



Nachfragemacht zwischen Effizienzerhöhung und Marktversagen

Eine ökonomische Perspektive

L&A-Wettbewerbstag 2017

Vortrag von Prof. Dr. Rainer Lademann

Hamburg, 12. Januar 2017

Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg
Fon +49 40 64 55 77 90 · Fax +49 40 64 55 77 33

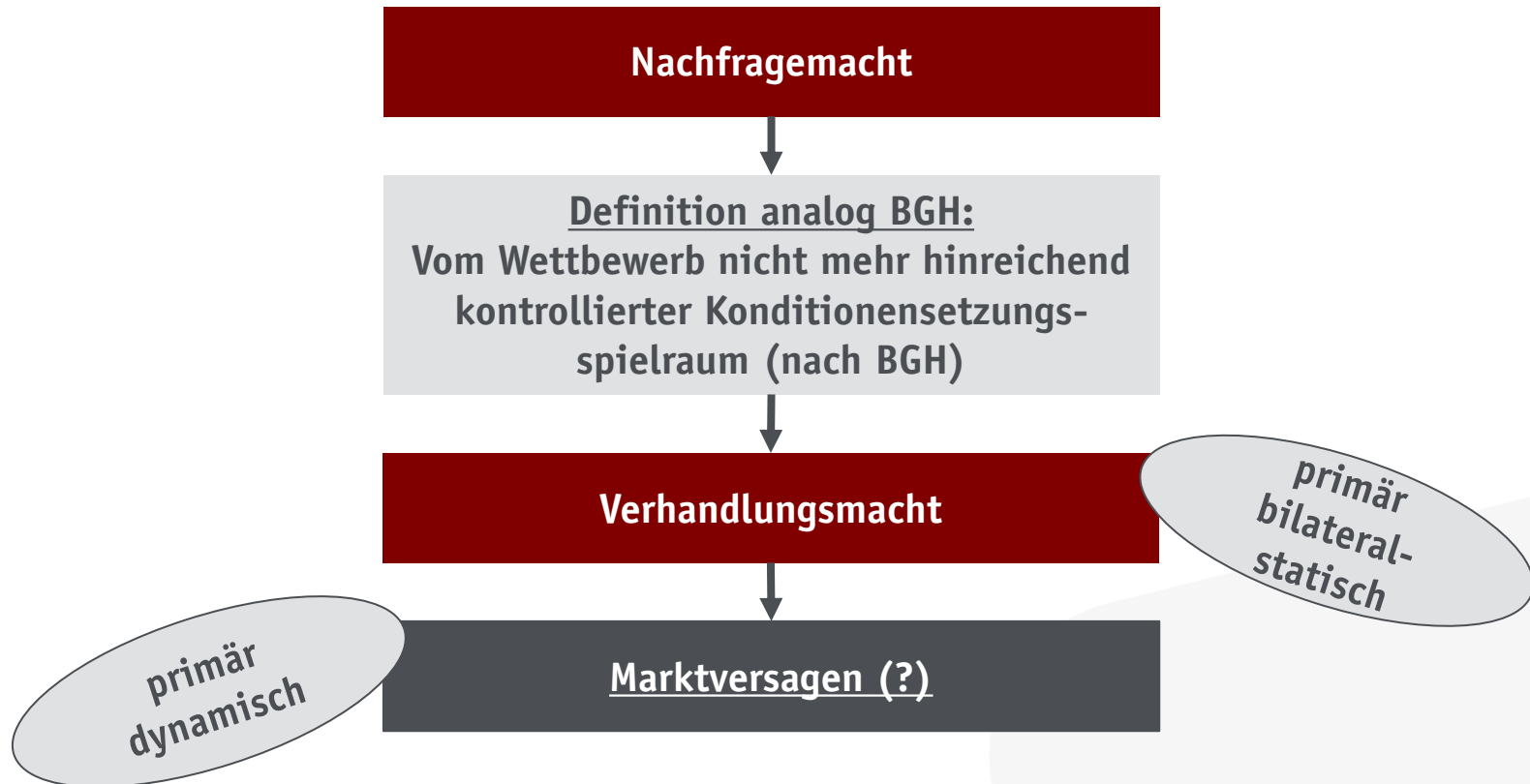
Rond Point Schumann , Box 5 · 1040 Brüssel · Belgien
Fon +32 2 234 78 59 · Fax +32 2 234 79 11

info@lademann-associates.com · www.lademann-associates.com





Der Vortrag adressiert potenzielle Folgen eines nicht mehr durch Wettbewerb hinreichend kontrollierten Verhaltensspielraums





Inhaltsübersicht

- Marktversagen in der Nachfragemachtdiskussion
- **Ausgangspunkte**
- Einige Eckdaten zum Beschaffungsmarkt des deutschen Lebensmittelhandels
- Zum Einfluss von Nachfragemacht auf die dynamischen Wettbewerbsfunktionen
- **Ausblick**



Ausgangspunkte: Nachfragemacht, eine endlose Debatte... über ambivalente Wirkungen und Wertungen





Ausgangspunkte: einige offene Fragen mit Bedarf auf differenzierte Antworten

Offene Fragen – auch aus verhandlungstheoretischer Sicht

Was sind (nicht) wettbewerbsübliche Konditionen?

Was sind sachlich gerechtfertigte Konditionenspreizungen?

Wo verläuft die Grenze zwischen hartem Verhandeln und Marktmacht?

Es besteht Differenzierungsbedarf:

Nachfragemacht (=Verhandlungsmacht) nur im Einzelfall feststellbar.

Konzentration im Handel \neq Nachfragemacht (->nur erstes Indiz -> outside options).

Hochzeitsrabattentscheidung OLG: Nachfragemacht ggü. kleineren Lieferanten?

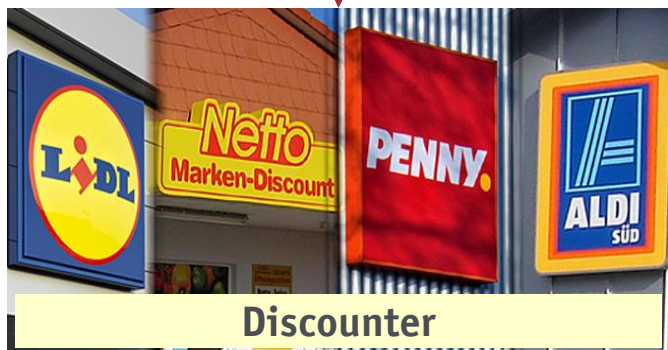


Inhaltsübersicht

- Marktversagen in der Nachfragemachtdiskussion
- Ausgangspunkte
- **Einige Eckdaten zum Beschaffungsmarkt des deutschen Lebensmittelhandels**
- Zum Einfluss von Nachfragemacht auf die dynamischen Wettbewerbsfunktionen
- Ausblick



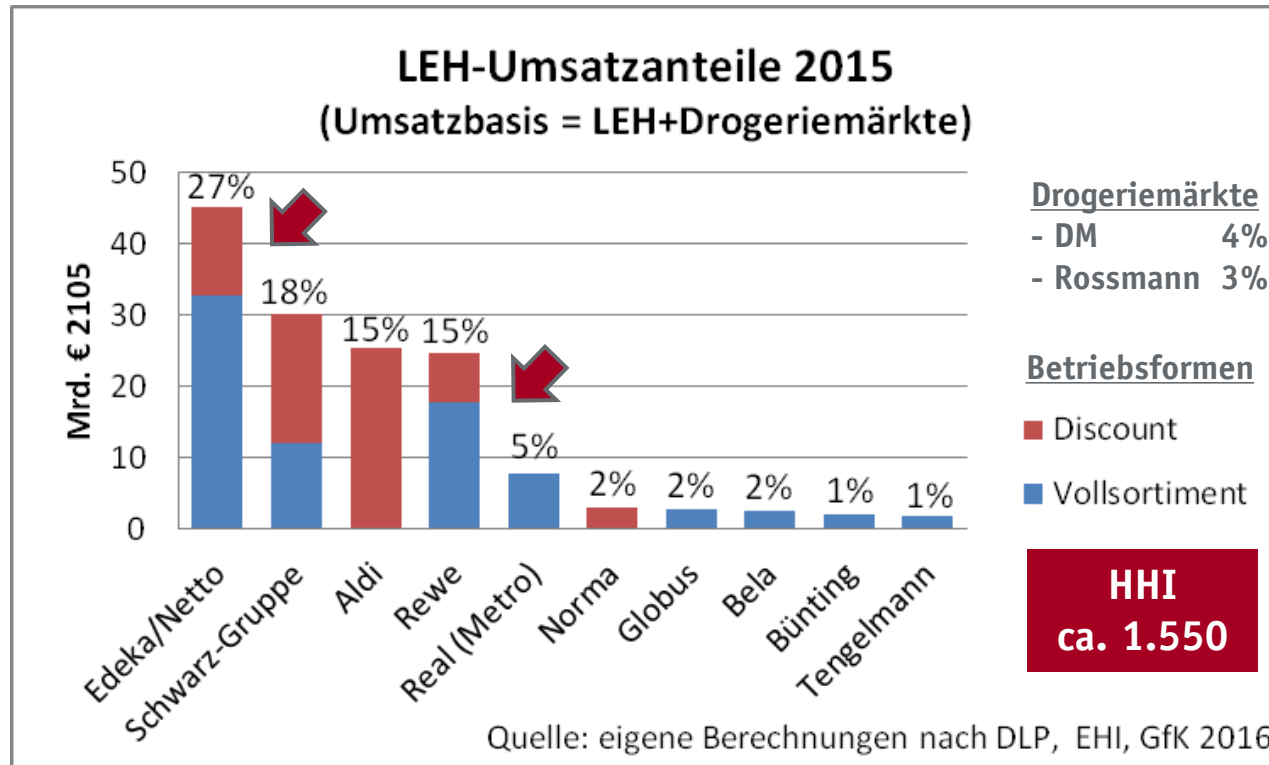
Das Zusammenspiel von drei Marktbesonderheiten wird in seiner Tragweite durch das Marktstrukturkonzept zu wenig berücksichtigt



Einzelne Charts bedürfen einer Kommentierung



Trotz mäßiger Gesamtkonzentration (Absatzmarkt) haben sich strukturelle Wettbewerbsprobleme entwickelt



Anmerkung: Die Beschaffungsseite weist ähnliche Strukturen auf, die aber durch Großhandelsaktivitäten (C&C, Leckerland) etwas weniger konzentriert sind.

- **Strukturproblem 1:** langfristiger Größenvorsprung von Edeka (bedingt durch Standortnetz und interne Expansion)
- **Strukturproblem 2:** Wettbewerbsrand beginnt ab Position 5 (nur noch punktueller Wettbewerbsdruck?)
- **Strukturproblem 3:** Betriebsformenspezialisierung (Vollsortiment/Discount)



Strukturell abnehmende Outside-Options für die Industrie adressieren 3 Themen: Abhängigkeit, Marktzutrittschancen, Konditionendruck.

Einige Auswirkungen der strukturellen Probleme im LEH auf die Lieferanten:

VORSPRUNG EDEKA VOR VERFOLGERN

- Aufholfusionen heute praktisch unmöglich.
- Konditionenspreizung wird zementiert.
- Größenvorteile in der Konditionenpolitik sind quasi dauerhaft gesichert.

SCHWACHER WETTBEWERBSRAND

- Nur die Spitzengruppe kann national effiziente Distribution sicherstellen.
- Lieferanten können dauerhaft auf die Spitzengruppe nicht verzichten.

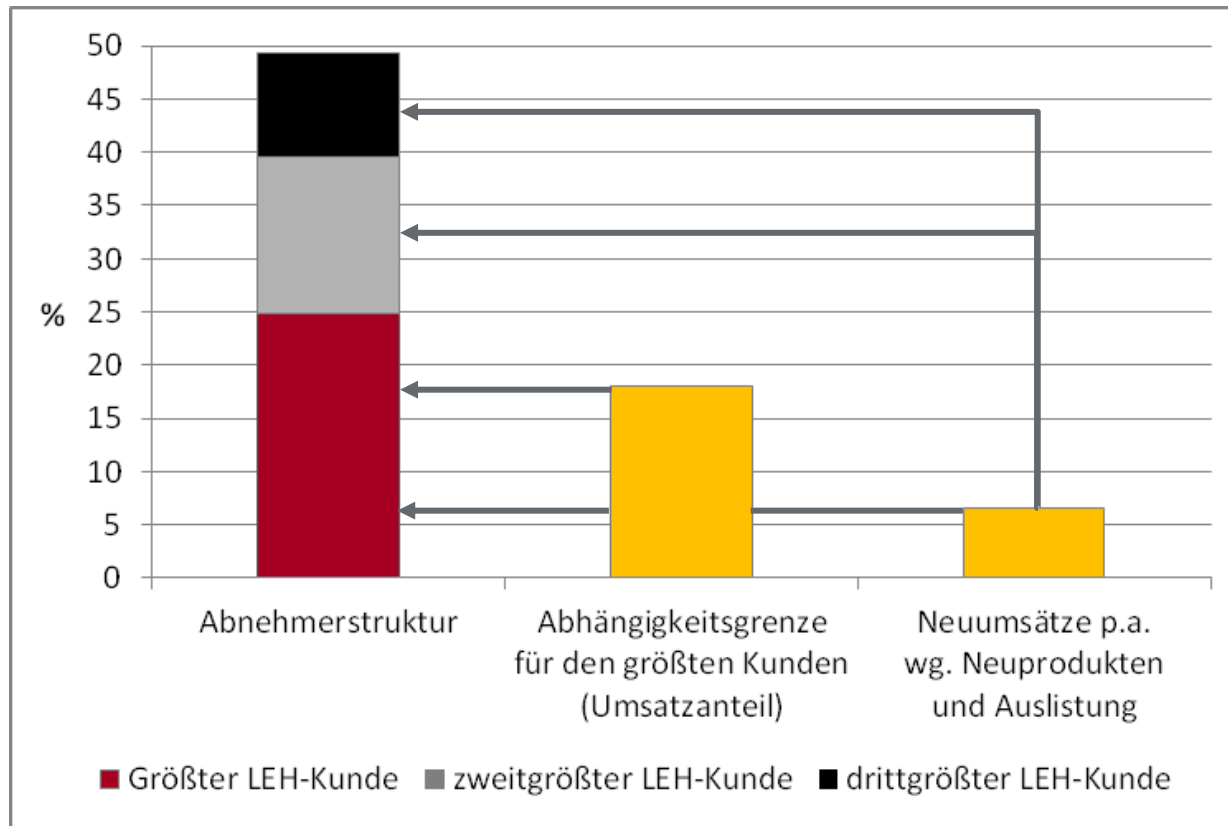
BETRIEBSFORMEN- SPEZIALISIERUNG

- Durch Spezialisierung der Ladennetze auf Discount bzw. Vollsortiment ist der Marktzugang für Lieferanten enger, als die Umsatzanteile anzeigen.
- Die Expansion von Handelsmarken erhöht den Konditionendruck weiter.

Mögliche Zementierung des Konditionengefälles im LEH kann dynamische Wettbewerbsfunktionen im LEH schwächen



Ein Großteil der rd. 4.800 Unternehmen der Ernährungsindustrie betrachtet sich als abhängig von der Spitzengruppen im LEH



Unverzicht- barkeitsthese

- Im Mittel (!) sind alle Lieferanten auf größten Abnehmer angewiesen.
- Das kann – muss aber nicht – für Lieferanten mit geringen outside-options auf Abhängigkeiten hinweisen.



Konditionenvorteile durch Größe: Effizienzvorteile oder Ergebnis von Nachfragemacht?

**Konditionenvorteil
Spitzenreiter zu Verfolgern:
bis zu gut 2-%-Punkte**

Beispiel 1: BKartA i.S. Coop-Wandmaker*

- „2 bis 3 %“ betrug 1985 der durchschnittliche Konditionenvorteil der Top 5 ggü. den durchschnittlichen Konditionen der nächsten 30 Unternehmen (keine Aussagen zu einzelnen Nachfragern).
- Top 5: Aldi, Edeka-Verbund, Coop AG, Rewe-Verbund, Tengelmann.

*BKartA, TB 86, BT-Ds. 11/554, S. 77

Beispiel 2: Sektoruntersuchung der BCC**

- Der Konditionenvorteil betrug 1998 je Prozentpunkt Marktanteilsvorsprung etwa 0,23-%-Punkte.
- Tescos Marktanteil war mit 23% doppelt so hoch wie der von Nr. 5 (Safeway).
- Tesco würde danach 1998 ggü. Safeway einen Konditionenvorteil von etwa 2,65 %-Punkten gehabt haben.

**British Competition Commission 2000

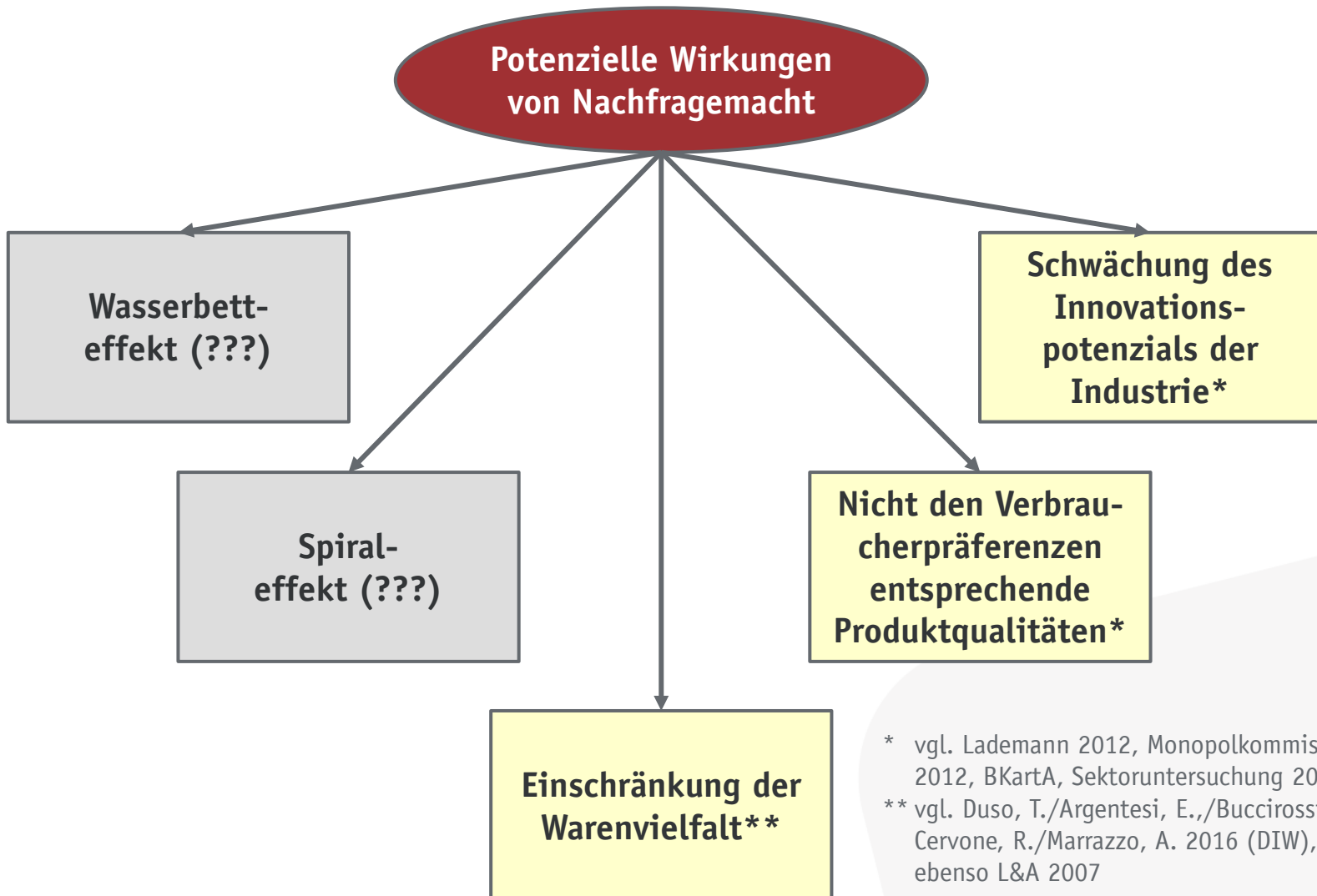


Inhaltsübersicht

- Marktversagen in der Nachfragemachtdiskussion
- Ausgangspunkte
- Einige Eckdaten zum Beschaffungsmarkt des deutschen Lebensmittelhandels
- **Zum Einfluss von Nachfragemacht auf die dynamischen Wettbewerbsfunktionen**
- Ausblick

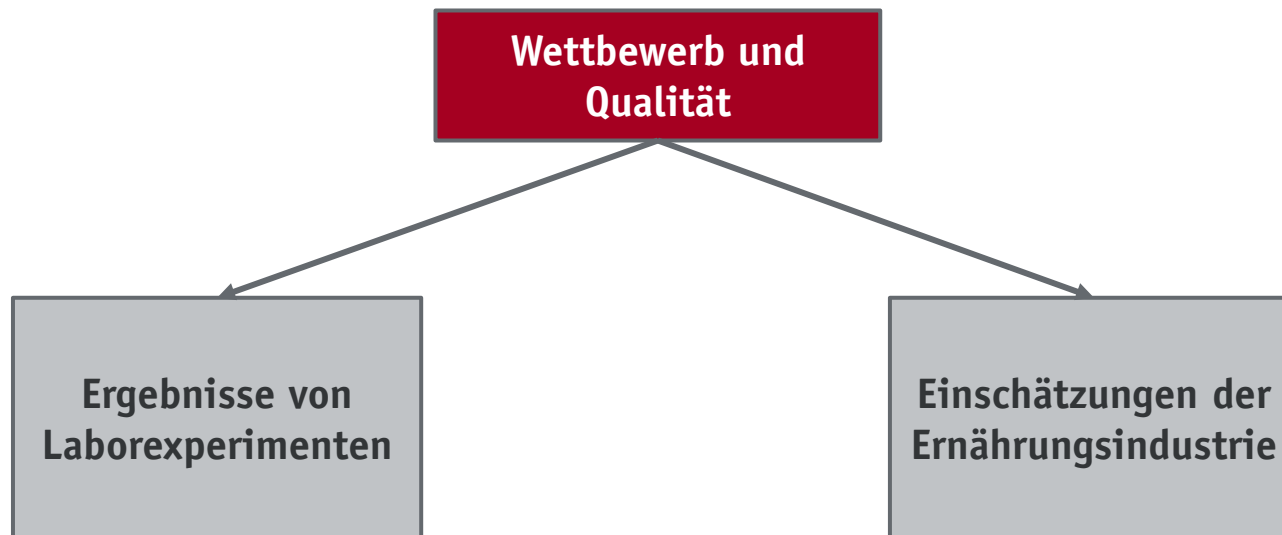


Mögliche Schadenstheorien für Nachfragemacht





Zum Einfluss von Nachfragemacht auf die Warenqualität (und Innovationen)

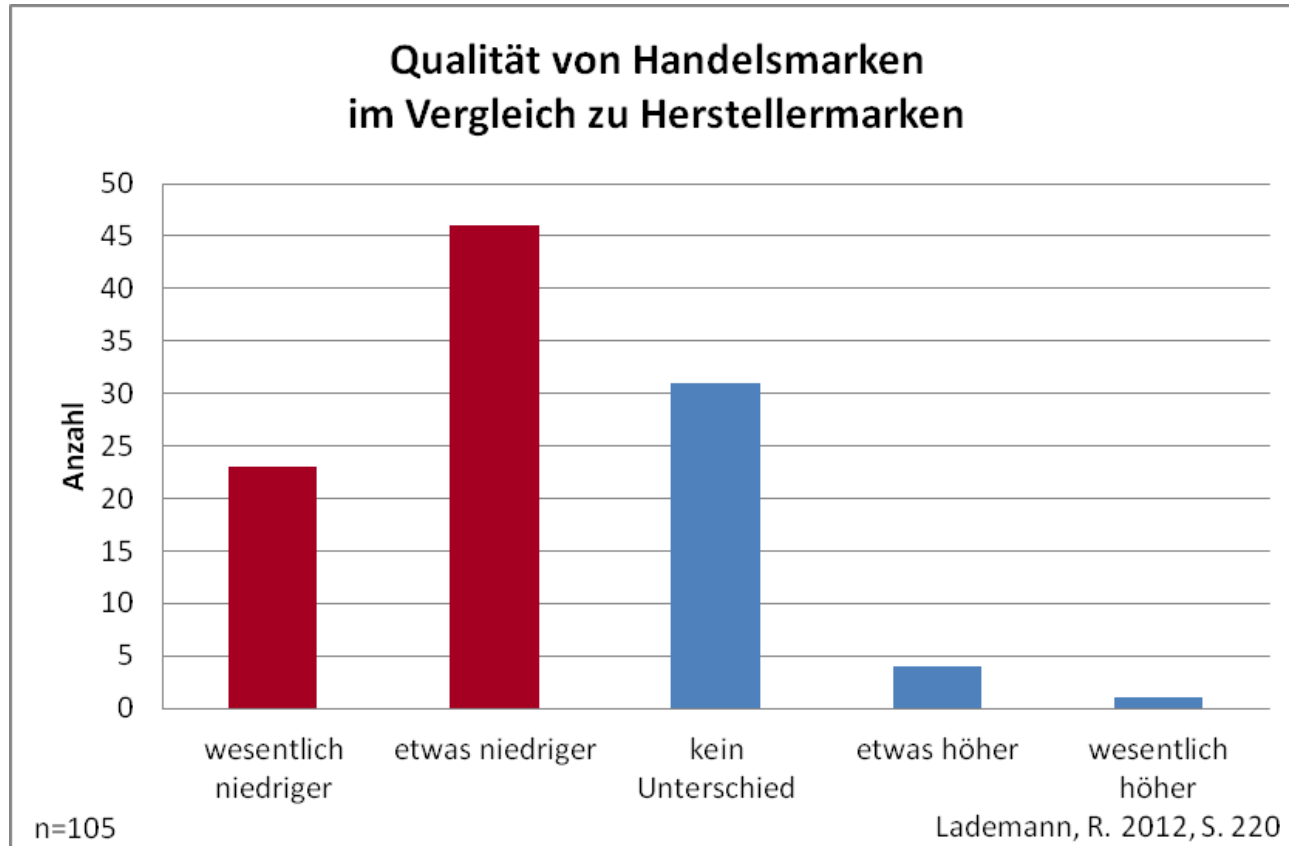


- a) Dulleck, U./Kerschbamer, R./Sutter, M., The Economics of Credence Goods-AmEcRev-V101-2.2011-p. 526-555.
- b) Lademann, Zahlungsbereitschaft und Qualitätswissen, erscheint 2017.

- a) L&A-Gutachten für die Monopolkommission zum 19. Hauptgutachten
- b) Lademann, R., 2012, Marktstrategien und Wettbewerb im Lebensmittelhandel, Göttingen 2012.



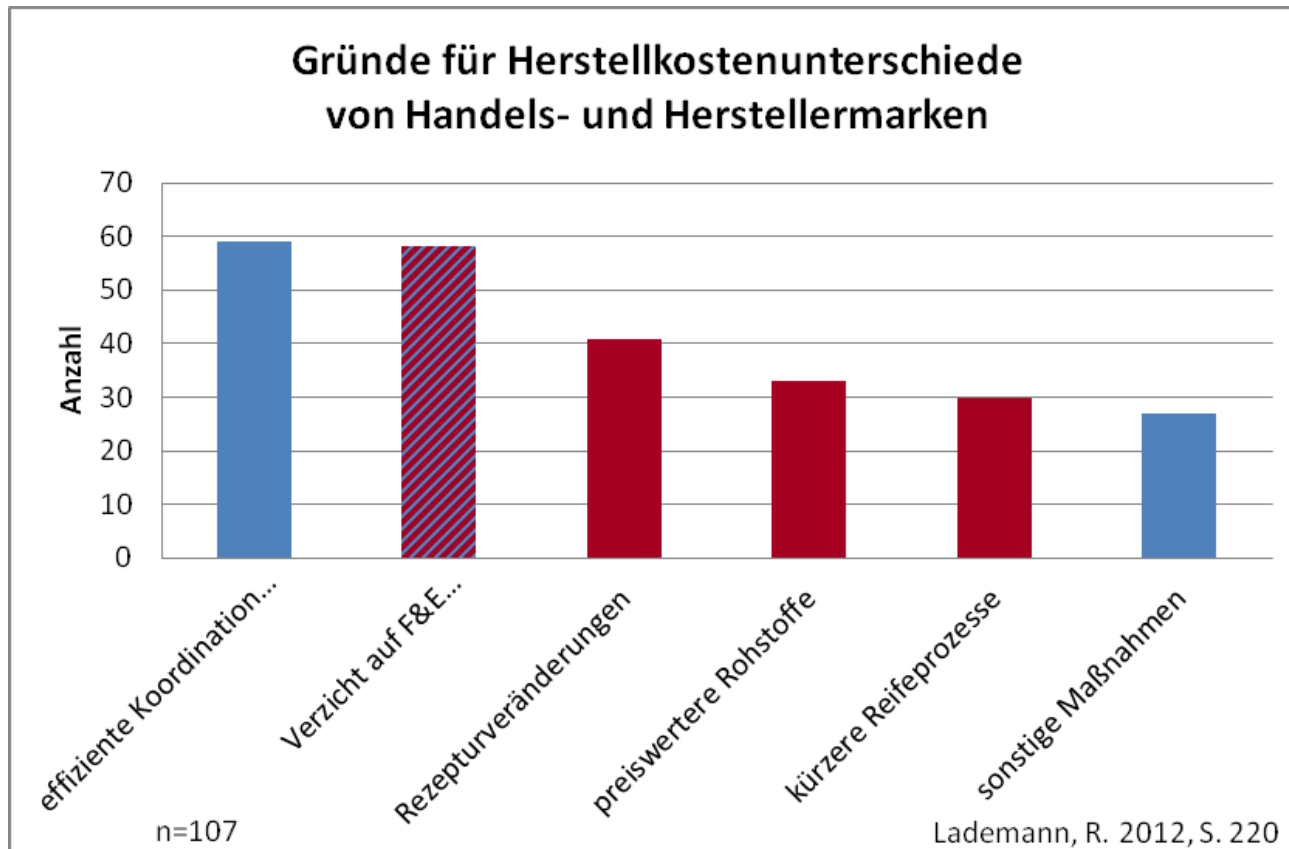
Ernährungsindustrie: Führen c.p. geringere Produktqualitäten von Handelsmarken zur Qualitätsreduzierung bei Markenartikeln?



- Da ein Großteil der Hersteller Markenartikel und Handelsmarken produziert, ist von relativ validen Einschätzungen zu Qualitätsunterschieden auszugehen.
- Das Insiderwissen lässt auch erwarten, dass die Qualitätsunterschiede auf objektiven Qualitätsfaktoren beruhen: Rohwaren, Rezeptur und Verarbeitung.



Ernährungsindustrie: Handelsmarken können auch durch geringere Produktqualitäten günstiger als Herstellermarken angeboten werden.



- Geringere Qualitäten tragen in der Summe bei allen Handelsmarken zu niedrigeren Herstellkosten im Vergleich zu Herstellermarken bei, vorrangig Innovationsverzicht.
- Weitere Kostenvorteile resultieren aus effizienterer Koordination und Copy Catting.



Einschränkung der Qualität – experimentelle Evidenzen

Dulleck/Kerschbamer/Sutter 2011

- Lebensmittel sind zu einem Teil Vertrauensgüter.
- Wettbewerb reduziert die Preise.
- Gleichzeitig sinken durch Wettbewerb auch die Qualitäten, wenn Qualitätsversprechen nicht überprüfbar sind und damit der Haftungsfall (bzw. Bestrafung durch Nichtkauf) ausbleiben.

- Überprüfbarkeit von Qualität und Sanktionen bei Abweichungen von Qualitätsversprechen sind wichtig.
- Das erhöht die Akzeptanz von Innovationen bei LEH + Konsument.

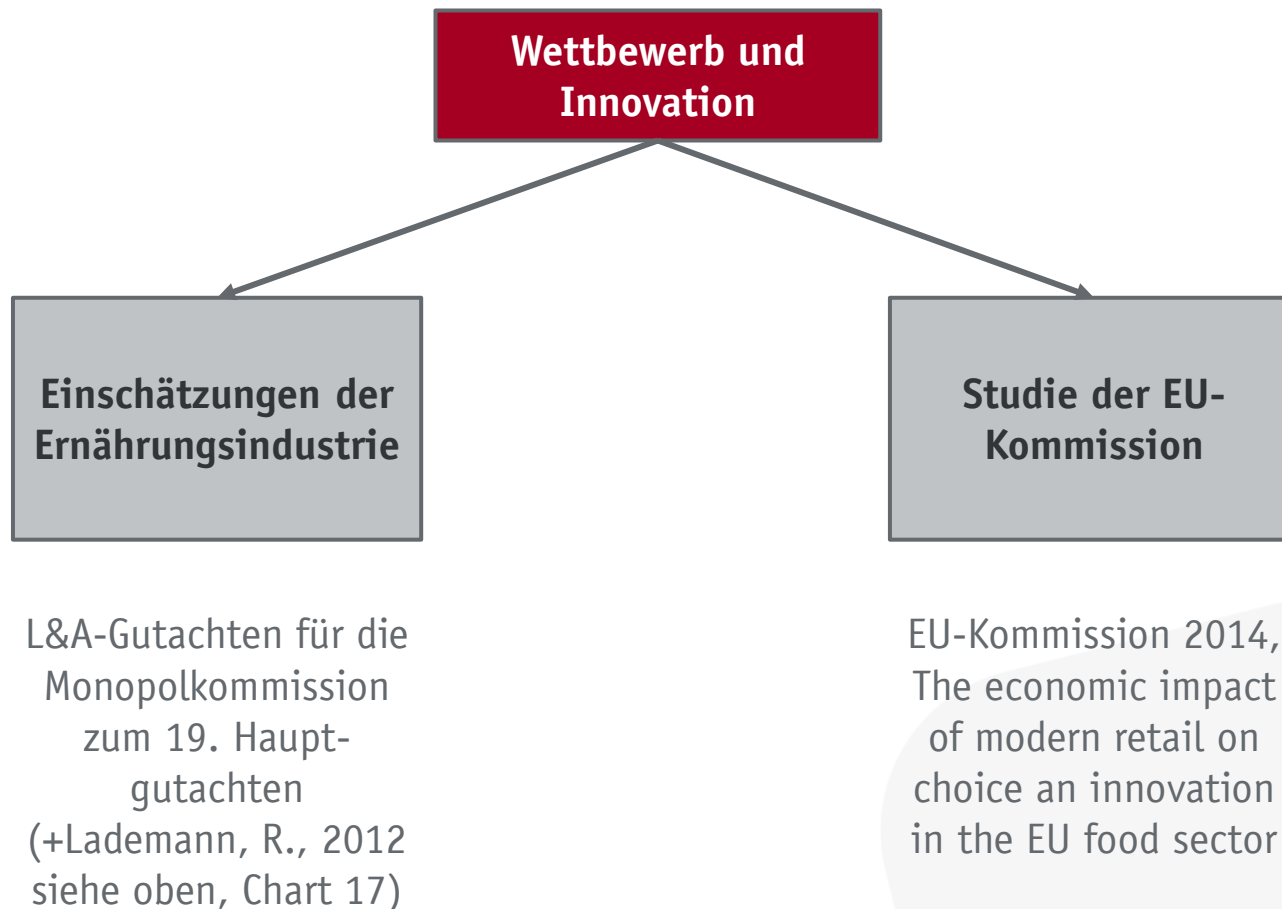
Lademann 2016/2017

- Verbraucher erwerben Wissen (Konsumkapital) durch Konsum und Kommunikation.
- Verbraucher, die sich intensiv mit Lebensmitteln befassen, wissen mehr über Lebensmittel und haben eine höhere Zahlungsbereitschaft.
- Erhöht sich das Wissen der Verbraucher über ein Produkt, erhöht sich deren Zahlungsbereitschaft weiter.

- Hersteller müssen Qualitätsunterschiede präzise kommunizieren (dürfen!).
- Begründete Qualitätsunterschiede reduzieren Gefahr von M'versagen.



Zum Einfluss von Nachfragemacht auf Innovation (und Auswahl)





EU-Studie von 2014 legt aufgrund des hohen Discounter-Anteils im LEH für Deutschland die Reduktion von Innovationsanreizen nahe.

Eckpunkte Studiendesign

- 11 EU-Mitgliedsländer (v.a. Ost-/Südstaaten der EU),
- 23 Produktgruppen, 343 Läden, Basis: Nielsen-Daten
- Auswahl: Produktvielfalt im Laden
- Innovation: neue EAN-Nummern

Generelles Studienergebnis

- Produktinnovationen nehmen zu.
- Auswahlalternativen nehmen zu.
- Konzentration im LEH habe keinen Einfluss auf Innovationen und Auswahlalternativen.

Mangelnde Validität!

- Einfluss der Weltwirtschaftskrise 2008/9 nicht berücksichtigt
- Durch Transformationsprozess in CZ, H, PL sollten Auswahl + Innovationen zunehmen (Wohlstand+)
- Einfluss von Wettbewerb auf Innovationen wurde nicht untersucht.

Nicht auf Deutschland übertragbar!

- Je höher der Discountanteil, desto weniger neue Produkte.
- Niedrige Konzentration begünstigt höhere Anzahl neuer Produkte.
- „...a higher share of private labels is associated with fewer innovative products being offered (S. 37)“



Einschränkung der Auswahl – exemplarische Beobachtungen

Befund 1

Durch L&A (2007)
begleitetes europäisches
Fusionskontrollverfahren im LEH

- Basis: Sortimentsanalyse nach Anzahl und Flächenanteil Handelsmarken in 130 Filialen des Incumbent in unterschiedlich strukturierten Regionalmärkten.
- Je höher die wettbewerbliche Interdependenz mit Wettbewerbern, desto höher war der Anteil an Preiseinstiegshandelsmarken.

- Auswahl reduzierte sich bei größerer Wettbewerbsintensität.
- D.h. Preis- und Qualitätsniveau des Sortiments wurden reduziert.

Befund 2

Durch DIW (2015)
beobachtetes niederländisches
Fusionskontrollverfahren im LEH

- Basis: alle SKU in 125 Produktgruppen von 171 Filialen eines Zusammenschlusses mit und ohne Überschneidung vor/nach Zusammenschluss.
- Nach Zusammenschluss Sortimentsreduktion in den Überschneidungsgebieten ggü. den Kontrollgebieten um 4,3 %

- Warenvielfalt reduzierte sich nach Zusammenschluss.
- Preisunterschiede zwischen den Gebieten nicht beobachtbar.

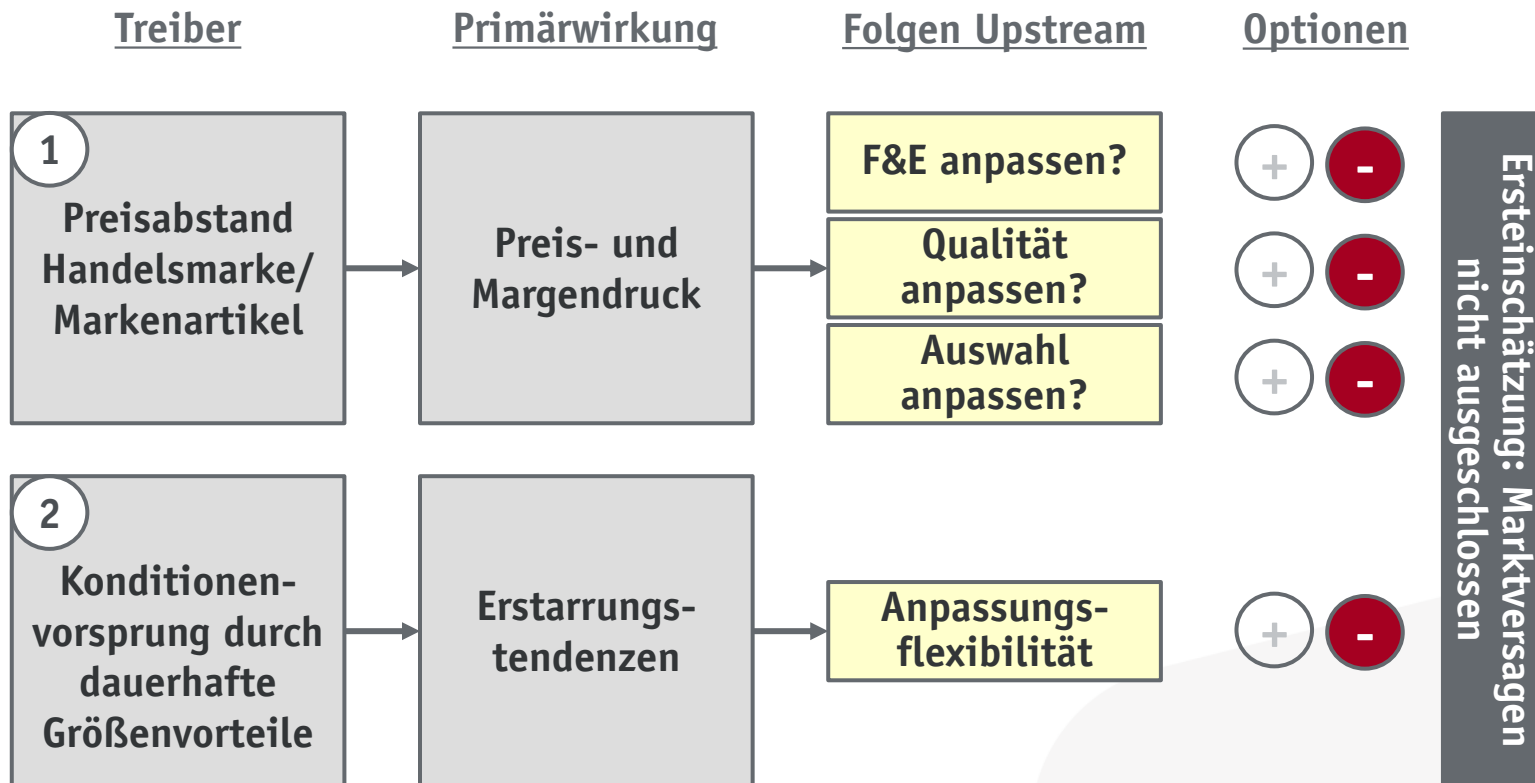


Inhaltsübersicht

- Marktversagen in der Nachfragemachtdiskussion
- Ausgangspunkte
- Einige Eckdaten zum Beschaffungsmarkt des deutschen Lebensmittelhandels
- Zum Einfluss von Nachfragemacht auf die dynamischen Wettbewerbsfunktionen
- **Ausblick**



Zusammenfassende Thesen zu dynamischen Wirkungen von Nachfragemacht





Ausblick: Der Wettbewerb im Handel könnte vor allem dynamische Wettbewerbsfunktionen zu Lasten der Verbraucher schwächen

- **Beeinträchtigung dynamischer Wettbewerbsfunktionen durch Nachfragemacht?**
 - Rechtslage fördert faktisch die Verbreitung von Handelsmarken.
 - Handelsmarken und Konzentration können dynamische Wettbewerbsfunktionen beeinträchtigen.
 - Damit würde der Wettbewerbsprozess die Konsumentenwohlfahrt beeinträchtigen.
 - (Counterfactual für Customer Welfare bzw. kompetitiv ‚richtiges‘ Niveau aber unklar).
- **Maßnahmen gegen etwaige Schwächungen der dynamischen Wettbewerbsfunktionen**
 - Gesetzgeber (EU!) bei Marktversagen gefordert.
 - Eingriffsschwelle bei Marktversagen eher niedriger als bei Marktbeherrschung?
 - Sachgerecht wäre eine Stärkung der Lieferantenseite im Austauschprozess, z.B. durch
 - größere Spielräume beim Argumentieren der UPE,
 - Lockerung des Kontrahierungszwangs bei relativer Marktmacht,
 - sonstige Maßnahmen (Wettbewerbsverzerrung durch Copy Catting begrenzen?).
 - Somit indirekt Spielräume für Qualität, Innovation und Auswahl fördern.
- **Einfluss Nachfragemacht auf dynamische Wettbewerbsfunktion untersuchen.**



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit Ihre Fragen bitte!



Prof. Dr. Rainer P. Lademann
Managing Partner

Tel. +49-40-645577-90

Mobil +49-151-52658420

lademann@lademann-associates.com