

INTERVIEW



„Öffentliche Kommunikation ist eine bisher kaum genutzte Quelle der Kartellaufsicht“

Tomaso Duso, Leiter der Abteilung Unternehmen und Märkte im DIW Berlin

1. **Herr Duso, eine geheime Absprache zwischen Unternehmen kann man sich vorstellen. Wie aber laufen wettbewerbswidrige Absprachen ab, die in aller Öffentlichkeit stattfinden?** Manchmal reicht es, wenn ein Vorstand in einer Analystenkonferenz sagt, die Branche brauche mehr Preisdiziplin, oder ankündigt, man werde die Kapazität nicht ausweiten. Wettbewerber hören zu und verstehen das Signal. Solche Aussagen sind für sich genommen völlig legal und lassen sich als normale Investorenkommunikation erklären. Man behält also die Möglichkeit, alles abzustreiten. Ökonomisch kann die Wirkung aber dieselbe sein wie bei einer geheimen Absprache.
2. **Haben Sie ein konkretes Beispiel?** Ein belegter Fall stammt aus der US-Luftfahrt. Dort haben viele große Fluggesellschaften in ihren Analystenkonferenzen wiederholt über „Kapazitätsdisziplin“ gesprochen. Eine sehr gute veröffentlichte empirische Studie zeigt, dass die Sitzplatzkapazität auf einer Strecke messbar zurückging, als die dort konkurrierenden Fluggesellschaften gleichzeitig so geredet haben. Entscheidend war dieses „gleichzeitig“. Denn erst wenn konkurrierende Airlines im selben Zeitraum dieselbe Sprache verwenden, ändert sich das Marktverhalten.
3. **Sie haben ein Screening-Instrument entwickelt, mit dem öffentliche Unternehmenskommunikation auf kollusionsfördernde Sprache geprüft werden kann. Wie funktioniert das?** Es ist ein softwaregestütztes Verfahren, das auf einem sogenannten Wörterbuch beruht. Fachleute der Direktion Kartelle der Europäischen Kommission haben es gemeinsam mit uns entwickelt. Das Wörterbuch enthält Wortpaare, die auf Strategie oder Wettbewerb hinweisen, wie zum Beispiel „price increase“ (Preiserhöhung), „industry discipline“ (Industriedisziplin) oder „competitors should“ (Wettbewerber sollten). Die Analyse läuft auf Englisch. Im Deutschen würde man die Wortpaare oft zu einem Wort zusammenziehen, daher müsste ein deutsches Wörterbuch anders gebaut sein. Es wird dann erfasst, wie häufig solche Begriffe und Wortkombinationen in Analystenkonferenzen eines Unternehmens und seiner Wettbewerber verwendet werden.
4. **Wurde die Methode bereits angewendet?** Ja, das Verfahren ist bereits im Einsatz. Es hat 2024 zu Nachprüfungen der Europäischen Kommission im Reifenersatzmarkt beigetragen. Das war die erste Untersuchung weltweit, die auf systematischem Screening öffentlicher Kommunikation basierte.
5. **Ist es nicht vielleicht auch manchmal schlecht möglich, etwa das Wort „Preis“ zu vermeiden?** Es ist tatsächlich ein schmaler Grat. Wichtig ist: Unser Verfahren findet Auffälligkeiten, aber es beweist nichts. Der Europäische Gerichtshof hat im Michelin-Urteil klargestellt, dass öffentliche Aussagen für sich genommen keinen Verstoß begründen. Es braucht zusätzliche Belege dafür, dass Unternehmen ihr Verhalten tatsächlich abgestimmt haben.
6. **Was bedeuten Ihre Erkenntnisse für die Wettbewerbsaufsicht?** Kartellbehörden sind bei der Aufdeckung bislang stark auf Kronzeugen angewiesen, also auf Unternehmen, die ihr Fehlverhalten offenlegen. Deren Zahl geht jedoch seit Jahren zurück. Deswegen entwickeln die Wettbewerbsbehörden neue Screening-Verfahren. Öffentliche Kommunikation ist eine frei verfügbare Quelle, die bisher kaum genutzt wird. Hunderttausende Dokumente durchzusehen ist früher am Aufwand gescheitert, heute aber datengestützt möglich. Behörden können so ihre knappen Kapazitäten gezielt auf die auffälligsten Fälle lenken, statt auf Hinweise zu warten. Die Logik dieser daten- und KI-gestützten Analyse lässt sich auf andere Anwendungsfelder übertragen, etwa auf das Screening von Vergabedaten, wie es die geplante Novelle des Wettbewerbsrechts vorsieht.

Das Gespräch führte Erich Wittenberg.

© © Der Artikel ist gemäß der Creative-Commons-Lizenz CC BY 4.0 nachnutzbar: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf www.diw.de/interview



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.
Anton-Wilhelm-Amo-Straße 58, 10117 Berlin

www.diw.de

Telefon: +49 30 897 89-0 E-Mail: kundenservice@diw.de

93. Jahrgang 23. September 2026

Herausgeber*innen

Prof. Anna Bindler, Ph.D.; Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.; Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander S. Kritikos; Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky; Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.; Prof. Dr. Sabine Zinn

Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;
Kristina van Deuverden

Lektorat

Prof. Dr. Kerstin Bernoth

Redaktion

Dr. Hella Engerer; Petra Jasper; Adam Mark Lederer;
Frederik Schulz-Greve; Sandra Tubik

Gestaltung

Roman Wilhelm; Stefanie Reeg; Eva Kretschmer, DIW Berlin

Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Der DIW Wochenbericht ist kostenfrei unter www.diw.de/wochenbericht
abrufbar. Abonnieren Sie auch unseren Wochenberichts-Newsletter unter
www.diw.de/wb-anmeldung

ISSN 1860-8787