

Ökonomische Grundlagen des Wettbewerbs im Internet

Düsseldorf, 17. Juni 2011

Prof. Dr. Justus Haucap

Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE)

Heinrich-Heine Universität Düsseldorf

Wettbewerb im Internet – was ist anders?

- Transaktionen im Internet brauchen physische und institutionelle Infrastrukturen (Netze und Institutionen),
- Netze sind lediglich „Vermittler“ zwischen den Anbietern von Inhalten und Endkunden – ist das ein Unterschied?
- Viele Inhalteanbieter sind aber auch eher Vermittler als dass sie selbst Inhalte generieren (Google (teilweise), eBay, zahlreiche Plattformen,.....) – ist das ein Unterschied?
- Suchkosten sind im Internet geringer: Wettbewerbsintensität sollte daher tendenziell zunehmen....
- Neue Wettbewerbsbeziehungen / Marktabgrenzungen entstehen.

Netzneutralität - Worum geht es?

- Debatte ursprünglich aus den USA.
- (1) Soll eine (stärkere) Preis- oder Qualitätsdifferenzierung möglich sein?
- (2) Droht die Gefahr von Wettbewerbsverzerrungen?
- (3) Wie werden Innovationsanreize beeinflusst?

- Was sagt uns die ökonomische Theorie dazu?
- Welcher regulatorische Handlungsbedarf besteht?

Ökonomische Theorie der Preisdifferenzierung I

- Alte Weisheit: Preisdifferenzierung setzt Marktmacht voraus.
- Aber: Preisdifferenzierung kann wohlfahrtssteigernd sein, weil Knappheiten (Stauprobleme) besser reflektiert und/oder auch weniger zahlungswillige Kunden bedient werden.
- Dies wiederum kann auch Investitionsanreize stärken, weil der Anbieter (hier: Netzbetreiber) mehr von der am Markt generierten Rente abschöpfen kann.

- Das ist die „ganz einfache Theorie.“

Ökonomische Theorie der Preisdifferenzierung II

- Wie funktioniert Preisdifferenzierung?
- Drei Arten:
 - Preisdifferenzierung erster Art (perfekte Preisdifferenzierung),
 - Preisdifferenzierung zweiter Art („endogene Sortierung“),
 - Preisdifferenzierung dritter Art („exogene Sortierung“).
- Sehr hohe Relevanz: Endogene Sortierung.
- Um Nachfrager für „Premiumqualität“ zu begeistern, darf das Standardprodukt nicht zu gut sein (Bsp: Luftverkehr).
- Wohlfahrtswirkungen können ambivalent sein.

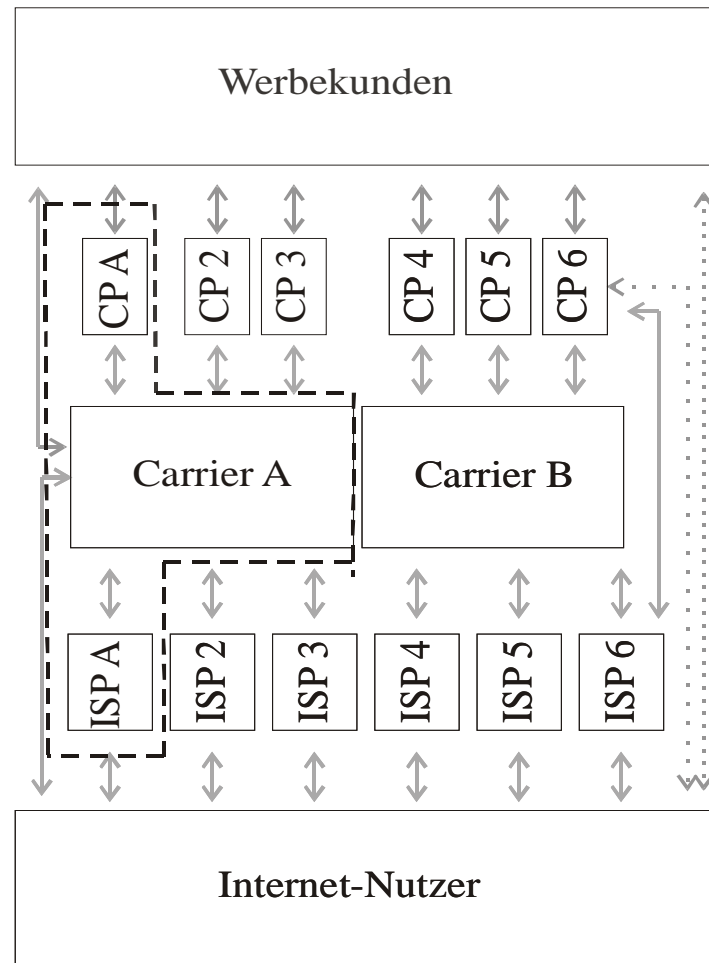
Ökonomische Theorie der Preisdifferenzierung III

- Nota bene: Wichtig für eine effektive Preisdiskriminierung sind (1) Wettbewerbsarmut und (2) fehlende Arbitragemöglichkeiten (z.B. durch Resale).
- Wie sieht es aus, wenn Unternehmen vertikal integriert sind und in Teilen der Wertschöpfungskette signifikante Markteintrittsbarrieren bestehen (und damit mehr als temporäre Marktmacht)?
- Anreize zur wettbewerbswidrigen Preisdiskriminierung (können) entstehen.
- Regulierungsbedarf aus anderen Netzindustrien bekannt.

Ökonomische Theorie der Preisdifferenzierung IV

- Wie wirkt sich Preisdifferenzierung auf Investitions- und Innovationsanreize aus?
- Das ist leider nicht pauschal zu beantworten.
- (1) Investitionsanreize für Netznutzer (hier z.B. Inhalteanbieter). Einerseits ist es mit PD für Netzbetreiber einfacher, sich einen Teil der Rente anzueignen, andererseits kann sich der Inhalteanbieter hohe Qualität sichern. Und: Anreize in Kompressionstechniken zu investieren.
- (2) Investitionsanreize für Netzbetreiber. Einerseits steigen Anreize zu investieren (wegen 1), andererseits sind Teilnetze komplementär (Achtung: Externalitäten).

Netzneutralität und ökonomische Theorie



Besonderheiten des Internets

- Es gibt nicht *einen* Internetbetreiber, sondern zahlreiche zusammengeschnittene Teilnetze. Wie erfolgt ggf. eine priorisierte Übergabe von Netz zu Netz?
- Was ist, wenn die ein Land unilateral Netzneutralität einführt?
- Kann ein Anbieter überhaupt auf bestimmte Inhalte verzichten (vgl. „Must Stock“-Produkte im Lebensmittelhandel)?
- Es geht um Plattformwettbewerb („zweiseitige Märkte“), Besonderheiten bei der Preisbildung.
- Es gibt (unterschiedlich stark ausgeprägt) konkurrierende Zugangsformen (Unterschied zwischen Festnetz und Mobilfunk).

Alternative Preismodelle

- Staubasierte Preise: statisch gesehen effizient, dynamisch betrachtet nicht ohne Probleme (wenn Staus Geld bringen und Marktmacht vorliegt). Und: Inhalteanbieter können wenig tun, um Staus zu vermeiden – Nutzer „verursachen“ den Datenverkehr.
- Best Effort mit Upgrades: Ggf. Diskriminierungsgefahren, Risiko der relativen Verschlechterung des „Best Efforts“.
- Volle Preis- und Qualitätsdifferenzierung ohne Mindeststandards: Risiko der strategischen Qualitätsabsenkung, Standardisierungsfragen

Regulierung oder Kartellrecht?

§19 Abs. 4 GWB:

Ein Missbrauch liegt insbesondere vor, wenn ein marktbeherrschendes Unternehmen als Anbieter oder Nachfrager einer bestimmten Art von Waren oder gewerblichen Leistungen

- 1. die Wettbewerbsmöglichkeiten anderer Unternehmen in einer für den Wettbewerb auf dem Markt erheblichen Weise ohne sachlich gerechtfertigten Grund beeinträchtigt;*
- 2. Entgelte oder sonstige Geschäftsbedingungen fordert, die von denjenigen abweichen, die sich bei wirksamem Wettbewerb mit hoher Wahrscheinlichkeit ergeben würden; hierbei sind insbesondere die Verhaltensweisen von Unternehmen auf vergleichbaren Märkten mit wirksamem Wettbewerb zu berücksichtigen;*
- 3. ungünstigere Entgelte oder sonstige Geschäftsbedingungen fordert, als sie das marktbeherrschende Unternehmen selbst auf vergleichbaren Märkten von gleichartigen Abnehmern fordert, es sei denn, dass der Unterschied sachlich gerechtfertigt ist;*
- 4. sich weigert, einem anderen Unternehmen gegen angemessenes Entgelt Zugang zu den eigenen Netzen oder anderen Infrastruktureinrichtungen zu gewähren, wenn es dem anderen Unternehmen aus rechtlichen oder tatsächlichen Gründen ohne die Mitbenutzung nicht möglich ist, auf dem vor- oder nachgelagerten Markt als Wettbewerber des marktbeherrschenden Unternehmens tätig zu werden; dies gilt nicht, wenn das marktbeherrschende Unternehmen nachweist, dass die Mitbenutzung aus betriebsbedingten oder sonstigen Gründen nicht möglich oder nicht zumutbar ist.*

Wann ist Regulierung vorzugswürdig?

These: Damit Regulierung gegenüber dem Kartellrecht vorzugswürdig ist müssen zwei Bedingungen notwendigerweise kumulativ erfüllt sein:

1. Wettbewerbsverzerrungen oder zumindest -gefährdungen müssen in einem Markt nicht nur punktuell, sondern dauerhaft vorliegen und
2. diese Verzerrungen müssen mit hoher Wahrscheinlichkeit regelmäßig zu irreversiblen Wohlfahrtsverlusten führen (sofern sie nicht abgestellt werden).

Diese Bedingungen sind bei resistenten, natürlichen Monopolen in Netzindustrien relativ klar erfüllt.

Für die Frage der Netzneutralität sind diese Bedingungen nicht erfüllt.

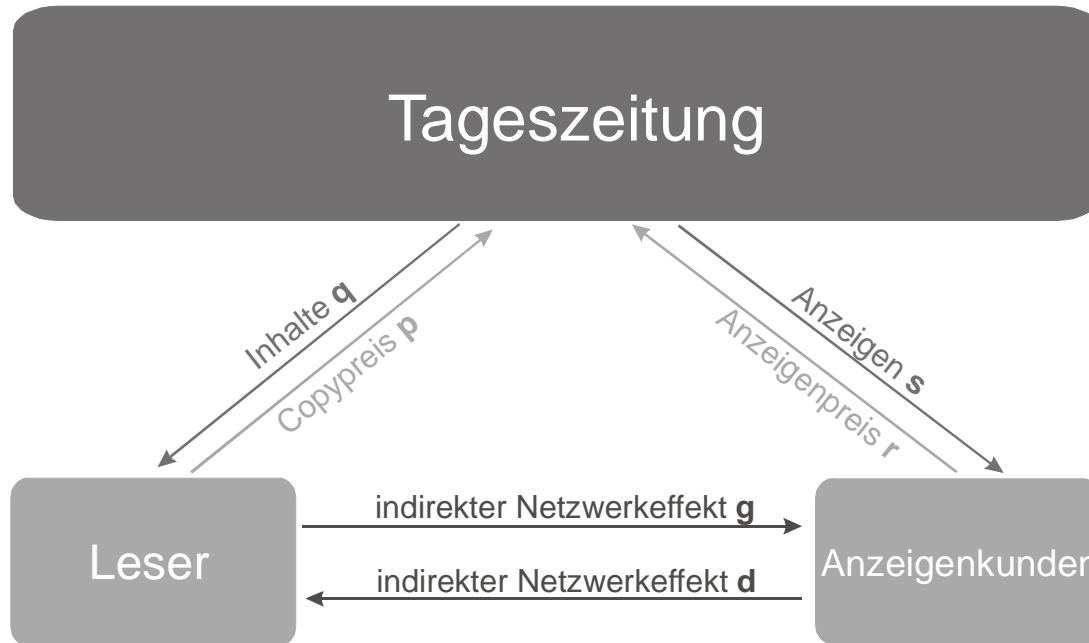
Ökonomie zweiseitiger Plattformen (1)

Was sind zweiseitige Plattformen („two-sided markets“)?

- Erweiterung des Konzepts der (indirekten) Netzeffekte,
- Nutzen der einen Marktseite (z.B. Verkäufer) steigt je mehr Nutzer es auf der anderen Marktseite (z.B. potenzielle Käufer) es gibt (z.B. Einkaufszentrum),
- Verkäufer profitieren also nicht *direkt* davon, wenn es mehr andere Verkäufer gibt, sondern nur *indirekt* (weil dies eben mehr Käufer anzieht),
- Evans (2002) nennt drei Kriterien:
 1. Es muss zwei voneinander unabhängige, komplementäre Nutzergruppen geben,
 2. der Nutzen der Mitglieder der einen Gruppe ändert sich mit der Größe der anderen Gruppe,
 3. Es bedarf eines Intermediärs, der beide Nutzergruppen zusammenbringt.

Ökonomie zweiseitiger Plattformen (2)

- Beispiel: Tageszeitung



Ökonomie zweiseitiger Plattformen (3)

Plattform	Akteur 1 (B)	Akteur 2 (S)	Beispiele für Plattformen
Videospielkonsolen	Spieler	Spieleentwickler	Game-Cube, Play-station, Nintendo
Computer-Betriebssysteme	Nutzer	Anwendungsentwickler	Windows, Linux, OS/2
Kartenzahlungssysteme	Käufer	Akzeptanzstellen (Restaurants, Hotels, etc.)	Kreditkarten, EC, Bonuskarten (wie <i>happy digits und payback</i>)
Medien	Leser, Zuschauer	Inserenten	Tageszeitungen, Magazine, TV
Reisevermittler	Reisende	Fluglinien, Hotels	Expedia, Opodo, HRS, Reisebüros
Einkaufszentren	Konsumenten	Geschäfte	Malls, Bahnhöfe, Flughäfen
professionelle Sportvereine	Zuschauer	Werbetreibende	FC St. Pauli, Schalke 04, Real Madrid

Ökonomie zweiseitiger Plattformen (4)

- Definition nach Rochet und Tirole (2006): Transaktionsvolumen auf einer Plattform hängt nicht nur von der *Gebührenhöhe*, sondern auch von der *Gebührenstruktur* ($a = a^S + a^B$)
- Caillaud und Jullien (2003): Henne und Ei-Problem – welche Marktseite kann man zuerst gewinnen?
- Typisches Verhalten: „Quersubventionierung“ der einen Marktseite, um die Attraktivität der Plattform für die andere Marktseite zu steigern.
- Ergeben sich aus den indirekten Netzeffekten automatisch/“natürlich“ Monopolstrukturen auf den Märkten?
- Nein: siehe Reisebüros, Einkaufszentren, Kreditkarten, Single-Börsen.
- Woran liegt dies? Was beeinflusst die Konzentration?

Ökonomie zweiseitiger Plattformen (5)

Einflussfaktoren für die Konzentration von 2SM

Ursache	Effekt auf die Konzentration
Stärke der indirekten Netzeffekte	+
Ausmaß steigender Skaleneffekte	+
Überlastungsgefahren	-
Differenzierung der Plattformen	-
Multihoming	-

Quelle: Evans und Schmalensee (2008, S. 679)

Fazit

- Preismodelle, die je nach Qualität bei Nutzern und/oder Inhaltenanbietern differenzieren, haben Vor- und Nachteile.
- Ein pauschales Verbot ließe sich ökonomisch nur schwer rechtfertigen.
- Die kartellrechtliche Missbrauchsaufsicht gilt auch hier. Es ist prima facie nicht ersichtlich, warum sie nicht funktionieren sollte.
- Denkbar sind Mindeststandards auf dem „Best Effort“-Level.
- Zweiseitige Plattformen sind wettbewerbsökonomisch wesentlich komplexer zu analysieren als „normale“ Märkte.
- Das Ausmaß von Konzentrationstendenzen hängt ab von der Stärke der indirekten Netzeffekte, Skaleneffekten, Differenzierungsmöglichkeiten, Überlastungsgefahren und der Einfachheit von Multihoming – keine

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Professor Dr. Justus Haucap
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE)
Universitätsstr. 1
D-40225 Düsseldorf

Fax: 0211 81-15499

email: justus.haucap@dice.uni-duesseldorf.de

<http://www.dice.uni-duesseldorf.de>

<http://www.monopolkommission.de>