

Lademann & Associates Economists and Competition Consultants



Ökonomische Rechtfertigung von Rabatten marktbeherrschender Unternehmen

Vortrag im Rahmen der Tagung der Studienvereinigung
Kartellrecht – Internationales Forum EU-Kartellrecht
von Prof. Dr. Rainer Lademann

Brüssel, 14. bis 15. März 2012

Friedrich-Ebert-Damm 311 · D-22159 Hamburg
Phone +49 40 64 55 77 0 · Fax +49 40 64 55 77 33
www.lademann-associates.de · info@lademann-associates.de



Ausgangsthese

- **These 1:**
Die wissenschaftstheoretischen Konsequenzen des More Economic Approach werden in der Rechtsanwendung noch nicht (voll) umgesetzt.
- **These 2:**
Retroaktive Rabatte (RAR) können auch bei MBU effizient sein.
- **These 3:**
Effizienzeinreden des MBU müssen möglich sein, sollten aber die Wohlfahrtsfrage über den reinen Preiseffekt hinaus erweitern.
- **These 4:**
Aufgrund des Gefahrenpotenzials sollten RAR bei MBU nur ausnahmsweise freistellbar sein (Effizienzeinrede).
- **These 5:**
Die Auswirkungen von RAR auf die Verbraucherwohlfahrt sind noch nicht genügend untersucht.



These 1:

Die wissenschaftstheoretischen Konsequenzen des More Economic Approach werden in der Rechtsanwendung noch nicht (voll) umgesetzt.

- **Die BA-Entscheidung berücksichtigt nicht, dass es eine Wirkungsfrage gibt.**
 - Per-Se-Wirkungsannahme
(hoher, nicht linearer Rabatt = Wettbewerbsbeschränkung)
 - Keine abwägende Effizienzprüfung

- **Ergänzende ökonomische Beweisanforderungen**
 - Grundanforderungen -> vgl. Prof. Hellwig
 - Ubiquität des BA-Vertriebsnetzes, alternative Vertriebspartner
 - Marktposition und -entwicklung anderer Fluggesellschaften

- **Ökonomie und Ökonomen in Kartellverfahren**
 - Ökonomische Aussagen sind in Kartellverfahren unverzichtbar
 - Offen ist allenfalls, durch wen sie erbracht werden
 - Entscheidend: ökonomische Aussagen sollten durch diejenigen beigesteuert werden, die Aussicht auf größere Evidenz versprechen
 - Aber: Gerichte müssen dazu ihren oft hermeneutischen Umgang mit der Realität durch das kritisch-rationale Falsifikationsprinzip ersetzen



These 2:

Retroaktive Rabatte (RAR) können auch bei MBU effizient sein.

- RAR entfalten dann ihre kritische Wirkung, wenn sie für den bestreitbaren Teil des Marktes zu effektiven Preisen führen, die von einem hypothetischen, effizienten Wettbewerber nicht erreichbar sind.
- Sind die Rabatte so gesetzt, dass die effektiven Preise für den bestreitbaren Teil des Marktes von effizienten Wettbewerbern erreichbar sind, stellen sie keinen Behinderungsmisbrauch dar.
- Führt ein RAR eines MBU zu einem Preis oberhalb der langfristigen Grenzkosten, ist soweit ein Verdrängungs- und Verschlusseffekt nach EU-Kostenmaßstab in Kauf zu nehmen.
- **Es entstehen allerdings Informationsprobleme:**
 - Praktikabler Bezugspunkt: effizienter Wettbewerber, MBU oder Wettbewerber
 - Informationsproblem: Vorhersehbarkeit/Rechtssicherheit



These 3:

Effizienzeinreden des MBU müssen möglich sein, sollten aber die Wohlfahrtsfrage über den reinen Preiseffekt hinaus erweitern.

- **Freistellungsmöglichkeiten könnten u. a. sein bei:**
 - Effektive Preise, die die langfristigen Grenzkosten LRAIC eines effizienten Wettbewerbers nicht überschreiten
 - natürlichen Monopolen

- **Entscheidende Fragen:**
 - Bestreitbarkeit des Marktes, Marktstellung des MBU
 - Prognosesicherheit (Beispiel Riegelmarkt in D [Mars/Jacobs-Suchard])

- **Wenn RAR zu niedrigen Verbraucherpreisen des Produkts des Marktbeherrschers führen, ist dies allein als Effizienzeinrede unbrauchbar (Veranlassung RAR durch Nachfrager) .**

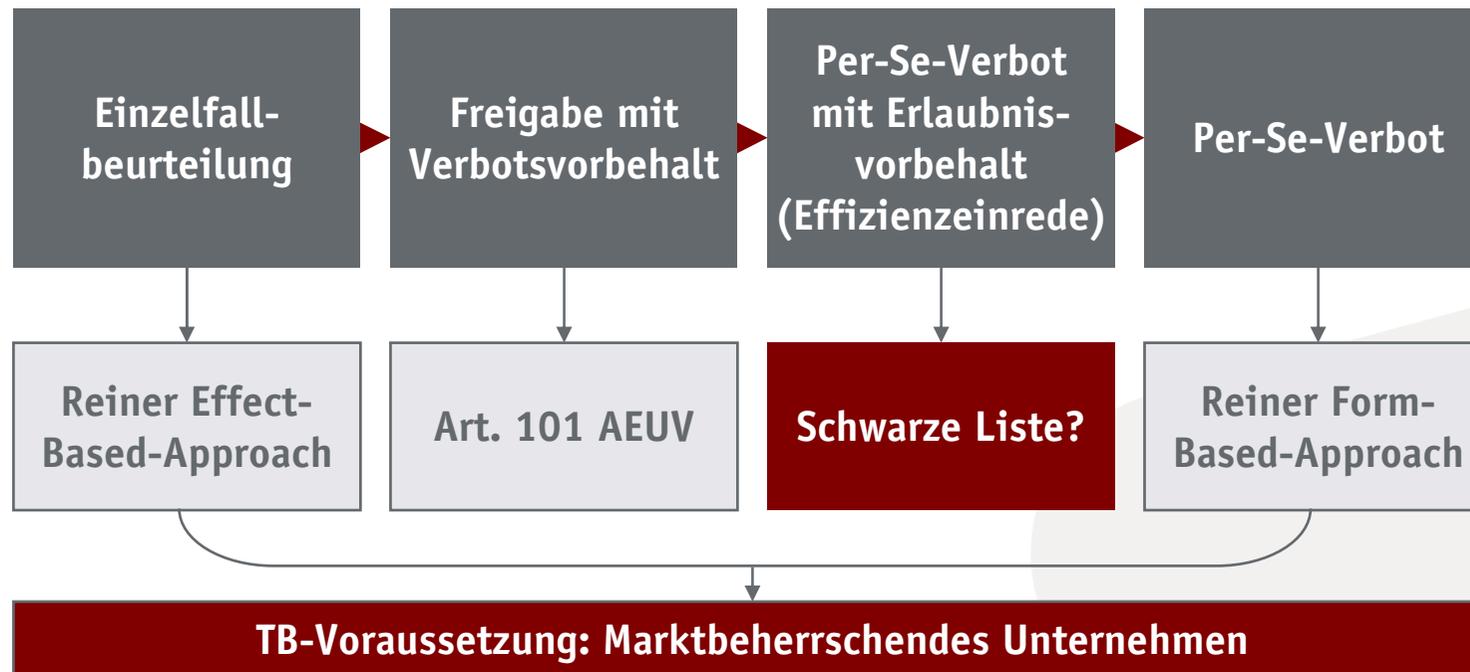
- **Der Ausschluss oder die Begrenzung von Wettbewerbern bleibt eine wohlfahrtsschädliche Wettbewerbsbeschränkung:**
 - Einschränkung von Auswahl oder Vielfalt
 - Einfluss auf Qualität und Innovationen möglich



These 4:

Aufgrund des Gefahrenpotenzials sollten RAR bei MBU nur ausnahmsweise freistellbar sein (Effizienzeinrede).

- Ausgangspunkt 1: eher überwiegende antikompetitive Effekte durch RAR
- Ausgangspunkt 2: Rechtsunsicherheit bei Selbstveranlagung
- Ausgangspunkt 3: Effizienzerwägungen





These 5:

Die Auswirkungen von RAR auf die Verbraucherwohlfahrt sind noch nicht genügend untersucht.

■ Wirkung unterschiedlicher Rabattformen, insbesondere

- Anreizwirkung von Bonussystemen
 - Rückvergütungen, Zielprämien
 - lineare und nicht-lineare Modelle
- Anreizwirkung von (insbesondere retroaktiven) Rabattsystemen
 - Bündelrabatte/Gesamtumsatzrabatte (Vermutung: anti-/prokompetitiv?)
 - Treuerabatte (Vermutung: Strukturkonservierung)
 - Steigerungsrabatte (Vermutung: erhöhen die Verschlusswirkung)
 - RAR mit Mehrfachschwellen (Vermutung: Senkung des Sogeffekts)

■ Antezedenzbedingungen, insbesondere

- Übertragung von Marktmacht auf benachbarte Märkte
- Institutionelle Besonderheiten (Branchenfokus)
- B2C
- B2B (einstufige, mehrstufige Wirkungen)
- Zweiseitige Märkte

Modelltheoretische
Forschung

Institutionenökono-
mische Forschung