



CCR - Competition Competence Report

EU Leitlinie zur Schadensabwälzung

Im August 2019 veröffentlichte die Europäische Kommission Leitlinien für die Schätzung der Abwälzung von Preisaufschlägen auf mittelbare Abnehmer.¹⁾ Die Schadensabwälzung kann zwei Ausprägungen aufweisen:

- Ein Rechtsverletzer macht die Abwälzung von Preisaufschlägen als Einwendung gegen Schadensersatzansprüche geltend. Dieses Szenario wird „Schild“ genannt.
- Ein mittelbarer Abnehmer beruft sich bei Schadensersatzklagen darauf, dass die unmittelbaren Abnehmer der Rechtsverletzer die Preisaufschläge (teilweise) auf sie abgewälzt haben. In einem solchen Szenario wird die Schadensabwälzung als „Schwert“ verstanden.

Ziel der Leitlinie ist es, für diese beiden Szenarien die wirtschaftlichen Grundsätze und Methoden anhand verschiedener Beispiele darzulegen. Diese Aspekte und zwei praktische Beispiele werden im Folgenden präsentiert.

WIRTSCHAFTSTHEORIE ZUR SCHADENSABWÄLZUNG

Ein kartellbedingter Preisaufschlag erhöht die Inputkosten der Abnehmer. Bei Kostensteigerungen reagieren Unternehmen gegebenenfalls mit Preiserhöhungen. Preissteigerungen führen jedoch zu Absatzrückgängen. Unternehmen erhöhen Preise daher nur dann, wenn sie dadurch Gewinnsteigerungen erzielen würden. Der Effekt einer möglichen Schadensabwälzung hängt daher von dem Spannungsfeld zwischen gesteigertem Gewinn aufgrund höherer Preise und geringerem Gewinn aufgrund verringerter Absätze ab. In der Wirtschaftstheorie bestimmen eine Reihe von Faktoren dieses Spannungsfeld. Besonders herausfordernd ist, dass diese Faktoren gleichzeitig wirken. Erfolgt die Abwälzung über mehrere Vertriebsstufen hinweg, ist eine solche Beurteilung noch komplexer, da jede Stufe verschiedenen Wettbewerbskräften ausgesetzt ist.

- Inputkosten und deren Auswirkung auf Preisentscheidungen

- 1) Europäische Kommission (2019/C 267/07), Leitlinien für die nationalen Gerichte zur Schätzung des Teils des auf den mittelbaren Abnehmer abgewälzten Preisaufschlags
- 2) Europäische Kommission (2013/C 167/07) Mitteilung der Kommission zur Ermittlung des Schadensumfangs bei Schadensersatzklagen
- 3) D.h. die Kostenzunahme, die beim Kauf einer zusätzlichen Einheit anfällt
- 4) In jedem Markt wird die Nachfrage als die Menge des Gutes oder der Dienstleistung bezeichnet, die Käufer auf diesem Markt zu einem gegebenen Preisniveau kaufen würden.
- 5) Wenn beispielsweise eine Preiserhöhung um EUR 1 mit einer signifikanten Verringerung der Abnahmemenge einhergeht, ist die Nachfrage preissensitiver als wenn die Reduktion der Abnahmemenge für den gleichen Preisanstieg von EUR 1 weniger bedeutend ist.

Die Kostenstruktur der Abnehmer ist einer der zu untersuchenden Faktoren. In traditionellen Märkten bestimmen variable Kosten/Grenzkosten³⁾ die kurzfristige Preisbildung, während Fixkosten die langfristigen strategischen Entscheidungen eines Unternehmens determinieren. Wenn der Preisaufschlag die variablen Kosten des unmittelbaren Abnehmers beeinflusst, ist die Wahrscheinlichkeit in der Regel größer, dass er, zumindest teilweise, abgewälzt wird.

Wie stark ein unmittelbarer Abnehmer seine eigenen Preise aufgrund von Preisaufschlägen erhöht, hängt jedoch davon ab, ob sich eine solche Preisänderung stark auf die Nachfrage auswirkt oder nicht. Ein Unternehmen passt seine Preise nämlich nur dann an, wenn es dadurch eine Gewinnsteigerung erzielt.

- Nachfragemerkmale und ihr Zusammenhang mit den Preisen

Um die Schadensabwälzung zu beurteilen, ist daher die Beziehung zwischen Nachfrage⁴⁾ und dem Preisniveau wichtig. Die ökonomische Theorie in traditionellen Märkten suggeriert, dass je höher das Preisniveau, desto niedriger die Gesamtmenge der Waren ist, die die Abnehmer bereit sind zu kaufen. Wie stark der Preis und die Nachfrage miteinander in Beziehung stehen, hängt von der Preissensibilität der Nachfrage ab.⁵⁾

CCR - Competition Competence Report

Die Preissensibilität⁶⁾ bestimmt den Rückgang der Nachfrage infolge einer Preissteigerung und wirkt sich daher unmittelbar auf den Umfang des Mengeneffekts aus. Die Änderung der Preissensibilität in Bezug auf das Preisniveau wird als Krümmung der Nachfragekurve bezeichnet.⁷⁾ Verschiedene Formen der Kurve beeinträchtigen die Schadensabwälzung.

- Verschiedene Formen von Nachfragekurven

Eine standardmäßige Nachfragekurve ist eine abfallende umgekehrte Nachfragekurve. Ist die Nachfragekurve linear, liegt keine Krümmung vor und die Steigung ist konstant. Bei der konvexen Nachfrage nimmt die Sensibilität der Nachfrage gegenüber Preisänderungen mit steigendem Preis ab (Beispiel: Nachfrage für Trinkwasser in der Wüste). Bei der konkaven Nachfragekurve erhöht sich mit steigenden Preisen auch die Sensibilität der Nachfrage gegenüber Preisänderungen (Beispiel: Produktsubstitute sind verfügbar). Die Krümmung der Nachfragekurve wirkt sich auf die Abwälzung von Preisaufschlägen aus. Bei einem gegebenen Grad des Wettbewerbs verstärkt sich die Abwälzung eines branchenweiten Preisaufschlags mit steigender Konvexität der Nachfragekurve. Ist die Nachfragekurve ausreichend konvex, kann der Grad der Schadensabwälzung über 100 Prozent betragen.

- Wettbewerbsintensität

In der wissenschaftlichen Literatur werden meist zwei Extremfälle diskutiert: (1) Unternehmen sind auf ihrer Vertriebsstufe Monopolist und setzen Monopolpreise oder (2) Unternehmen sind Preisnehmer, da vollkommener Wettbewerb vorliegt. Sie können die Marktpreise, die auf dem Niveau oder sehr nahe an den Grenzkosten der Produktion liegen, nicht beeinflussen. Diese zwei Lehrbuchbeispiele strukturieren lediglich unsere Gedanken. In der Realität liegt zwischen diesen beiden Extremfällen ein breites Spektrum an realen Zwischenszenarien. Um diese Zwischenszenarien beurteilen zu können, sind Marktstrukturanalysen (MSA) notwendig, bevor eine Beurteilung der Schadensabwälzung erfolgen kann.

- Preisentscheidungen

Die tatsächlichen Preisentscheidungen von Unternehmen entsprechen oftmals nicht den theoretischen Überlegungen. Unternehmen können beispielsweise eine Vielzahl von Produkten verkaufen, wie im Lebensmitteleinzelhandel. Auf solchen Märkten sind Waren über die Nachfrage nach ihnen miteinander verknüpft, zum Beispiel, wenn ein Einzelhändler konkurrierende Marken zahlreicher Warenkategorien verkauft. Mögliche Rückkopplungseffekte müssen in der Abwälzungsanalyse berücksichtigt werden. Ein weiteres Beispiel ist die Existenz der sogenannten „psychologischen Preisgestaltung“ (z.B. Preise iHv € 99). Ein direkter Käufer könnte sich dafür entscheiden, den Preisaufschlag nicht abzuwälzen, da das Übergehen eines wichtigen psychologischen Preisdatenpunktes zu einem erheblichen Rückgang der Nachfrage führen würde.

- Branchenweite und unternehmensspezifische Preisaufschläge

Ist nur ein Abnehmer betroffen, d.h. ist der Preisaufschlag unternehmensspezifisch, sind die Auswirkungen der Schadensabwälzung möglicherweise eher begrenzt. Im umgekehrten Fall, wenn alle

- 6) Die Preiselastizität der Nachfrage gibt an, um wie viel Prozent sich die Nachfragemenge bei einer Preissteigerung um ein Prozent ändert.
- 7) Die Krümmung der Nachfragekurve gibt an, wie stark die Reaktion der Nachfrage auf Preisänderungen variiert, sobald es Änderungen bei den Preisen oder bei der Produktion gibt.

CCR - Competition Competence Report

Unternehmen auf einem Markt von einem Kartell/ Preisaufschlag betroffen sind, entstehen bei allen Unternehmen höhere Inputkosten.

Quantifizierungsmethoden

Eine Prüfung der Schadensabwälzung umfasst drei Komponenten des Schadens: den Preisaufschlag, den durch die Schadensabwälzung verursachten Preiseffekt und den durch die Schadensabwälzung verursachten Mengeneffekt. Diese drei Komponenten können nacheinander geschätzt werden. Im ersten Schritt kann der Preisaufschlag quantifiziert bzw. geschätzt werden. Vergleichsmethoden werden hierfür am Häufigsten verwendet. Die Schätzung des Preiseffekts und des Mengeneffekts erfolgt ebenfalls über Vergleichsmethoden.

In der Praxis wird zunehmend der Marktsimulationsansatz beliebter. Bei diesem Ansatz werden die durch die Schadensabwälzung verursachten Preis- und Mengeneffekte gleichzeitig berücksichtigt. Bei einem Simulationsmodell entwickelt der Sachverständige ein Wettbewerbsmodell auf der Vertriebsstufe, auf der der Kläger tätig ist, und simuliert die Auswirkung des betreffenden Preisaufschlags auf den Gewinn des Klägers in der Kartellperiode. So kann der ökonomische Sachverständige z.B. testen, wie verschiedene Krümmungen der Nachfragekurve den Grad der Schadensabwälzung beeinflussen können. Die Anwendung von Marktsimulationsmodellen erfordert Erfahrung im Umgang mit diesen Modellen.

Praktische Beispiele zur Schadensabwälzung

Das Schild

Ein Schild ist, wenn ein Rechtsverletzer gegenüber einem Kläger die Einwendung der Schadensabwälzung geltend macht.

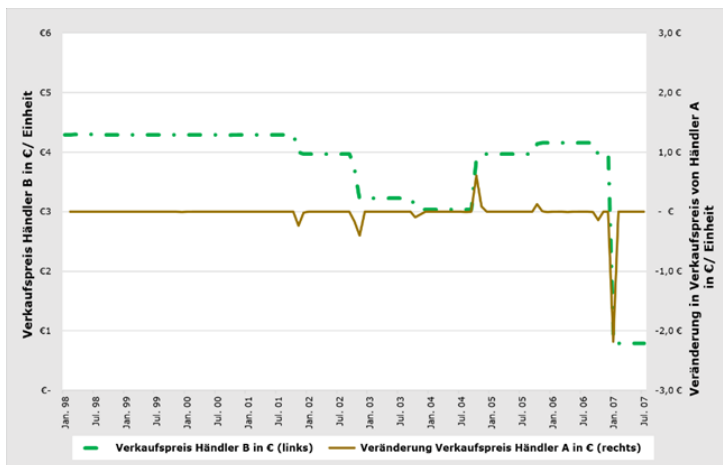
Wie oben ausgeführt, kann eine Reihe von Faktoren gleichzeitig das Ergebnis eines Abwälzungsszenarios beeinflussen. Deshalb könnte theoretisch eine Schätzung der tatsächlichen Schadensabwälzung gemäß den ökonomischen Theorien und Quantifizierungsmethoden zu einer anspruchsvollen Aufgabe werden.

Manchmal hilft aber auch der gesunde Menschenverstand. Ein Sachverständiger kann beispielsweise eine potenzielle Schadensabwälzung erforschen, indem er quantitative Daten ohne die Verwendung einer Regressionsanalyse bewertet und gleichzeitig qualitative Belege über den betreffenden Markt berücksichtigt.

Mit diesem einfachen Ansatz hat EE&MC ein potenzielles Schild im deutschen Lebensmitteleinzelhandel erforscht. Zur Veranschaulichung zeigt die folgende Grafik die Preisentwicklung eines Produktes von Einzelhändler B und die Preisänderungen von Einzelhändler A für das gleiche Produkt im Zeitraum 1998-2007.

Die Preise bestimmter Produkte werden in Deutschland von einem bestimmten Lebensmitteleinzelhändler gesetzt. Der Rest des Marktes hat ohne große Zeitverzögerung dieser Preissetzung zu folgen, um keine Nachfrageverluste erleiden zu müssen. Die Kartellperiode war 2000-2004. Einzelhändler B war vom Kartell betroffen, Einzelhändler A nicht.

Abbildung: Verkaufspreisentwicklung Einzelhändler B und Änderung der Verkaufspreise von Einzelhändler A (01/1998-07/2007, in €)



Die Grafik zeigt ein Muster, nämlich, dass Einzelhändler B seine Produktpreise drei Tage nach einer Preisänderung von Einzelhändler A ändert. Dieses Muster ist sowohl im Kartell- als auch im Wettbewerbszeitraum zu beobachten. Dies deutet darauf hin, dass Einzelhändler B die Preisgestaltung von Einzelhändler A übernahm und allfällige kartellbedingte Preisaufschläge zu seinem Nachteil gewinnmindernd akzeptierte. Das Schild ist gebrochen.

Das Schwert

Mittelbare Käufer können ihre Schadensersatzklagen auf das Argument stützen, dass unmittelbare Käufer der Rechtsverletzer den Preisaufschlag (teilweise) auf sie abgewälzt haben. In einem solchen Szenario ist die Schadensabwälzung ein Schwert. Aus ökonomischer Perspektive hängt das Schwertargument davon ab, ob der unmittelbare Käufer eine konzernverbundene Gesellschaft des Rechtsverletzers ist oder ein wirtschaftlich unabhängiges Unternehmen. Die ORWI-Grundsätze (Bundesgerichtshof, KZR 75/10) greifen nämlich nur in der letzteren Fallkonstellation, da in ORWI der Geschädigte Selbstdurchschreibepapier von einem unabhängigen Großhändler des Rechtsverletzers zukaufte. Ist der erste (unmittelbare) Abnehmer konzernverbunden, würde er keine Schadensersatzansprüche gegen die Muttergesellschaft geltend machen. In dieser Konstellation wälzt sich der Schaden auf den (aus einer strengen rechtlichen Perspektive) mittelbaren Käufer über. Dieser mittelbare Käufer ist somit der erste wirtschaftliche unmittelbare Käufer außerhalb des Kartells. Das Schwert sticht.

Über EE&MC

EE&MC ist mit Büros in Brüssel, Düsseldorf, Maastricht, Paris und Wien eine wettbewerbsökonomische Beratung, die seit mehr als 25 Jahren ökonomische Analysen in allen Kartellfragen durchführt. Managing Partner von EE&MC ist Prof. Dr. Dr. Doris Hildebrand. Die vielfältigen Erfahrungen von EE&MC sind unter www.ee-mc.com dokumentiert. In Bezug auf Kartellschadensersatzansprüche kann EE&MC auf umfangreiche Erfahrungen in 15 unterschiedlichen Kartellkomplexen mit über 200 Kunden vorweisen.