



Hauptseminar Industrieökonomik Sommersemester 2026

Die Veranstaltung wendet sich an Bachelor-Studierende in den Studiengängen Economics, Internationale Wirtschaft und Entwicklung und Philosophy & Economics. Thematisch ist das Seminar in die vier Blöcke 1.) Einführung, 2.) Fusionskontrolle, 3.) Kartellverbot und 4.) Missbrauchsaufsicht gegliedert. Voraussetzung für die Teilnahme am Seminar sind grundlegende Kenntnisse im Bereich Industrieökonomik oder Spieltheorie. Bei allen Themen steht eine detaillierte ökonomische Analyse, die auf wissenschaftlichen Quellenangaben beruht, im Vordergrund.

Das Seminar ist auf 16 Teilnehmer begrenzt. Die Seminarplätze werden nach der Reihenfolge der Anmeldungen vergeben. Alle Präsentationen finden geblockt am **11.06.2026** und **12.06.2026** (jeweils 8–18 Uhr) statt. Die Seminararbeiten sind bis zum **01.10.2026** um **12 Uhr** und die Präsentationsfolien bis zum **09.06.2026** um **12 Uhr** einzureichen.

Die Seminarteilnehmer sind verpflichtet, über ihr Thema eine Seminararbeit anzufertigen und einen Vortrag zu halten.

ECTS-Leistungspunkte und Umfang der Seminararbeit:

Economics, Internationale Wirtschaft und Entwicklung, Philosophy & Economics:

5 ECTS-Leistungspunkte, Seminararbeit: 30.000-34.000 Zeichen

(ca. 12–14 reine Textseiten)¹

Eine Vorbesprechung der zu bearbeitenden Themen (siehe unten) findet am **10.04.2026**, von **13.00-14.00 Uhr** via Microsoft Teams statt (die Einwahldaten befinden sich am Ende des Dokumentes). Eine Anmeldung vor der Vorbesprechung ist ebenfalls möglich. Ein e-Learning-Kurs für das Seminar wird eingerichtet.

Eine Anmeldung ist bis zum **10.05.2026** möglich. Bitte schreiben Sie dazu eine E-Mail an beide Seminarbetreuer (dominik.welter@uni-bayreuth.de, gunnar.oldehaver@uni-bayreuth.de) und geben Sie hierbei eine Prioritätenliste mit mindestens drei Themenwünschen an. Die Themenzuordnung erfolgt anhand des „first come first serve“ Verfahrens. Bei frühzeitiger Anmeldung ist eine Bearbeitung des Themas bereits vor dem offiziellen Anmeldeschluss möglich. In regelmäßigen Abständen wird im e-Learning Kurs eine Liste mit den noch zur Verfügung stehenden Themen aktualisiert.

Die Seminarthemen werden durch Herrn Dr. Oldehaver und Herrn Dr. Welter betreut. Die Angabe des jeweiligen Betreuers entnehmen Sie bitte der Themenliste. Sollten Sie organisatorische Fragen haben, wenden Sie sich bitte an Herr Dr. Welter.

¹ Anrechnungsmöglichkeiten von ausgewählten Themen für Master-Studierende auf Anfrage (6 ECTS-Leistungspunkte, Seminararbeit: 34.000–38.000 Zeichen).

Nach Absprache mit den Seminarleitern können gerne auch eigene Themenvorschläge eingebracht und bearbeitet werden. In diesem Fall ist die Einführungsliteratur von Ihnen selbst zu recherchieren und wird von Herrn Dr. Oldehaver oder Herrn Dr. Welter auf ihre Eignung geprüft. Die vorgeschlagenen Themen müssen inhaltlich einen industrieökonomischen Schwerpunkt aufweisen und methodisch kongruent mit den übrigen Themen des Seminars sein.

Themen und Basisliteratur

Bitte beachten Sie, dass es sich bei der angegebenen Literatur um die Basisliteratur handelt, die Startpunkt eigener Recherchen sein soll. Sie sind aufgefordert, selbstständig weitere wissenschaftliche Literatur zu recherchieren und zu nutzen.

1 Einführung

1. Wettbewerb auf digitalen Märkten – Reichen die klassischen Konzepte für digitale Märkte aus?

Quelle: Bundeskartellamt (2021), Digital Markets Act: Perspektiven des (inter)nationalen Wettbewerbsrechts, abrufbar unter: [BKartA](#).

Inhalt: Infolge der Digitalisierung ist eine Vielzahl von Märkten entstanden. Diese Märkte sind durch eine besondere Marktstruktur und einem zum klassischen Markt abweichendes Verhalten charakterisiert. Häufig handelt es sich um sogenannte Plattformmärkte.

Im vorliegenden Thema soll dargestellt werden, ob und inwiefern internetbasierte Dienste bzw. Märkte einer besonderen Missbrauchsaufsicht oder Regulierung bedürfen.

Betreuer: Gunnar Oldehaver

2. Der Anreiz einer Plattform die Interessen der Konsumenten bei der Ausgestaltung des Gebührensystems zu berücksichtigen

Quellen:

- Etro, F. (2023). Platform competition with free entry of sellers. *International Journal of Industrial Organization*, 89, 102903.
- Anderson, S., & Ö. Bedre-Defolie (2025). App platform model. Toulouse School of Economics, Working Paper.

Inhalt: Derzeit befassen sich zahlreiche Gerichtsverfahren mit der Gebührenstruktur von App-Marktplätzen wie dem Apple App Store und dem Google Play Store. Im Mittelpunkt steht die Frage, ob die von Apple und Google erhobenen Gebühren gegenüber App-Entwicklern wettbewerbskonform sind.

Apple tritt dabei nicht nur als Betreiber eines Online-Marktplatzes auf, sondern verkauft zusätzlich physische Geräte – insbesondere das iPhone. Dies muss bei der Bewertung

des Gebührensystems berücksichtigt werden. Sie sind dazu aufgefordert die allgemeinen Mechanismen darzustellen, die bei der Preisgestaltung eines Plattformbetreibers zu berücksichtigen sind, der nicht nur eine Plattform betreibt, sondern zusätzlich physische Geräte verkauft.

Betreuer: Dominik Welter

2 Fusionskontrolle

3. Zur Bedeutung von vertikalen Fusionen

Quellen:

- Kadner-Graziano, A. S. (2023). Mergers of Complements: On the Absence of Consumer Benefits. *International Journal of Industrial Organization*, 89.
- Kadner-Graziano, A. S. (2024). Vertical mergers without foreclosure. *Journal of Economics & Management Strategy*, 34(2), 593-611.

Inhalt: Im Gegensatz zu horizontalen Fusionen galten vertikale Fusionen aus wettbewerblicher Sicht lange Zeit als deutlich weniger problematisch. Durch die steigende Bedeutung von Plattformmärkten, auf denen häufig eine Firma auf mehreren Marktstufen agiert, erhalten vertikale Fusionen beziehungsweise vertikale Beschränkungen einen höheren Stellenwert in der aktuellen Wettbewerbstheorie und -politik. Dies veranlasste beispielsweise das US-Justizministerium dazu, die Fusionsleitlinien für vertikale Fusionen anzupassen.

Sie sind dazu aufgefordert darzustellen, unter welchen Bedingungen damit zu rechnen ist, dass vertikale Fusionen zu einer Senkung der Konsumentenrente führen.

Betreuer: Dominik Welter

4. Effizienzgewinne und strukturelle Auflagen in der Fusionskontrolle

Quelle: Vasconcelos, H. (2010). Efficiency gains and structural remedies in merger control. *Journal of Industrial Economics*, 58(4), 742-766.

Inhalt: Fusionieren zwei Unternehmen, beeinflusst dies den Wettbewerb im relevanten Markt. Aus Unternehmensperspektive wird häufig argumentiert, dass eine Fusion zu Effizienzvorteilen führt, da zum Beispiel die Produktionskosten gesenkt werden können. Eine Wettbewerbsbehörde muss diese Effizienzvorteile mit möglichen negativen Effekten durch eine Verringerung des Wettbewerbs im relevanten Markt gegenüberstellen. Sollten aus Sicht der Wettbewerbsbehörde die negativen Effekte überwiegen, kann sie den Firmen Auflagen (z.B. den Verkauf einer Tochterfirma oder Geschäftseinheit) erteilen und die Genehmigung der Fusion von der Ausführung dieser Auflagen abhängig machen.

Sie sind aufgefordert darzustellen, inwieweit Auflagen dazu geeignet sind, den Wettbewerb im relevanten Markt zu erhalten.

Betreuer: Dominik Welter

5. Fusionsbewertung mittels Marktsimulation

Quelle: Werden, G. & L. Froeb (2005). Unilateral competitive effects of horizontal mergers: Theory and application through merger simulation. In *Handbook of Antitrust Economics* (ed. P. Buccirosi). Cambridge, MA: MIT Press.

Inhalt: Die wettbewerbsökonomischen Auswirkungen von Unternehmenszusammenschlüssen lassen sich u.a. mit Marktsimulationsmodellen abschätzen.

Bitte stellen Sie die Auswirkungen von Unternehmenszusammenschlüssen dar und erläutern Sie, wie entsprechende Effekte auf Basis von Simulationsmodellen praktisch geschätzt werden können.

Betreuer: Gunnar Oldehaver

3 Kartellverbote

6. Preisschirmeffekte und Kartellgröße

Quelle: Napel, S. & D. Welter (2023). Umbrella pricing and cartel size. *International Journal of Industrial Organization*, 91, #103032.

Inhalt: Wenn Kartellvereinbarungen nicht alle Firmen umfassen, kann es trotzdem dazu kommen, dass alle Konsumenten im relevanten Markt von der Kartellvereinbarung betroffen sind. Dies ist der Fall, wenn Kartellaußenseiter ihre Preissetzung unter dem „Schirm“ des Kartells anpassen: Stehen Firmen im Preiswettbewerb und sind Preise strategische Komplemente, ist es für die Kartellaußenseiter sinnvoll ihre Preise zu erhöhen, wenn die Kartellmitglieder Preiserhöhungen vorzunehmen. Unter europäischem Recht können Konsumenten, die von einem Kartellaußenseiter ein Produkt gekauft haben, Kartellmitglieder auf Schadensersatz verklagen. Nach Auffassung des Europäischen Gerichtshofs ist diese Vorgehensweise sinnvoll, da „effektiver Wettbewerb“ dadurch gestärkt wird.

Sie sind aufgefordert darzustellen, ob diese Schlussfolgerung ebenfalls sinnvoll ist, wenn die Kartellgröße endogen ist.

Betreuer: Dominik Welter

7. „Semi-Collusion“

Quelle: Shivakumar, R. & A. Brod (1999). Advantageous semi-collusion. *Journal of Industrial Economics*, 47(2), 221-230.

Inhalt: Häufig wird argumentiert, dass eine illegale Absprache einer Produktvariablen (im Besonderen des Preises) zwangsläufig zu einer sinkenden Konsumentenrente und oftmals auch zu einer sinkenden Wohlfahrt führt. Diese Schlussfolgerung liegt nahe, wenn es nur eine relevante Produktvariable gibt. Häufig zeichnet sich ein Produkt allerdings durch mehrere Produktvariablen aus, z.B., dessen Qualität und dessen Preis.

Sie sind aufgefordert darzustellen, inwieweit „Semi-Collusion“ dazu führen kann, dass Konsumenten durch eine Kartellvereinbarung nicht schlechter gestellt werden als bei wettbewerblichem Verhalten.

Betreuer: Dominik Welter

8. Nachwirkungen von Kartellen

Quelle: Chowdury, S. & C. Crede (2020). Post-cartel collusion: Determinants, consequences, and prevention. *International Journal of Industrial Organization*, 70, #102590.

Inhalt: Wird ein Kartell seitens einer Wettbewerbsbehörde aufgedeckt, so sinkt das Preisniveau häufig nicht unmittelbar auf das Wettbewerbsniveau ab, sondern es entstehen häufig Nachwirkungen, die im Ergebnis dazu führen, dass sich das Preisniveau erst langsam und im Zeitablauf an das Wettbewerbsniveau angleicht. Ursache hierfür können z.B. strukturelle oder verhaltensorientierte Ursachen sein.

Im Rahmen des Themas „Nachwirkungen von Kartellen“ sollen die Ursachen und Bestimmungsfaktoren für kollusionsbedingte Nachwirkungen herausgearbeitet und mögliche Abhilfemöglichkeiten erläutert werden.

Betreuer: Gunnar Oldehaver

9. Künstliche Intelligenz und Kartellverhalten: Algorithmische Preisbildung und Kollusionsverhalten im Oligopol

Quelle: Calvano, E., Calzolari, G., Denicolo, V., & S. Pastorello (2020). Artificial intelligence, algorithmic pricing, and collusion. *American Economic Review*, 110(10), 3267-97.

Inhalt: Algorithmen ersetzen zunehmend menschliche Entscheidungsträger in der Preisgestaltung. In einem experimentellen Oligopolmodell mit KI-gestützten Algorithmen (Q-Learning) zeigt sich, dass diese ohne Kommunikation überhöhte Preise durch kollusive Strategien erzielen, die auch bei variierenden Marktbedingungen stabil bleiben. Im Rahmen der Seminararbeit soll dargestellt und bewertet werden, ob und inwiefern Algorithmen in der Lage sind, Kollusion aufrechtzuerhalten.

Betreuer: Gunnar Oldehaver

10. Determinanten der Kartellstabilität

Quelle: Levenstein, M. C. & V. Y. Suslow (2006). What determines cartel success? *Journal of Economic Literature*, 44(1), 43–95.

Inhalt: Auf den verschiedensten Märkten wurden in der Vergangenheit Kartelle erfolgreich seitens der Wettbewerbsbehörden aufgedeckt. Ob Unternehmen ‚erfolgreich‘ Kartellvereinbarungen durchsetzen können, ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Welche Faktoren schlussendlich entscheidend sind, ist oft eine empirische Fragestellung.

Im Rahmen des vorliegenden Themas soll herausgearbeitet werden, welche Markteigenschaften häufig eine Kartellbildung begünstigen, welche Auswirkungen

Absprachen auf das Marktergebnis haben und welche Faktoren die Dauer von Kartellabsprachen beeinflussen.

Betreuer: Gunnar Oldehaver

4 Missbrauchsaufsicht

11. Excessive Pricing: Wann ist ein Preis überhöht und wie bemisst man einen überhöhten Preis

Quelle: Gilo, D. & Y. Spiegel (2018). The antitrust prohibition of excessive pricing. *International Journal of Industrial Organization*, 61, 503-541.

Inhalt: Auf Grund der steigenden Bedeutung von Plattformmärkten, erlangt die Diskussion von „Excessive Pricing“ eine immer höhere Bedeutung. Ein relevantes Beispiel ist das Verfahren der Europäischen Kommission gegen Apple: Apple wird unter anderem vorgeworfen, von Drittanbietern wie Spotify einen überhöhten Preis für die Nutzung des App-Stores zu verlangen. Um festzustellen, ob ein Unternehmen tatsächlich einen überhöhten Preis gesetzt hat, muss zuerst ermittelt werden, ab wann ein Preis als überhöht einzustufen ist.

Sie sind aufgefordert, verschieden Vergleichspreise zu diskutieren und zu erläutern, wie sich die Setzung eines Vergleichspreises auf das Marktgleichgewicht auswirkt.

Betreuer: Dominik Welter

12. Nicht-Diskriminierungsbeschränkungen

Quelle: Bouckaert, J., H. Degryse, & T. van Dijk (2012). Bertrand competition with an asymmetric no-discrimination constraints, *Journal of Industrial Economics* 61(1), 62-83.

Inhalt: Um die Marktmacht von Unternehmen zu begrenzen, kann es eine Möglichkeit sein, ihnen Preisdiskriminierung gegenüber ihren Kunden zu untersagen, wohingegen kleinere Wettbewerber kundenspezifische Preise setzen dürfen.

Sie sind aufgefordert darzustellen, unter welchen Bedingungen dieser Eingriff in die Entscheidungsfreiheit der dominanten Firma zu höheren Gewinnen der kleineren Wettbewerber führt.

Betreuer: Dominik Welter

13. Anti-Steering Provisions

Quelle: Hagiu, A., & J. Wright (2024). Marketplace leakage. *Management Science*, 70(3), 1529-1553.

Inhalt: Plattformen wie App Stores, Freelancer-Plattformen oder Online-Marktplätze fungieren als Marktplätze für bestimmte Dienstleistungen und/oder Produkte. Häufig erheben diese Plattformen eine Gebühr von den Verkäufern. Um eine Umgehung

dieser Gebühr zu verhindern, setzen zahlreiche Plattformen (z. B. Apple App Store, Google Play Store, Booking.com, Amazon Marketplace, Roku usw.) sogenannte ‚Anti-Steering-Provisions‘ ein, die es Verkäufern erschweren, die von der Plattform erhobene Gebühr zu umgehen.

Sie sind dazu aufgefordert, verschiedene Strategien zur Umgehung dieser Gebühren darzustellen und die ökonomischen Auswirkungen von Anti-Steering-Provisions zu analysieren.

Betreuer: Dominik Welter

14. Verdrängungspreise

Quelle: Behringer, S. & L. Filistrucchi (2015), Areeda–Turner in Two-Sided Markets. *Review of Industrial Organization*, 46(3), 287-306.

Inhalt: Unternehmen können versuchen durch besonders niedrige Preise Konkurrenten aus dem Markt zu drängen. Grundsätzlich nicht unproblematisch ist die Bewertung des Preisniveaus hinsichtlich einer etwaigen Verdrängungsabsicht. Areeda und Turner (1975) schlagen vor, dass ein Preis unterhalb der kurzfristigen Grenzkosten als kritisch zu bewerten ist. Die kurzfristigen Grenzkosten können durch die durchschnittlichen variablen Kosten approximiert werden. Werden 2-seitige Märkte betrachtet, dann kann es auch ohne Verdrängungsabsicht für ein Unternehmen gewinnmaximal sein, wenn es auf einer Marktseite einen Preis unter den Grenzkosten fordert.

Sie sind aufgefordert die theoretischen und praktischen Grundlagen zur Areeda-Turner Regel darzustellen und deren Erweiterung auf 2-seitige Märkte zu erläutern.

Betreuer: Gunnar Oldehaver

15. Google Ads & Online-Werbung – Marktmacht entlang der digitalen Werbewertschöpfungskette

Quelle: Europäische Kommission (2025), Pressemitteilung Online-Werbung: Kommission verhängt fast 3 Milliarden Euro Geldbuße gegen Google.

Inhalt: Der Online-Werbemarkt ist ein zentrales Finanzierungsmodell des Internets und wird in hohem Maße von Google geprägt. Google ist entlang nahezu der gesamten digitalen Werbewertschöpfungskette tätig: von der Suchmaschine als Werbeplattform über Werbedienste für Werbetreibende (z. B. Google Ads) bis hin zu Technologien für Publisher (Ad Server, Ad Exchanges).

Das Seminarthema untersucht, inwieweit diese vertikale Integration Google eine marktbeherrschende Stellung verschafft und ob das Unternehmen diese Marktmacht nutzt, um den Wettbewerb zu beschränken. Im Fokus steht die Frage, ob Google eigene Werbedienste bevorzugt, Wettbewerber benachteiligt oder den Zugang zu Daten und Werbeinfrastruktur kontrolliert, um seine Position abzusichern.

Betreuer: Gunnar Oldehaver

16. Google vs. Europäische Kommission: Kartellrechtliche Untersuchung der Google-Praktiken

Quelle: Europäische Kommission (2017). Kartellrecht: Kommission verhängt Geldbuße von 2,42 Mrd. € gegen Google wegen Missbrauchs seiner marktbeherrschenden Stellung als Suchmaschine durch Bevorzugung des eigenen Preisvergleichsdienstes (Pressemitteilung).

Inhalt: Die Europäische Kommission untersuchte, ob Google seine Marktmacht im Markt für Suchmaschinen nutzt, um diese auf andere Märkte zu übertragen, indem das Unternehmen einzelnen Geschäftsbereichen wettbewerbliche Vorteile gewährt. Die Kommission kam zu dem Ergebnis, dass Google seine marktbeherrschende Stellung missbraucht hat, indem es seinem eigenen Preisvergleichsdienst einen unfairen Vorteil gegenüber konkurrierenden Anbietern verschaffte.

Im Rahmen des vorliegenden Themas soll das Verfahren dargestellt und ggf. kritisch bewertet werden.

Betreuer: Gunnar Oldehaver

Einwahldaten für das Teams-Meeting (10.04.2025 – 13:00 bis 14:00)

Link: [Einwahllink](#)

Besprechungs-ID: 267 188 405 972 67

Kennung: Qs7qF3R3

Das Meeting wird nicht aufgezeichnet.

Anrechenbarkeit des Hauptseminars Angewandte Wettbewerbspolitik

Economics, Bachelor:

- Im Modul „Vertiefung VWL“:
 - Strategien und Wettbewerb
- Im Modul „Modelltheoretische Vertiefung“ für:
 - Mikrotheoretisches Seminar

IWE, Bachelor:

- Im Modul „Spezialisierung: Vertiefung Empirie und Theorie“
 - Strategie und Wettbewerb
- Im Modul „Individueller Schwerpunkt“

P&E, Bachelor:

- Probleme der Wettbewerbs- und Wirtschaftspolitik

Mikroökonomik III & IV