

# Kommunikation zwischen Unternehmen: Eine ökonomische Betrachtung

Ralf Dewenter, DICE

*“People of the same trade seldom meet together, even for merriment and diversion, but the conversation ends in a conspiracy against the public, or in some contrivance to raise prices.”*

**Adam Smith (1776): The Wealth of Nations**

*“People of the same trade seldom meet together, even for merriment and diversion, but the conversation ends in a conspiracy against the public, or in some contrivance to raise prices.*

***It is impossible indeed to prevent such meetings, by any law which either could be executed, or would be consistent with liberty and justice. But though the law cannot hinder people of the same trade from sometimes assembling together, it ought to do nothing to facilitate such assemblies; much less to render them necessary.”***

**Adam Smith (1776): The Wealth of Nations.**

*“I argue [...] that the emphasis on communication [in order to detect collusion] is justified because market behaviour is generally not verifiable in court.”*

**Kai-Uwe Kühn (2001): Fighting Collusion.**

# 1 Einführung

## Mögliche Instrumente zur Aufdeckung von Kollusion

- Beweise in Form von Verträgen, Aufzeichnungen etc.
- Kronzeugenregelung
- Analyse von Marktdaten (strukturelle Modelle, Zeitreihenanalyse, ...)
- **Analysen der Kommunikation zwischen Unternehmen**
  - Einseitige Informationsbereitstellungen (z.B. Preisgarantien)
  - Informationsbereitstellung über den Staat/die Behörden (Informationsstellen)
  - *Kommunikation über zukünftiges Verhalten*
  - *Informationsaustausch*

→ Methoden schließen sich aber nicht gegenseitig aus, sondern sind komplementär!

# 1 Einführung

- Kommunikation zwischen Unternehmen kann positive sowie negative Effekte haben auf:
  - Wettbewerb und
  - Gesamtwohlfahrt (PR+KR)
- Ziel der Wettbewerbspolitik (wenn möglich)
  - Ableitung von allgemeinen Regeln, bzw.
  - Kategorisierung von Typen der Kommunikation, die
  - mit einer höheren Wahrscheinlichkeit der Kollusion dienen
- Welche Erkenntnisse lassen sich aus der ökonomischen Theorie ableiten?
- Welche Muster lassen sich erkennen, die in die Wettbewerbspolitik implementiert werden können?

# Kommunikation über zukünftiges Verhalten

## 2 Kommunikation über zukünftiges Verhalten

### Antikompetitive (koordinierte) Effekte

- Unsicherheit kann durch Kommunikation verringert werden
- Insbesondere dann wenn viele Strategien zur Verfügung stehen
- Unternehmen können sich annähern bzw. Signale senden über das Verhalten
- „Cheap Talk“ kann signalisieren, ob der Konkurrent die „richtige“ Strategie wählt
- Die Aussagen müssen nicht bindend aber glaubhaft sein

→ Kommunikation erleichtert die Kollusion und kann zu Wohlfahrtseinbußen führen



## 2 Kommunikation über zukünftiges Verhalten

### Beispiele für Effizienzeinreden

- Die Kommunikation könnte auch Informationen für Verbraucher enthalten (→ Reduktion von Suchkosten)
  - Unternehmen können sich ebenso über solche Zukunftsaussagen binden (→ Preisobergrenzen)
  - Es könnten Marktdaten ausgetauscht werden, die die Unsicherheit verringern aber die Wohlfahrt erhöhen (??? → werden private Infos weitergegeben?)
- 
- Kollusion ist generell wahrscheinlicher, wenn Informationen **privat** (zw. Unternehmen) ausgetauscht werden! (US vs. Airline Traffic Publishing Company)
- 
- **Mögliche Wettbewerbsregel:**  
**Jede private Kommunikation über zukünftiges Verhalten ist als tendenziell kollusionsfördernd einzustufen!**

# Informationsaustausch

# 3 Informationsaustausch

## Antikompetitive (koordinierte) Effekte

- Austausch von Informationen → Reduktion von Unsicherheit über
  - Nachfrage, Preise, Mengen,
  - Kosten (→ Bestimmung optimaler Preise bei Heterogenität)
  - Bessere Koordination des Verhaltens/Vereinfachung von Kartellen
  - Insbesondere bei heterogenen Produkten/Kosten relevant
  
- erhöhte Transparenz über aktuelle Daten stabilisiert Kartelle:
  - Intern: Kontrolle der Absprachen/des Verhaltens
  - Extern: Abwehrmaßnahmen gegen Outsider (MZB durch z.B. Preissenkungen)

## 3 Informationsaustausch

### Antikompetitive (koordinierte) Effekte

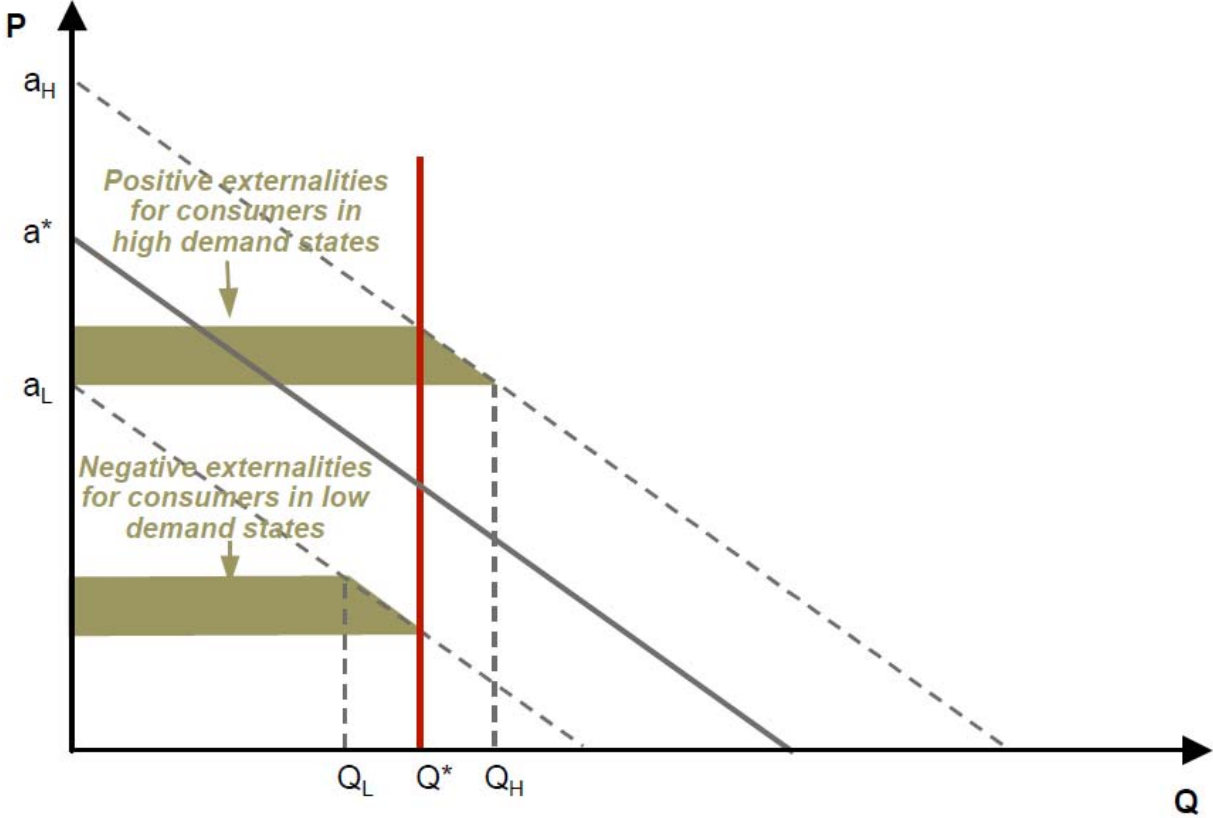
- Transparenz über „historische“ Daten fördert Kollusion
  - Ex-Post-Kontrolle der Absprache
  - Vollzug von Bestrafungen bei Abweichungen von Absprachen

# 3 Informationsaustausch

## Beispiele für Effizienzeinreden

- Ein Informationsaustausch kann Externalitäten erzeugen, sodass Konkurrenten davon profitieren → mehr Wettbewerb  
(bessere Selbsteinschätzung → mehr Innovationen, mehr Effizienz, ...)
  
- Informationen können die Allokation verbessern  
(z.B. Belieferung von regionalen Märkten, bei Kenntnis der einzelnen Mengen)
  
- Bei Unsicherheit (über die Maktrparameter) werden Informationen über Nachfrage ausgetauscht  
(z.B. positive Externalitäten für Verbraucher)

# 3 Informationsaustausch



Quelle: Kühn/Vives (1995)

# 3 Informationsaustausch

## Beispiele für Effizienzeinreden

- Informationen können ebenso die Effizienz von Unternehmen steigern  
(Kosteninfos, Anreizkompatible Verträge wenn Gesamtmengen bekannt...)
- Es können Informationsasymmetrien abgebaut werden  
(z.B. Moral Hazard von Kunden, etc.)
- Informationsaustausch kann zur Rationalisierung oder Effizienzsteigerung führen  
(z.B. bei Unteilbarkeiten oder Skalenerträgen)
- Verbesserung von Kooperation bzgl. Forschung & Entwicklung

# 3 Informationsaustausch

## Mögliche Wettbewerbsregeln

- Keine einfache Regel
- **Aber:** Es gibt Hinweise und Kriterien, die eine vorsichtige Bewertung erlauben
- Bezüglich des Inhaltes der Information gilt:
  - Informationen über Preise sind i.d.R. nicht effizienzwirksam
  - Informationen über Mengen schon eher
  - Informationen über Kosten sind am wenigsten problematisch aber dafür potenziell effizienzwirksam



### 3 Informationsaustausch

#### Kriterien

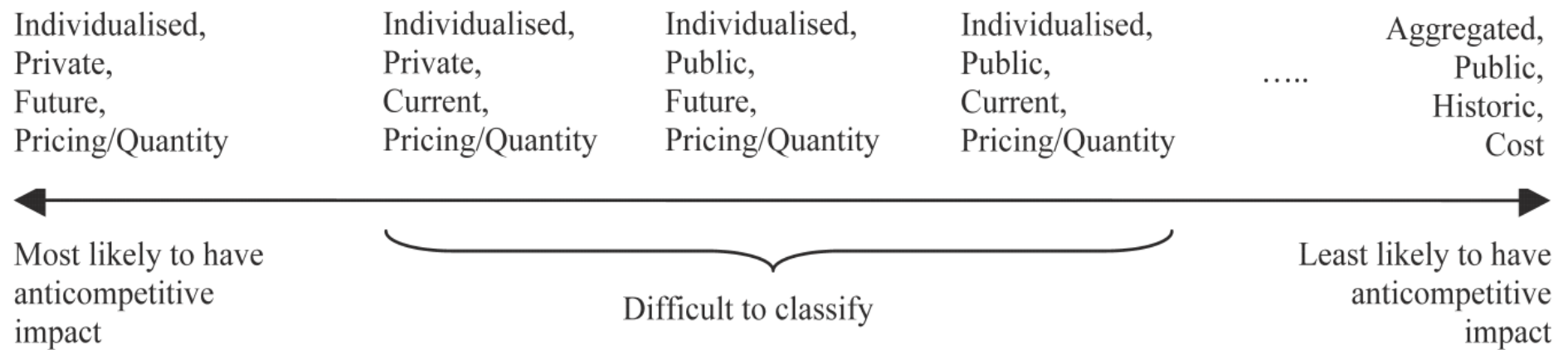
<b>Zeitbezug</b>	Vergangenes Verhalten	Zukünftiges Verhalten
<b>Zielgruppe</b>	Firmen (privat)	Verbraucher (öffentlich)
<b>Grad der Bindung</b>	Bindung gegenüber Verbraucher	Keine Bindung („cheap talk“)
<b>Überprüfbarkeit</b>	überprüfbar	nicht überprüfbar
<b>Aggregationsgrad</b>	Individualdaten	aggregierte Daten
<b>Neuigkeit</b>	neue Informationen	alte Informationen

Quelle: Swedish Competition Authority (2006)

## 4 Implikationen

- Generelle Regeln lassen sich nur schwer ableiten
- Im Prinzip muss im Einzelfall entschieden werden
- Kollusive Wirkung (und Marktverschluss) vs. Effizienzwirkung
- Informationsaustausch kann aber auch implizite Kollusion ermöglichen
- Die Kombination der Kriterien und Inforhalte führt zu weiteren Hinweisen:
  - private Informationen über zukünftiges Verhalten sind sehr problematisch
  - Informationen über (vergangene) Preise sind ebenfalls kollusionsfördernd
  - Insbesondere Preis- eventuell Mengendaten sind eventuell problematisch
  - Individualisierte Daten können ebenfalls Kollusionen fördern

## 4 Implikationen



Quelle: Bennet/Collins (2010), ECJ

## 4 Implikationen

- Ein Rule-of-Reason-Ansatz scheint wegen vieler Effizienzeinreden sinnvoll.
- Notwendig ist immer eine „Theory of Harm“,
- unter Annahme einer kontrafaktischen Situation.
- Eine stärkere ökonomische Analyse ist daher erstrebenswert

## **Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

Prof. Dr. Ralf Dewenter  
DICE - Universität Düsseldorf  
Universitätsstraße 1  
40225 Düsseldorf  
Tel.: 0211/8110234  
Mobil: 0176/10227187  
dewenter@hhu.de  
Blog: mblog.info

## Literatur

Bennet/Collins (2010): The Law and Economics of Information Sharing: The Good, The Bad and the Ugly

Blair/Romano (2001): Advance Price Announcements and Antitrust Policy.

Kühn (2001): Fighting Collusion: Regulation of Communication Between Firms.

Kühn/Vives (1995): Information Exchanges Among Firms and their Impact on Competition.

OECD Roundtable (2010): Information Exchanges Between Competitors under Competition Law.

Swedish Competition Authority (2006): The Pro and Cons of Information Sharing.

Wagner-von Papp (2012): Information Exchange Agreements.