marktmacht in Deutschland hin. Allerdings weisen die verwendeten Daten der CompNet-Datenbank (noch) einige Mängel auf und Aussagen zur Entwicklung der Preisaufschläge sind nur bedingt belastbar. Im Gegensatz dazu deuten Analysen der Monopolkommission auf Basis der Orbis-Datenbank auf einen deutlichen Anstieg der Preisaufschläge seit 2012 hin. Diese Daten sind jedoch aufgrund ihrer mangelnden Repräsentativität ebenfalls nicht für eine abschließende Bewertung geeignet.

Aus diesen Gründen bleibt festzuhalten, dass weitere Analysen zur Entwicklung von Marktmacht in Deutschland auf Basis von amtlichen Daten notwendig sind, um belastbare Evidenz über die Marktmachtentwicklung und gegebenenfalls Hinweise für wettbewerbspolitischen Handlungsbedarf zu erhalten. Insbesondere bleibt abzuwarten, ob infolge der globalen Corona-Pandemie Marktaustritte von Unternehmen bzw. Übernahmen von Konkurrenten durch (größere) Konzerne zu einer höheren Marktkonzentration in einzelnen Wirtschaftszweigen führen werden.

Literaturverzeichnis

Bajgar, M., Berlingieri, G., Calligaris, S., Criscuolo, C. und Timmis, J. (2020). *Coverage and representativeness of Orbis data.* OECD Science, Technology and Industry Working Papers No. 2020/06

De Loecker, J. und Eeckhout, J. (2017). *The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications.* NBER Working Paper No. 23687

IWF (2019). *Chapter 2 – The rise of corporate market power and its macroeconomic effects,* in: World Economic Outlook, April 2019 – Growth Slowdown, Precarious Recovery

Monopolkommission (2018). *Wettbewerb 2018 – XXII. Hauptgutachten der Monopolkommission*