



323 Bericht von Yann Delaprez und Morgane Guignard

Fusionskontrolle muss Verhandlungsmacht in Wertschöpfungsketten beachten

- Studie untersucht die Wirkung von Entflechtungsauflagen im Rahmen der Fusionskontrolle
- Bei Fusionen in Wertschöpfungsketten spielt Verhandlungsmacht der Unternehmen eine wichtige Rolle
- Entflechtungen sollten zugunsten von Herstellern mit geringer Verhandlungsmacht erfolgen

329 Interview mit Morgane Guignard

332 Kommentar von Claudia Kemfert

EU Green Deal muss fortgeführt und intensiviert werden

Zur Situation des Handwerks im Bundesgebiet

Betriebe und Beschäftigte im Handwerk des Bundesgebietes

Jahr	Zahl der Betriebe in 1000	Betriebsdichte (Betriebe je 1000 Einw.)	Zahl der Beschäftigten in 1000	Durchschnittliche Betriebsgröße (Beschäftigte je Betrieb)
1939	792	20,1	2 610	3,3
1949	864	18,3	3 060	3,5
1950	847	17,7	3 230	3,8
1952	815	16,8	3 500	4,3
1953	795	16,2	3 600	4,5

© DIW Berlin 1954

Die Entwicklung der Umsätze des Handwerks im Jahre 1953 zeigt deutlich, daß dieser Wirtschaftsbereich auch im vergangenen Jahr eine weitere Steigerung seiner Leistungen aufzuweisen hatte. Mit einem Umsatz von 32 bis 33 Mrd. DM lag 1953 im Bundesgebiet der gesamte Handwerksumsatz um 7 bis 8 vH¹⁾ höher als 1952. Diese Entwicklung ist schon deshalb bedeutungsvoll, weil die Nachfrage nach Handwerksarbeit fast ausschließlich vom Binnenmarkt ausgeht und nicht wie bei der Industrie zu einem wesentlichen Teil von der Auslandsnachfrage bestimmt wird.

Die innere Bereinigung im Handwerk, die bereits 1949 begann, setzte sich auch 1953 fort. Von Ende 1952 bis Ende 1953 verringerte sich die Zahl der Handwerksbetriebe um 20 000 auf etwa 795 000 Betriebe und erreichte damit annähernd wieder den gleichen Stand wie 1939. Verschiedene Anzeichen deuten jedoch darauf hin, daß der Rückgang des Bestandes an Handwerksbetrieben sich verlangsamt. Er war im letzten Jahr mit Ausnahme des ersten Quartals²⁾ bereits nicht mehr so stark wie 1952. Auch die Zahl der Konkurse des Handwerks war im Jahre 1953 niedriger als 1952. Zum Teil wurde das starke Übergewicht der Betriebsschließungen über die Neuzugänge, allerdings auch durch vermehrte Anmeldungen von Betrieben vor Einführung des „großen Befähigungsnachweises“ gemildert³⁾.

1) Auf Grund neuerer Unterlagen mußten die Umsatzschätzungen der letzten Jahre korrigiert werden, so daß sich geringfügige Abweichungen von den im Wochenbericht Nr. 41/1953 genannten Zahlen ergaben.

2) Die Löschungen von Betrieben in der Handwerksrolle zu Beginn eines Jahres stellen in der Regel nur die nachträgliche offizielle Feststellung einer bereits im Vorjahr vollzogenen Schließung des Betriebes dar.

3) Mit Einführung der Bundes-Handwerksordnung im September 1958 wurde auch in Süddeutschland die bestandene Meisterprüfung wieder als Voraussetzung für die Eröffnung eines Handwerksbetriebes („Großer Befähigungsnachweis“) eingeführt.

Aus dem Wochenbericht Nr. 22 vom 28. Mai 1954

IMPRESSUM



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin

www.diw.de

Telefon: +49 30 897 89-0 E-Mail: kundenservice@diw.de

91. Jahrgang 29. Mai 2024

Herausgeber*innen

Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.;
Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander S. Kritikos;
Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky; Prof. Karsten Neuhoﬀ, Ph.D.;
Prof. Dr. Carsten Schröder; Prof. Dr. Katharina Wrohlich

Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;
Kristina van Deuverden

Lektorat

Nils Handler

Redaktion

Rebecca Buhner; Dr. Hella Engerer; Petra Jasper; Adam Mark Lederer;
Frederik Schulz-Greve; Sandra Tubik

Gestaltung

Roman Wilhelm; Stefanie Reeg; Eva Kretschmer, DIW Berlin

Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Der DIW Wochenbericht ist kostenfrei unter www.diw.de/wochenbericht abrufbar. Abonnieren Sie auch unseren Wochenberichts-Newsletter unter www.diw.de/wb-anmeldung

ISSN 1860-8787

Nachdruck und sonstige Verbreitung — auch auszugsweise — nur mit Quellenangabe und unter Zusendung eines Belegexemplars an den Kundenservice des DIW Berlin zulässig (kundenservice@diw.de).

Fusionskontrolle muss Verhandlungsmacht in Wertschöpfungsketten beachten

Von Yann Delaprez und Morgane Guignard

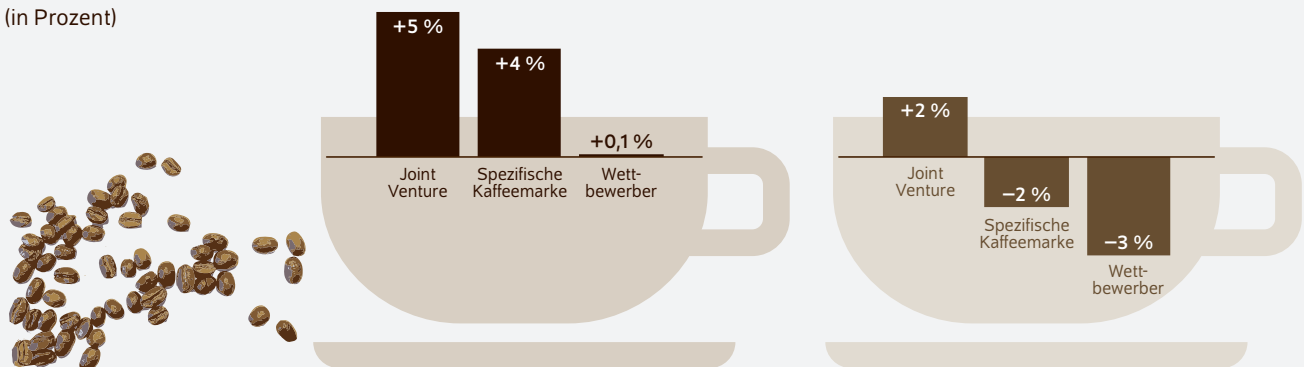
- In der Fusionskontrolle sind Auflagen ein Instrument, um wettbewerbsschädliche Effekte von Zusammenschlüssen zu verringern
- Bei Joint Venture zweier großer Kaffeehersteller erteilte Europäische Kommission 2015 die Auflage einer teilweisen Entflechtung
- In Wertschöpfungsketten, in denen Hersteller und Händler Großhandelspreise verhandeln, sind Entflechtungen nicht immer wirksam
- Joint Venture führte zwar zu höheren Verbraucherpreisen, die Entflechtung hat Preisanstiege aber gebremst
- Entflechtungen sollten aus Sicht der Verbraucher*innen zugunsten von Herstellern mit geringer Verhandlungsmacht erfolgen

Die teilweise Entflechtung hat die Preiserhöhungen durch das Joint Venture stark reduziert

Simulierte Preisänderungen bei einem Joint Venture (in Prozent)

Ohne Entflechtung (Spezifische Kaffeemarke bleibt im Joint Venture)

Mit Entflechtung (Spezifische Kaffeemarke wird an Wettbewerber verkauft)



Quellen: Eigene Berechnungen.

© DIW Berlin 2024

ZITAT

„Bei der Analyse von Auflagen im Rahmen der Fusionskontrolle ist es unerlässlich, den Wettbewerb entlang der ganzen Wertschöpfungskette zu untersuchen, um geeignete Maßnahmen zu ermitteln.“

— Morgane Guignard —

MEDIATHEK



Audio-Interview mit Morgane Guignard (auf Englisch)

www.diw.de/mediathek

Fusionskontrolle muss Verhandlungsmacht in Wertschöpfungsketten beachten

Von Yann Delaprez und Morgane Guignard

ABSTRACT

Im Rahmen der Wettbewerbspolitik spielt neben dem Kartellverbot und der Missbrauchsaufsicht die Fusionskontrolle eine zentrale Rolle. Fusionen zwischen großen Herstellern beeinflussen typischerweise den Wettbewerb und müssen daher von den Wettbewerbsbehörden genehmigt werden. Dabei sind Entflechtungen, bei denen die fusionierenden Unternehmen Unternehmensbeteiligungen oder Marken abgeben müssen, eine häufige Auflage. In diesem Bericht wird untersucht, wie wirksam Entflechtungen für die Verbraucherpreise sind, wenn Verhandlungen zwischen Herstellern und Einzelhändlern eine wichtige Rolle spielen. Betrachtet wird ein Joint Venture zwischen DEMB und Mondelez (zwei großen Kaffeeherstellern), das von der Europäischen Kommission im Mai 2015 unter der Auflage einer teilweisen Entflechtung genehmigt wurde. Dabei mussten die Unternehmen eine ihrer Marken an einen konkurrierenden Hersteller verkaufen. Simulationen zeigen, dass die Entflechtung tatsächlich dazu beitrug, die negativen Auswirkungen des Joint Ventures für die Verbraucher*innen zu verringern. Aus Sicht der Verbraucher*innen sollten Entflechtungen zugunsten von Herstellern mit geringer Verhandlungsmacht erfolgen.

In Märkten mit wenigen Teilnehmern hat die Fusionskontrolle als wettbewerbspolitisches Instrument eine große Bedeutung. Nicht nur, weil durch sie eine weitere Verringerung des Wettbewerbs verhindert werden kann, sondern auch weil Auflagen, etwa zu Entflechtungen, einen aktiven Eingriff in den Markt erlauben.

Dies gilt auch im Lebensmittelbereich, in dem die Konzentration entlang der Wertschöpfungskette in den vergangenen Jahren stark zugenommen hat. Im Einzelhandel kam es zu einer erheblichen Konzentration, die durch Fusionswellen¹, die Bildung von Einkaufsallianzen² und die Verbreitung von Handelsmarken³ vorangetrieben wurde. In ähnlicher Weise hat die Konzentration bei den Herstellern von Lebensmitteln zugenommen.⁴ Dies ist zum Teil auf Fusionen und Übernahmen zurückzuführen. Infolgedessen sind die meisten Märkte entlang der Wertschöpfungskette durch eine oligopolistische Marktstruktur gekennzeichnet, in der auf jeder Stufe einige wenige Unternehmen mit großen Marktanteilen tätig sind.

Veränderungen des Wettbewerbs und damit der Marktmacht auf einer Stufe der Wertschöpfungskette wirken sich auf alle Stufen in der Kette aus. So kann eine Fusion zwischen zwei Lebensmittelherstellern zu einem Anstieg ihrer Marktmacht führen, was sich in höheren Großhandelspreisen für die Einzelhändler niederschlagen kann. Das Ausmaß, in dem dies geschieht, und damit auch die Auswirkungen auf die Verbraucherpreise hängen letztlich von der Verhandlungsmacht der Einzelhändler ab.

Die Wettbewerbsbehörden sollten bei Fusionen in Wertschöpfungsketten alle betroffenen Märkte analysieren, um den Grad des Wettbewerbs entlang der Wertschöpfungskette

¹ Bhattacharya Vivek et al. (2023): Merger effects and antitrust enforcement: Evidence from US retail. NBER Working Paper 31123, 1–75 (online verfügbar, abgerufen am 22. Mai 2024). Dies gilt auch für alle anderen Online-Quellen dieses Berichts, sofern nicht anders vermerkt.

² Matthew Grennan (2013): Price discrimination and bargaining: Empirical evidence from medical devices. American Economic Review 103 (1), 145–177 (online verfügbar).

³ Claire Chambolle und Morgane Guignard (2024): Buyer Power and the Effect of Vertical Integration on Innovation. DIW Discussion Paper Nr. 2071 (online verfügbar).

⁴ Jan De Loecker et al. (2020): The rise of market power and the macroeconomic implications. The Quarterly Journal of Economics 135 (2), 561–644 (online verfügbar).

Kasten 1

DEMB/Mondelez-Joint-Venture

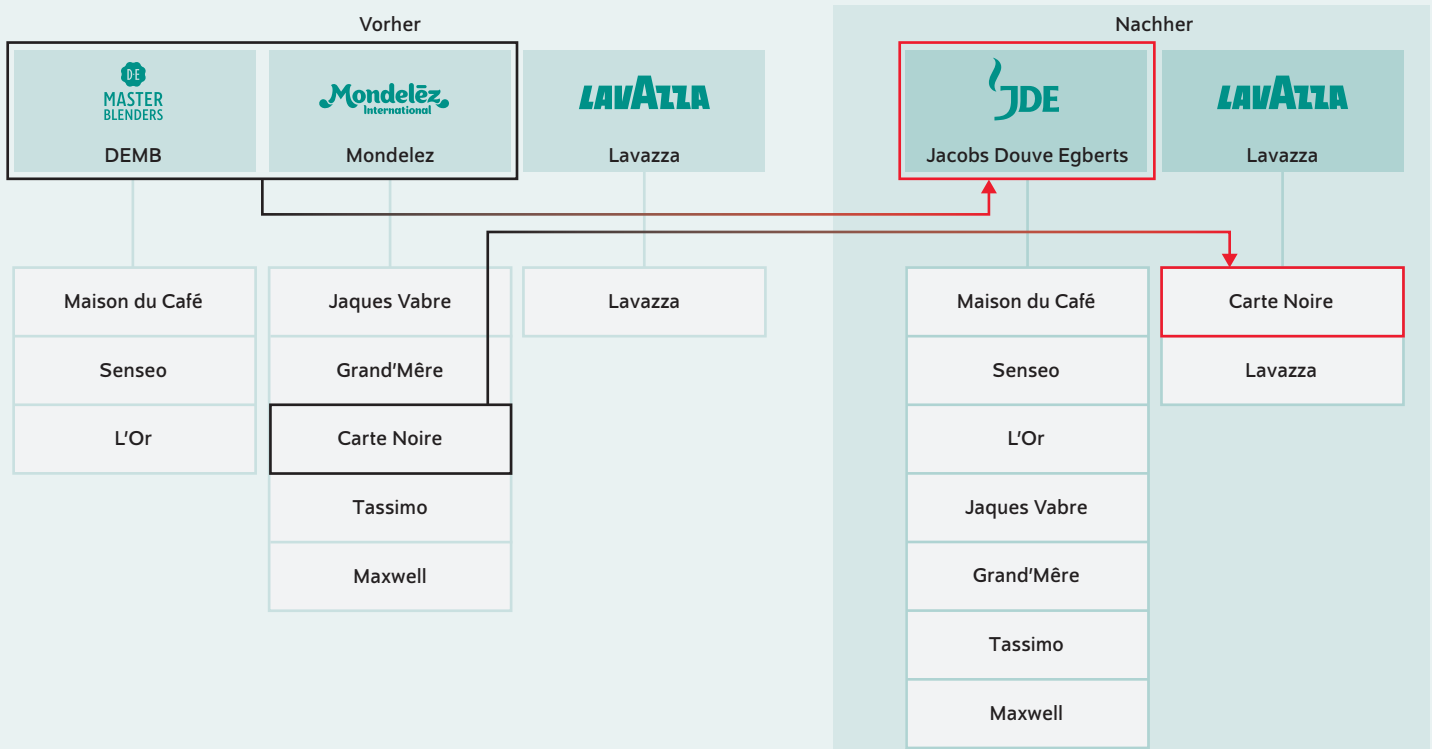
Im Mai 2014 vereinbarten das US-amerikanische Unternehmen Mondelez International Inc. („Mondelez“) und das niederländische Unternehmen DE Master Blenders 1753 („DEMB“) die Gründung eines neuen Unternehmens namens Jacobs Douwe Egberts („JDE“).¹ Es wurde erwartet, dass das Gemeinschaftsunternehmen in etwa 18 Ländern in Europa, Lateinamerika und Australien die Nummer eins oder Nummer zwei sein würde.² In Deutschland produziert DEMB führende Marken wie Senseo, und Mondelez besitzt Marken wie Jacobs. Dies ist auch in Frankreich der Fall, wo beide Unternehmen bekannte Marken wie Grand'Mère für Mondelez und L'Or für DEMB besitzen. Die Europäische Kommission betrachtete die räumlich relevanten Märkte als national und stellte fest, dass das Joint Venture Auswirkungen auf Österreich, Bulgarien, die Tschechische Republik, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Lettland, Litauen, die Niederlande, Polen, die

Slowakei, Spanien, Schweden und das Vereinigte Königreich hat. In einigen Ländern, in denen wettbewerbsrechtliche Probleme auf nationaler Ebene erwartet wurden, wie zum Beispiel in Frankreich und Dänemark, wurde das Joint Venture jedoch nur unter der Bedingung genehmigt, dass Entflechtungen vorgenommen werden. In Deutschland äußerte die Europäische Kommission Bedenken hinsichtlich des Marktes für Filtermatten. Nach einer Prüfung kam die Europäische Kommission jedoch zu dem Schluss, dass das Joint Venture den wirksamen Wettbewerb nicht erheblich behindern würde. In Frankreich stellte die Kommission hingegen fest, dass das Joint Venture wettbewerbsrechtliche Bedenken aufwerfe, da es den Wettbewerb zwischen den Marken L'Or und Carte Noire, die von den Verbraucher*innen als enge Substitute angesehen würden, ausschalten würde. Daher sei eine teilweise Entflechtung erforderlich. Die Unternehmen schlugen vor, Carte Noire an Lavazza zu veräußern, einschließlich einer Produktionsstätte in Südfrankreich. Lavazza zentralisierte alle Produktionslinien in dieser Anlage. Durch den Erwerb einer lokalen Produktionsstätte konnte Lavazza seinen Eintritt in den französischen Markt verbessern. Die Kommission genehmigte den Verkauf der Marke im Februar 2016 (Abbildung).

¹ Siehe European Commission merger case M.7292 (online verfügbar).

² Siehe JDE: Conditional Approval Received By European Commission (2) (online verfügbar). Ein Joint Venture ist eine Einheit, die von mehreren Unternehmen gebildet wird, die ihre Fähigkeiten und ihr Kapital für ein bestimmtes Projekt zusammenlegen. In diesem Bericht werden die Begriffe Fusion und Joint Venture synonym verwendet.

Abbildung

Hersteller und Marken vor und nach dem Joint Venture mit Entflechtung

Quelle: Eigene Darstellung.

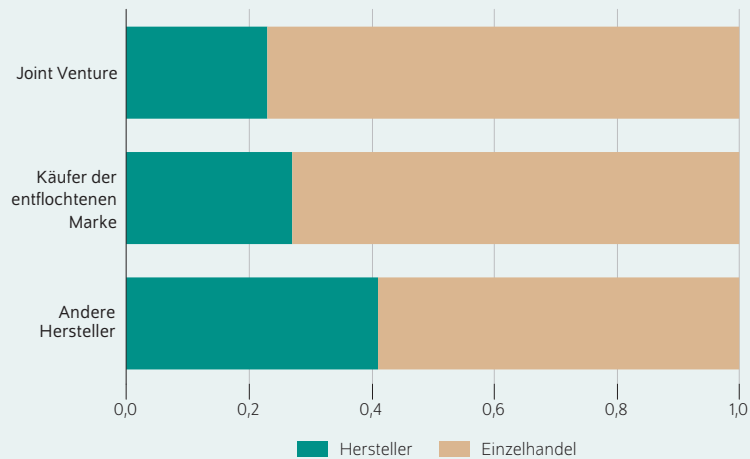
© DIW Berlin 2024

Die Kaffeemarke Carte Noire ist nach der Entflechtung eine Marke von Lavazza.

Abbildung 1

Verhandlungsmacht von Herstellern und Einzelhändlern

Werte liegen zwischen null und eins



Anmerkung: Die Werte für die Verhandlungsmacht von Herstellern und Einzelhändlern addieren sich jeweils zu eins.

Quelle: Eigene Berechnungen.

© DIW Berlin 2024

Die Hersteller haben geringere Verhandlungsmacht als die Einzelhändler.

und die wahrscheinlichen Auswirkungen von Fusionen auf die Verbraucherpreise beurteilen zu können.

In diesem Bericht werden die Auswirkungen eines Joint Ventures zwischen DEMB und Mondelēz, zwei großen Kaffeeherstellern, auf die Preise und die Verbraucher*innen auf dem französischen Kaffeemarkt analysiert (Kasten 1). Besonders Augenmerk wird auf die Bewertung der von der Europäischen Kommission auferlegten Entflechtung gelegt.⁵

Im Lebensmittelbereich dominieren wenige Einzelhändler und Kaffeehersteller den Markt

In Europa haben wenige Einzelhändler und Kaffeehersteller einen großen Marktanteil. In Deutschland zum Beispiel dominieren die großen Akteure Aldi, Edeka, REWE und die Schwarz-Gruppe den Einzelhandel im Lebensmittelbereich; in Frankreich sind es E.Leclerc, Carrefour, Les Mousquetaires (ITM) und Système U. Der gemeinsame Marktanteil der vier größten Einzelhandelsunternehmen lag im Jahr 2021 in Deutschland bei 54,6 Prozent und in Frankreich bei 68,7 Prozent, was auf eine erhebliche Marktbeherrschung durch einige wenige große Akteure hinweist.⁶ Darüber hinaus lag der gemeinsame Marktanteil der drei größten

⁵ Siehe Yann Delaprez und Morgane Guignard (2022): Upstream Mergers with Divestitures in Vertical Markets (online verfügbar). In diesem Bericht werden die Begriffe Fusion und Joint Venture synonym verwendet.

⁶ Erin Maddren (2022): The grocery retail market in Germany. Europe Market Research (online verfügbar); für Frankreich siehe Statista (online verfügbar). Ein Wert von über 50 Prozent deutet auf eine erhebliche Marktkontrolle durch die vier größten Unternehmen und einen potenziell eingeschränkten Wettbewerb hin.

Kasten 2

Nash-Verhandlungsmodell

Das Modell geht davon aus, dass bilaterale Verträge zwischen Herstellern und Einzelhändlern zu Gewinnen führen, die sich aus der Differenz der jeweiligen Gewinne mit und ohne Abschluss einer Vereinbarung ergeben. Je größer das Produktportfolio eines Herstellers ist, desto weniger profitiert er von einer Vereinbarung mit einem bestimmten Einzelhändler. Ein größeres Produktportfolio führt daher zu einer besseren Verhandlungsposition gegenüber den Einzelhändlern. Die Gewinne aus der Vereinbarung werden zwischen Herstellern und Einzelhändlern aufgeteilt. Hersteller, die einen höheren Anteil an den Gewinnen erhalten, haben gegenüber den Einzelhändlern eine größere Verhandlungsmacht. In den Simulationen wird diese Verhandlungsmacht geschätzt, wobei die Werte zwischen null (keine Verhandlungsmacht) und eins (vollständige Verhandlungsmacht) liegen können.

Kaffeehersteller in Frankreich im Jahr 2013 bei rund 58 Prozent.⁷

Auf derart konzentrierten Märkten werden Großhandelspreise in der Regel durch Verhandlungen zwischen Herstellern und Einzelhändlern festgelegt. Ein geeignetes ökonomisches Modell zur Untersuchung dieser Verhandlungen und den Auswirkungen von Fusionen auf Seiten der Hersteller ist das Nash-Verhandlungsmodell (Kasten 2).⁸ Hier spielt die Verhandlungsmacht eine entscheidende Rolle: Je größer die Verhandlungsmacht eines Herstellers gegenüber einem Einzelhändler ist, desto höhere Großhandelspreise kann er durchsetzen und desto höher werden die Verbraucherpreise sein. Liegt die Verhandlungsmacht dagegen beim Einzelhändler, werden die Großhandels- und Verbraucherpreise relativ niedrig sein.

In Frankreich haben Einzelhändler eine hohe Verhandlungsmacht

Der erste Schritt der Analyse besteht darin, die Verhandlungsmacht von Herstellern und Einzelhändlern zu schätzen. Konkret werden die Einkäufe bei den sieben führenden Einzelhandelsunternehmen Carrefour, Leclerc, ITM, Auchan, Système U, Casino und einer Gruppe von Discountern untersucht. Darüber hinaus werden die Marken der acht größten Hersteller betrachtet: DEMB, Lavazza, Legal, Malongo, Mondelez, Nestlé, Segafredo und ein Aggregat von Handelsmarken. Dieser Ansatz umfasst alle Hersteller, die in dem hier betrachteten Fusionsfall von der Europäischen Kommission in ihre Untersuchung einbezogen wurden. Die Daten für die Analyse stammen von Kantar Worldpanel

⁷ Eigene Berechnungen auf Grundlage von Kantar Worldpanel Daten.

⁸ Henrick Horn und Asher Wolinsky (1988): Bilateral monopolies and incentives for merger. The RAND Journal of Economics 19 (3), 408–419 (online verfügbar).

und beziehen sich auf die Käufe der Verbraucher*innen in Frankreich von 2013 bis 2017.

Die Hersteller auf dem französischen Kaffeemarkt stehen mächtigen Einzelhändlern gegenüber (Abbildung 1). Das Joint Venture hat im Vergleich zu den anderen Herstellern die schwächste Verhandlungsmacht. Der Käufer der veräußerten Marke hat ebenfalls eine schwache Verhandlungsmacht. Der negative Effekt – der Anstieg der Großhandelspreise, der durch die Fusion zwischen Herstellern auf dem vorgelagerten Markt entsteht – wird damit nicht vollständig an die Endverbraucher*innen weitergegeben.

Die Schätzungen ermöglichen auch, die mit der Fusion und der Entflechtung verbundenen Kosteneinsparungen zu quantifizieren. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Gesamtkosten im Zusammenhang mit den anderen Produkten von Lavazza gesunken sind. Die Entflechtung umfasste nämlich auch die Produktionsstätte von Mondelez in Südfrankreich, in der Lavazza alle Produktionslinien für die Marke Carte Noire zusammengefasst hat. Der Erwerb der französischen Produktionsstätte ermöglichte es Lavazza zudem, seine eigene Marke in der französischen Anlage zu produzieren. Dies erleichterte den Zugang zum französischen Markt und ermöglichte eine effizientere Produktion.

Ohne Entflechtung hätte das Joint Venture zu höheren Verbraucherpreisen geführt

Um die Auswirkungen des Joint Venture und der Entflechtung auf die Verbraucherpreise zu messen, muss ermittelt werden, wie hoch die Preise ohne die Fusion und die Veräußerung gewesen wären. Der Datensatz erlaubt jedoch nur, die tatsächlichen Preise nach der Fusion und der Entflechtung zu beobachten. Mit Hilfe des Modells können aber kontrafaktische Preise simuliert werden, um die aus der Fusion und der Entflechtung resultierenden Preisänderungen zu berechnen. Die Verhandlungsmacht innerhalb der auf dem französischen Kaffeemarkt bestehenden Beziehungen wird dabei explizit berücksichtigt. Simuliert werden zwei Szenarien:

Szenario 1: Die Fusion findet nicht statt.

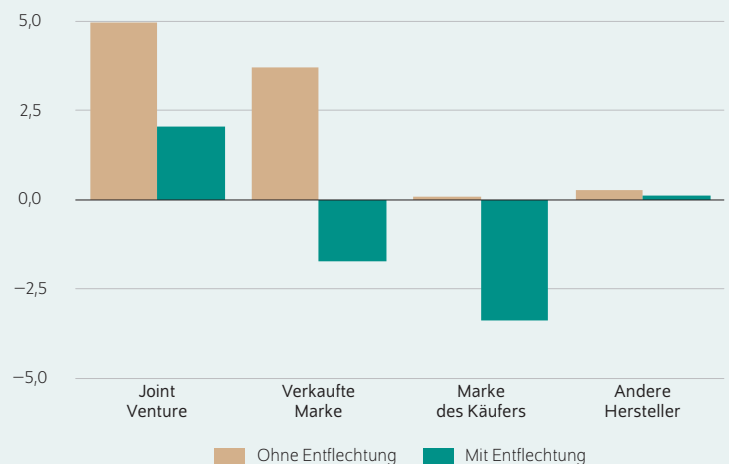
Szenario 2: Die Fusion findet ohne Entflechtung statt.

Der Vergleich zwischen den simulierten Preisen von Szenario 1 und den beobachteten Preisen misst den kombinierten Preiseffekt von Fusion und Entflechtung. Der Vergleich zwischen den simulierten Preisen von Szenario 1 und Szenario 2 misst die Preisauswirkungen der Fusion ohne Entflechtung. Darüber hinaus ermöglicht das Modell, die Veränderungen im Nutzen der Verbraucher*innen als Reaktion auf die kontrafaktischen Preise zu schätzen.

Die Fusion hätte ohne die Entflechtung zu Preiserhöhungen von rund fünf Prozent geführt, was einem Anstieg von rund 1,14 Euro pro Kilogramm Kaffee entspricht (Abbildung 2). Die Preisänderungen, die sich mit der von der Europäischen Kommission auferlegten Entflechtung ergeben, sind

Abbildung 2

Simulierte Preisänderungen bei dem Joint Venture mit und ohne Entflechtung In Prozent



Quelle: Eigene Berechnungen.

© DIW Berlin 2024

Die Entflechtung des Joint Ventures führt beim Käufer trotz der Fusion zu Preisreduktionen.

geringer und führen zu einem Preisanstieg von etwa zwei Prozent, was einem Anstieg von etwa 0,46 Euro pro Kilogramm entspricht. Darüber hinaus führte die Entflechtung zu Kosteneinsparungen bei dem Käufer, die einen weiteren Preisrückgang von etwa 1,72 Prozent beziehungsweise etwa 0,22 Euro pro Kilogramm zur Folge hatte (Abbildung 2).

Die mit Entflechtung genehmigte Fusion führte insgesamt zu einer Verringerung des Nutzens von etwa 132 000 Euro für die in der Stichprobe enthaltenen Verbraucher*innen (Tabelle).⁹

Hätte die Europäische Kommission die Fusion ohne Auflagen zur Entflechtung genehmigt, wäre die Verringerung des Nutzens höher ausgefallen und hätte ihn für die in der Stichprobe enthaltenen Verbraucher*innen um etwa 483 000 Euro reduziert (Tabelle).

Die Ergebnisse stützen die Entscheidung der Europäischen Kommission, die Entflechtung zu verlangen. Allerdings hat die Entflechtung weder die negativen Auswirkungen auf die Verbraucher*innen vollständig verhindert noch den Wettbewerb wiederhergestellt.

⁹ Die Berechnung der Nutzenveränderung basiert auf einem Discret-Choice-Modell; siehe Kenneth Train (2009): Discrete Choice Methods with Simulation, Cambridge.

Tabelle

Veränderung des Nutzens in verschiedenen Szenarien

	Simulationen		
	Aktueller Käufer	Ohne Entflechtung	Entflechtung zugunsten eines anderen Herstellers
Nutzen in Euro	-132 000	-483 000	-149 000
Verhandlungsmacht der Hersteller	0,27		0,41
Marktanteile vor der Fusion in Prozent	1,83		1,57

Anmerkung: Die durchschnittliche Zahl von Verbraucher*innen in der Stichprobe beträgt 9 300 pro Monat.

Quelle: Eigene Berechnungen.

© DIW Berlin 2024

Berücksichtigung der Verhandlungsmacht bei der Durchführung von Entflechtungen wichtig

Um die Bedeutung von Verhandlungsmacht innerhalb von Wertschöpfungsketten bei Fusionen und Entflechtungen zu untersuchen, wird ein Szenario analysiert, bei dem die veräußerte Marke an einen anderen Hersteller übertragen wird. Dieses hypothetische Szenario ist für die Wettbewerbspolitik insofern wichtig, als der alternative Hersteller einen geringeren Marktanteil (im Durchschnitt 1,57 Prozent im Vergleich zu 1,83 Prozent) aber eine höhere Verhandlungsmacht (0,41 gegenüber 0,27) hat (Tabelle). Aufgrund des geringeren Marktanteils wäre der konkurrierende Hersteller eine auf den ersten Blick bessere Alternative für die Wettbewerbsbehörden gewesen – sofern man die Verhandlungsmacht außer Acht lässt. Wäre die veräußerte Marke vom alternativen Hersteller gekauft worden, wären die negativen Auswirkungen auf die Verbraucher*innen mit einem Gesamttrückgang des Nutzens von etwa 149 000 Euro für die in der Stichprobe enthaltenen Verbraucher*innen höher als bei dem aktuellen Verkauf gewesen (Tabelle).

Generell zeigen die Ergebnisse, dass die tatsächliche Entflechtung zu den geringsten Veränderungen der Konsumentenrente geführt hat.

Fazit: Verhandlungsmacht bei Fusionen und Auflagen berücksichtigen

In Wertschöpfungsketten, in denen Verhandlungen ein wesentliches Merkmal des Marktes sind, können Auflagen bei Fusionen nur in geringerem Umfang wirksam sein. Wenn die Wettbewerbsbehörden das inhärente Ungleichgewicht der Verhandlungsmacht zwischen Herstellern und Einzelhändlern bei der Durchsetzung von Entflechtungen ignorieren, werden sie wahrscheinlich eine Politik verfolgen, die den Wettbewerb auf dem Markt nicht wiederherstellt.

Der Hauptgrund ist, dass es keine direkte Beziehung zwischen Marktanteil und Verhandlungsmacht gibt. In der Verhandlungsliteratur werden mehrere potenzielle Determinanten der Verhandlungsmacht genannt. Eine höhere Verhandlungsmacht kann beispielsweise aus einem überlegenen Markensortiment, der Bereitschaft der Unternehmen, geduldig zu verhandeln, oder einer höheren Verhandlungskompetenz resultieren. Die Wettbewerbsbehörden können die Verhandlungsmacht nicht allein aus den Marktanteilen ableiten, da ein kleiner Abnehmer durchaus eine große Verhandlungsmacht haben kann. Daher ist eine präzise Schätzung der Verhandlungsmacht von entscheidender Bedeutung für die genaue Gestaltung wettbewerbspolitischer Eingriffe.

In Deutschland trat im November 2023 die 11. GWB-Novelle in Kraft.¹⁰ Ein wichtiger Aspekt dieser Novelle ist die Einführung eines neuen Instrumentes zur Marktuntersuchung, das ein Eingreifen auf Märkten ermöglicht, auf denen es zu erheblichen und dauerhaften Wettbewerbsverzerrungen kommt, ohne dass ein Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht nachgewiesen ist.¹¹ Damit könnte sich auch die Anzahl der Entflechtungen auf bestimmten Märkten erhöhen. In diesem Bericht wird argumentiert, dass Verhandlungsmacht ein Schlüsselfaktor bei Fusionen in Wertschöpfungsketten ist, der bei wettbewerbspolitischen Eingriffen berücksichtigt werden muss.

¹⁰ Bundeskartellamt (2023): Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (11. GWB-Novelle).

¹¹ Siehe Tabea Bauermeister (2023): New Provisions in German Competition Law: New Competition Tool, Provisions Accompanying the DMA and a Presumption of Benefits (online verfügbar).

Yann Delaprez ist Post-Doktorand an der Universität LUISS in Rom und Fellow des Berlin Centre for Consumer Policies (BCCP) im DIW Berlin | ydelaprez@luiss.it

Morgane Guignard ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der Abteilung Unternehmen und Märkte im DIW Berlin | mguignard@diw.de

JEL: D12, L11, L51, L40

Keywords: Bargaining Power, Merger, Competition Authority, Consumer Surplus

This report is also available in an English version as DIW Weekly Report 22+23/2024:

www.diw.de/diw_weekly



INTERVIEW



„In der Fusionskontrolle Verhandlungsmacht von Unternehmen beachten“

Morgane Guignard, Wissenschaftliche Mitarbeiterin
in der Abteilung Unternehmen und Märkte am
DIW Berlin

1. **Frau Guignard, Fusionen von Firmen können den Wettbewerb verzerren und zum Nachteil der Konsumenten sein. Sie haben sich mit Fusionen im Bereich der Lebensmittelversorgung beschäftigt. Was ist das Besondere an diesem Markt?** Der Lebensmittelmarkt ist durch eine vertikale Struktur gekennzeichnet, bei der die Hersteller mit den Einzelhändlern Großhandelspreise aushandeln. Die Einzelhändler konkurrieren dann mit ihren Endpreisen um die Verbraucher*innen. Diese Art von Markt ist insofern besonders, als jede Veränderung des Wettbewerbs oder jeder Schock auf einer Ebene der Wertschöpfungskette die gesamte vertikale Struktur beeinflussen kann.
2. **2015 genehmigte die Europäische Kommission ein Joint-Venture zwischen den zwei großen Kaffeeherstellern D.E. Master Blenders und Mondelez International. Warum hat die EU die geplante Fusion nicht blockiert und was hat sie von den fusionierenden Unternehmen verlangt?** Die Kommission hat den geplanten Zusammenschluss nicht blockiert, weil die Wettbewerbsprobleme, die sich aus diesem Zusammenschluss ergeben könnten in einigen nationalen Märkten, wie zum Beispiel in Deutschland, nicht erheblich waren. Aber die Kommission stellte aber auch fest, dass der Zusammenschluss in anderen Ländern, wie zum Beispiel in Frankreich, wettbewerbsrechtliche Bedenken aufwerfen und zu höheren Preisen führen konnte. Daraufhin wurde vorgeschlagen, dass die fusionierenden Unternehmen bestimmte Marken an einen Wettbewerber verkaufen müssen, um wettbewerbschädliche Effekte zu vermeiden.
3. **Warum reduziert der Verkauf einer Marke die negativen Effekte einer Fusion?** Das Ziel dabei ist, die Marktkonzentration zu verringern. Ein solcher Verkauf wird wahrscheinlich zwei wettbewerbsfördernde Auswirkungen haben. Die erste bezieht sich auf den Preis der Marken, die den fusionierenden Unternehmen gehören. Der Verkauf verringert die Anzahl der Marken im Portfolio der fusionierenden Unternehmen und begrenzt damit deren erwartete

Preiserhöhungen. Die zweite wettbewerbsfördernde Wirkung bezieht sich auf den Preis der verkauften Marke. Häufig führt die Übertragung einer Marke von fusionierenden Unternehmen mit großen Markenportfolios an Unternehmen mit kleineren Markenportfolios zu einem Preiserückgang der veräußerten Marken.

4. **Welche Rolle spielt die Verhandlungsmacht eines Käufers in diesem speziellen Markt?** Die Verhandlungsmacht eines Käufers spielt auf vertikal verbundenen Märkten eine wichtige Rolle. Wir zeigen in diesem Bericht, dass ein Käufer mit einem geringen Marktanteil und hoher Verhandlungsmacht den Markt stärker verzerren kann als ein Käufer mit hohem Marktanteil und geringer Verhandlungsmacht. Das bedeutet, dass wettbewerbspolitische Entscheidungen, die allein auf der Analyse der Marktanteile möglicher Käufer beruhen, nicht ausreichen, um Rückschlüsse auf den am besten geeigneten Käufer zu ziehen.
5. **Inwieweit sollte die Fusionskontrolle die Verhandlungsmacht der Käufer berücksichtigen?** Die Kommission berücksichtigt bei der Bewertung einer Fusion zwar die Nachfragemacht, das heißt, den von den Käufern ausgeübten Wettbewerbsdruck. Dieser wird jedoch nicht immer umfassend quantifiziert. Zudem wird Verhandlungsmacht außer Acht gelassen. Bei der Analyse von Abhilfemaßnahmen im Rahmen von Fusionen ist es jedoch unerlässlich, die gesamte vertikale Marktstruktur genau zu modellieren, um geeignete Käufer für die veräußerten Marken zu ermitteln. Wenn die Wettbewerbsbehörden die asymmetrische Verhandlungsmacht zwischen Herstellern und Einzelhändlern ignorieren, besteht die Gefahr, dass wettbewerbspolitische Eingriffe unwirksam bleiben.

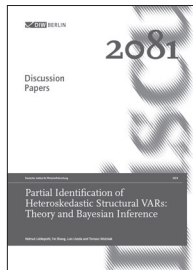
Das Gespräch führte Erich Wittenberg.



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf
www.diw.de/interview

Discussion Papers Nr. 2081

2024 | Helmut Lütkepohl, Fei Shang, Luis Uzeda, Tomasz Woźniak



Partial Identification of Heteroskedastic Structural VARs: Theory and Bayesian Inference

We consider structural vector autoregressions identified through stochastic volatility. Our focus is on whether a particular structural shock is identified by heteroskedasticity without the need to impose any sign or exclusion restrictions. Three contributions emerge from our exercise: (i) a set of conditions under which the matrix containing structural parameters is partially or globally unique; (ii) a statistical procedure to assess the validity of the conditions mentioned above; and (iii) a shrinkage prior distribution for conditional variances centred on a hypothesis of homoskedasticity. Such a prior ensures that the evidence for

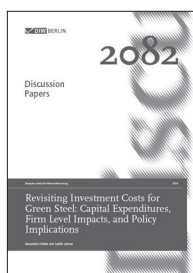
identifying a structural shock comes only from the data and is not favoured by the prior. We illustrate our new methods using a U.S. fiscal structural model.

www.diw.de/publikationen/diskussionspapiere



Discussion Papers Nr. 2082

2024 | Alexandra Hüttel, Judith Lehner



Revisiting Investment Costs for Green Steel: Capital Expenditures, Firm Level Impacts, and Policy Implications

The transition of the steel sector to carbon neutrality requires significant investment. In this study, we aim to better understand the scale of investment required for a transition to hydrogen-based steelmaking and the ability of listed steelmakers to finance this investment. First, we analyze how capital expenditures are estimated in the academic literature and compare them with reported investment costs of green steel projects. Second, we focus on how a targeted transition to carbon neutrality would affect the balance sheet and leverage of listed steelmakers operating in the EU-27 and compare the required invest-

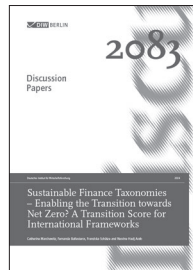
ments with the companies' past capital expenditures. The study concludes that capital expenditure may be underestimated in the academic literature and derives recommendations for referencing and contextualizing capital expenditure estimates. Based on the identified impacts at the company level, we conclude with a discussion of the capabilities of listed steel producers to achieve carbon-neutral production, also from an industrial policy perspective.

www.diw.de/publikationen/diskussionspapiere



Discussion Papers Nr. 2083

2024 | Catherine Marchewitz, Fernanda Ballesteros, Franziska Schütze, Nesrine Hadj Arab



Sustainable Finance Taxonomies – Enabling the Transition towards Net Zero? A Transition Score for International Frameworks

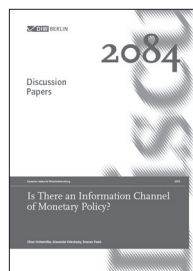
A plethora of sustainable finance taxonomies are emerging worldwide to support shifting trillions for climate action. Employing a qualitative research approach, we use document analysis to assess 26 sustainable finance taxonomy frameworks worldwide that are in the developing phase or have been published and/or adopted. Based on literature and data we build a transition score (TS) to evaluate the framework's contribution to transition to climate neutrality. We find that only few taxonomies meet most of our criteria for supporting the transition to carbon neutrality, although they are well embedded in environmental policy goals and cover the most important sectors in terms of emissions. The screening approach for economic activities is often not dynamic or aligned with a clear path to climate neutrality and the frameworks target often only specific financial products or a limited group of market participants. Most sustainable finance taxonomies do not carry disclosure and reporting obligations.

www.diw.de/publikationen/diskussionspapiere



Discussion Papers Nr. 2084

2024 | Oliver Holtemöller, Alexander Kriwoluzky, Boreum Kwak



Is There an Information Channel of Monetary Policy?

Exploiting the heteroscedasticity of the changes in short-term and long-term interest rates and exchange rates around the FOMC announcement, we identify three structural monetary policy shocks. We eliminate the predictable part of the shocks and study their effects on financial variables and macro variables. The first shock resembles a conventional monetary policy shock, and the second resembles an unconventional monetary shock. The third shock leads to an increase in interest rates, stock prices, industrial production, consumer prices, and commodity prices. At the same time, the excess bond premium and uncertainty decrease, and the U.S. dollar depreciates. Therefore, this third shock combines all the characteristics of a central bank information shock.

www.diw.de/publikationen/diskussionspapiere





CLAUDIA KEMFERT

EU Green Deal muss fortgeführt und intensiviert werden

Claudia Kemfert ist Leiterin der Abteilung Energie, Verkehr, Umwelt im DIW Berlin. Der Kommentar gibt die Meinung der Autorin wieder.

Es kommt einem vor, als wäre es ewig her, dass im Dezember 2019 die neue Europäische Kommission die Amtsgeschäfte übernahm. Die neue Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen verbreitete Aufbruchstimmung und stellte gleich zu Beginn einen Vorschlag für einen European Green Deal vor, den sie als „Europas Mann-auf-dem-Mond-Moment“ bezeichnete. Doch seitdem ist die Welt eine andere geworden. Nur wenige Wochen nach der Vorstellung des Green Deal brach die Corona-Pandemie aus, im Februar 2022 startete Russland den Angriffskrieg in der Ukraine. Es stiegen die Preise für fossile Energien, mit ihnen die Inflation und die volkswirtschaftlichen Kosten. Es rächte sich, zu lange an fossilen Energien festzuhalten, zu wenig in die Abkehr investiert und das Energiesparen sträflich vernachlässigt zu haben. Europa wurde in den letzten Jahren somit vor erhebliche Herausforderungen gestellt. Und nun wird ein neues EU-Parlament gewählt.

In ihrem Klimazielplan (Climate Target Plan) hat die Europäische Kommission ein Klimaziel für 2030 von 55 Prozent gegenüber 1990 verabschiedet. In diesem sogenannten „Fit for 55“-Programm der EU wurden zahlreiche Gesetzesvorhaben geschärft, die notwendig sind, um die Emissionsminderungsziele zu erreichen. Rund drei Viertel aller europäischen CO₂-Emissionen sollen künftig in den Emissionshandel einbezogen werden und ab 2027 auch die aus Wärme und Verkehr. Schifffahrt und Luftverkehr sollen klimafreundlicher werden, die Energieeffizienz und der Anteil Erneuerbarer Energien am Bruttostromverbrauch europaweit möglichst auf 45 Prozent steigen. Ziel dieses Klimapakts ist es vor allem, die europäische Wirtschaft so umzubauen, dass im Jahr 2050 keine Netto-Treibhausgasemissionen mehr freigesetzt werden und das Wirtschaftswachstum von der Ressourcennutzung abgekoppelt ist. Damit ist der Green Deal ein umfassendes Programm für eine nachhaltige Transformation des Wirtschaftens und kann uns in der jetzigen Krise helfen, fossile Abhängigkeiten – vor allem von Russland – schnell zu lösen.

Allerdings ist erkennbar, dass es gravierende Kräfte gibt, die die Klimaschutzziele behindern, wenn nicht sogar stoppen

wollen. So entstehen erhebliche Unsicherheiten, die sich negativ wirtschaftlich auswirken werden. Intensive Desinformationskampagnen haben zum Ziel, notwendige Maßnahmen in weiteren Klima-, Natur- und Umweltschutz zu torpedieren. So ist es bei fast allen wichtigen Gesetzen zum Green New Deal zu beobachten, wie zuletzt exemplarisch beim Nature Restoration Law. Das Erstarken der Rechten ist auch ein Resultat der politischen Verunsicherung durch Desinformation und der sozialen Spaltung. Dies ist ebenso eine Ambition des fossilen Energiekriegs. Demokratien sollen geschwächt werden durch gezielte Desinformationen, die Energiewende und Klimaschutz sollen aufgehalten werden. Die Klimaziele drohen somit im Zuge der jetzt anstehenden Europawahlen leider wohl eher in Frage gestellt als unterstützt zu werden.

Doch auch wenn die Welt eine andere und der Kampf härter geworden ist, der europäische Green Deal ist und muss der Ausweg sein. Es ist elementar, dass dieser weiterhin unterstützt und umgesetzt wird. Wir brauchen Kontinuität. Die vergangene Amtszeit war eine wichtige, die im Zuge des Green Deals entscheidende Wege für Klimaschutz geebnet hat. Von jetzt an droht es schwieriger und rückwärtsgewandter zu werden. Daher ist es umso wichtiger, trotz Verunsicherung und Rückschlägen die Maßnahmen und Schritte für mehr Klimaschutz weiterhin fortzuführen. Fatal wäre es, Anstrengungen für eine schnelle Abkehr von fossilen Energien aufzugeben oder wieder einmal zu verschieben, wie es oft in vergangenen Krisen der Fall war.

Wir brauchen eine Fortführung und Intensivierung des EU Green Deals, insbesondere auch um wirtschaftliche Risiken zu vermeiden und Planungssicherheit für die Wirtschaft und Gesellschaft zu schaffen und beizubehalten. Es darf nicht wieder heißen „jetzt erst einmal nicht“, sondern es muss heißen: „jetzt erst recht“. Kein Klimaschutz ist der Weg in die Krise. Klimaschutz ist der Weg aus der Krise.

Der Beitrag ist im Mai im Audit Committee Quarterly zur Europawahl erschienen.