

Competition Memo: November 2004

Öffentlich angekündigte Preiserhöhungen

In dem kürzlich abgeschlossenen Fusionsverfahren¹ zu DS Smith/Linpac untersuchte die englische Wettbewerbskommission (UK Competition Commission), unter welchen Umständen öffentlich angekündigte Preiserhöhungen, („headline price announcements“) wettbewerbswidrig sind. In der Entscheidung verwarf die Kommission ihre anfänglichen Bedenken, Preisankündigungen könnten in dieser Industrie ein abgestimmtes Verhalten („coordinated effects“ oder „tacit collusion“) fördern. Diese Entscheidung ist bedeutend, da öffentliche Preisankündigungen eine gängige Praxis in vielen Industrien sind.

Die Industrie im Überblick

Die Wellpappeherstellung hat drei Produktionsstadien: die Umwandlung von Abfallpappe oder Holzfaser in Wellpappegrundstoff in einer Papiermühle (der vorgelagerte Markt), die Produktion von Wellpappe und letztendlich die Herstellung von Kisten und Kartons für Endkunden (die zwei nachgelagerten Märkte). Der Grad der Integration variiert in der Industrie. Wellpappe und Kisten können entweder in unabhängigen oder vertikal integrierten Firmen produziert werden.

Die meisten Wellpappeanbieter produzieren auch Kisten. Solche integrierten Produzenten stellen 80% des Marktes dar. Nicht-integrierte Produzenten, die die restlichen 20% des Marktes ausmachen, sind auf Wellpappelieferungen von integrierten Produzenten und von unabhängigen Firmen (Wellpappeproduzenten die keine Kisten produzieren) angewiesen. Die Bedenken der Wettbewerbskommission konzentrierten sich auf diesen Drittmarkt für Wellpappe.

DS Smith ist ein integrierter Produzent von Wellpappegrundstoff, Wellpappe und Kartons. Linpac Container produziert Wellpappe und Kartons, nicht aber den Grundstoff. Dies führte zu einer Überlappung in den zwei nachgelagerten Märkten (Wellpappe und Kartons/Kisten) aber nicht im vorgelagerten Markt für den Grundstoff. Auf Grund des Zusammenschlusses wuchs DS Smiths Anteil an Wellpappeverkäufen an Dritte von 15% bis 20% auf ungefähr 25%. Gleichermassen verdoppelte DS Smith auch seinen Marktanteil im Kartonmarkt auf ungefähr 20%, und wurde der grösste Kartonproduzent in Grossbritannien.

Öffentliche Preisankündigungen

Wenn ein Wellpappeproduzent eine generelle Preiserhöhung durchführen möchte, werden Kunden üblicherweise schriftlich über die anstehende (prozentuale) Preiserhöhung informiert. Diese Ankündigungen über prozentuale Preiserhöhungen können Kunden bei ihrer Planung zu Gute kommen und

können in einer Industrie mit Hunderten verschiedener Produktspezifikationen durchaus effizient sein. Gleichzeitig geben diese Ankündigungen jedoch auch Informationen an Konkurrenten weiter. Sie kommunizieren klar und glaubwürdig den generellen Charakter und das Ausmaß der Preiserhöhung.

Die Fusionsanalyse der Kommission deutete an, dass letzterer Effekt der gewichtigere sei. Sie betrachtete die Praxis der Vorausankündigungen als Hinweis dafür, dass die Wellpappeindustrie potentiell zu abgestimmtem Verhalten neigen könnte (oder möglicherweise bereits gegenwärtig stillschweigende oder explizite Koordination betreibt).

Ökonomische Analyse

Die in dem Verfahren von der Kommission aufgeworfenen Fragen treten in einer Vielzahl von Fällen auf. Unter welchen Umständen sind öffentliche Preisankündigungen wettbewerbswidrig? Was ist der Zielkonflikt zwischen den (vielleicht bestehenden) wettbewerbswidrigen Effekten der Ankündigung und den Vorteilen, die durch den effizienteren Informationsfluss zwischen Kunden und Produzenten entstehen?

Parallele Preiserhöhungen können sowohl bei marktkonformem als auch bei abgestimmtem Verhalten beobachtet werden.² Zum Beispiel sind parallele Preiserhöhungen unter funktionierendem Wettbewerb zu erwarten, wenn industrieweite Kosten- oder Nachfrageschocks vorliegen. Paralleles Verhalten tritt aber auch in Industrien auf, die durch stillschweigende oder explizite Abstimmung charakterisiert sind.

Wellpappeanbieter verkaufen Pappe an nicht-integrierte Kartonproduzenten (nachgelagerter Markt) auf individueller Basis. Es gibt keine öffentlichen Preislisten. Die Belieferung von Kunden basiert auf individuell verhandelten Preisen, die deutlich von Kunde zu Kunde variieren. Auch relative Transaktionspreise verschiedener Kunden ändern sich deutlich im Zeitablauf.

Die Tatsache dass Preise individuell verhandelt werden und im Zeitablauf und von Kunde zu Kunde variieren, ist von entscheidender Bedeutung bei der Untersuchung der Wettbewerbswidrigkeit von Vorausankündigungen in der Wellpappeindustrie. Wie in der Literatur dargelegt wird³, ist industrieweite Informationstransparenz über allgemeine Preistrends nicht hinreichend für abgestimmtes Verhalten, wenn Preise individuell verhandelt werden. Die hier betrachteten

¹ Siehe Competition Commission, „A report on the completed acquisition of Linpac Containers Ltd by DS Smith Plc“, 21. Oktober 2004, auch unter www.competition-commission.org.uk. Lexecon beriet DS Smith vor der Office of Fair Trading und der englischen Wettbewerbskommission (Competition Commission).

² Siehe „Merger References: Competition Commission Guidelines“, Competition Commission, Juni 2003.

³ Siehe Kühn, Kai-Uwe und Xavier Vives, (1995) „Information Exchanges among Firms and their Impact on Competition“, Office for Official Publications of the European Community, Luxembourg, 1995, Kühn, Kai-Uwe, (2001) „Fighting Collusion: Regulation of communication between firms“, Economic Policy, April 2001 und Scheffman, David and Mary Coleman, „Quantitative Analyses of Potential Competitive Effects from a Merger“, Juni 2003.

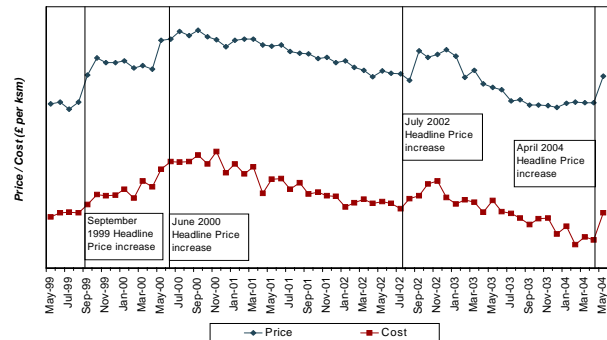
Vorausankündigungen beziehen sich nur auf prozentuale Preiserhöhungen und geben *keinerlei Information* über individuelle Transaktionspreise und Mengen. Der tatsächliche Effekt auf Transaktionspreise, die von den individuellen Preisverhandlungen abhängen, kann zwischen Kunden deutlich variieren. Um abgestimmtes Verhalten zu erleichtern, werden Informationen über individuelle Kundenpreise und Verkäufe benötigt. In einer Industrie mit individuell verhandelten Preisen die im Zeitablauf und von Kunde zu Kunde variieren sind generelle Preisankündigungen nicht detailliert genug um Koordination zu erleichtern.

Es gab noch andere ökonomische Hinweise, die der Sicht der Kommission, dass die Wellpappeindustrie zu abgestimmtem Verhalten oder sogar Absprachen geneigt war, widersprachen. Industrien, in denen Preise individuell verhandelt werden, sind im Grunde Bietermärkte. Koordinierung in Bietermärkten beinhaltet oft Kundenzuteilung und Preiskoordinierung. In diesem Fall gab es keine Anzeichen für Kundenzuteilung. Sowohl die Kundenumfrage der Kommission als auch andere Informationen deuteten auf eine hohe Rate von Kundenwechseln hin. Die Kommission fasste die Ergebnisse ihrer Analyse wie folgt zusammen: „die Umfrageantworten zeigen, dass 47% der Kunden ihren Hauptanbieter in den letzten drei Jahren gewechselt haben, 67% benutzten einen neuen Anbieter und 40% hörten auf ihren Anbieter zu benutzen [in der gleichen Zeitspanne]“⁴.

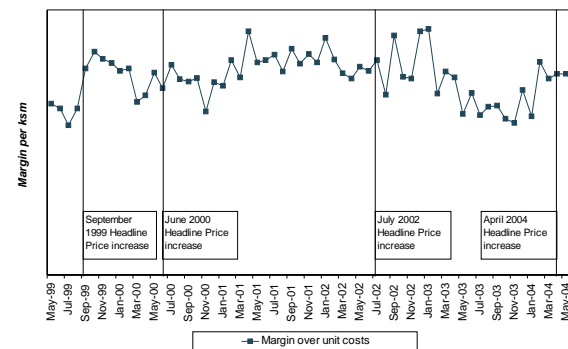
Im Laufe ihrer Analyse untersuchte die Kommission den Preisverlauf in der Industrie zwischen Mai 1999 und Mai 2004. In diese Zeitspanne fielen vier generelle Preiserhöhungen. Abbildung 1 zeigt durchschnittliche Transaktionspreise für Wellpappe und Kosten von DS Smith⁵. Die vertikalen Linien kennzeichnen Preisankündigungen. Ankündigungen zu Wellpappe folgten jeweils Preisankündigungen für den Grundstoff. Es gibt also eine offensichtlich kostenbasierte Erklärung, die konsistent ist mit funktionierendem Wettbewerb⁶.

Die Kommission deutete an, dass Preisankündigungen den Wellpappeproduzenten ausreichen würden, ihre Margen abzustimmen. Abbildung 2 zeigt Margen von Mai 1999 bis 2004. Es gibt keinerlei Hinweise, dass angekündigte Preiserhöhungen zu höheren Margen und Profiten unmittelbar nach den Ankündigungen führen. Um genau zu sein, war Juni 2000 bis Juli 2002 ein Zeitraum mit sinkenden Inputkosten und Preisen. Margen am Ende dieser Periode waren denen unmittelbar nach Ankündigungen relativ ähnlich. Falls die Ankündigung die hin terher beobachteten Margen bestimmt, stellt sich die Frage, welcher Mechanismus Margen in Zeiten sinkender Kosten und Preise dann auf einem ähnlichen Niveau hält.

**Abbildung 1
Stückpreise und Kosten**



**Abbildung 2
Margen im Zeitverlauf**



Zusammenfassung

Öffentliche Preisankündigungen sind in vielen Industrien gängige Praxis. Obwohl diese Praxis in bestimmten Situationen abgestimmtes Verhalten zwischen Anbietern erleichtert kann, sind wettbewerbswidrige Effekte von Preisankündigungen unwahrscheinlich, wenn Preise individuell verhandelt werden und wenn es empirische Beweise gibt, dass Transaktionspreise von Kunde zu Kunde und im Zeitablauf variieren. Wenn diese Umstände wie in der Wellpappeindustrie vorliegen, beinhalten Preisankündigungen keinerlei Information, die es Wettbewerbern erlauben würde, Preise einzelner Kunden direkt oder indirekt abzuleiten. Unter diesen Umständen haben Preisankündigungen somit kaum Einfluss auf die Möglichkeit abgestimmten Verhaltens.

Andrea Coscelli

November 2004

© CRA International (vor dem Erwerb von Lexecon Ltd durch CRA ursprünglich veröffentlicht von Lexecon Ltd)

⁴ Entscheidung der Competition Commission, Paragraph 5.25

⁵ Preise beinhalten Transportkosten und Rabatte.

⁶ Inputkosten von Wellpappegrundstoff stellen zwei Drittel der Produktionskosten von Wellpappe dar.