

Lademann & Associates Economists and Competition Consultants



Der SIEC Test aus ökonomischer Perspektive

Nutzen des UPP-Tests in der deutschen Fusionskontrollpraxis?

Niels Frank

L&A Wettbewerbstag 30. Januar 2013

Friedrich-Ebert-Damm 311 · D-22159 Hamburg
Phone +49 40 64 55 77 90 · Fax +49 40 64 55 77 33
www.lademann-associates.de · info@lademann-associates.de



Überblick

- Vom Marktbeherrschungstest zum SIEC-Test – was ändert sich?
- Welche Möglichkeiten der effektorientierten Analyse gibt es?
- What's UPP??
- Ausblick



Vom Marktbeherrschungstest zum SIEC-Test – Warum?

- Von der Marktbeherrschung (MB) zur signifikanten Beeinträchtigung effektiven Wettbewerbs. Welche Vorteile werden allgemein erwartet?
- Die Veränderung des Teststandards ermöglicht das Aufgreifen von Gap-Cases.
Beispiele:
 - horizontale Fusionen mit unkritischen Marktanteilswerten aber kritischer Bedeutung für den Wettbewerb,
 - aufgrund (zu) enger Marktabgrenzung als konglomerate Fusionen klassifizierte Zusammenschlüsse, die jedoch tatsächlich zu unilateralen Effekten führen.
- SIEC-Test macht diese leichter aufgreifbar als der MB-Test.



Verhältnis von Marktbeherrschung und SIEC

- Marktbeherrschung ist in der Regel auch SIEC**
 - Ausnahme zur Regel: Campina/Friesland (trotz festgestellter MB Freigabe)
 - Bisherige Kommissionspraxis: Untersagung nur bei MB

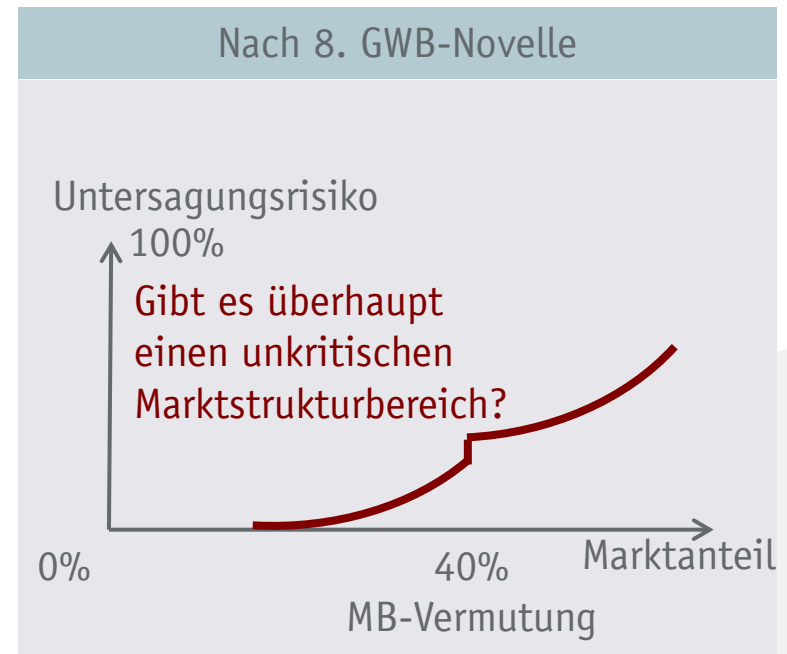
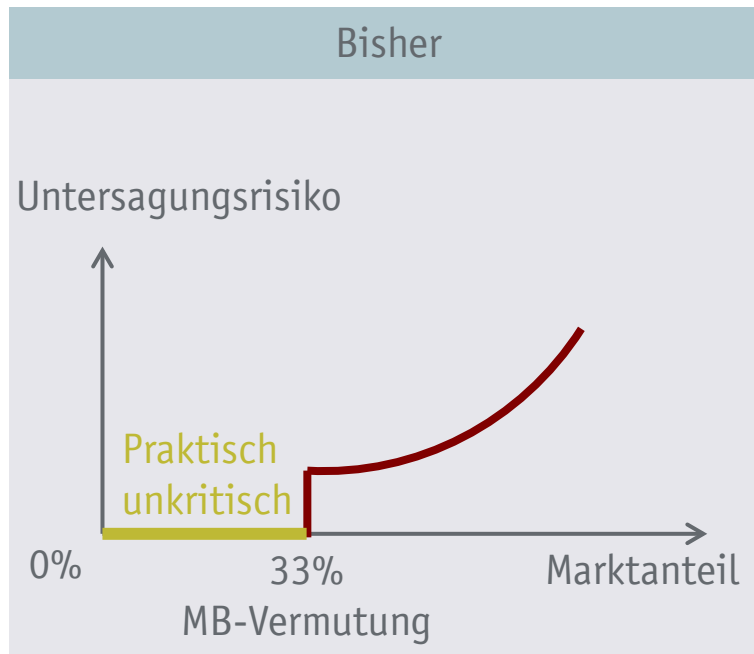
- Marktbeherrschungsschwelle steigt von 33% auf 40%.**
 - Aber: Marktanteil nun weniger entscheidend
 - Und dadurch: Marktabgrenzung weniger entscheidend
 - Anpassung an Praxis des Amtes

- Führt die neue Regelung zu größerer Entscheidungsunsicherheit?**



Untersagungsrisiko schwieriger einschätzbar

- „Safe Harbour“-Charakter der 33%-Schwelle wird aufgelöst
- Stilisierte Darstellung des Untersagungsrisikos:





Wie kann nun ein SIEC festgestellt werden?

- Stärkeres Denken in „Theories of Harm“ (findet bereits zunehmend statt)**
 - Unilaterale Effekte
 - Koordinierte Effekte
 - Foreclosure-Potenziale

- Welche weiteren Indikatoren, neben dem Marktanteil, könnten nun zur leichteren Klassifikation kritischer und unkritischer Zusammenschlüsse genutzt werden?**
 - Diversion Ratios
 - Win/Loss-Analysen
 - Bidding Studies
 - Merger Simulation

- Vorschlag: Upward Pricing Pressure-Test**



Was genau ist der Upward Pricing Pressure Test?

- Anwendungsbereich:**
 - Differenzierte Produkte (Substitute)
 - Preiswettbewerb

- Der UPP soll den unilateralen Preiserhöhungsanreiz „greifbar“ machen.
- Mit sehr wenigen Marktdaten soll eine grobe Preiseffektabschätzung des Zusammenschlusses angestellt werden.

- Was genau ist der UPP? „Wert“ der von Firma 1 an Firma 2 verlorenen Umsätze in Folge einer Preiserhöhung von Firma 1.
 - $UPP = D_{12} \times M_2 - E \times C$
- Notwendige Daten:**
 - Diversion Ratio von 1 zu 2: D_{12} (Wie viele der von Firma 1 verlorenen Kunden wechseln zu Firma 2?)
 - Preiskostenmarge von Firma 2: $M_2 = (p_2 - c_2)/p_2$
 - Efficiency credit? (Achtung: nicht vorgesehen im GWB im Gegensatz zur FKVO!)



Wie gut funktioniert der UPP als Screen?

- Es stellt sich die Frage, was die kritische Schwelle für das UPP-Maß sein könnte?**
 - Competition Commission: 5%-10%
 - > Anlehnung an den SSNIP-Test? Aber wie ließe sich dies begründen?
 - Entscheidungen aus UK scheinen dies z.B. jedoch nahe zu legen.
- Studie „Benchmarking UPP with FTC evidence“ (Coate 2011, JCLE)**
 - (Vorsicht: Datenprobleme der Studie)

UPP	Challenge rate
$\geq 0,35$	97,8%
0,3-0,349	91,3%
0,25-0,299	100%
0,20-0,249	90%
0,15-0,199	75%
$< 0,15$	28,6%



Datenerfordernisse

Diversion Ratio: „Umlenkungsrate“

- D.h. wie viel eines Mengen- bzw. Kundenverlusts (in Folge einer Preiserhöhung!) wandert von Firma 1 zu Firma 2?
- Quelle: Markforschung, Gain/Loss-Analyse häufig verfügbar
- ökonometrische Auswertung von Transaktionsdaten,
- Befragungen (Befragungsexperimente!)

Preis-Kosten-Marge

- $M_2 = (p_2 - c_2)/p_2$
- Bestimmung der Grenzkosten notwendig. Proxy: Average variable costs

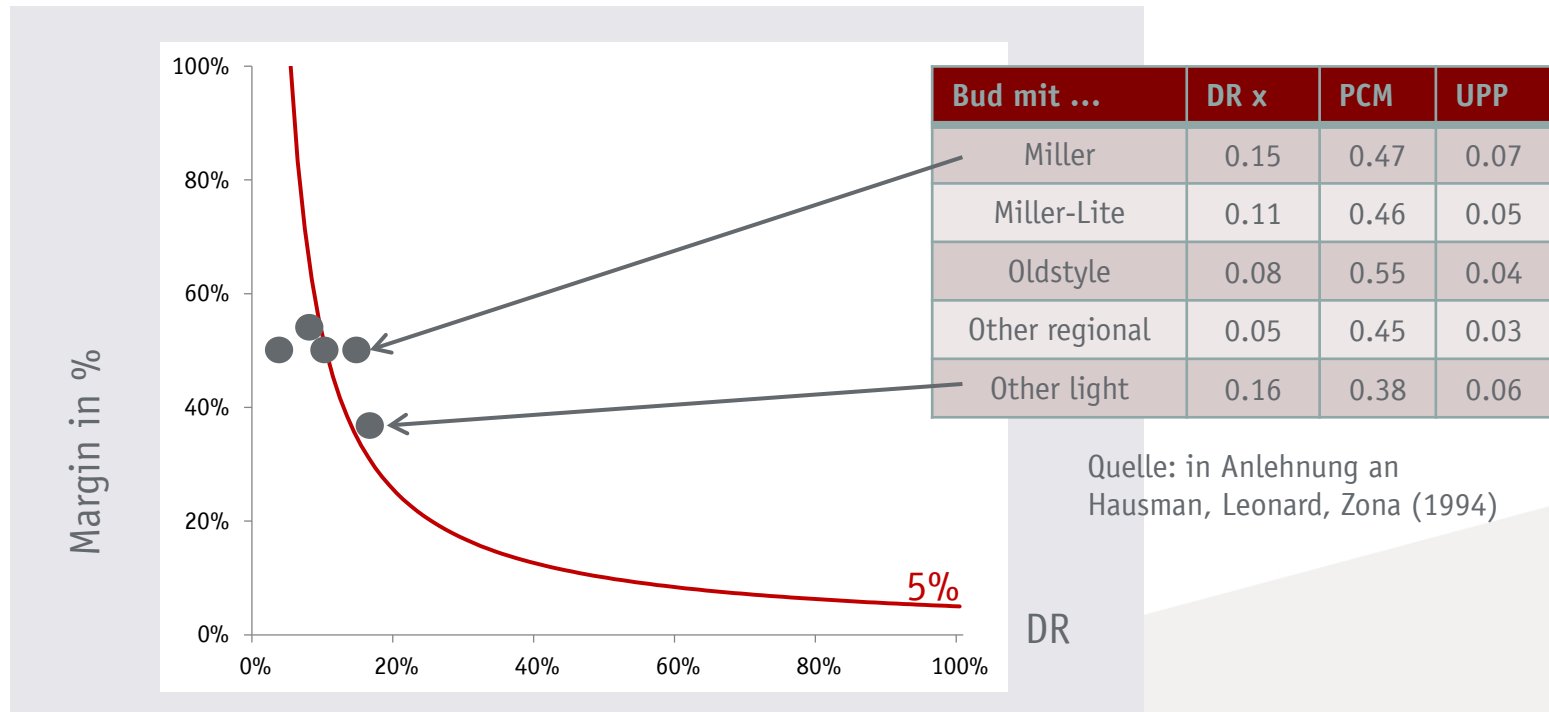
Beispielrechnung UPP

- Diversion Ratio von 1 zu 2: 23,5%
- Preiskostenmarge von Firma 2: 0,30
- UPP für Firma 1: 7% (=0,3*0,235)



UPP-Beispielsergebnisse für den US-Biermarkt

- Das Beispiel zeigt Margin-Diversion Ratio Kombinationen (rote Linie), die zu einem UPP von 5 % führen.



- UPP zeigt nur primären Anreiz von Firma 1 zu 2.
 - Keine Reaktion des Fusionspartners,
 - keine Reaktion der Wettbewerber.

Einzelne Charts bedürfen einer Kommentierung



Merger Simulationsergebnisse im Vergleich

- Merger Simulationen erlauben eine deutlich differenziertere Analyse:
 - Preisreaktion der Fusionspartner zusammen
 - Preisreaktionen der Wettbewerber
 - Wohlfahrtsanalysen

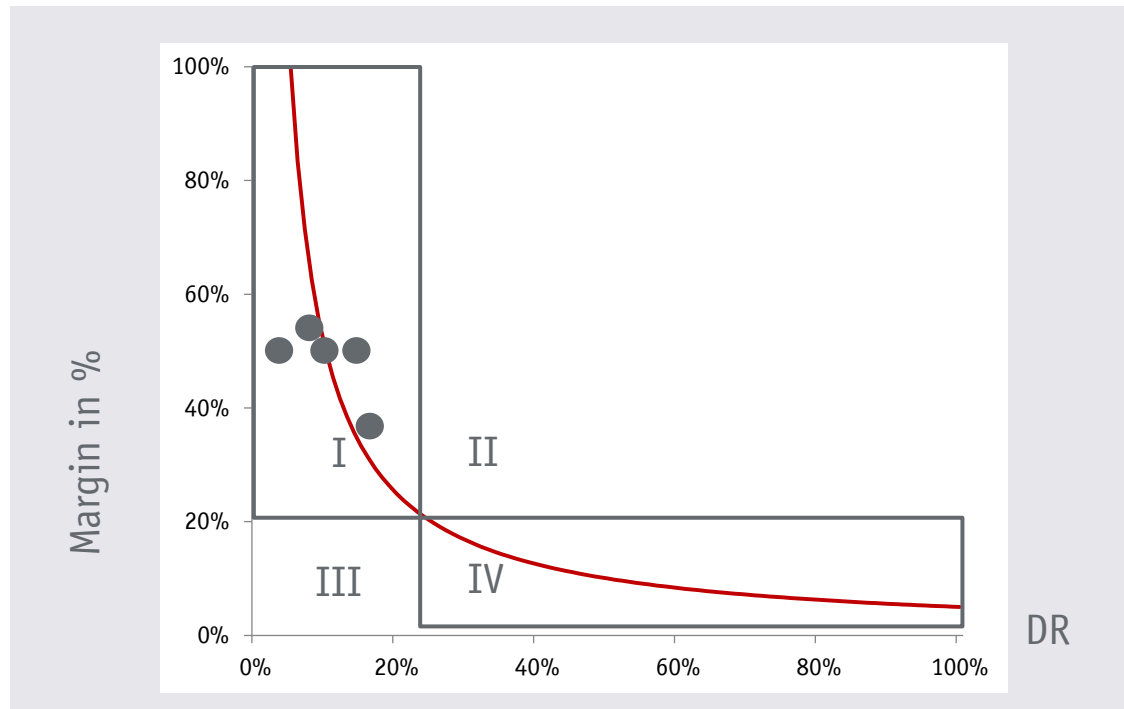
Firms	mc0	mc1	p0	p1	<input type="checkbox"/> change p
<input type="checkbox"/> Bud	0.02722	0.02722	0.0441	0.04705	6.699
<input type="checkbox"/> Miller	0.02175	0.02175	0.0409	0.04159	1.69
ML	0.02132	0.02132	0.0396	0.03963	0.0722
<input type="checkbox"/> Oldstyle	0.0147	0.0147	0.0328	0.03283	0.07955
other	0.02146	0.02146	0.0387	0.03871	0.03729
otherregional	0.03096	0.03096	0.0497	0.04973	0.06987

vars.	pre merger	post	change	<input type="checkbox"/> change
Guidelines HHI	1924.	2258.	334.	
Quantity HHI	1924.	2221.	296.4	
Industry Price	0.04122	0.04155	0.0003272	0.7938
Industry Quantity	0.6068	0.6013	<input type="checkbox"/> 0.0055	<input type="checkbox"/> 0.9063
Elasticity	1.	1.022	0.02204	2.204
Average Costs	0.02284	0.0228	<input type="checkbox"/> 0.00003846	<input type="checkbox"/> 0.1684
Merged Firm Price	0.04156	0.0426	0.001039	2.501
Merged Firm Prft	0.003616	0.003631	0.05985	0.414
Industry Profits	0.01115	0.01127	0.475	1.065
Consumer Surplus			<input type="checkbox"/> 0.9	
Welfare			<input type="checkbox"/> 0.425	



Stilisierte Darstellung kritischer UPP-Werte

- Kritisch: Hohe Margen von Firma 2 und hohe Diversion Ratio von 1 zu 2 (Fläche II in Abbildung)
- Potenziell kritisch: hohe Margen und geringe DR (Flächen I und IV)
- Wohl unkritisch: geringe Margen und geringe DR (Fläche III)





Ausblick

UPP-Test keine Allzweckwaffe

- Test auf unilaterale Effekte
- Differenzierte Produkte/Preiswettbewerb

Vorteil des einfachen UPP-Modells

- UPP beansprucht nicht Preiseffektbestimmung, sondern screenet Interaktion zweier sehr wesentlicher Inputs (DR und Margen) für komplexere Effektbestimmung
- Sehr wenig Input und sehr wenige Annahmen

Vorschlag für künftige Praxis

- Wenn UPP potenziell kritische Werte aufweist, nähere Analyse notwendig
- Merger Simulation potenziell geeignet
- Leitlinien des BKartA erwähnen auch Substitutionsbeziehungen (DR), die Margen fehlen jedoch. Wünschenswert, wenn in Amtspraxis beides expliziter integrierter würde.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!