

Stöhr, Annika; Budzinski, Oliver; Jasper, Jörg

Working Paper

Die Neue E.ON auf dem deutschen Strommarkt - Wettbewerbliche Auswirkungen der innogy-Übernahme

Ilmenau Economics Discussion Papers, No. 132

Provided in Cooperation with:

Ilmenau University of Technology, Institute of Economics

Suggested Citation: Stöhr, Annika; Budzinski, Oliver; Jasper, Jörg (2019) : Die Neue E.ON auf dem deutschen Strommarkt - Wettbewerbliche Auswirkungen der innogy-Übernahme, Ilmenau Economics Discussion Papers, No. 132, Technische Universität Ilmenau, Institut für Volkswirtschaftslehre, Ilmenau

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/209139>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Diskussionspapier Nr. 132

**Die Neue E.ON auf dem deutschen Strommarkt -
Wettbewerbliche Auswirkungen der innogy-Übernahme**

Annika Stöhr, Oliver Budzinski & Jörg Jasper

November 2019

Institut für Volkswirtschaftslehre

Ehrenbergstraße 29
Ernst-Abbe-Zentrum

D-98 684 Ilmenau

Phone 03677/69-4030/-4032

Fax 03677/69-4203

<https://www.tu-ilmenau.de/wm/fakultaet/>

ISSN 0949-3859

Die Neue E.ON auf dem deutschen Strommarkt - Wettbewerbliche Auswirkungen der innogy-Übernahme

Annika Stöhr^{}, Oliver Budzinski[#] & Jörg Jasper^{+§}*

Abstract: Der Deal der beiden größten deutschen Energielieferanten RWE und E.ON zum Tausch verschiedener Geschäftseinheiten, welcher Mitte September 2019 genehmigt wurde, wird den deutschen Energiemarkt wesentlich umstrukturieren und sowohl im Bereich Erzeugung als auch im Vertrieb zu jeweils einem dominanten Wettbewerber führen. E.ON wird dabei durch die Übernahme der innogy Geschäfte im Bereich des klassischen Energievertriebs und der Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge wesentliche Wettbewerbsvorteile erhalten. Dazu zählt unter anderem der Zugang zu einer Vielzahl an Messstellen und damit Datensätzen im Bereich des Haushalts- und Geschäftskundenvertriebs. Die Auswertung und Nutzung dieser Datensätze eröffnet dem zusammengeschlossenen Unternehmen neue Geschäftsfelder, aber auch Möglichkeiten die dominante Stellung auf dem Markt zu missbrauchen. Dieser Beitrag widmet sich den potenziellen Auswirkungen der innogy-Übernahme durch E.ON in den Bereichen klassischer Vertrieb und E-Mobilität, in welchen die angesprochenen Aspekte der Datenökonomik eine wesentliche Rolle spielen. Des Weiteren werden die Auswirkungen der Marktumstrukturierung auf den Konzessionsmarkt betrachtet und die politökonomische Dimension des Zusammenschlusses erläutert. Wir schließen mit einer Kurzanalyse der Erlaubnisentscheidung und der damit verbundenen Auflagen und kommen zu dem Schluss, dass diese nicht geeignet sind, die erheblichen anti-kompetitiven Auswirkungen des Zusammenschlusses einzudämmen oder zu verhindern.

Keywords: Wettbewerbspolitik, Fusionskontrolle, Energieökonomik, Datenökonomik, Preisdiskriminierung, Industrieökonomik

JEL-Codes: Q40, Q41, Q48, K21, K23, K32, L41, L42, L43

^{*} M. Sc., Fachgebiet Wirtschaftstheorie, Institut für Volkswirtschaftslehre und Institut für Medien und Mobilkommunikation (IMMK), Technische Universität Ilmenau, Deutschland, Email: annika.stoehr@tu-ilmenau.de.

[#] Professor für Wirtschaftstheorie, Institut für Volkswirtschaftslehre und Institut für Medien und Mobilkommunikation (IMMK), Technische Universität Ilmenau, Deutschland.

⁺ Dr. habil., Konzernexperte Energiewirtschaft, EnBW Energie Baden-Württemberg AG, Berlin, Deutschland. Die hier dargestellten Meinungen und Ergebnisse sind die des Autors und entsprechen nicht notwendigerweise den Ansichten der EnBW Energie Baden-Württemberg AG.

[§] Wir danken Tim Schneider und Jan Voßwinkel, sowie allen Teilnehmern des 53. Hohenheimer Oberseminars 2019 in Marburg für wertvolle Anmerkungen und Hinweise.

The New E.ON on the German Electricity Market - Competitive Impact of the innogy Acquisition

Abstract: The deal between Germany's two largest energy suppliers RWE and E.ON to exchange various business units, which was approved in mid-September 2019, will significantly restructure the German energy market and lead to a dominant competitor in both business fields – energy generation and distribution. E.ON will gain significant competitive advantages through the acquisition of innogy's businesses in traditional energy distribution and charging infrastructure for electric vehicles. This includes, among other things, access to a large number of metering points and thus data sets in the area of household and business customer sales. The evaluation and use of these data sets opens up new business areas for the merged company, but also opportunities to abuse its dominant position on the market. This paper deals with the potential effects of E.ON's takeover of innogy in the areas of classic energy distribution and e-mobility, in which the aspects of data economics mentioned above play an important role. Furthermore, the effects of market restructuring on the concession market are considered and the political-economic dimension of the merger is explained. We conclude with a brief analysis of the European Commission decision and the related conditions and conclude that these are not appropriate to mitigate or prevent the significant anti-competitive effects of the merger.

Keywords: competition policy, merger control, energy economics, data economics, price discrimination, industrial economics

Inhalt

1. Einleitung	4
2. Das Vorhaben	5
3. Auswirkungen auf die Marktstruktur im Vertriebswettbewerb	6
3.1 Klassischer Vertrieb	7
3.2 Mess- und Zählerwesen	10
3.3 Auswirkungen im Bereich E-Mobilität	16
4. Weitere Auswirkungen.....	18
4.1 Die Neue E.ON im Konzessionswettbewerb.....	18
4.2 Politökonomische Dimension	20
5. Entscheidung der Europäischen Kommission und Implikationen.....	23
6. Literatur.....	26

1. Einleitung

Die Aufteilung des RWE-Tochterunternehmens innogy auf E.ON (Netz) und RWE (Stromproduktion durch erneuerbare Energien) und die zusätzlich vereinbarten Tauschvorgänge verschiedener Assets beider Unternehmen werden den deutschen und auch den europäischen Energiemarkt wesentlich umgestalten. Die horizontale Marktkonzentration wird dadurch auf zwei Seiten verstärkt: auf der Erzeugerstufe wird RWE Marktanteile dazugewinnen, auf der Vertriebsstufe wird in Deutschland die „Neue E.ON“ vorherrschend sein. Damit entwickelt sich der Markt von einer vormals starken vertikalen Integration hin zu einer horizontalen Marktaufteilung auf den Wertschöpfungsstufen Stromproduktion (RWE) und Netzbetrieb bzw. Stromvertrieb an Groß- und Endkunden (E.ON). RWE wird durch diese Stellung im deutschen Erzeugermarkt potenziell zu vielen Zeitpunkten pivotal und damit unverzichtbar für die Sicherung der Versorgung mit Strom sein (LBD 2019c).

Durch die Neuaufteilung ergeben sich erhebliche Wettbewerbsbedenken – insbesondere bezogen auf die Neue E.ON im Bereich des Stromnetzbetriebs und des Vertriebs. Die Übernahme der innogy-Anteile durch E.ON wurde in einer vertieften Untersuchung von der EU Kommission analysiert und am 17. September 2019 unter Auflagen genehmigt (E.ON 2019; Europäische Kommission 2019c).

Die Auswirkungen, die durch den damit genehmigten Ausbau der horizontalen Marktkonzentration im Bereich des Stromnetzbetriebs potenziell entstehen, insbesondere aber beim Vertrieb an Konsumenten, sollen in diesem Beitrag genauer untersucht werden. Dazu werden in Kapitel 2 zunächst die einzelnen Schritte des Tauschgeschäfts zwischen E.ON und RWE dargestellt. Im Anschluss werden in Kapitel 3 potenzielle Effekte auf Konsumenten aufgezeigt. Dabei wird insbesondere auf die Auswirkungen im Bereich des Mess- und Zählerwesens sowie der E-Mobilität eingegangen. Kapitel 4 untersucht die Stellung der Neuen E.ON im Konzessionswettbewerb und geht auf die politökonomische Dimension des Vorhabens ein. Das Fazit in Kapitel 5 schließt die Analyse und Diskussion mit einem Ausblick und einer kurzen Erörterung der Kommissions-Entscheidung und der erteilten Auflagen ab.

2. Das Vorhaben

Am 13. März 2018 veröffentlichten E.ON und RWE eine gemeinsame Pressemitteilung, in welcher sie das Vorhaben eines umfassenden Asset-Tauschs und damit einer Umstrukturierung beider Unternehmen bekanntmachten (E.ON 2018). Konkret vereinbart wurde:

- i. die vollständige Übernahme der von RWE gehaltenen 76,8% Unternehmensanteile an innogy durch E.ON;
- ii. eine 16,67%ige Beteiligung der RWE an E.ON;
- iii. die Übernahme aller wesentlichen Aktivitäten der E.ON im Bereich der Erneuerbaren Energien durch RWE;
- iv. Rückkauf des innogy-Geschäfts mit erneuerbaren Energien durch RWE;
- v. die Übernahme der E.ON Minderheitsbeteiligungen an den RWE Kernkraftwerken Emsland und Gundremmingen durch RWE;
- vi. der Erhalt des innogy Gasspeichergeschäfts sowie dessen Beteiligung am österreichischen Energieversorger Kelag bei RWE;
- vii. die Zahlung von 1,5 Mrd. Euro von RWE an E.ON.

Insgesamt bilden sich so aus den vormals vertikal integrierten Unternehmen zwei horizontal konzentrierte Firmen mit dem Fokus auf Energieerzeugung inkl. erneuerbare Energien (RWE) bzw. Netzbetrieb und Endkundenversorgung (E.ON). Damit findet zwischen den beiden Unternehmen, die bisher auf beiden Ebenen der Wertschöpfungskette miteinander konkurriert haben, eine vertikale Marktaufteilung und damit eine umfassende Beseitigung des Binnenwettbewerbes zwischen den beiden statt. Der in Deutschland, Großbritannien, den USA und bei der Europäischen Kommission angemeldete Erwerb des 16,67%igen Minderheitsanteils der E.ON durch RWE wurde von allen Wettbewerbsbehörden ohne Auflagen freigegeben (BKartA 2019a, Competition and Markets Authority 2019, Federal Trade Commission 2019). Das Verfahren der Europäischen Kommission war zweigeteilt – die Übernahme der Sparte der Energieerzeugung (konventionell und durch erneuerbare Energieträger) der E.ON durch RWE sowie die Minderheitsbeteiligung der RWE an E.ON wurden bereits Anfang 2019 ohne Auflagen von der Kommission genehmigt, da weder eine potenzielle Behinderung des wirksamen Wettbewerbs im europäischen Wirtschaftsraum gesehen

wurde, noch der Zusammenschluss den Anreiz und die Fähigkeit zur Preiserhöhung durch RWE schaffen würde (Europäische Kommission 2019a). Im Verfahren um die Übernahme der innogy-Anteile durch E.ON wurde währenddessen im März 2019 eine vertiefte Untersuchung eingeleitet (Europäische Kommission 2019b). Die Entscheidung in diesem Verfahren wurde nach einigen Verlängerungen der Deadlines am 17. September 2019 getroffen, nachdem Mitte Juni ein Zusageangebot von E.ON vorgelegt worden war (Europäische Kommission 2019c).

Dieser Beitrag beschäftigt sich tiefergehend mit den Auswirkungen der Übernahme der innogy-Unternehmensanteile - und damit deren Vertriebsnetz und Messstellen- sowie E-Tankstelleninfrastruktur - durch E.ON. Eine genauere Diskussion der erteilten Genehmigungen anderer Teile der Gesamttransaktion findet nicht statt, da der Fokus dieser Verfahren nicht im Bereich des Vertriebswettbewerbs lag. Inwieweit eine Teilung des Verfahrens grundsätzlich sinnvoll ist um die Gesamteffekte der Transaktion zu beurteilen, wird in Kapitel 4.2 zur politökonomischen Dimension der Fusion diskutiert.

3. Auswirkungen auf die Marktstruktur im Vertriebswettbewerb

Im Bereich Energie- und insbesondere Stromvertrieb ergeben sich neue Marktstrukturen durch die Umverteilung der Unternehmensanteile und Beteiligungen von E.ON und RWE. Dieser Beitrag betrachtet die drei relevanten Felder des „klassischen“ Stromvertriebs an den Endkunden, den damit zusammenhängenden Bereich des Mess- und Zählerwesens und die potenziellen Auswirkungen des Zusammenschlusses auf die anhaltenden Entwicklungen im Bereich der E-Mobilität. Es wird dabei vertieft auf die Relevanz von (personalisierten) Daten für die zukünftigen Geschäftsmodelle der Energielieferanten eingegangen. Der Endkundenmarkt für Erdgas wird nicht näher betrachtet. Nach der Übernahme der innogy-Anteile wird E.ON zwar auch hier Versorgungsgebiete dazugewinnen und dann ca. 20% der deutschen Gemeinden mit Gas versorgen, dies ist allerdings eine eher schwache Durchdringung im Vergleich zur Stromsparte (Seidel 2018), weswegen auf letzteres der Fokus des Beitrags gelegt wird.

3.1 Klassischer Vertrieb

Der Wettbewerb um Endkunden im klassischen Stromvertrieb findet heute zum größten Teil auf Vergleichsplattformen wie Verivox und Check24 statt, da sich dort die Mehrzahl der Konsumenten über Anbieter und Preise informiert – wobei der Preis den für die Kunden wichtigsten Grund für einen potenziellen Wechsel des Stromanbieters darstellt (pwc 2015). Die Vergleichsplattformen finanzieren sich zu durchschnittlich 90% über Provisionszahlungen der Unternehmen, welche auf ihrer Plattform angezeigt werden (BKartA 2019b). Neben dieser Einkommensquelle ist eine weitere Möglichkeit die (Teil-)Finanzierung über Werbeschaltung (Verivox 2019). Beide Finanzierungsmöglichkeiten ermöglichen die Einflussnahme der verglichenen Unternehmen auf das Ranking der Vergleichsergebnisse – durch höhere Provisionszahlungen oder die Buchung eines Werbeplatzes zu Beginn der Ergebnisseite können sich die Unternehmen die bessere Auffindbarkeit und Aufmerksamkeit der Kunden „erkaufen“. Diese Intransparenz über die Neutralität der Vergleichsergebnisse (i.S.v.: Werden den Kunden wirklich die besten/günstigsten Ergebnisse angezeigt?) ist ein wesentlicher Kritikpunkt am Modell der Vergleichsplattformen (BKartA 2019b). Eigentlich sollen und können die Portale die Markttransparenz erhöhen, Such- und Wechselkosten verringern und individuelle, präferenzgerechte Angebote für Konsumenten ermöglichen. Dies hat im Verlauf der letzten Jahre auch ein Ansteigen der Lieferantenwechsel bei Haushaltskunden hervorgerufen. Häufig jedoch ist die Wechselbereitschaft der Kunden trotzdem noch immer gering, sodass die Lieferantenwechselquote im Jahr 2017 bezogen auf Haushaltskunden lediglich bei 11,8% und bezogen auf Nicht-Haushaltskunden – mit über 10 MWh Jahresverbrauch – bei 13,0% lag (BNetzA und BKartA 2018: 29). Dies kann beispielsweise dadurch begründet werden, dass Einsparpotenziale unter- und Wechselkosten noch immer überschätzt werden (Thorun et al. 2017). Kunden könnten daraufhin erwägen, ihre knappen kognitiven Ressourcen bevorzugt für andere Transaktionen, die ihrer Meinung nach größere Aufmerksamkeit bedürfen und mehr Einsparpotenzial versprechen, zu konzentrieren. Ein weiterer Grund könnte auch die hohe Intransparenz des Marktes (trotz Strom als homogenem Gut) und der angesprochenen Qualitäts- und Preisintransparenz auf den Vergleichsportalen sein, welche die Kunden davon abhält die Portale zum Lieferantenwechsel zu nutzen.

Auf den Vergleichsportalen findet automatisch eine regionale Marktaufteilung und damit verbunden eine individuelle¹ Preisdifferenzierung statt. Das Vorgehen bei der Nutzung der Portale erfordert die Angabe der Postleitzahl durch den Endkunden. Anhand dieser werden dem Kunden die verfügbaren Anbieter und Tarife angezeigt, geordnet nach den Präferenzen des Kunden, meist ausgehend vom günstigsten Preis. Diese Preise ergeben sich (sofern nicht vom Kunden in den Voreinstellungen des Portals geändert) aus den normalen Tarifen der Anbieter, inklusive verschiedener Boni und Vergünstigungen (Verivox 2019). Diese Vergünstigungen sind durch spezielle Neukundenboni zumeist zeitlich begrenzt, sodass die tatsächlichen Preise nach einem Zeitraum von 12 bis 24 Monaten wesentlich höher sein können. Die gewährten Boni und der dadurch verringerte Preis bewirken jedoch das Anzeigen des Angebots weiter oben auf der Seite des Vergleichsportals (ebenso wie das Schalten von Werbung und/oder höheren Provisionszahlungen der Unternehmen). Je weiter oben und damit leichter ersichtlich die Angebote der Anbieter sind, desto eher werden sie vom Konsumenten wahrgenommen und genutzt, wobei viele Nutzer nur wenige Top-Suchergebnisse überhaupt wahrnehmen und Ergebnisse außerhalb der ersten Seite der Treffer kaum noch relevant sind (Granka et al. 2004; Lorigo et al. 2006; Pan et al. 2007; Paraskevas et al. 2011). Dementsprechend entsteht hier im Neukundenmarkt ein Wettbewerb um Listenplätze, so dass Anreize für Energielieferanten bestehen, möglichst viele Tarife mit einem (zumindest kurzfristig) niedrigen Preis auf diesen Plattformen anbieten zu können, Werbepplätze auf der Plattform zu kaufen und/oder sich höhere Listenplätze einzelner Tarife durch gesteigerte Provisionszahlungen zu erkaufen. Durch die Kombination dieser Strategien werden möglichst viele der Top-Listenplätze innerhalb der Suchergebnisse von einem Anbieter (wie beispielsweise der Neuen E.ON) besetzt und konkurrierende Angebote in den von den meisten Kunden nicht mehr wahrgenommenen Bereich verdrängt. Es ist außerdem zu beachten, dass datenbasierte Vergleichs- und Empfehlungsdienstleistungen zu Markteintrittsbarrieren werden können, wenn eine Vielzahl der Wechselwilligen sich ausschließlich über diese informiert (und durch die potenziell verzerrte Anzeige der Suchergebnisse

¹ Angaben, welche von den Konsumenten neben der Postleitzahl zwingend zur Individualisierung der Angebote gemacht werden müssen, sind die Größe des Haushalts nach Personen und der jährliche Stromverbrauch (Dautzenberg et al. 2016: 22).

nicht alle Angebote bzw. nicht die Angebote mit dem tatsächlich besten Preis und Konditionen wahrnimmt) und vorgelagerte Unternehmen über vertikale Marktmacht (gegenüber den Vergleichsdienstleistern) verfügen (Gaenssle und Budzinski 2019).

Mit der Übernahme der innogy-Angebote verbessert E.ON in erheblicher Weise seine Möglichkeiten, die Top-Suchergebnisse der Vergleichsportale zu beherrschen: nach dem Deal wird die Neue E.ON ca. 160 Strom-Marken mit mindestens 840 verschiedenen Tarifen im Angebot haben, mit welchen der Lieferant ca. 50% der deutschen Gemeinden als Grundversorger versorgen wird (Seidel 2018; Lichtblick 2019a). Dieses große und differenzierte Portfolio spiegelt sich potenziell auch auf den Vergleichsplattformen wieder (LBD 2019c). Auf diesen herrscht für Endkunden Intransparenz, nicht nur aufgrund der bereits beschriebenen Anreizen zu einer intransparenten Preispolitik, sondern auch wegen des Scheinwettbewerbs, welcher dort zwischen den verschiedenen Marken einzelner Lieferanten besteht. So gehören neben den als „E.ON“-Tarifen klar erkenntlichen Angeboten weitere Marken, wie beispielsweise „E wie Einfach“, zum Konzern. Nach der Übernahme kommen hier noch „eprimo“ und „innogy“ dazu, sodass eine Abdeckung verschiedener Preissparten und die Präsenz auf den Preisvergleichsportalen gesichert ist (LBD 2019c). Damit wäre dann grundsätzlich eine potenzielle Quersubventionierung günstiger Tarife/Marken durch teurere Tarife/Marken innerhalb der Neuen E.ON durch das Anbieten verschiedenster Marken mit unterschiedlicher Bepreisung möglich. Diese Quersubventionierung wird durch die bereits genannte regionale Marktaufteilung innerhalb der Plattformen und verschiedener Marken eines Anbieters potenziell noch verstärkt (hier sind beispielsweise Informationen zu demographische Faktoren, vorhandener Industrie/Kleingewerbe in der jeweiligen Region und potenziellen Wettbewerbern relevant). So kann durch vielschichtige Preisdifferenzierung die Konsumentenrente durch die Versorger abgeschöpft werden, was durch die Vielzahl an Marken und Regionen in welcher die Neue E.ON aktiv sein wird noch besser umsetzbar ist. Ebenfalls grundsätzlich denkbar sind auch kurzfristige predatory pricing Strategien des zusammengeschlossenen Unternehmens – also die Preissetzung (einzelner Marken) unterhalb der Grenzkosten. So könnten kleinere Marktteilnehmer verdrängt und potenzielle neue Markteintritte verhindert werden. Auf lange Sicht, nach erfolgreicher Durchsetzung der Verdrängungspreisstrategie, ist eine marktmachtbedingte Erhöhung der Endkundenpreise

wahrscheinlich (inter alia, Elzinga und Mills 2001). Auch die Sammlung und Aufbereitung von (preisbezogenen) Daten ist hier durchaus relevant – eine Vielzahl von Vergleichs- und Kundendaten kann die Preisdifferenzierung noch genauer und damit für die Unternehmen lukrativer machen. Größere Unternehmen mit größeren Datenmengen haben hier also einen klaren Vorteil bei der Preisdifferenzierung nach Postleitzahl-Gebiet und Marken.

Insgesamt handelt es sich bei der marktmachtbasierten Verdrängung der Wettbewerber aus den entscheidungsrelevanten Bereichen der Vergleichsplattformen um eine unseres Wissens in der Literatur bisher nicht beachtete neue Schadenstheorie in der Digital- und Datenökonomie, welche auch für andere Industrien relevant sein könnte (bspw. Anbieter von Internetzugängen). Sie ist den Schadenstheorien des Search Bias (inter alia, Bork und Sidak 2012; Haucap und Kehder 2012; Edelman 2015) oder Gatekeeper-Effekten verzerrter Empfehlungssysteme (Gaenssle und Budzinski 2019) verwandt, entfaltet aber überwiegend horizontale Wirkungen.

Auf weitere Vorteile des zusammengeschlossenen Unternehmens im Bereich der Datenökonomik, insbesondere in den neueren Geschäftsfeldern des Smart Metering und der Nutzung von Daten für die Entwicklung im Bereich der E-Mobilität gehen die beiden folgenden Kapitel ein. Insgesamt lässt sich im Bereich des klassischen Stromvertriebs festhalten, dass durch den Zusammenschluss und die damit verbundene verstärkte Präsenz auf den Vergleichsportalen negative Wohlfahrtswirkungen i.S.v. Abschöpfung von Konsumentenrente und Ausnutzung der erheblichen Informationsasymmetrien zu erwarten sind.

3.2 Mess- und Zählerwesen

Nach der Übernahme kommt es potenziell auch im Bereich Mess- und Zählerwesen zu einer verstärkten Konzentration. Hier könnte sich die Neue E.ON, mit den künftig mehr als 20 Mio. Zählerstellen (LBD 2019a), durch das Zusammenführen der eigenen Daten mit denen von innogy zu einem Daten-Hub etablieren, welcher in der Lage ist, die gesammelten Nutzerdaten nicht nur zu speichern, sondern auch auszuwerten, zu kombinieren und für verschiedenste Anwendungen weiterzuverarbeiten – so zum Beispiel auch für genauere Prognosen von Großhandelspreisen, welche an den neuen

Miteigentümer RWE weitergegeben werden könnten. Eine weitere Möglichkeit, welche zudem auch ein weiteres zukünftiges Geschäftsmodell darstellen könnte, wäre der Verkauf der Daten. Entweder im „Rohformat“ (hier bestünde allerdings durch Datenschutzvorgaben potenziell die Notwendigkeit der Anonymisierung der Daten) oder aber auch bereits ausgewertet und kombiniert, sodass beispielsweise andere Energielieferanten oder auch Drittanbieter von Mess- und Zähleranlagen diese für eigene Zwecke weiterverwenden könnten (Budzinski und Kuchinke 2019, Budzinski et al. 2019). Auch der Verkauf abgeschlossener Analysen auf Grundlage der gesammelten Daten, jeweils maßgeschneidert für den jeweiligen Kunden (beispielsweise aus der Automobil- oder der Versicherungsbranche, aber grundsätzlich auch Wettbewerber innerhalb der Energiebranche), ist denkbar. Durch die Analyse der Datensätze innerhalb der Neuen E.ON entsteht ein zusätzliches Geschäftsfeld, in welchem das Unternehmen seinen wettbewerblichen Vorteil der Vielzahl an Messstellen ausnutzen kann. Gleichzeitig können so auch mögliche datenschutzbezogene Hürden beim Direktverkauf der Datensätze umgangen werden (Analysen könnten zwar auf einzelne Nutzer bezogen sein, jedoch anonymisiert). Durch dieses Vorgehen würde die Neue E.ON zudem den Wettbewerbsvorteil der gesammelten Datensätze nicht aus der Hand geben. Dieses Geschäftsmodell der Datennutzung eröffnet dem Unternehmen zudem Möglichkeiten zur Diskriminierung: beispielsweise könnte ein Verkauf der Analysen an nur einige wenige Wettbewerber stattfinden, während anderen das Angebot versagt wird. Und auch im Bereich Kooperationen, beispielsweise mit der Automobilbranche im Geschäftsbereich der E-Mobilität, könnte es zu dieser Art Diskriminierung kommen. Im Bereich Smart Home könnte das zusammengeschlossene Unternehmen ebenfalls exklusive Kooperationen eingehen, oder aber seine Daten nutzen, um eigene Angebote in diesem Bereich auf den Markt bringen zu können.

Dies sind grundsätzliche Möglichkeiten für Energielieferanten (insbesondere jene mit großen Marktanteilen und damit großen verfügbaren Datenmengen), um aus den Nutzerdaten der Endkunden neue Geschäftsmodelle und/oder Verbesserungen für bestehende Leistungen und Services abzuleiten. Dabei ist für diese Arten der (Aus-)Nutzung der Datensammlung zwar eine Mindestmenge an Daten notwendig, keinesfalls aber bedarf es einer marktbeherrschenden Stellung oder gar eines Monopols.

Vielmehr greift auch bei der Datensammlung und -analyse grundsätzlich das Prinzip des abnehmenden Grenznutzens. Eine dominante Marktstellung ist somit nicht notwendig, um die Vorteile der Auswertung personalisierter Daten nutzen zu können, wohl aber bestehen für ein dominantes Unternehmen Anreize über den Datenzugang den Wettbewerb zu behindern bzw. die eigene Marktmacht abzusichern und auszuweiten.

Um die angesprochenen neuen Geschäftsmodelle umsetzen zu können, sind neben dem Zugang zu möglichst vielen Endkunden-Haushalten und anderen Messstellen auch intelligente Messsysteme (iMSys), sog. Smart-Meter nötig. Durch das Messstellenbetriebsgesetz (MsbG) und das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnologie (BSI) sind die Rahmenbedingungen für den verpflichtenden und freiwilligen Einbau intelligenter Messsysteme geregelt. Standard ist der Betrieb der Messstellen durch den Netzbetreiber, welcher grundzuständig ist. Grundsätzlich können Endverbraucher und Gewerbetreibende (insbesondere Betreiber von Erneuerbare-Energien-Anlagen) jedoch den Betreiber der Messstelle zwischen dem vorhandenen Netzbetreiber, einem anderen Energielieferanten oder einem Dritt-Anbieter auswählen (BNetzA 2019). Durch den standardmäßigen Betrieb der Messstelle durch den örtlichen Netzbetreiber liegt hier erneut ein deutlicher konzentrationsbedingter Wettbewerbsvorteil auf Seiten der Neuen E.ON vor, welche mit ihrem erweiterten Netzgebiet auch die Anzahl der potenziellen Messstellen steigert, für welche sie grundzuständig ist.

Aufgrund der strengen Regulierung und der Vorgaben bzgl. des Datenschutzes durch das BSI² entstehen der Neuen E.ON weitere Vorteile aufgrund von Skaleneffekten. Nach § 25 MsbG müssen Produzenten von Smart-Meter-Gateways (SMGW) gesicherte Kommunikationskanäle der informationstechnischen Anbindung von Messgeräten und von anderen an das SMGW angebotenen technischen Einrichtungen garantieren können. Diese Kommunikationseinheit empfängt und speichert die Messdaten von Zählern und ist außerdem dazu in Lage, diese Daten für andere Marktakteure aufzubereiten (BSI 2019a). Die Erfüllung dieser Anforderungen ist mit hohem

² Welche die Umsetzung des im September 2016 in Kraft getretenen MsbG deutlich verzögert haben und noch verzögern (bne 2018).

technischem und personellen Aufwand sowie Know-How verbunden, sodass derzeit nur 36 Unternehmen diese Zertifizierung besitzen (BSI 2019b). Die Gateway-Administration stellt den Kern des Smart-Metering dar und ist durch die regulativen Auflagen stark fixkostengetrieben. Eine hohe Anzahl an Messstellen stellt hier also einen Wettbewerbsvorteil i.S.v. erheblichen Kostenvorteilen dar (LBD 2019b). Durch die Zusammenlegung der innogy- und der E.ON-Messstellen wird die Neue E.ON zukünftig einen prognostizierten Marktanteil von 41% im Bereich des Messstellenbetriebs innehaben – das ist rund viermal so viel wie der nächste Wettbewerber Netze BW, mit 11% Marktanteil (LBD 2019b), wodurch sich potenziell starke Größenvorteile durch Fixkostendegression einstellen.

Mit den iMSys können sowohl Kundendaten gesammelt, als auch ausgewertet und zur Beeinflussung der Kunden genutzt werden. Beispielsweise können durch temporale Preisdifferenzierung (d.h. unterschiedliche Preissetzung zu verschiedenen Tageszeiten) Anreize zur Nutzung bzw. Nicht-Nutzung gesetzt werden (Gerpott und Paukert 2014). Zudem ist zusätzlich der Verbau einer sog. Steuerbox vorgesehen, welcher beispielsweise die Steuerung strombasierter Heizungen wie Wärmepumpen und Stromspeicherheizungen, aber auch die Steuerung von einzelnen Lasten und Erzeugern durch externe Marktteilnehmer ermöglichen soll (VDE/FNN 2017). Durch das Zusammenspiel von SMGW und Steuerbox soll laut EU-Vorgabe die Transparenz der Verbraucher und damit der Abrechnungsmodalitäten für die Konsumenten erhöht werden (Richtlinie 2012/27/EU), gleichzeitig können so jedoch noch größere Datenmengen gesammelt werden, beispielsweise zum Verbrauch einzelner Geräte in einem Haushalt. Diese Daten könnten von den Stromanbietern dann wiederum ausgewertet und genutzt werden, um den Kunden zum einen individuelle Angebote für die eigene Energieversorgung zu machen (i.S.v. Preisdifferenzierung und damit Abschöpfung der Konsumentenrente) und zum anderen könnten so die bereits erwähnten maßgeschneiderten Analysen für Drittparteien verbessert werden. Eine Möglichkeit wäre die Kooperation von Energielieferanten mit Herstellern von Elektrogeräten (für diese wären vertiefte Nutzungsanalysen ihrer Geräte potenziell von großem Interesse) und die so mögliche Schaltung von personalisierter Werbung der Art „Wir haben festgestellt, Sie besitzen einen sehr verbrauchsintensiven Kühlschrank. Hier finden Sie individuelle Angebote für verbrauchsärmere Modelle“. Diese Art von Werbung kann für Kunden

sowohl positive als auch negative Auswirkungen haben, abhängig von der Werbemenge, den Werbevermeidungskosten und den individuellen Präferenzen der Konsumenten (Budzinski und Kuchinke 2019; Budzinski et al. 2019). Weitere potenzielle Kooperationsmöglichkeiten der Energielieferanten sind beispielsweise denkbar mit Dienstleistern, welche wissen müssen, ob der Kunde zuhause ist (Postbote) oder auch mit Versicherungsunternehmen, welche so das risikoaverse bzw. –affine Verhalten ihrer Kunden besser überwachen und Tarife entsprechend justieren könnten. Durch die Steuerboxen soll zukünftig jedoch nicht nur die Überwachung des Energieverbrauchs möglich sein, sondern auch die externe Steuerung und die noch bessere Schaffung von Nutzungs- bzw. Nicht-Nutzungs-Anreizen zur besseren Lastverteilung über den Tag. So kann beispielsweise sog. Peak-Shaving vorgenommen werden (der Ausgleich von Verbrauchsspitzen durch preisbasierte Anreizsetzung Energie zu einer bestimmten Tageszeit zu nutzen bzw. nicht zu nutzen). Dies wird insbesondere relevant für den Bereich der E-Mobilität (siehe Kapitel 3.3). Hier wäre es potenziell problematisch, wenn zukünftig alle Haushalte ihre E-Autos zur gleichen Zeit (beispielsweise am frühen Abend und über Nacht) zum Laden an das Stromnetz anschließen. Denkbar wären hier beispielsweise zum einen eine differenzierte Preisgestaltung zu verschiedenen Tageszeiten, aber auch ein Anreiz über Bonizahlungen an den Konsumenten, wenn dieser es dem Energielieferanten überlässt, das E-Fahrzeug bis zu einem vereinbarten Zeitpunkt (beispielsweise zu einer bestimmten Uhrzeit am Morgen) vollzuladen. So könnte der Lieferant das Laden des Fahrzeugs flexibel nach den jeweiligen Lastspitzen ausrichten. Die Nutzungsdaten sind hierzu höchstrelevant für die Energielieferanten.

Durch diese verschiedenen potenziellen Anwendungsmöglichkeiten der Nutzungs- und Verbrauchsdaten entstehen jeweils verschiedene wettbewerbs- und wohlfahrtsökonomische Auswirkungen. Grundsätzlich lässt sich aber festhalten, dass Daten in Zukunft neue unternehmerische Möglichkeiten für die Energielieferanten eröffnen, welche sich häufig erst mit einer gewissen Mindestmenge an Datenpunkten umsetzen lassen und lukrativ sind, und somit der Zugang zu einer hinreichenden Zahl von Messstellen wesentlich für diese neuen Geschäftsmodelle ist. Es bedarf also eine Marktstruktur mit einer Mehrzahl von größeren Anbietern, um wettbewerbliche Anreize zur konsumentenorientierten Nutzung der neuen Geschäftsmöglichkeiten zu

setzen. Dominiert hingegen ein Anbieter den Markt, so könnten Daten oder der Zugang zu ihnen eine Markteintrittsbarriere darstellen oder horizontale und vertikale Foreclosure-Strategien hervorrufen (Dewenter und Lüth 2016). Hierbei könnten die Lieferanten mit einer Vielzahl von Messstellen den kleineren Anbietern (wie beispielsweise örtlichen Stadtwerken) den Zugang zu Datensätzen oder Analyseergebnissen verwehren und so die Qualität von deren Angeboten verringern bzw. ihre eigene Angebote dadurch vergleichsweise attraktiver machen.

Bei einem Lieferantenwechsel durch den Kunden ist der Datenaustausch zwar gesetzlich geregelt (BNetzA 2016), diese Regelung umfasst allerdings nur die Übergabe der technischen und Kundenstammdaten, sowie des aktuellen Zählerstands vom alten an den neuen Lieferanten (§ 14 StromNZV; bdew 2017). Minutengenaue Verbrauchsdaten oder über Jahre entwickelte Kundenprofile – also die Daten mit dem höchsten ökonomischen Wert – werden hiervon nicht erfasst.

Insgesamt haben kleinere Anbieter durch die hohen regulatorischen Hürden und die Notwendigkeit von spezifischem Know-How, aber auch durch die hohen Skalenvorteile der größeren Lieferanten mit mehr Datensätzen erhebliche wettbewerbliche Nachteile im Bereich der Sammlung und Aufbereitung von Verbrauchsdaten. Hier könnte es zu einem Trend zur Auslagerung bzw. Zentralisierung der Dienstleistungen im Bereich des Mess- und Zählerwesens kommen, da die kleineren regionalen Anbieter diese schon jetzt teilweise von großen Netzbetreibern in Anspruch nehmen. Eine eigene Zertifizierung im Bereich der iMSys ist für Anbieter mit wenigen Messstellen aufgrund der hohen Fixkostenabhängigkeit kaum kostendeckend bzw. lukrativ. Die hohe Komplexität des Messstellenbetriebs ist ein wesentlicher Vorteil (unter anderem bzgl. Finanzen, Know-How, Skaleneffekte und Professionalität bzw. Reputation) für große Energielieferanten gegenüber den kleineren Anbietern. Hier wird die Neue E.ON durch die Kombination der innogy- mit den E.ON-Messstellen potenziell erhebliche Wettbewerbsvorteile erhalten. Durch die Vielzahl an Messstellen und dem damit einhergehenden Zuwachs von Marktmacht hat das Unternehmen nach dem Zusammenschluss potenziell die Möglichkeit und auch den Anreiz, diese Marktmacht auszunutzen und beispielsweise für Foreclosure-Strategien oder Preisdiskriminierung einzusetzen.

3.3 Auswirkungen im Bereich E-Mobilität

Wie in Kapitel 3.2 bereits erwähnt ist die Nutzung von Verbrauchsdaten zukünftig insbesondere relevant für den Bereich der E-Mobilität. Hier ist beispielsweise das Wissen über das Nutzungs- und Ladeverhalten der Konsumenten relevant für Prognosen zum möglicherweise notwendigen Netzausbau, der Nutzung von E-Autos als Speicher in Verbindung mit bidirektionalem Laden oder auch die Veräußerung der Datensätze bzw. vorgefertigten Analysen an verschiedene Marktteilnehmer als potenzielles neues Geschäftsmodell. All diese Möglichkeiten zeigen erneut den Vorteil von größeren Energieversorgern mit größeren Datensätzen – mehr Datenpunkte ermöglichen genauere Prognosen für künftige Geschäftsmodelle und notwendige Investitionen, sind monetär wertvoller i.S.v. können für eine höhere Summe beispielsweise an Fahrzeughersteller und andere Marktteilnehmer veräußert werden, und lassen eine genauere Preisdifferenzierung für Endkunden zu. Preisdifferenzierung zwischen Konsumenten mit und ohne Elektrofahrzeug wird teilweise schon jetzt auf Grundlage des erhöhten Verbrauchs betrieben (siehe beispielsweise Volkswagen AG 2019). Nach § 14a EnWG dürfen die Netzbetreiber Elektrofahrzeuge zudem als sog. „steuerbare Verbrauchseinrichtungen“ behandeln und damit unterschiedlich zum Haushaltsstrom bepreisen.

Des Weiteren birgt das Vorhandensein von größeren Datensätzen auf Seiten der Neuen E.ON erneut die Gefahr des Ausnutzens dieses Vorteils im Umgang mit Wettbewerbern und anderen Drittparteien. Beispielsweise in Form von Foreclosure-Strategien und Diskriminierung beim Zugang zu Daten bzw. Analysen durch Exklusivverträge mit einzelnen Anbietern/Partnern (Kommunale Energieversorger 2019). Das kann potenziell auch Auswirkungen auf Innovationen in diesem Bereich haben. Ohne Zugang zu Nutzungsdaten oder Analysen könnten sich Innovationen, beispielsweise im Bereich der Fahrzeugentwicklung, verzögern.

Eine weitere Auswirkung des Zusammenschlusses im Bereich der E-Mobilität ist der Ausbau des Marktanteils der Neuen E.ON bzgl. der öffentlichen Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge (beispielsweise Ladesäulen an Autobahn-Rastplätzen, städtischen Parkplätzen oder auch Tankstellen). innogy besitzt hier, Stand Januar 2019, einen

Anteil von 15,2% und ist damit derzeitiger Marktführer. Die Neue E.ON wird in Zukunft einen prognostizierten Marktanteil von ca. 21% halten. Damit liegt sie weit vor dem folgenden Wettbewerber Allego mit lediglich 6,2% Marktanteil (LBD 2019b). Die öffentliche Ladeinfrastruktur ist ein wesentlicher Aspekt der zum Erfolg oder Misserfolg der Verbreitung von Elektrofahrzeugen beiträgt. Ein Ausbau dieser Infrastruktur ist unerlässlich, um die politischen Ziele zur Energie- und Verkehrswende zu erreichen (Lichtblick 2019b, BMWi 2019b, Monopolkommission 2019b: 96ff.). Eine dominante Stellung in diesem Markt ist somit ein wesentlicher konzentrationsbedingter Wettbewerbsvorteil für den zukünftigen Erfolg der Neuen E.ON im sich entwickelnden Geschäftsfeld der Elektromobilität. So kann die Neue E.ON durch die Kombination der Vielzahl an ihr zur Verfügung stehenden (privaten) Ladedaten und öffentlichen Ladesäulen potenziell auch im Bereich E-Mobilität Preise subventionieren und Kunden durch eingeschränkte Wechselmöglichkeiten an sich binden.

Der Zusammenschluss der E.ON mit innogy, als dem derzeitigen Technologieführer im Bereich Ladesäulen (Lichtblick 2019b), hat neben den Auswirkungen durch den gesteigerten Marktanteil im Bereich der öffentlich zugänglichen Ladepunkte potenziell auch Auswirkungen im Bereich Innovation. Fusionen tragen regelmäßig nicht zu Innovationsanreizen bei, insbesondere wenn das zusammengeschlossene Unternehmen eine dominante Stellung auf dem Markt hat, sodass Preiswettbewerb nicht zu befürchten ist. Doch potenziell könnten durch die Kombination der Stärken beider Unternehmen, also der führenden Ladesäulen-Technologie innogys mit dem wohl erheblichen F&E-Budget der E.ON, gerade auch Innovationsvorteile bzw. -anreize entstehen (inter alia, Aghion et al. 2005; Baker 2007, 2016). Grundsätzlich wäre dies im Sinne der Verbraucher, läge im (umwelt- und energie-) politischen Interesse und wäre damit wohlfahrtssteigernd. Die so potenziell entstehende weitere Verbesserung der Stellung der Neuen E.ON auf dem Markt für Ladesäuleninfrastruktur würde den Wettbewerb in diesem Bereich jedoch weiter eindämmen. Auf lange Sicht könnte das die Preise für das Laden eines Elektrofahrzeuges an öffentlichen Ladesäulen erhöhen und Anreize zur Ausnutzung der dominanten Marktstellung bieten. Auch Preisdiskriminierung von Nicht-E.ON-Kunden, welche an E.ON-Ladesäulen einen höheren Tarif zahlen müssen, ist dadurch denkbar.

Eine weitere Verfestigung der dominanten Marktstellung kann durch den Abschluss von Exklusivverträgen mit Tankstellenbetreibern entstehen. Diese sind zwar im Markt üblich und werden von verschiedenen Energielieferanten genutzt, stärken jedoch für die Laufzeit der Verträge potenziell die Vormachtstellung der Neuen E.ON auf dem Ladesäulenmarkt weiter, blockieren den Wettbewerb und ermöglichen so den Ausschluss von möglichen Konkurrenten. Diese Konkurrenten sind potenziell auch die Rohölförderer selbst. So bietet Shell beispielsweise mit Shell PrivatEnergie schon jetzt Strom- und Gasstarife für Privatkunden an – unter anderem mit der Option eines dauerhaften Nachlasses auf das Tanken an Shell Tankstellen (Shell PrivatEnergie 2019). Ein solcher kombinierte Tarif ist auch denkbar für das Tanken von Strom mit einem Elektroauto. Damit stellen die Rohölförderer potenziell ernstzunehmende und finanzstarke Konkurrenz für die Neue E.ON dar, welche deren Marktmacht im Bereich der Ladesäuleninfrastruktur (mindestens im öffentlichen Raum) auf lange Sicht potenziell eindämmen und damit den Wettbewerb stärken könnten.

4. Weitere Auswirkungen

4.1 Die Neue E.ON im Konzessionswettbewerb

In Deutschland bestehen zwischen Gebietskörperschaften und Energieversorgungsunternehmen sog. Konzessionsverträge, welche das Wegenutzungsrecht für die für das Strom- und Gasnetz genutzten Gebiete innerhalb einer Kommune regeln. Nach § 36 EnWG wird hierbei die Grundversorgungspflicht demjenigen Energieversorgungsunternehmen zugewiesen, welches die meisten Haushaltskunden innerhalb eines Netzgebietes beliefert. Die Gegenleistungen für das Wegenutzungsrecht und den Verzicht auf eigene Durchführung der Versorgung durch die Kommune sind in der Konzessionsabgabenverordnung reglementiert und sollen den Gegenwert für die Belastung der öffentlichen Flächen durch die Nutzung durch Dritte darstellen. In den letzten Jahren ist allerdings ein Trend hin zur Re-Kommunalisierung zu verzeichnen; die Strom- und Gasversorgungsnetze werden bei auslaufenden Konzessionsverträgen also vermehrt an kommunale Unternehmen vergeben (BKartA und BNetzA 2015: 2). Der Wettbewerb auf dem Markt ist durch lange Laufzeiten dieser Konzessionsverträge und geringe Wettbewerbsintensität gekennzeichnet. Durch die grundsätzliche

Charakterisierung des Netzbetriebs als natürliches Monopol wird eine Doppelregulierung i.S. einer Zugangs- und Entgeltregulierung und der Regulierung des Vergabeverfahrens für Konzessionen vorgenommen, um einen sog. „Als-ob-Wettbewerb“ zu simulieren (Monopolkommission 2017: 122ff.). Die Konzessionen werden als dauerhaftes Wegenutzungsrecht durch die Gemeinden vergeben, welche in diesem Rahmen eine marktbeherrschende Stellung bezüglich der örtlichen Wegenutzungsrechte innehaben (BKartA und BNetzA 2015: 6). Die Wettbewerber um die alle 20 Jahre vergebenen regionalen Konzessionen sind zumeist der aktuelle Konzessionsinhaber (Incumbent) und, durch den Trend zur Re-Kommunalisierung bedingt, die angestammten oder auch neugegründeten Stadtwerke (Berlo und Wagner 2013). Es existieren nahezu geschlossene Netzgebiete der Betreiber. Zwischen den großen Konzessionsnehmern wie E.ON und RWE findet kaum Wettbewerb um einzelne Konzessionen statt. Nach der Übernahme des innogy-Netzes durch E.ON summieren sich deren regionale Netzgebiete auf, sodass die Neue E.ON potenziell deutschlandweit über 50% Marktanteil bei den Konzessionen innehaben wird (Lotze und Heyers 2019).

Realistisch erscheint eine im Zeitverlauf dynamische Entwicklung der Folgen dieser Kombination der Marktanteile. Zunächst könnte die Übernahme der innogy-Netze positive Auswirkungen auf den Wettbewerb (auch überregional) und damit die Wohlfahrt haben. So hat die Neue E.ON nach der Erweiterung ihres Netzgebietes die Möglichkeit, auch in Regionen, welche bisher nicht zu ihrem angestammten Gebiet gehören, am Wettbewerb um Konzessionen teilzunehmen. Zwar bestand diese Möglichkeit grundsätzlich auch mit den bisherigen Marktverhältnissen, denn insbesondere die vier größten Energieversorger (E.ON, RWE, EnBW, Vattenfall) haben ressourcenseitig generell die Möglichkeit, ihre Netzgebiete zu erweitern. Jedoch wurde diese Möglichkeit in der Vergangenheit eher zurückhaltend genutzt und der Markt scheint eher von koordinierten Effekten gekennzeichnet zu sein. Wenn nun mit der Neuen E.ON ein noch größerer und horizontal konzentrierter Anbieter entsteht, welcher noch mehr Ressourcen zur Verfügung hat und so Skaleneffekte effizienter ausnutzen kann, so könnte dieser, im Sinne eines Mavericks, das kollusive Gleichgewicht verlassen und eine auf Gebietserweiterung ausgelegte Wettbewerbsstrategie fahren. Sollte die Neue E.ON im Wettbewerb um weitere Konzessionen in der Lage sein, bessere

Angebote zu machen, ist auf lange Sicht eine erhebliche Erweiterung der Marktabdeckung durch E.ON wahrscheinlich. Dadurch würde E.ON die mit der Übernahme des innogy-Netzes erlangten Marktanteile von deutschlandweit insgesamt über 50% weiter ausbauen und damit auch die eigene marktmächtige Stellung festigen. Das könnte auf lange Sicht wiederum zur Abnahme der Wettbewerbsintensität führen, da das übermächtige Unternehmen nun in der Lage wäre, kleinere Wettbewerber vom Markt zu verdrängen. Weitere Markteintrittsbarrieren ergeben sich beispielsweise auch durch die Digitalisierung und damit zusammenhängend die erhöhten Anforderungen an Kapitalausstattung und Kompetenzen eines Unternehmens, um ein Verteilnetz sachgemäß betreiben zu können (siehe auch Kapitel 3.2). Diese Eintrittsbarrieren können insgesamt so hoch sein, sodass neben den Austritten kleinerer Marktteilnehmer durch die erhöhte Marktmacht der neuen E.ON auch kein „neuer“ Wettbewerb entstehen kann. Damit würde trotz einer temporären Belebung auf lange Sicht potenziell noch weniger Wettbewerb auf dem Markt bzw. den einzelnen regionalen Märkten herrschen, als es aktuell der Fall ist. Insgesamt scheinen damit mittel- bis langfristig positive Effekte auf den Konzessionswettbewerb unwahrscheinlich.

4.2 Politökonomische Dimension

Ein weiteres relevantes Analysefeld sind die politökonomischen Aspekte der Übernahme. Insbesondere ist es hier interessant, den Verlauf der Verfahren zu betrachten: die Aufgliederung der verschiedenen „Teile“ des Übernahmeverfahrens (siehe die Punkte i. bis vii. in Kapitel 2) in jeweils einzelne wettbewerbsbehördliche Fälle erscheint ungeeignet, um die Gesamteffekte des Tauschvorgangs adäquat zu erfassen und seine Gesamtwirkungen auf den Wettbewerb zutreffend zu bewerten. So ist es wenig überraschend, dass beispielsweise die Übernahme der 16,67%igen Minderheitsanteils der E.ON durch RWE im Rahmen einer isolierten Betrachtung von mehreren Wettbewerbsbehörden jeweils ohne Auflagen freigegeben wurde (BKartA 2019a, Competition and Markets Authority 2019, Federal Trade Commission 2019). Diese Übernahme ist jedoch Teil des „großen Ganzen“ und gerade die Interaktion der einzelnen Bestandteile schafft erst die Möglichkeit, zu den hier diskutierten und po-

tenziell anti-kompetitiven Auswirkungen des Gesamtvorhabens. Erst RWEs (Minderheits-)Anteil an E.ON sorgt dafür, dass die vertikale Marktaufteilung zwischen RWE und E.ON auch dauerhaft abgesichert ist. Der Deal führt dazu, dass auf Seiten beider Unternehmen keine Anreize bestehen, in die Wertschöpfungsstufe des jeweils anderen einzusteigen. Des Weiteren ist eine vertikale Kooperation zwischen den beiden Unternehmen auf unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen und die Bevorzugung des jeweiligen Partnerunternehmens wahrscheinlich. Die vertikale Verflechtung zwischen den Marktaufteilern schafft vielfältige Anreize, Marktmacht durch diskriminierende Geschäftspraktiken auszunutzen, wie sie in Kap. 3 beschrieben worden sind, insbesondere auch hinsichtlich Kooperationen im Bereich der Datensammlung und -weitergabe. Eine isolierte Betrachtung beider Vorgänge übersieht bzw. unterschätzt diese Effekte. Dies stellt ein grundsätzliches Problem der deutschen und europäischen Fusionskontrolle dar, welches zu einer systematischen Unterschätzung der negativen Wettbewerbswirkungen von Zusammenschlüssen führen kann.

Das derzeitige politische Interesse an der Fusionskontrolle, insbesondere im Bereich Energie und Umwelt, wird grundsätzlich auch im jüngsten Fall der Ministererlaubnis Miba/Zollern deutlich (August 2019). Hier wurde die Erlaubnis für den wettbewerbschädlichen Zusammenschluss (BKartA 2019c; Monopolkommission 2019a) erteilt und von Bundeswirtschaftsminister Altmaier damit begründet, dass der Zusammenschluss notwendig sei, um die klimapolitischen Ziele Deutschlands zu erreichen. Die beiden Mittelständler sind in der Produktion von Gleitlagern für Windräder tätig. Der Zusammenschluss, inklusive einer Investitionsauflage von 5 Mrd. € innerhalb der nächsten fünf Jahre, sei laut Minister notwendig, um die Energiewende zu unterstützen (BMW 2019a, Budzinski und Stöhr 2019). In der Vergangenheit wurden vergleichbare politische Deals auch für die europäische Wettbewerbspolitik diskutiert (Budzinski und Kuchinke 2012). Ein ähnliches Bestreben, energie- und umweltpolitische Ziele mit Marktmacht sozusagen zu „erkaufen“, könnte auf europäischer und nationaler Ebene potenziell auch beim Zusammenschluss E.ON/innogy bestanden haben. Die Pressemitteilung zur Erlaubnis (eine genaue Entscheidungsbegründung liegt, Stand November 2019, noch nicht vor) lässt hierzu keine Indizien erkennen und auch die bisherigen Erfahrungen mit Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager

sprechen eher nicht für einen solchen Deal (siehe bspw. Laaff et al. 2019). Die potenziell gesteigerte Lobby-Macht, welche mit der erheblichen Stellung der Neuen E.ON sowie den vertikal verbundenen Konzernen E.ON und RWE auf dem europäischen Energiemarkt einhergeht, ist nach der Entscheidung zugunsten des Gesamtvorhabens jedoch grundsätzlich kritisch zu bewerten. Der politische Einfluss der Unternehmen auf deutscher und auch europäischer Ebene könnte bei Ausnutzung dieser Lobby-Macht zu weiteren Zugeständnissen der Politik führen, um industrie- und energiepolitische Ziele durchzusetzen. Die Mitwirkung eines so großen europäischen Energielieferanten wie der Neuen E.ON kann beispielsweise unentbehrlich sein, um die politisch gesetzten Klimaziele zu erreichen und die Klimawende umzusetzen.

Inwieweit sich die Übernahme der innogy durch E.ON tatsächlich auf die Erreichung umweltpolitischer Ziele auswirken wird, ist unklar. Einerseits könnte durch die Kombination von Know-How und technologischem Vorsprung (innogy) mit einer besseren Kapitalausstattung (E.ON) die F&E-Aktivität im Bereich der E-Mobilität beschleunigt werden (siehe Kapitel 3.3). Andererseits schafft die Aufteilung des Marktes auf Erzeuger- und Verteilerebene Marktmacht für die Neuen E.ON und das vertikal verflochtene Verbundunternehmen RWE-E.ON. Diese Marktmacht senkt wettbewerbliche Innovationsanreize und substituiert sie durch Anreize, sich die Gatekeeper-Stellung für die Energiewende vom Steuerzahler teuer bezahlen zu lassen, bspw. durch Subventionen. Dies würde einen umweltfreundlichen Wandel gegenüber einer wettbewerblichen Dynamik verzögern und qualitativ verschlechtern.

Betrachtet man die lange Frist, so kann man sich auch die Frage stellen, inwieweit die Liberalisierung des deutschen Strommarktes durch den Zusammenschluss de facto rückgängig gemacht bzw. „aufgehoben“ wird (Kommunale Energieversorger 2019). Die positiven Auswirkungen auf Preise und Marktentwicklung, welche mit der Aufhebung der ehemaligen Gebietsmonopole erreicht werden sollten, und die Schaffung von (wenn auch reguliertem) Wettbewerb könnten sich durch die vertikale Marktaufteilung und die folgende horizontale Konzentration umkehren. Wieder droht Wettbewerb in den Energiemärkten durch unangreifbare Marktmacht verdrängt zu werden. Die in diesem Beitrag dargestellten negativen Effekte der Fusion

zur Neuen E.ON sind insgesamt gegensätzlich zu jenen Zielen, welche die Bundesregierung mit der Liberalisierung der Energiemärkte vor mehr als 20 Jahren erreichen wollte.

5. Entscheidung der Europäischen Kommission und Implikationen

Die Entscheidung der Kommission, die Übernahme von innogy durch E.ON unter Auflagen freizugeben, kann unter den in diesem Beitrag dargestellten Aspekten als kritisch angesehen werden. Diese Auflagen, welche im Juni 2019 von E.ON vorgelegt wurden, umfassen (Europäische Kommission 2019c):

- i. Der Verkauf eines Großteils der deutschen E.ON-Heizstromkunden-Verträge und aller zugehörigen Vermögenswerte, die für einen effektiven Marktbetrieb erforderlich sind;
- ii. die Einstellung des Betriebs von 34 Stromtankstellen an deutschen Autobahnen, welche in Zukunft von einem neuen Drittanbieter betrieben werden;
- iii. die Veräußerung des Endkundengeschäfts von E.ON mit Strom an unregulierte Kunden in Ungarn, einschließlich aller Vermögenswerte und Mitarbeiter;
- iv. die Veräußerung des gesamten Geschäfts von innogy in der Endkundenversorgung mit Strom und Gas in Tschechien, einschließlich aller Vermögenswerte und Mitarbeiter.

Auf eine Analyse der Auflagen zum ungarischen und tschechischen Markt soll hier verzichtet werden, da sich der vorliegende Beitrag mit den potenziellen Auswirkungen des Zusammenschlusses auf andere nationale Energiemärkte als dem deutschen nicht beschäftigt hat. Schon im Vorfeld der Entscheidung äußerte sich ein Verbund von kommunalen Versorgern und Stadtwerken jedoch kritisch gegenüber den Zusagen, welche den deutschen Markt betreffen. Nach Auffassung der Unternehmen gingen diese nicht weit genug, um die negativen wettbewerblichen Auswirkungen des Zusammenschlusses in den Bereichen Netz, Vertrieb und Innovatives Geschäft zu verhindern oder einzudämmen (Kommunale Energieversorger 2019). Und auch nach der hier dargestellten Analyse des Falles und der potenziellen negativen Auswirkungen des Zusammenschlusses im Bereich Vertrieb inklusive zugehörigem Mess- und Zähl-

lerwesen, sowie E-Mobilität und weiteren negativen Auswirkungen auf den Konzessionsmarkt und die politökonomische Dimension scheinen die Auflagen nicht geeignet, die vorgebrachten Gründe gegen den Zusammenschluss zu entkräften. Der geforderte Verkauf der Heizstromsparte bzw. der hier bestehenden E.ON-Verträge mit Endkunden ist grundsätzlich positiv zu bewerten und kann potenziell zu einer Minderung der Marktkonzentration in diesem Bereich führen (der CR4 im Bereich Haushaltskunden betrug im Jahr 2017 rund 60%, BNetzA und BKartA 2018) – abhängig jedoch vom Käufer der Verträge, über den noch nichts bekannt ist.

Die Abgabe von 34 Stromtankstellen an deutschen Autobahnen erscheint aufgrund des Marktanteils der Neuen E.ON jedoch zu gering, um hier tatsächlich den potenziellen anti-kompetitiven Effekten des Zusammenschlusses entgegenzuwirken. Insgesamt sind in Deutschland (Stand August 2019) 20.650 öffentliche und teil-öffentliche Ladestationen in der bdew-Ladeinfrastrukturübersicht erfasst. Enthalten sind hier sowohl Ladepunkte welche von Energieversorgern betrieben werden, als auch jene von Supermärkten, Hotels o.ä. Von diesen Ladepunkten sind rund 2.500 (ca. 12%) sog. Schnellladestationen, wie sie zumeist an Autobahnraststätten genutzt werden um Elektroautos in kurzer Zeit voll zu laden (bdew 2019). Bei einem Anteil der Neuen E.ON an der öffentlichen Ladeinfrastruktur von zukünftig rund 21% (und damit über 4.300 Ladepunkten, siehe Kapitel 3.3) und unter der Annahme, dass auch die Neue E.ON einen 12%igen Anteil an Schnellladestationen im Portfolio hat, entspräche das rund 520 Schnellladestationen. Die Abgabe von lediglich 34 Stück davon entlang deutscher Autobahnen ist nicht ausreichend, um die dominante Marktposition der Neuen E.ON im Bereich E-Mobilität effektiv einzuschränken und anti-kompetitiven Verhaltensweisen wie Foreclosure-Strategien und Preisdiskriminierung Einhalt zu gebieten.

Neben den beiden Bereichen Heizstrom und Elektrotankstellen wurden von der Europäischen Kommission keine weiteren potenziellen negativen Auswirkungen des Zusammenschlusses auf dem deutschen Energiemarkt gesehen (Europäische Kommission 2019c). Es erscheint in Anbetracht der in diesem Beitrag dargestellten potenziellen Wirkungen des Zusammenschlusses jedoch unwahrscheinlich, dass die lediglich als gering einzuschätzenden Auflagen in der Lage sind, die negativen wettbewerblichen Auswirkungen des Zusammenschlusses aufzufangen bzw. abzumildern. So

wurde beispielsweise die Relevanz der Datenökonomik im Bereich des klassischen Vertriebs und des Mess- und Zählerwesens von der Kommission im Ergebnis nicht adressiert. Unsere Analysen zeigen jedoch, dass dies ein höchst relevanter zukünftiger Geschäftsbereich der Energielieferanten – und insbesondere der Neuen E.ON mit einer Vielzahl an Messstellen – ist und sich hier eine Fülle an potenziellen Möglichkeiten für anti-kompetitiven Verhaltensweisen i.S. der Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung, wie beispielsweise Foreclosure-Strategien und Preisdiskriminierung, bietet. Auch der Bereich Konzessionswettbewerb und die potenziellen Auswirkungen der Fusion auf diesen spielten in der Entscheidung der Kommission keine ersichtliche Rolle oder führte zumindest nicht zu weiteren Einschränkungen bzw. Auflagen für den Zusammenschluss. Die genaue Begründung der Kommissionsentscheidung bleibt ebenso abzuwarten, wie die tatsächlichen Wirkungen des Zusammenschlusses, welcher nun nach Ansinnen E.ONs zeitnah umgesetzt werden soll (E.ON 2019). Deutlich werden durch die hier vorgenommene Analyse des Falles und der Auflagen jedoch schon jetzt die potenziellen Mängel der Entscheidung. Insgesamt steht zu befürchten, dass der ohnehin eingeschränkte Wettbewerb in den Energiemärkten mit dieser Entscheidung, welche eine weitere Vermachtung begünstigt, nochmals deutlich geschwächt wird. Besonders beunruhigend ist dabei, dass insbesondere die Wettbewerbsintensität auf relevanten Zukunftsmärkten wie den energiebezogenen Datenmärkten und den Ladeinfrastrukturmärkten für E-Mobilität aller Voraussicht nach nachhaltig gedämpft wird. Dies wird sich nicht nur negativ auf die allokative Effizienz dieser Märkte – und damit auf eine preisgünstige Versorgung und Bereitstellung von Strom – auswirken, sondern besitzt insbesondere auch das Potenzial, die hier gesellschaftlich so dringend benötigte Innovationsdynamik abzuschwächen (Hemmung der dynamischen Effizienz). Dies läuft letztendlich den ökonomischen wie weiteren gesellschaftlichen und politischen Zielen (etwa der Umsetzung der Energiewende und der Erreichung anderer klimapolitischer Ziele) entgegen.

6. Literatur

- Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R. & Howitt, P. (2005). Competition and innovation: An inverted-u relationship. *The Quarterly Journal of Economics* 120 (2), 701–728.
- Baker, J. B. (2007). Beyond Schumpeter vs. Arrow: How Antitrust Fosters Innovation. *Antitrust Law Journal* 74(3), 575-602.
- Baker, J. B. (2016). Exclusionary Conduct of Dominant Firms, R&D Competition, and Innovation. *Review of Industrial Organization* 48(3), 269-287.
- bdew (2017). Anwendungshilfe. Lieferantenwechsel in Kundenanlagen Strom. https://www.bdew.de/media/documents/Awh_20170601-Anwendungshilfe-Lieferantenwechsel-Kundenanlagen.pdf. Abgerufen 07. November 2019.
- bdew (2019). Energiewirtschaft baut Ladeinfrastruktur auf. <https://www.bdew.de/energie/elektromobilitaet-dossier/energiewirtschaft-baut-ladeinfrastruktur-auf/>. Abgerufen 24. September 2019.
- Berlo, K. & Wagner, O. (2013). Auslaufende Konzessionsverträge für Stromnetze: Strategien überregionaler Energieversorgungsunternehmen zur Besitzstandswahrung auf der Verteilnetzebene. Untersuchung und gutachterliche Stellungnahme im Auftrag von Bündnis 90/Grüne im Bundestag. Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH. https://www.economist.eu/bitstream/10419/126209/1/4856_Konzessionsvertraege.pdf. Abgerufen 07. November 2019.
- BKartA (2019a). Pressemitteilung. Bundeskartellamt erhebt keine kartellrechtlichen Einwände gegen den Erwerb einer Beteiligung von RWE an E.ON. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2019/26_02_2019_EON_RWE.html. Abgerufen 03. Juni 2019.
- BKartA (2019b). Sektoruntersuchung Vergleichsportale. Bericht gemäß § 32e GWB. Aktenzeichen: V-21/17. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Sektoruntersuchungen/Sektoruntersuchung_Vergleichsportale_Bericht.pdf?__blob=publicationFile&v=7. Abgerufen 07. November 2019.

- BKartA (2019c). Beschluss in dem Verwaltungsverfahren Miba/Zollern. B 5 – 29/18. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/DE/Entscheidungen/Fusionskontrolle/2019/B5-29-18.pdf?__blob=publicationFile&v=2. Abgerufen 07. November 2019.
- BKartA & BNetzA (2015). Gemeinsamer Leitfaden von Bundeskartellamt und Bundesnetzagentur zur Vergabe von Strom- und Gaskonzessionen und zum Wechsel des Konzessionsnehmers. 2., überarbeitete Auflage. https://mwvlw.rlp.de/fileadmin/mwkel/Abteilung_2/8204/PDF2_-_Gem._Leitfaden_zur_Vergabe_von_Strom-_und_Gaskonzessionen.pdf. Abgerufen 07. November 2019.
- BMWi (2019a). Verfügung in dem Verwaltungsverfahren Miba AG/Zollern GmbH & Co. KG. öffentliche Version. Gesch.-Z.: I B 2 – 20302/14–02. https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/V/verfuegung-verwaltungsverfahren-miba-zollern.pdf?__blob=publicationFile&v=6. Abgerufen 07. November 2019.
- BMWi (2019b). Auftaktveranstaltung „Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge als Beitrag zur Energiewende“. <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Pressemitteilungen/2019/20190114-auftaktveranstaltung-ladeinfrastruktur-fuer-elektrofahrzeuge-als-beitrag-zur-energiewende.html>. Abgerufen 04. September 2019.
- bne (2018). Diskussionspapier. Öffnung des Messstellenbetriebsgesetzes für Innovationen. https://www.bne-online.de/fileadmin/bne/Dokumente/Positionspapiere/2018/20181127_bne_diskussionspapier_oeffnung_messstellenbetriebsgesetz.pdf. Abgerufen 30. August 2019.
- BNetzA (2016). Beschlusskammer 6. Beschluss in dem Verwaltungsverfahren zur Anpassung der Vorgaben zur elektronischen Marktkommunikation an die Erfordernisse des Gesetzes zur Digitalisierung der Energiewende. Az.: BK6-16-200. https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Service-Funktionen/Beschlusskammern/1_GZ/BK6-GZ/2016/2016_0001bis0999/BK6-16-200/BK6_16_200_Beschluss.pdf;jsessionid=6DC619C32D36257CF5CD2254EF00A557?__blob=publicationFile&v=3. Abgerufen 07. November 2019.

- BNetzA (2019). Moderne Messeinrichtungen/Intelligente Messsysteme. https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Sachgebiete/ElektrizitaetundGas/Verbraucher/NetzanschlussUndMessung/SmartMetering/SmartMeter_node.html. Abgerufen 18. Juli 2019.
- BNetzA & BKartA (2018). Monitoringbericht 2018. Monitoringbericht gemäß § 63 Abs. 3 i. V. m. § 35 EnWG und § 48 Abs. 3 i. V. m. § 53 Abs. 3 GWB. Stand: 29. Mai 2019. https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/Allgemeines/Bundesnetzagentur/Publikationen/Berichte/2018/Monitoringbericht_Energie_2018.pdf?__blob=publicationFile&v=6. Abgerufen 07. November 2019.
- Bork, R. H. & Sidak, J. G. (2012). What does the Chicago School teach about Internet Search and the Antitrust Treatment of Google? *Journal of Competition Law & Economics* 8(4), 663-700.
- BSI (2019a). Smart Meter Gateway. https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/DigitaleGesellschaft/SmartMeter/SmartMeterGateway/smartmetergateway_node.html. Abgerufen 29. August 2019.
- BSI (2019b). Zertifikatsnachweise nach § 25 MsbG. https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/DigitaleGesellschaft/SmartMeter/AdministrationBetrieb/Zertifikate25MsbG/zertifikate25MsbG_node.html. Abgerufen 29. August 2019.
- Budzinski, O. & Kuchinke, B. A. (2012). Deal Or No Deal. Consensual Arrangements as an Instrument of European Competition Policy? *Review of Economics* 63(3), 265-292.
- Budzinski, O. & Kuchinke, B. A. (2019). Industrial Organization of Media Markets and Competition Policy. Erscheint in: B. von Rimscha (Hrsg.), *Handbook Economics and Management of Media and Communication*. Berlin: DeGruyter.
- Budzinski, O., Lindstädt-Dreusicke, N. & Kunz-Kaltenhäuser, P. (2019). Ökonomische Effekte von Big Data. Grundlagen der modernen Datenökonomik. Erscheint in: M. Steven & T. Klünder (Hrsg.), *Big Data – Große Datenmengen in Wirtschaft, Recht und Informatik*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Budzinski, O. & Stöhr, A. (2019). Ministererlaubnis für die Fusion Miba/Zollern: europäische Champions statt Wettbewerb? *Wirtschaftsdienst* 99(7), 505-510.

- Competition and Markets Authority (2019). Anticipated acquisition by RWE AG of a 16.67% minority stake in E.ON SE. Decision on relevant merger situation and substantial lessening of competition. ME/6800/19. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5cb5a3d0ed915d3f51602d34/Non-Confidential_RWE_EON_Minority_Stake.pdf. Abgerufen 07. November 2019.
- Dautzenberg, K., Grasl, K., Halm, T. & Schulze, A. (2016). Buchungs- und Vergleichsportale. Schwierige Suche nach dem günstigsten Preis. Eine Untersuchung der Verbraucherzentralen im Rahmen des Projekts Marktwächter Digitale Welt. https://www.marktwaechter.de/sites/default/files/downloads/untersuchung_preisvergleichsportale_0.pdf. Abgerufen 07. November 2019.
- Dewenter, R. & Lüth, H. (2016). Big Data aus wettbewerblicher Sicht. *Wirtschaftsdienst* 96(9), 648-654.
- Edelman, B. (2015). Does Google Leverage Market Power Through Tying and Bundling? *Journal of Competition Law & Economics* 11(2), 365-400.
- Elzinga, K. G. & Mills, D. E. (2001). Predatory Pricing and Strategic Theory. *Georgetown Law Journal* 89(8), 2475-2494.
- E.ON (2018). E.ON und RWE: Zwei europäische Energieunternehmen fokussieren ihre Aktivitäten. Gemeinsame Pressemitteilung. <https://www.eon.com/de/ueberuns/presse/pressemitteilungen/2018/eon-und-rwe-zwei-europaeische-energieunternehmen-fokussieren-ihre-aktivitaeten.html>. Abgerufen 03. Juni 2019.
- E.ON (2019). EU Commission approves takeover. E.ON intends to integrate innogy swiftly for the benefit of customers. <https://www.eon.com/en/about-us/media/press-release/2019/eu-commission-approves-takeover.html>. Abgerufen 18. September 2019.
- Europäische Kommission (2019a). Pressemitteilung. Fusionskontrolle: Kommission genehmigt Übernahme von E.ON-Vermögenswerten der Stromerzeugung durch RWE. https://ec.europa.eu/germany/news/20190226-fusionskontrolle-kommission-genehmigt-uebernahme-eon-vermoegenswerte-der-stromerzeugung_de. Abgerufen 03. Juni 2019.
- Europäische Kommission (2019b). Press release. Mergers: Commission opens in-depth investigation into E.ON's proposed acquisition of Innogy. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-1593_en.htm. Abgerufen 03. Juni 2019.

- Europäische Kommission (2019c). Press release. Mergers: Commission clears E.ON's acquisition of Innogy, subject to conditions. https://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-5582_en.htm. Abgerufen 18. September 2019.
- Federal Trade Commission (2019). Early Termination Notices. 20191250: RWE Aktiengesellschaft; E.ON SE. <https://www.ftc.gov/enforcement/premerger-notification-program/early-termination-notice/20191250>. Abgerufen 03. Juni 2019.
- Gaenssle, S. & Budzinski, O. (2019). Stars in Social Media: New Light Through Old Windows? *Ilmenau Economics Discussion Papers* 25(123). https://www.tu-ilmenau.de/fileadmin/media/wth/Diskussionspapier_Nr_123.pdf. Abgerufen 07. November 2019.
- Gerpott, T. J. & Paukert, M. (2014). Präferenzen von Haushaltskunden für variable Stromtariftypen. Ergebnis einer empirischen Studie in Deutschland. *ZfTM-Work in Progress* #133. <https://www.zftm.de/files/downloads/wip-paper/WIP133.pdf>. Abgerufen 07. November 2019.
- Granka, L., Joachims, T. & Gay, G. (2004). Eye-tracking analysis of user behavior. *Proceedings of the 27th annual international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval*, 478-479.
- Haucap, J. & Kehder, C. (2013). Suchmaschinen zwischen Wettbewerb und Monopol: Der Fall Google. In: Dewenter, R., Haucap, J. & Kehder, C. (Hrsg.), *Wettbewerb und Regulierung in Medien, Politik und Märkten: Festschrift für Jörn Kruse zum 65. Geburtstag*. Baden-Baden: Nomos, 115-154.
- Kommunale Energieversorger (2019). Gemeinsamer Standpunkt zum Fusionskontrollverfahren E.ON/innogy. <http://www.derenergieblog.de/wp-content/uploads/Gemeinsamer-Standpunkt.pdf>. Abgerufen 06. September 2019.
- Laaff, M., Macher, J. & Hegemann, L. (2019). Margrethe Vestager – Eine, die kämpft. *Zeit Online*, 25. Mai 2019. <https://www.zeit.de/politik/ausland/2019-05/margrethe-vestager-eu-kommissarin-techfirmen-wettbewerbsrecht>. Abgerufen 18. September 2019.
- LBD (2019a). Analyse: Eon auf dem Weg zum neuen Strom-Monopolisten. <https://www.lbd.de/e-on-auf-dem-weg-zum-neuen-strom-monopolisten/>. Abgerufen 18. Juli 2019.

- LBD (2019b). Präsenz der neuen E.ON in der Fläche (Beteiligung in Netz und Vertrieb). Die Position der neuen E.ON in sich neu entwickelnden Märkten. https://www.lbd.de/downloads/LBD-Ewerk-Praesentation_Nellen.pdf. Abgerufen 29. August 2019.
- LBD (2019c). Die Position der neuen E.ON im Absatzmarkt B2C-Strom und Gas sowie die Position der neuen RWE im Erzeugungsmarkt. https://www.lbd.de/downloads/LBD-Ewerk-Praesentation_Schlemmermeier.pdf. Abgerufen 29. August 2019.
- Lichtblick (2019a). Deutschland sieht rot: Eon wird zum neuen Strom-Monopolisten. <https://www.lichtblick.de/presse/news/2019/02/01/deutschland-sieht-rot-eon-wird-zum-neuen-strom-monopolisten/>. Abgerufen 22. Juli 2019.
- Lichtblick (2019b). Ladesäulencheck 2019. https://www.lichtblick.de/files/pressemitteilungen/2019/PDF/190626_Hintergrund_Lades%C3%A4ulencheck2019.pdf. Abgerufen 30. August 2019.
- Lorigo, L., Pan, B., Hembrooke, H., Joachims, T., Granka, L. & Gay, G. (2006). The influence of task and gender on search and evaluation behavior using Google. *Information Processing and Management* 42(4), 1123–1131.
- Lotze, A. & Heyers, J. (2019). Brave New Energy World? – einige kritische kartellrechtliche Anmerkungen zum innogy-Deal von E.ON und RWE. *EWERK – Zeitschrift des Instituts für Energie- und Wettbewerbsrecht in der Kommunalen Wirtschaft e.V.* 2019 Heft 2.
- Monopolkommission (2017). Sondergutachten 77. Energie 2017: Gezielt vorgehen, Stückwerk vermeiden. https://www.monopolkommission.de/images/PDF/SG/s77_volltext.pdf. Abgerufen 07. November 2019.
- Monopolkommission (2019a). Sondergutachten 81. Zusammenschlussverfahren der Miba AG mit der Zollern GmbH & Co. KG. https://www.monopolkommission.de/images/PDF/SG/s81_volltext_oeffentlich.pdf. Abgerufen 07. November 2019.
- Monopolkommission (2019b). 7. Sektorgutachten Energie. Wettbewerb mit neuer Energie. https://www.monopolkommission.de/images/PDF/SG/7sg_energie_volltext.pdf. Abgerufen 07. November 2019.

- Pan, B., Hembrooke, H., Joachims, T., Lorigo, L., Gay, G. & Granka, L. (2007). In Google we trust: Users' decisions on rank, position and relevancy. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(3), 801-823.
- Paraskevas, A., Katsogridakis, I., Law, R. & Buhalis, D. (2011). Search Engine Marketing: Transforming Search Engines into Hotel Distribution Channels. *Cornell Hospitality Quarterly* 52(2), 200-208.
- pwc (2015). Bevölkerungsbefragung Stromanbieter 2015. <https://www.pwc.de/de/energiwirtschaft/assets/pwc-umfrage-energie.pdf>. Abgerufen 07. November 2019.
- Seidel, M. (2018). Der RWE-E.ON-Deal, Vortrag des ENREG Instituts für Energie und Regulierungsrecht Berlin. http://files.enreg.eu/2018/2018_05_08_Sonderworkshop/Seidel.pdf. Abgerufen 22. Juli 2019.
- Shell PrivatEnergie (2019). Strom. <https://www.shellprivatenergie.de/strom>. Abgerufen 18. September 2019.
- Thorun, C., Zimmer, A. & Spindler, G. (2017). Zugang zu unabhängigen Energiepreisvergleichen ermöglichen – Ist ein Referenzportal die Lösung? Bestandsaufnahme und Handlungsempfehlungen, Aktenzeichen: 37-4281 Energie. http://www.conpolicy.de/data/user_upload/Pdf_von_Publikationen/20170316_ConPolicy_Bericht_Energievergleichsportale.pdf. Abgerufen 29. August 2019.
- VDE/FNN (2017). Steuerung mit dem intelligenten Messsystem: Schrittweise Weiterentwicklung. <https://www.vde.com/resource/blob/1603870/adf7264e2e91b5142fceac3a8f2f1bf0/fnn-info-data.pdf>. Abgerufen 30. August 2019.
- Verivox (2019). Wir sind transparent und neutral. <https://www.verivox.de/company/wir-sind-unabhaengig/>. Abgerufen 29. August 2019.
- Volkswagen AG (2019). Electric Life: Volkswagen-Tochter Elli bietet ab sofort bundesweit Volkswagen Naturstrom an. <https://www.volkswagen.com/de/news/2019/01/electric-life-volkswagen-subsiadiary-elli-offers-vol>

**Diskussionspapiere aus dem Institut für Volkswirtschaftslehre
der Technischen Universität Ilmenau**

- Nr. 69 *Budzinski, Oliver:* Empirische Ex-Post Evaluation von wettbewerbspolitischen Entscheidungen: Methodische Anmerkungen, Januar 2012.
- Nr. 70 *Budzinski, Oliver:* The Institutional Framework for Doing Sports Business: Principles of EU Competition Policy in Sports Markets, January 2012.
- Nr. 71 *Budzinski, Oliver; Monostori, Katalin:* Intellectual Property Rights and the WTO, April 2012.
- Nr. 72 *Budzinski, Oliver:* International Antitrust Institutions, Juli 2012.
- Nr. 73 *Lindstädt, Nadine; Budzinski, Oliver:* Newspaper vs. Online Advertising - Is There a Niche for Newspapers in Modern Advertising Markets?
- Nr. 74 *Budzinski, Oliver; Lindstädt, Nadine:* Newspaper and Internet Display Advertising - Co-Existence or Substitution?, Juli 2012b.
- Nr. 75 *Budzinski, Oliver:* Impact Evaluation of Merger Control Decisions, August 2012.
- Nr. 76 *Budzinski, Oliver; Kuchinke, Björn A.:* Deal or No Deal? Consensual Arrangements as an Instrument of European Competition Policy, August 2012.
- Nr. 77 *Pawlowski, Tim, Budzinski, Oliver:* The (Monetary) Value of Competitive Balance for Sport Consumers, Oktober 2012.
- Nr. 78 *Budzinski, Oliver:* Würde eine unabhängige europäische Wettbewerbsbehörde eine bessere Wettbewerbspolitik machen?, November 2012.
- Nr. 79 *Budzinski, Oliver; Monostori, Katalin; Pannicke, Julia:* Der Schutz geistiger Eigentumsrechte in der Welthandelsorganisation - Urheberrechte im TRIPS Abkommen und die digitale Herausforderung, November 2012.
- Nr. 80 *Beigi, Maryam H. A.; Budzinski, Oliver:* On the Use of Event Studies to Evaluate Economic Policy Decisions: A Note of Caution, Dezember 2012.
- Nr. 81 *Budzinski, Oliver; Beigi, Maryam H. A.:* Competition Policy Agendas for Industrializing Countries, Mai 2013.
- Nr. 82 *Budzinski, Oliver; Müller, Anika:* Finanzregulierung und internationale Wettbewerbsfähigkeit: der Fall Deutsche Bundesliga, Mai 2013.

- Nr. 83 *Doose, Anna Maria: Methods for Calculating Cartel Damages: A Survey, Dezember 2013.*
- Nr. 84 *Pawlowski, Tim; Budzinski, Oliver: Competitive Balance and Attention Level Effects: Theoretical Considerations and Preliminary Evidence, März 2014.*
- Nr. 85 *Budzinski, Oliver: The Competition Economics of Financial Fair Play, März 2014.*
- Nr. 86 *Budzinski, Oliver; Szymanski, Stefan: Are Restrictions of Competition by Sports Associations Horizontal or Vertical in Nature?, März, 2014.*
- Nr. 87 *Budzinski, Oliver: Lead Jurisdiction Concepts Towards Rationalizing Multiple Competition Policy Enforcement Procedures, Juni 2014.*
- Nr. 88 *Budzinski, Oliver: Bemerkungen zur ökonomischen Analyse von Sicherheit, August 2014.*
- Nr. 89 *Budzinski, Oliver; Pawlowski, Tim: The Behavioural Economics of Competitive Balance: Implications for League Policy and Championship Management, September 2014.*
- Nr. 90 *Grebel, Thomas; Stuetzer, Michael: Assessment of the Environmental Performance of European Countries over Time: Addressing the Role of Carbon*
- Nr. 91 *Emam, Sherief; Grebel, Thomas: Rising Energy Prices and Advances in Renewable Energy Technologies, July 2014.*
- Nr. 92 *Budzinski, Oliver; Pannicke, Julia: Culturally-Biased Voting in the Eurovision Song Contest: Do National Contests Differ?, December 2014.*
- Nr. 93 *Budzinski, Oliver; Eckert, Sandra: Wettbewerb und Regulierung, März 2015.*
- Nr. 94 *Budzinski, Oliver; Feddersen, Arne: Grundlagen der Sportnachfrage: Theorie und Empirie der Einflussfaktoren auf die Zuschauernachfrage, Mai 2015.*
- Nr. 95 *Pannicke, Julia: Abstimmungsverhalten im Bundesvision Song Contest: Regionale Nähe versus Qualität der Musik, Oktober 2015.*
- Nr. 96 *Budzinski, Oliver; Kretschmer, Jürgen-Peter: Unprofitable Horizontal Mergers, External Effects, and Welfare, October 2015.*
- Nr. 97 *Budzinski, Oliver; Köhler, Karoline Henrike: Is Amazon The Next Google?, October 2015.*

- Nr. 98 *Kaimann, Daniel; Pannicke, Julia*: Movie success in a genre specific contest: Evidence from the US film industry, December 2015.
- Nr. 99 *Pannicke, Julia*: Media Bias in Women's Magazines: Do Advertisements Influence Editorial Content?, December 2015.
- Nr. 100 *Neute, Nadine; Budzinski, Oliver*: Ökonomische Anmerkungen zur aktuellen Netzneutralitätspolitik in den USA, Mai 2016.
- Nr. 101 *Budzinski, Oliver; Pannicke, Julia*: Do Preferences for Pop Music Converge across Countries? - Empirical Evidence from the Eurovision Song Contest, Juni 2016.
- Nr. 102 *Budzinski, Oliver; Müller-Kock, Anika*: Market Power and Media Revenue Allocation in Professional Sports: The Case of Formula One, Juni 2016.
- Nr. 103 *Budzinski, Oliver*: Aktuelle Herausforderungen der Wettbewerbspolitik durch Marktplätze im Internet, September 2016.
- Nr. 104 *Budzinski, Oliver*: Sind Wettbewerbe im Profisport Rattenrennen?, Februar 2017.
- Nr. 105 *Budzinski, Oliver; Schneider, Sonja*: Smart Fitness: Ökonomische Effekte einer Digitalisierung der Selbstvermessung, März 2017.
- Nr. 106 *Budzinski, Oliver; Pannicke, Julia*: Does Popularity Matter in a TV Song Competition? Evidence from a National Music Contest, April 2017.
- Nr. 107 *Budzinski, Oliver; Grusevaja, Marina*: Die Medienökonomik personalisierter Daten und der Facebook-Fall, April 2017.
- Nr. 108 *Budzinski, Oliver*: Wettbewerbsregeln für das Digitale Zeitalter – Die Ökonomik personalisierter Daten, Verbraucherschutz und die 9.GWB-Novelle, August 2017.
- Nr. 109 *Budzinski, Oliver*: Four Cases in Sports Competition Policy: Baseball, Judo, Football, and Motor Racing, September 2017.
- Nr. 110 *Budzinski, Oliver*: Market-internal Financial Regulation in Sports as an Anticompetitive Institution, October 2017.
- Nr. 111 *Bougette, Patrice; Budzinski, Oliver; Marty, Frédéric*: EXPLOITATIVE ABUSE AND ABUSE OF ECONOMIC DEPENDENCE: WHAT CAN WE LEARN FROM THE INDUSTRIAL ORGANIZATION APPROACH?, December 2017.

- Nr. 112 *Budzinski, Oliver; Gaenssle, Sophia*: The Economics of Social Media Stars: An Empirical Investigation of Stardom, Popularity, and Success on YouTube, Januar 2018.
- Nr. 113 *Gaenssle, Sophia; Budzinski, Oliver; Astakhova Daria*: Conquering the Box Office: Factors, influencing Success of International Movies in Russia, Mai 2018.
- Nr. 114 *Budzinski, Oliver; Stöhr, Annika*: Die Ministererlaubnis als Element der deutschen Wettbewerbsordnung: eine theoretische und empirische Analyse, Juli 2018.
- Nr. 115 *Budzinski, Oliver; Kuchinke, Björn A.*: Modern Industrial Organization Theory of Media Markets and Competition Policy Implications, September 2018.
- Nr. 116 *Budzinski, Oliver; Lindstädt-Dreusicke, Nadine*: The New Media Economics of Video-on-Demand Markets: Lessons for Competition Policy, Oktober 2018.
- Nr. 117 *Budzinski, Oliver; Stöhr, Annika*: Competition Policy Reform in Europe and Germany – Institutional Change in the Light of Digitization, November 2018.
- Nr. 118 *Budzinski, Oliver; Noskova, Victoriia; Zhang, Xijie*: The Brave New World of Digital Personal Assistants: Benefits and Challenges from an Economic Perspective, December 2018.
- Nr. 119 *Bougette, Patrice; Budzinski, Oliver & Marty, Frédéric*: EXPLOITATIVE ABUSE AND ABUSE OF ECONOMIC DEPENDENCE: WHAT CAN WE LEARN FROM AN INDUSTRIAL ORGANIZATION APPROACH? [Updated Version 2018], December 2018.
- Nr. 120 *Bartelt, Nadja*: Bundling in Internetmärkten - Ökonomische Besonderheiten, Wettbewerbseffekte und Regulierungsimplicationen, Dezember 2018.
- Nr. 121 *Budzinski, Oliver; Feddersen, Arne*: Measuring Competitive Balance in Formula One Racing, März 2019.
- Nr. 122 *Budzinski, Oliver; Kohlschreiber, Marie; Kuchinke, Björn A. & Pannicke, Julia*: Does Music Quality Matter for Audience Voters in a Music Contest, März 2019.
- Nr. 123 *Gaenssle, Sophia & Budzinski, Oliver*: Stars in Social Media: New Light Through Old Windows?, April 2019.

- Nr. 124 *Stöhr, Annika; Budzinski, Oliver*: Ex-post Analyse der Ministererlaubnisfälle - Geminwohl durch Wettbewerbsbeschränkungen?, April 2019.
- Nr. 125 *Budzinski, Oliver; Lindstädt-Dreusicke, Nadine*: The New Media Economics of Video-on-Demand Markets: Lessons for Competition Policy (Updated Version), May 2019.
- Nr. 126 *Stöhr, Annika; Noskova, Victoriia; Kunz-Kaltenhäuser, Philipp; Gaenssle, Sophia & Budzinski, Oliver*: Happily Ever After? – Vertical and Horizontal Mergers in the U.S. Media Industry, June 2019.
- Nr. 127 *Budzinski, Oliver; Stöhr, Annika*: Der Ministererlaubnis-Fall Miba/Zollern: Europäische Champions statt Wettbewerb?, Juni 2019.
- Nr. 128 *Budzinski, Oliver; Gaenssle, Sophia & Kunz-Kaltenhäuser, Philipp*: How Does Online Streaming Affect Antitrust Remedies to Centralized Marketing? The Case of European Football Broadcasting, Rights, July 2019.
- Nr. 129 *Budzinski, Oliver; Haucap, Justus*: Kartellrecht und Ökonomik: Institutions Matter!, July 2019.
- Nr. 130 *Budzinski, Oliver & Stöhr, Annika*: Public Interest Considerations in European Merger Control Regimes, August 2019.
- Nr. 131 *Gaenssle, Sophia; Budzinski, Oliver & Astakhova*: Daria: Conquering the Box Office: Factors Influencing Succes of International Movies in Russia (Update), October 2019.