



CCR - Competition Competence Report Herbst 2016/3

UNTERSCHIEDE IN DER ÖKONOMISCHEN ANALYSE IN FUSIONSKONTROLLVERFAHREN: CHICAGO SCHOOL VS. EUROPEAN SCHOOL

Die letzten zwei CCR-Ausgaben diskutierten den Beitrag des EU-Kartellrechts zu einer funktionierenden sozialen Marktwirtschaft in Europa.

Die Schlagwörter in diesem Zusammenhang sind „Gleichheit“ und „Angemessenheit“. Diese beiden Elemente charakterisieren die sozialen Facetten des europäischen Kartellrechts, die **Präsident Juncker** kürzlich in seiner 2016 *State of the Union-Rede* als **soziale Seiten des Wettbewerbs** thematisiert hat.¹ Andere Denkschulen - wie beispielsweise die Chicago Schule - gehen im Gegensatz zu Europa von einem *Laissez-faire* Ansatz in der Marktwirtschaft aus. In der Chicago School sind Konsumenten ökonomisch rational handelnde Menschen. Ein Schutz des Wettbewerbsprozesses ist nicht nötig, da die Märkte sich über die Konsumenten sowieso selbst regeln.

Europa hingegen handhabt einen regulatorischen Ansatz: Der Vertrag von Lissabon definiert die wettbewerblichen Rahmenbedingungen, welche durch unabhängige Behörden und Gerichte überwacht werden sollen.² Diese Rahmenbedingungen ermöglichen, dass das Konzept der sozialen Marktwirtschaft in der Praxis umgesetzt werden kann.

Bei der Verteilung des Wohlstandes in der Gesellschaft unterscheiden sich die zwei Denkschulen eklatant. In beiden Denkschulen hat zwar die Schaffung von Wohlstand höchste Priorität. Eine angemessene und gerechte Verteilung des Wohlstandes innerhalb der Gesellschaft ist hingegen nur in Europa von Interesse.

Europa erreicht dieses Ziel durch das EU Kartellrecht. In diesem Sinne ist das EU-Kartellrecht stärker mit dem Wohlstand und dem Erleben („*well-being*“) der einzelnen EU-Bürgern verbunden.

Dieser CCR diskutiert beispielhaft die Fallbeurteilung eines hypothetischen Zusammenschlusses nach der Chicago Schule und der Europäische Schule. Wir stellen dar, dass diese beiden Denkschulen zu unterschiedlichen Beurteilungsergebnissen führen.

Abschließend fassen wir die Unterschiede in den beiden Denkschulen in einer Tabelle zusammen.

¹ Rede zur Lage der Europäischen Union 2016 von Jean-Claude Juncker, Präsident der Europäischen Kommission, 14. September 2016, S. 11.

² Im Gegensatz zu einer freien Marktwirtschaft ist der Staat nicht passiv. Er setzt regulatorische Maßnahmen, insbesondere bezüglich des Schutzes der freien Marktkräfte, um.

Pizza und Pasta: Ein hypothetisches Fusionskontrollverfahren

In einer Kleinstadt gibt es drei italienische Restaurants mit jeweils einem Marktanteil von 33%. Es gibt auch noch andere Restaurants in der Stadt mit gutbürgerlicher, griechischer oder chinesischer Küche. Weitere Restaurants könnten zudem eröffnet werden, da genügend freie Genehmigungen vorliegen.

In dieser Kleinstadt wohnen hauptsächlich Mittelklasse-Familien (zwei Erwachsene, zwei Kinder) mit durchschnittlichem Einkommen. Der relevante geographische Markt für den Außerhaus-Konsum von Essen & Trinken ist diese Kleinstadt.

Eines der italienischen Restaurants ist auf Pastas spezialisiert, während der zweite Italiener nur Pizzas anbietet. Das dritte italienische Restaurant hat sowohl Pastas als auch Pizzas im Angebot. Die beiden spezialisierten Restaurants sind für ihr jeweiliges gutes Essen bekannt, während der dritte Italiener (mit dem umfassenden Pizza & Pasta-Angebot) lediglich eine mittelmäßige Qualität liefert. Die Preise in allen drei Restaurants sind auf einem vergleichbaren, mittleren Niveau. Die einfache Restauratausstattung mit rotweiß-karierten Papiertischdecken, Hauswein etc. ist in allen drei Restaurants ähnlich. Um für Kunden attraktiver zu wirken, haben alle drei italienischen Restaurants spezielle Angebote wie „All you can eat“-Pakete zu einem Festpreis während der Woche sowie „Freies Essen für Kinder bis 110 cm“ am Wochenende.

Vor dem Zusammenschluss musste sich eine Familie mit unterschiedlichen Geschmacksvorlieben entscheiden, entweder in die *Pizzeria* zu gehen - was für die Pizza-Liebhaber in der Familie toll war, für die Pasta-Fans jedoch nachteilig - oder aber die *Spaghetteria* zu wählen - was wiederum von Vorteil für die Pasta-Liebhaber war, aber den Pizza-Fans nicht gefiel. Die dritte Option war, in das dritte mittelmäßige italienische Restaurant zu gehen, das sowohl Pizzas als auch Pastas anbietet. In diesem Restaurant konnte jedes Familienmitglied seine Präferenz wählen, aber zu einer verminderten Qualität.

Die Transaktion: aus 3 werden 2

Die zwei italienischen Restaurants, die sich jeweils auf Pasta und Pizza spezialisiert haben, fusionieren. Das neu entstandene Unternehmen bietet nun die gesamte Bandbreite der italienischen Küche an einem Ort zu einer tollen Qualität an.

Nach der Transaktion ist es sehr wahrscheinlich, dass Familien das neue Restaurant bevorzugen werden, da sowohl Pizza als auch Pasta dort ausgezeichnet sind und das dritte Restaurant in der Qualität nicht mithalten kann. Die Prognose ist, dass dieses dritte Restaurant einem höheren Wettbewerbsdruck ausgesetzt ist, da es mit dem neuen Restaurant konkurrieren muss, das jetzt ebenfalls eine breite Palette an italienischer Gerichten bei besserer Qualität anbietet. Daher ist es wahrscheinlich, dass die Qualität der Produkte und Dienstleistungen im dritten Restaurant ebenfalls ansteigen wird. Voraussichtlich wird dieses dritte Restaurant einen neuen Küchenchef anstellen und bessere Zutaten verwenden, was die Kosten und Preise dieses dritten Restaurants erhöhen wird.

Das neu fusionierte Restaurant ist bereits in die größere Lokalität der beiden gezogen und hat das kleinere Restaurant geschlossen. In dieser neuen Lokalität werden die Sitzkapazitäten geringfügig erweitert und die Öffnungszeiten verlängert. Die Platzkapazitäten werden bald ausgeschöpft sein, da die Nachfrage nach diesem Restaurant steigt. Um die Nachfrage besser managen zu können, nimmt das fusionierte Unternehmen die preisgünstigen Familien-Spezialangebote von der Karte und erhöht die Preise.

Die Popularität dieses neuen Restaurants lockt nun auch Gäste von außerhalb der Kleinstadt an. Folglich erweitert sich der relevante geographische Markt. Immer mehr Gäste möchten in diesem neu-fusionierten Restaurant essen gehen. Da die Nachfrage nach Plätzen im Restaurant weiter steigt, werden die Preise nochmals erhöht.

Um den Gewinn noch weiter zu steigern, wird das Restaurant seine Dienstleistungen ebenfalls verbessern. Beispielsweise werden die Papiertischdecken durch Leinentischdecken ersetzt, schicke Stoffservietten und teure Gläser kommen zum Einsatz und die Auswahl der italienischen Vor- und Nachspeisen sowie das Weinangebot werden erweitert. Kerzen kommen auf den Tisch und fallweise gibt es sogar Livemusik.

Es stellt sich nun die Frage, wie die Europäische Schule und die Chicago Schule eine solche Transaktion bewerten und welche unterschiedlichen Ergebnisse eine solche Prüfung ergibt.

Ansatz der Chicago Schule

Die Transaktion wird ohne Auflagen genehmigt.

Nach der Fusion haben die Mittelklasse-Familien in der Kleinstadt ein italienisches Restaurant, welches sowohl Pasta als auch Pizza zu exzellenter Qualität anbietet. Alle Familienmitglieder werden an einem Ort mit ihren jeweils bevorzugten Gerichten bedient. Innerhalb der Familien gibt es keine Diskussionen mehr, welcher Italiener denn besucht werden sollte.

Das neu fusionierte Unternehmen kann zudem signifikante Effizienzsteigerungen generieren. Nach der Fusion ist nur noch eine Küche notwendig. Die fixen Kosten können stark gesenkt werden (u.a. auch dadurch, dass nur ein Küchenchef bleibt). Auf Grund der geringeren Anzahl an Plätzen im Restaurant können die Kosten für Personal weiter gesenkt werden. Wenn das Restaurant seine Ausstattung manchmal modernisiert, fallen auch hierfür geringere Kosten an. Auch die variablen Kosten wie Strom, Heizung, Kühlung etc. fallen geringer aus. Da sich die Nachfragemacht des Restaurants erhöht, werden bessere Einkaufskonditionen erzielt. Die Transaktionskosten beim Vorratseinkauf sind ebenfalls geringer. Neben all diesen Kostensenkungen werden die Preise in mehreren Schritten erhöht, was zu höheren Gewinnen für die Eigentümer führt. Das Resultat ist eine Steigerung der Produzentenrente.

Langfristig wird das Duopol der beiden italienischen Restaurants zu neuen Markteintritten in der Kleinstadt führen. Neue Restaurants werden von den hohen Gewinnen angezogen. Obwohl die Loyalität der Kunden zu „ihrem“ italienischen Restaurant hoch ist, entsteht dadurch kein Problem. Die Kleinstadt entwickelt sich regional als der Ort schlechthin für besondere hochwertige italienische Küche. Es besteht sogar die Chance, dass das neu fusionierte Restaurant mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet wird. Dieses Exzellenz-Kriterium zieht wiederum neue Besucher aus der Region an. Erwartungsgemäß verbessert sich die Qualität der italienischen Küche nach dem Michelin-Stern ein weiteres Mal. Diese Auszeichnung wird aber auch preistreibend wirken.

Die Chicago Schule geht davon aus, dass sich die Produzentenrente deutlich erhöht, was die Gesamtwohlfahrt steigert. Der Fakt, dass die Mittelklasse-Familien nach der Fusion in diesem Restaurant mehr zahlen müssen, ist nicht relevant. Wichtig ist, dass neue Kunden des exzellenten italienischen Restaurants neben den Eigentümern von der Fusion profitieren können. Die Marktverhältnisse haben sich grundlegend verändert.

Ansatz der Europäischen Schule

Die Transaktion wird mit Auflagen genehmigt.

Nach der Fusion gibt es in dieser Kleinstadt zwei italienische Restaurants mit einem ähnlichen Produktportfolio. Das neue Restaurant hat einen Marktanteil von 67%, während der etablierte Italiener 33% auf sich vereinigt.

Kurz nach der Transaktion unterscheiden sich diese beiden Restaurants noch in ihrem Serviceniveau. Die Prognose ist, dass beide Restaurants längerfristig eine sehr gute Essensqualität zu höheren Preisen anbieten werden. Diese Preiserhöhungen führen zu unmittelbaren Gewinnerhöhungen bei den Eigentümern. Dies ist allerdings nicht der entscheidende Aspekt in der Analyse.

Im Mittelpunkt der Analyse steht die Frage, auf welche Weise sich diese Transaktion auf die üblichen bisherigen Restaurantgäste, in diesem Fall die durchschnittlichen Mittelklasse-Familien, auswirkt. Die zu untersuchende Frage nach der Europäischen Schule ist demnach, ob diese Transaktion die möglichen nachteiligen Preiserhöhungen durch andere Konsumentenvorteile der bisherigen Kunden im gleichen relevanten Markt kompensieren kann. Im Vordergrund der Analyse ist die Frage, ob beide Marktseiten angemessen und gleichwertig von der Transaktion profitieren können.

Eine angemessene Verteilung der Vorteile aus der Transaktion muss nicht monetär sein.

In unserem hypothetischen Fall sind die Preise für das Restaurantessen ein Element in der Analyse. Weitere Elemente in der Analyse sind die befriedigenden, spaßigen und im hektischen Alltag oft notwendigen gemeinsamen Familienerlebnisse, die durch das Essen beim „Lieblingsitaliener“ um die Ecke entstehen. Denn es ist sehr wahrscheinlich, dass italienische Restaurants die erste Wahl einer durchschnittlichen 2 Erwachsene/2 Kinder-Familie sind, wenn die Familie außer Haus Essen will. Es ist zwar richtig, dass nach der Transaktion die Speisekarte erweitert und das Dienstleistungsniveau verbessert wird. Aber ist dies tatsächlich das, was eine durchschnittliche Familie bei „ihrem“ Italiener nachfragt?

Von außen betrachtet wirkt das kombinierte Angebot (Pizza und Pasta in einem Restaurant) und die Verbesserung in der Qualität auf den ersten Blick attraktiv. Doch eine detailliertere ökonomische Analyse zeigt, dass der Konsumentennutzen nach der Fusion sinkt, da für Gäste Erhöhungen im Komfort oder im Restaurant-Erlebnis ebenso bedeutsam sind wie geringe Preise oder Veränderungen in der Essensqualität. Neben der Preissteigerung für die italienische Küche, die zwischen 30 und 40% ausfallen wird (Pizzapreis vor der Fusion € 7; nach der Fusion € 9,80), erfahren Familien daher eventuell zukünftig einen geringeren Nutzen beim Besuch des neuen Restaurants.

Da die Kosten für auswärtiges Essen gestiegen sind, reagieren Familien möglicherweise durch seltenere Restaurantbesuche. Spontane Entscheidungen werden auch schwieriger, weil Tischreservierungen notwendig sind. Der übliche Hauswein ist von der Karte verschwunden und durch eine Bandbreite an exklusiven Weinen ersetzt worden. Die Weinauswahl wird dadurch komplexer. Vielleicht schätzen Familien sogar einfache rotweiß-karierte Papiertischdecken mehr, da die Eltern sich nicht sorgen müssen, wenn ihre Kinder am Tisch herumalbern und Getränke verschütten. Die Essenssituation in einem gehobenen Lokal kann für Eltern mit kleinen Kindern durchaus mit Stress verbunden sein. All diese Elemente beeinflussen den Konsumentennutzen und können gemessen werden.

Eine entsprechende Analyse fordert die Quantifizierung von Veränderungen in Wahrnehmungen, Konsumentenvorteilen bzw. im Konsumentennutzen der Gäste. Moderne ökonomische Instrumente wie die Conjoint Analyse bieten solche Analysewerkzeuge. Die Veränderungen in den Nutzerpräferenzen werden quantitativ erfasst.

In seiner einfachsten Form wird der Nutzen eines Gutes über die Zahlungsbereitschaft der Konsumenten (*WTP/willingness to pay*) offenbart. Konsumenten kaufen unterschiedliche Produkte zu unterschiedlichen Preisen. Der mit diesen Käufen einhergehende Nutzenvorteil befriedigt menschliche Bedürfnisse. Eine gemessene Erhöhung im Nutzenvorteil könnte daher eine Preiserhöhung kompensieren.

In jedem Fall muss die fusionsbedingte Effizienzsteigerung mit dem Konsumentennutzen vor und nach der Fusion verglichen werden.

Es wird einige wenige neue Gäste geben, die das schickere neue Restaurant besuchen werden, ohne die vorherige *Pizzeria* oder *Spaghetteria* überhaupt gekannt zu haben. Der Nutzen dieser Gäste ist in der Tat erhöht. Er kann aber nicht den niedrigeren Nutzen der durchschnittlichen Familien kompensieren.

Bei Anwendung der Europäischen Schule sind daher Auflagen sehr wahrscheinlich. Eine Auflage könnte beispielsweise ein Lieferservice sein, der vom neuen Restaurant zu den gleichen Preisen wie davor angeboten wird. Dieses Angebot könnte sogar mit einem Online-Bestellservice kombiniert werden.

Eine weitere Auflage könnte darin bestehen, dass neben der neuen gehobenen Lokalität ein zusätzliches einfaches Restaurant in der freigewordenen Lokalität bestehen bleibt, welches die altbekannte Stilrichtung verfolgt. Somit ist es an den Gästen zu entscheiden, ob sie das gehobene oder das traditionelle italienische Restaurant bevorzugen.

In diesem Sinne erfasst die Europäische Schule Konsumenten und Nutzer in einer ganzheitlichen Weise und berücksichtigt in seiner Analyse die unterschiedlichen Nutzelemente von Preis, Wahlmöglichkeiten, Qualitäten, Empfindungen und Innovationen. Entscheidend ist in der Analyse vor allem die angemessene und gleichwertige Verteilung der Wohlfahrtssteigerungen zwischen den Marktteilnehmern.

Die folgende Tabelle fasst die Unterschiede der beiden Denkschulen zusammen.

Vergleich Europäische Schule und Chicago Schule

	Europäische Schule	Chicago Schule
1.	Das EU-Kartellrecht inkludiert sozialpolitische Ziele	Sozialpolitische Ziele sind nicht von Relevanz
2.	Die Gedankenschule fußt auf Grundsätzen des EU-Vertrages und bildet den Prüfungsrahmen	Die Gedankenschule ist flexibel und ist nicht gesetzlich vorbestimmt
3.	Unternehmen mit Marktmacht haben sich genauso zu verhalten wie Unternehmen ohne Marktmacht Leistungswettbewerb mit spezieller Verantwortung	'Größer ist besser': dominante, innovative Unternehmen werden für ihre Innovationsbemühungen belohnt Neue Markteintritte disziplinieren Marktmacht längerfristig – Interventionen sind nicht notwendig
4.	Vertikale Beschränkungen können Marktmacht erzeugen - zum Nachteil der Konsumenten	Vertikale Beschränkungen schaffen keine Wettbewerbsprobleme; sie sind sogar notwendig, um Innovationen zu erhöhen und Dienstleistungen zu verbessern
5.	Fusionskontrolle: Marktmacht post-merger ist ein Problem, da der Konsumentennutzen u.U. benachteiligt ist	Fusionskontrolle: Marktmacht post-merger ist weniger problematisch, da Effizienzsteigerungen Marktmacht kompensieren
6.	Preiskartelle sind eingeschränkt möglich, wenn bspw. Konsumenten ihren angemessenen Anteil an den generierten Vorteilen erhalten	Preiskartelle sind <i>per se</i> illegal
7.	Fokus der Analyse auf dem Konsumentennutzen in Bezug auf Preis, Auswahl, Qualität, Innovation, etc.	Fokus der Analyse auf der Preistheorie
8.	Wohlfahrtsökonomie in der Tradition von Marshall ist nicht hilfreich Fokus auf Wohlstandssteigerungen sowie eine gleiche und angemessene Verteilung der Wohlfahrt in der Gesellschaft	Gesamtwohlfahrt = Konsumentenrente + Produzentenrente Steigerung der Produzentenrente ist für eine Genehmigung ausreichend, selbst wenn Preise steigen
9.	Wettbewerbsbehörden sollen unabhängig sein	Politische Variationen sind denkbar
10.	Kontrolle staatlicher Beihilfe: Marktmacht kann durch private und öffentliche Einrichtungen entstehen	Keine Kontrolle staatlicher Beihilfen