

# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

**Auszug aus:**

*Wettbewerbspolitik - Arbeitsrecht und Wirtschaftsrecht*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](http://School-Scout.de)

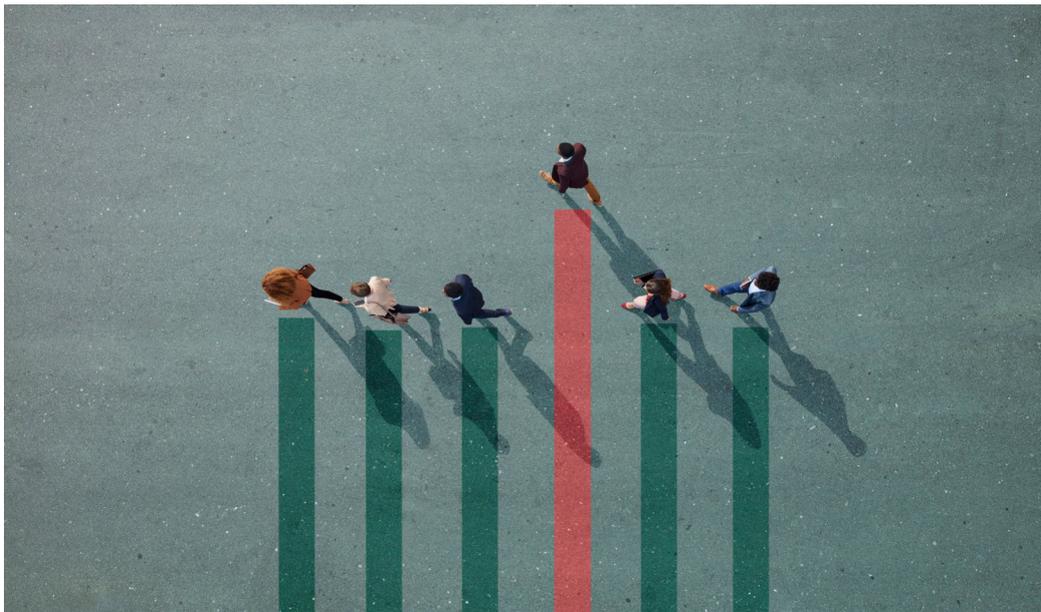


## II.26

### Arbeits- und Wirtschaftsrecht

# Wettbewerbspolitik – Wie ein funktionierender Wettbewerb gesichert werden kann

Nach einer Idee von Prof. Dr. Werner A. Halver, Prof. Dr. Jutta Lommatzsch



© RAABE 2022

© Klaus Vedfelt / DigitalVision

Anhand dieser Einheit können Sie Ihren Lernenden zentrale Themen der Wettbewerbspolitik vermitteln. Die Schülerinnen und Schüler erlangen mithilfe von Fallbeispielen Grundlagenwissen zum Kartell- und Wettbewerbsrecht und können die Bedeutung von Wettbewerbsökonomie nachvollziehen. Sie erarbeiten sich Themen wie „natürliche Monopole“ und „öffentliche Güter“. Für die Einheit sind keine bis wenig Vorkenntnisse nötig.

---

#### KOMPETENZPROFIL

<b>Dauer:</b>	6–7 Unterrichtsstunden
<b>Kompetenzen:</b>	Anwendung und Systematisierung von Fachbegriffen, Sachverhalten und Institutionen zur Wettbewerbssicherung in der sozialen Marktwirtschaft, Analyse von Fallbeispielen mithilfe wirtschaftlich-rechtlicher Grundlagen
<b>Thematische Bereiche:</b>	Kartellrecht, Wettbewerbsrecht, Wettbewerbsökonomie, natürliche Monopole und öffentliche Güter
<b>Medien:</b>	Bild, Diagramm, Karikatur, Zeitungsartikel

---

## Fachliche Hinweise

Das Kartell- und Wettbewerbsrecht übt auf den Märkten markterhaltende und regulierende Funktionen aus. Grundsätzlich ist der freie Wettbewerb der „Motor unserer Volkswirtschaft“, doch ohne staatliche Regelungen bestünde die Gefahr unerwünschter Monopolisierungen und damit eines unfairen Wettbewerbs. Bei den gesetzlichen Vorgaben ist zwischen dem Kartell- und dem Wettbewerbsrecht zu unterscheiden. Das im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) geregelte Kartellrecht dient dem Erhalt des Wettbewerbs, während das im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) geregelte Wettbewerbsrecht einen fairen Wettbewerb gewährleisten soll.

### Kartellrecht

Die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen ist im Allgemeinen wirtschaftlich sinnvoll und wünschenswert. Sie darf jedoch nicht zur Beschränkung, Verfälschung oder Verhinderung des Marktprinzips führen. Aus diesem Grund ist es das Ziel staatlicher Politik, Monopole und unzulässige Kartelle zu verhindern. Denn auch neuen Marktteilnehmenden soll der Markteintritt offenstehen. Das Kartellrecht ist im GWB, dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, geregelt. Durch die Regelungen des GWB sollen die Steuerungs- und Ordnungsfunktion des freien Wettbewerbs gewährleistet werden. Dies gilt sowohl für den aktiven Wettbewerb als für zukünftig möglichen, sogenannten potenziellen Wettbewerb. Die beiden Kernbegriffe des Kartellrechts sind das „Kartell“ und die „Fusion“.

Ein Kartell liegt vor, wenn Wettbewerber untereinander ihr Verhalten auf einem Markt koordinieren, um dadurch den Wettbewerb einzuschränken oder auszuschalten, und diese Absprachen eine gewisse Bedeutung haben. Es sind dabei verschiedene Arten von Absprachen zu unterscheiden: Am häufigsten sind Vereinbarungen über den Preis (Preiskartell). Wettbewerber können jedoch beispielsweise auch Absprachen zu den Vertriebsgebieten treffen (Gebietsschutzkartell). Ausnahmen von den Abspracheverboten bestehen insbesondere für sogenannte „Mittelstands-kartelle“, wenn diese den Markt nicht wesentlich beeinträchtigen und die Vereinbarung dazu dient, die Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen (KMUs) zu verbessern.

Bei einer Fusion geben zwei oder mehr Unternehmen ihre rechtliche und wirtschaftliche Selbstständigkeit auf und werden zu einem Unternehmen verschmolzen. Das Kartellrecht erfasst drei Säulen:



Die Regelungen des Kartellrechts zu verbotenen Absprachen schränken die grundsätzlich bestehende Vertragsfreiheit zum Schutze des Erhalts der Märkte ein. Denn Kartellabsprachen führen vielfach zu überhöhten Preisen bei sinkender Produktqualität. Wettbewerbsbeschränkungen können entweder zwischen Unternehmen auf derselben Wirtschaftsstufe vereinbart werden (horizontale Wettbewerbsbeschränkungen) oder zwischen Unternehmen verschiedener Marktstufen (vertikale Wett-

bewerbsbeschränkungen). Vertikale Wettbewerbsbeschränkungen kommen etwa durch Preisabsprachen zwischen Händlern und Herstellern über Endverkaufspreise vor.

Das Verfahren zur Einhaltung der kartellrechtlichen Vorgaben hat sich 2005 geändert: Vor der Reform mussten die Unternehmen kartellrechtlich relevante Vereinbarungen von den Kartellbehörden genehmigen lassen. Nunmehr sind sie selbst für die Einhaltung der kartellrechtlichen Regelungen verantwortlich.

Für marktbeherrschende Unternehmen bestehen Sonderregelungen: Sie haben im Verhältnis zu den Mitbewerbern eine überragende Marktstellung. Nach einer Vermutungsregel wird eine Marktherrschaft bei einem Marktanteil von mindestens 40 Prozent angenommen. Die Marktherrschaft darf nicht rechtsmissbräuchlich ausgenutzt werden.

Der freie Wettbewerb ist vom Staat als zentrales Organisationsprinzip sicherzustellen. Dazu gehört es, Fusionen nicht vollständig unkontrolliert zuzulassen. Unternehmenszusammenschlüsse werden ab einer bestimmten Größe vom Bundeskartellamt geprüft und genehmigt. Die wichtigsten Schwellenwerte für eine Überprüfung sind, ob

1. die beteiligten Unternehmen im letzten Geschäftsjahr vor dem Zusammenschluss insgesamt weltweit Umsatzerlöse von mehr als 500 Millionen Euro und
2. im Inland im letzten Geschäftsjahr vor dem Zusammenschluss mindestens ein beteiligtes Unternehmen Umsatzerlöse von mehr als 25 Millionen Euro und ein anderes beteiligtes Unternehmen Umsatzerlöse von mehr als 5 Millionen Euro erzielt haben.

Das Bundeskartellamt führt eine Liste von Fallberichten u. a. aus dem Bereich Fusionskontrolle.<sup>1</sup> Ein Zusammenschluss, durch den wirksamer Wettbewerb erheblich behindert würde, ist vom Bundeskartellamt zu untersagen. Es sei denn, die beteiligten Unternehmen weisen nach, dass durch den Zusammenschluss auch Verbesserungen der Wettbewerbsbedingungen eintreten und dass diese Verbesserungen die Nachteile der Marktherrschaft überwiegen oder die Umsatzgrenzen des Gesetzes unterschritten werden.

### Wettbewerbsrecht

Das Wettbewerbsrecht hat zum Ziel, fairen Wettbewerb sicherzustellen. Unlautere geschäftliche Handlungen, die geeignet sind, die Interessen von Mitbewerbern, Verbrauchern und Verbraucherinnen oder sonstigen Teilnehmenden spürbar zu beeinträchtigen, sind unzulässig. Konsumierende sollen vor Täuschungen und unseriösen Geschäften geschützt werden. Geschützt werden sollen ebenso die Mitbewerber. „Gesunder“ Wettbewerb wird in Deutschland gefördert: Die Unternehmen sollen angespornt werden, gute Leistungen zu fairen Preisen zu erbringen. Allerdings darf dies nicht zu einer Verunglimpfung oder Herabwürdigung der Konkurrierenden führen.

Hierzu normiert das seit 1990 bestehende Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) zahlreiche Verbotstatbestände. Die zentrale Vorschrift des Gesetzes ist § 3 Abs. 1 UWG, wonach alle unlauteren geschäftlichen Handlungen unzulässig sind. Verboten sind etwa aggressive oder irreführende geschäftliche Handlungen, die systematische Abwerbung von Arbeitskräften, die Herabwürdigung der Produkte des Konkurrierenden oder auch unzumutbare Belästigungen. Vergleichende Werbung ist grundsätzlich zulässig, jedoch dann nicht mehr, wenn sie nicht objektiv, sondern subjektiv ist oder den Ruf des Mitbewerbers beeinträchtigt.

Für geschäftliche Handlungen gegenüber Konsumierenden enthält das UWG zusätzlich die sogenannte „Schwarze Liste“, in der zahlreiche weitere unzulässige Werbemaßnahmen aufgeführt sind.

<sup>1</sup> Abrufbar unter: [https://www.bundeskartellamt.de/SiteGlobals/Forms/Suche/Entscheidungssuche\\_Formular.html?nn=3591206&cl2Categories\\_Format=Fallberichte&cl2Categories\\_Arbeitsbereich=Fusionskontrolle&docId=3590410](https://www.bundeskartellamt.de/SiteGlobals/Forms/Suche/Entscheidungssuche_Formular.html?nn=3591206&cl2Categories_Format=Fallberichte&cl2Categories_Arbeitsbereich=Fusionskontrolle&docId=3590410) [letzter Abruf: 28.04.2022]

So sind gegenüber Konsumierenden beispielsweise Lockangebote unzulässig. Ein derartiges Angebot liegt vor, wenn diese durch eine besonders attraktive Preisgestaltung in einen Laden gelockt werden, um dort dann teurere oder andere Produkte zu kaufen, insbesondere weil der beworbene Artikel nicht in ausreichender Menge vorhanden ist.

Auch die modernen Vertriebsformen des E-Commerce werden wettbewerbsrechtlich betrachtet und müssen den Vorgaben des Wettbewerbsrechts standhalten. Ein Instrument des E-Commerce, das sogenannte Pop-up-Fenster, sowie das von Verbraucherinnen und Verbrauchern zur Abwehr von Pop-up-Fenstern genutzte Instrument des Werblockers sind beide wettbewerbsrechtlich nicht unproblematisch. Der englische Begriff lässt sich umgangssprachlich übersetzen mit „Aufploppen“: Im Internet taucht plötzlich ein nicht von den Nutzenden aktiv geöffnetes Fenster auf, das in der Regel Werbung enthält. Werblocker, die auch Werbefilter genannt werden, sind Programme, die die Werbung auf Websites entfernen bzw. unterdrücken.

Bei Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht eröffnet das UWG anderen Marktteilnehmenden verschiedene rechtliche Möglichkeiten:

- Auskunftsanspruch
- Unterlassungsanspruch
- Schadensersatzanspruch
- Gewinnabschöpfungsanspruch

Für die Praxis am wichtigsten ist der Unterlassungsanspruch. Dieser kann von Konkurrierenden, aber auch von Verbänden und vom Bund geltend gemacht werden. Die Geltendmachung erfolgt insbesondere in Form einer Abmahnung. Der vermeintlich für eine Regelverletzung Verantwortliche gibt in der Folge eine Unterlassungserklärung ab. Im Falle der Zuwiderhandlung verpflichtet er sich zur Zahlung einer Geldleistung. Weitere Instrumente sind eine Klage oder ein gerichtliches Eilverfahren. Schließlich kann auch ein Güteverfahren vor einer Einigungsstelle erfolgen. Bei einem Erfolg des gegen die Werbung Vorgehenden ist die unzulässige Werbung unverzüglich einzustellen.

Da die Konkurrierenden durch unzulässige Werbung Umsatz- und Gewinneinbußen erfahren haben könnten, sind diese berechtigt, ihren möglichen Schaden gegenüber der unzulässig werbenden Partei geltend zu machen, wenn diese schuldhaft gehandelt hat. Allerdings sind diese Einbußen in der Praxis nur schwer nachzuweisen. Vereinfacht wird deren Geltendmachung jedoch durch einen bestehenden Auskunftsanspruch gegenüber dem für den Regelverstoß Verantwortlichen. So muss dieser beispielsweise seine Umsatz- und Gewinnzahlen offenlegen, damit die andere Partei erkennen kann, ob diese durch die unzulässige Werbung gestiegen sind. Sind dem unzulässig Werbenden Gewinne durch einen vorsätzlichen, d. h. wissentlichen und willentlichen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht entstanden, sind diese an den Bundeshaushalt zu übertragen – entsprechend dem gesetzlichen Gewinnabschöpfungsanspruch.

### **Wettbewerbsökonomie**

In einer Marktwirtschaft entscheiden Anbietende und Nachfragende unabhängig voneinander und ohne staatliche Vorgaben über die Produkte oder Dienstleistungen, die sie anbieten oder nachfragen. Dabei ist die Existenz von Konkurrenz, also vielen Anbietenden einer (ähnlichen) Dienstleistung oder eines (ähnlichen) Produktes, und von fairem Wettbewerb eine wichtige Voraussetzung für die Weiterentwicklung von Gütern und modernen Herstellungsverfahren. Durch den Wettbewerb kommt unentwegt Bewegung in den Markt: Preise oder angebotene Mengen verändern sich.

Der Wettbewerb übt auf den Märkten eine Form der Preisentwicklung nach unten aus und führt zu neuen Produkten auf dem Markt. Dabei passiert Folgendes:

- Statische Funktion: Ziel eines gewinnmaximierenden Unternehmens muss es sein, mit niedrigem Ressourcenaufwand zu arbeiten. Durch die Optimierung von Preisen für Produktionsfaktoren ändern sich die Kosten des Unternehmens. Dadurch können sich auch die Güterpreise verändern.
- Dynamische Funktion: Der Wettbewerb der Unternehmen untereinander führt dazu, dass neue Güter und neue Produktionsverfahren entwickelt werden. Spätestens wenn keine Kostensenkungen mehr möglich sind, müssen Unternehmen neue Produkte auf den Markt bringen, um am Markt bestehen zu können.

Die Verbraucherinnen und Verbraucher profitieren zum einen von tendenziell sinkenden Preisen, die es so ohne Wettbewerb nicht gäbe. Zum anderen erhalten sie fortwährend neue Angebote, mit denen die Unternehmen um ihre Kaufkraft werben. Vor allem schafft der Wettbewerb Wahlfreiheit zwischen verschiedenen Anbietenden und sichert eine anhaltende Produktdiversifikation.

In einer gänzlich unregulierten Wirtschaft neigen Unternehmen dazu, Marktmacht zu erlangen und monopolistische Strukturen aufzubauen, um sich vor Wettbewerb zu schützen. Einige sogenannte öffentliche Güter werden sogar bewusst unter Ausschaltung von Wettbewerb angeboten, was jedoch teilweise zu Angebots- oder Nachfrage-Problemen, Qualitätsminderung oder überhöhten Preisen führen kann. Um Wettbewerbsverzerrungen zu verhindern, hat der Staat verschiedene Institutionen eingerichtet, die den Wettbewerb dauerhaft sichern sollen. Sie alle stellen wichtige Größen der sogenannten Wettbewerbsordnung in Deutschland und Europa dar. Dazu gehören z. B.

- die Monopolkommission,
- das Kartellamt,
- der Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, der dabei den Erhalt bzw. die Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit in den Mittelpunkt der Analyse stellt.

### **Natürliche Monopole und öffentliche Güter**

Ein sogenanntes natürliches Monopol liegt vor, wenn einzelne Anbietende ein Gut kostengünstiger herstellen können, als wenn mehrere Anbietende gleichzeitig auf dem Markt sind. Dies liegt an der sogenannten „Kostendegression“ bei der Bereitstellung dieser Güter: Die erstmalige Errichtung der Infrastruktur für das Gut bringt sehr hohe Fixkosten mit sich; hingegen sind die Grenzkosten für die Bereitstellung jedes weiteren Guts relativ gering. Die langfristigen Durchschnittskosten nehmen also ab.

Diese Beschreibung trifft meist auf Versorgungsunternehmen zu, bei denen sehr hohe Fixkosten für den Aufbau eines Netzes (z. B. Verkehrswege, Telefon-, Post-, Energie- und Wasserversorgungsnetze) vergleichsweise geringen Betriebskosten gegenüberstehen, auch wenn sie zunehmend mehr Güter anbieten. In der Internetökonomie kommt es ebenfalls zu solchen Erscheinungen, die jedoch meist zeitlich befristet sind.

Neben den möglichen Kostenvorteilen bei der Bereitstellung von Gütern im natürlichen Monopol kann es auch Situationen geben, bei denen sich die Monopolsituation aus der praktischen Unmöglichkeit ergibt, einzelne Nachfragende vom Konsum eines Gutes auszuschließen (Nicht-Ausschluss-Prinzip). Als exklusiver Anbietender eines solchen „öffentlichen Guts“ tritt meist der Staat auf, wie z. B. bei der Landesverteidigung oder der inneren Sicherheit. Anders als bei privaten Gütern kommt bei öffentlichen Gütern das Konkurrenzprinzip des Wettbewerbs bewusst nicht zum Tragen (Nicht-Rivalitäts-Prinzip).

## Didaktisch-methodisches Konzept

Im Verlauf der Unterrichtseinheit wird die Bedeutung des Wettbewerbs und insbesondere des modernen Wettbewerbs in Zeiten der Digitalisierung interdisziplinär betrachtet: aus volkswirtschaftlicher, betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Sicht. Sinnvoll ist es, zum Thema Wettbewerb zunächst die Vorgaben der einschlägigen Gesetze kennenzulernen. Um die Schülerinnen und Schüler an diese für sie neue Thematik heranzuführen, wird in den vorliegenden Materialien Wert darauf gelegt, dass sich die Lernenden das Wissen weitgehend selbst erarbeiten können. Um den Bezug zur Praxis zu verdeutlichen, werden aktuelle Fallbeispiele und Fragestellungen integriert. Den methodischen Schwerpunkt zur Stoffvermittlung bildet die Arbeit mit Quellen und Gesetzestexten.

Die Unterrichtssequenz umfasst ca. sechs Unterrichtsstunden. Sie gliedert sich in die vier Themenschwerpunkte „Kartellrecht“, „Wettbewerbsrecht“, „Wettbewerbsökonomie“ und „Natürliche Monopole und öffentliche Güter“. Grundkenntnisse zu Marktformen und Arten von Gütern sind von Vorteil, müssen aber nicht gegeben sein. M 4 eignet sich auch als Hausaufgabe, falls M 1–M 4 nicht in den ersten beiden Stunden ganz durchgenommen werden.

### Lernziele/Kompetenzen

Ziel dieser Unterrichtseinheit ist es, den Schülerinnen und Schülern leicht und verständlich die Grundlagen der Wettbewerbspolitik näherzubringen, mit der ein funktionsfähiger Wettbewerb geschaffen und erhalten werden soll. Sie lernen, grundlegende Sachverhalte der sozialen Marktwirtschaft – Wettbewerb und Marktformen – zu systematisieren, und können zentrale Fachbegriffe der sozialen Marktwirtschaft anwenden. Zudem beschäftigen sie sich mit den Funktionen und Handlungsmöglichkeiten von Institutionen zur Wettbewerbssicherung. Ihr neu erworbenes Wissen setzen sie ein, um Fallbeispiele mithilfe der wirtschaftsrechtlichen Grundlagen des UWG zu analysieren.

Die Schülerinnen und Schüler arbeiten in dieser Unterrichtseinheit mit unterschiedlichen Materialien. Dabei schulen sie ihre Methodenkompetenz, indem sie selbstständig in Mediensammlungen recherchieren und zielgerichtet Informationen beschaffen sowie Informationen, Texte und Zeitungsartikel auswerten. Anhand der Fallbeispiele lernen sie, Pro- und Kontra-Argumente in einer Streitfrage einander gegenüberzustellen und sich eine eigene Meinung zu bilden sowie diese argumentativ zu vertreten. Sie beschreiben Schaubilder, Karikaturen und Statistiken und analysieren diese.

Die Schülerinnen und Schüler verbessern ihre Sozialkompetenz, indem sie die Bedeutung von Regeln und eines ethisch vertretbaren Verhaltens im Wirtschaftsleben erkennen. Sie nehmen probeweise andere Perspektiven ein, vollziehen diese nach und vertreten sie (Perspektivwechsel). Verschiedene Gruppenarbeiten tragen dazu bei, dass die Lernenden lösungsorientiert zusammenarbeiten und gemeinsam Lösungswege für fachbezogene Probleme finden.

Nicht zuletzt regt diese Unterrichtseinheit die Schülerinnen und Schüler dazu an, ihre Selbstkompetenz zu verbessern. Sie können ihre eigene Meinung in Sachdiskussionen selbstbewusst vertreten, erleben Selbstwirksamkeit, indem sie sich ein komplexes neues Themengebiet weitgehend eigenständig erarbeiten, und verbessern ihre Fähigkeit, ihre eigenen Leistungen durch das Lösen und Besprechen von Aufgaben im Klassenverband einzuschätzen.

## Weiterführende Medien

### Bücher

- ▶ Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten. 5. aktual. Aufl., Pearson Studium. Hallbergmoos 2019.  
Das Buch gibt anhand von Praxisbeispielen einen umfassenden Überblick über die moderne Volkswirtschaft und zeigt, wie Märkte funktionieren.
- ▶ Deimer, Klaus et al.: Ressourcenallokation, Wettbewerb und Umweltökonomie: Wirtschaftspolitik in Theorie und Praxis. Springer Gabler. Wiesbaden 2016.  
Die Autoren erläutern die Theorie des Marktes, befassen sich mit Marktgleichgewicht, Marktversagen und Allokationspolitik. Darauf aufbauend beschreiben sie das Instrumentarium der Wettbewerbspolitik.
- ▶ Ekey, Friedrich L.: Grundriss des Wettbewerbs- und Kartellrechts. 6. Aufl., C. F. Müller. Heidelberg 2021.  
Dieses Buch dient Lesenden zur Einarbeitung in das Wettbewerbs- und Kartellrecht. Die Grundzüge des UWG werden erläutert und anhand von Praxisbeispielen und mit Bezug auf europäisches Recht verdeutlicht.
- ▶ Pätzold, Martin: Neue Wettbewerbspolitik im 21. Jahrhundert. Zehn Thesen zur digitalen Wirtschaft. Springer Gabler, Wiesbaden, 2019  
Das Buch beleuchtet die neuen Anforderungen an die Wettbewerbspolitik, die durch die fortschreitende Digitalisierung entstanden sind.
- ▶ Wünsche, Kai E.: Wettbewerbsrecht – UWG. 8. Aufl., niederle media. Altenberge 2021.  
Der Autor stellt die Grundlagen des Wettbewerbsrechts dar und erklärt Begrifflichkeiten an gut verständlichen Beispielen.

### Internetseiten

- ▶ <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/deutsches-kartellrecht-31267>  
Guter Überblick über den Begriff „Deutsches Kartellrecht“
- ▶ <https://bdi.eu/media/publikationen/#/publikation/news/leitfaden-kartellrecht/>  
Leitfaden des Bundesverband der Deutschen Industrie zum Kartellrecht von Dr. Ulrich Soltész und Dr. Patrick Hildebrandt, 2015

### Videos

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=eXiSNvKGUu4>  
Wirtschaft – simpleclub: „Grundbegriffe Kartellrecht“
- ▶ [https://www.youtube.com/watch?v=8dvmiJ\\_1j58](https://www.youtube.com/watch?v=8dvmiJ_1j58)  
Wirtschaft – simpleclub: „Synergieeffekte – wenn Unternehmen zusammenarbeiten“
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=TwkMH7cE2FE>  
explainity® Erklärvideos: „Marktformen einfach erklärt (explainity® Erklärvideo)“
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=Jl-cU3MqAUl>  
Wirtschaft – simpleclub: „Wettbewerb“

[letzter Abruf jeweils: 29.04.2022]

## Auf einen Blick

---

### 1./2. Stunde

**Thema:** Kartellrecht

**M 1** Kartellrecht – Rekordstrafe gegen Google

**M 2** Übersicht Kartellrecht & Fusionen

**M 3** Deutsche Immobilienunternehmen – Fusion von Vonovia und Deutsche Wohnen

**M 4** Angemeldete und untersagte Firmenfusionen

**Kompetenzen:** Die Schülerinnen und Schüler beschäftigen sich mit den Grundlagen zu Kartellrecht und Fusion. Sie diskutieren aktuelle Beispiele und analysieren ein Diagramm.

**Benötigt:** Internetzugang, Diagramm, Beamer/Whiteboard

---

### 3. Stunde

**Thema:** Wettbewerbsrecht

**M 5** Paula vs. Flecki – Der Puddingkrieg zwischen Dr. Oetker und Aldi

**M 6** Wichtige Verbotstatbestände aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

**ZM 1** Auszug aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

**Kompetenzen** Die Lernenden bearbeiten ein Beispiel zum Wettbewerbsrecht und setzen sich selbstständig mit zentralen Paragrafen des UWG auseinander.

**Benötigt:** ZM 1, Beamer/Whiteboard, Internetzugang

---

### 4. Stunde

**Thema:** Wettbewerbsökonomie

**M 7** Wettbewerbsökonomie und Arbeitsteilung

**Kompetenzen:** Die Schülerinnen und Schüler lernen die Funktionen des Wettbewerbs kennen. Sie erörtern die Vor- und Nachteile von Wettbewerb und internationaler Arbeitsteilung anhand eines Artikels.

**Benötigt:** Beamer/Whiteboard, Internetzugang

---



## 5./6. Stunde

**Thema:** Natürliche Monopole und öffentliche Güter

**M 8** **Karikaturanalyse – Google und die EU**

**M 9** **Kommentar: Was tun mit Google?**

**M 10** **Netzneutralität: Das Ringen um das Zwei-Klassen-Internet**

**Kompetenzen:** Die Lernenden beschreiben und interpretieren eine Karikatur, sie stellen Pro-und-Kontra-Argumente zusammen und beziehen Stellung zu einer Streitfrage innerhalb eines Zeitungsartikels.

**Benötigt:** Beamer/Whiteboard

---

## Hinweise und Erwartungshorizonte

# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

**Auszug aus:**

***Wettbewerbspolitik - Arbeitsrecht und Wirtschaftsrecht***

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](http://School-Scout.de)



II.26

Arbeits- und Wirtschaftsrecht

**Wettbewerbspolitik – Wie ein funktionierender Wettbewerb gesichert werden kann**

Nach einer Idee von Prof. Dr. Werner A. Häber, Prof. Dr. Jutta Lorenzsch



Anhand dieser Einheit können Sie Ihren Lernenden zentrale Themen der Wettbewerbspolitik vermitteln. Die Schülerinnen und Schüler erlangen vertiefte und fundierte Grundkenntnisse zum Kartell- und Wettbewerbsrecht und können die Bedeutung von Wettbewerbskennzeichen nachvollziehen. Sie erarbeiten sich Themen wie „zusätzliche Kennzeichen“ und „offensichtliche Kartell“. Sie diskutieren und lösen die wenigsten Fallbeispiele.

**KOMPETENZPROFIL:**

**Stufen:** 9-10  
**Kompetenzen:** Anwendung und Systematisierung von Fallbeispielen, Sachverhaltsanalyse und -kategorisierung zur Wettbewerbskennzeichnung in der industriellen Marktwirtschaft, Analyse von Fallbeispielen unter Berücksichtigung rechtlicher Grundlagen  
**Thematische Bereiche:** Kartellrecht, Wettbewerbsrecht, Wettbewerbskennzeichen, Nutzung von Kennzeichen und Wettbewerbskennzeichen  
**Medien:** Bsp. Diagramme, Kartellrecht, Kartellrecht