




Prof. Dr. Martin Peitz
Universität Mannheim

Ökonomische Analyse von Kopplungsverträgen

3. Roundtable am DIW, 11.04.2008

Beispiele von Kopplungsverträgen

- Software
 - z. B. MS Office Suite
 - MS Windows (Kopplung on Internet Explorer und Windows Media Player)
- Medien
 - Kabelfernsehen
- Telekommunikation 
 - Telefonzugang, Sprachtelefonie, Internetzugang und -nutzung

Arten von Kopplungsverträgen

- Exklusive Kopplungsverträge
 - Reine Produktbündelung ("pure bundling")
 - Kabelfernsehen enthält vorgegebenes Bündel von Fernsehprogrammen
 - ursprünglich: MS Windows
 - "add-on bundling"
 - Kabelfernsehanbieter, der auch Internetzugang anbietet
 - MS Windows nach Intervention der EU Kommission (mit und ohne Media Player)
- Optionale Kopplungsverträge
 - "mixed bundling"
 - MS Office
 - "cross couponing" und "mixed leader bundling"
- Dimension feste oder variable Mengen
 - Im folgenden: feste Mengen

Gründe für Kopplungsverträgen (I)

Teil I: bei gegebenem Verhalten der Wettbewerber

- Technische Kopplung
 - der gemeinsame statt getrennte Verkauf verschiedener Produkte zu geringeren Opportunitätskosten
 - Grund unabhängig von Wettbewerbsmacht
- Nachfragemanagement und Preisdiskriminierung
 - Nachfragekoordination bei Unsicherheit
 - Nachfragesteuerung und Preisdiskriminierung
 - Adams und Yellen (1976), Schmalensee (1984), McAfee et al. (1989)

Gründe für Kopplungsverträgen (II)

Teil II: unter Einbeziehung der Reaktion der Wettbewerber

- Veränderung der Wettbewerbsintensität
 - Differenzierungsstrategie
 - Carbajo et al. (1990), Chen (1997)
- Behinderungsstrategie
 - Hebelwirkung ("leverage") von Monopolmacht in einen anderen Markt
 - Whinston (1990), Nalebuff (2004), Peitz (2008)
 - langfristiger Schutz der Monopolmacht im dynamischen Wettbewerb
 - Carlton und Waldman (1998), Choi und Stefanides (2000)

Nachfragesteuerung und Preisdiskriminierung

- Voraussetzungen:
 - Marktmacht
 - Wiederverkauf einzelner Produkte nicht möglich oder mit hohen Transaktionskosten verbunden
 - Keine effizientere Form der Nachfragesteuerung / Preisdiskriminierung vorhanden
- Illustration
 - Produkte X und Y
 - Produktbündel B
 - Jeder Konsument fragt eine Einheit von jedem Produkt nach
 - Konsumenten unterscheiden sich in dem Betrag, den sie bereit sind zu zahlen
 - Unternehmen kann unterschiedliche Konsumententypen nicht unterscheiden

Nachfragesteuerung und Preisdiskriminierung

“pure bundling” zum Abschöpfen der Konsumentenrente

■ Analyse 1

- Zwei Typen von Konsumenten (jeweils 50 %)
- Typ I ist bereit 4 € für Produkt X und 2 € für Produkt Y zu zahlen
- Typ II ist bereit 2 € für Produkt X und 4 € für Produkt Y zu zahlen
- Stückkosten 0
- Getrennter Verkauf zum Preis von 2 €
 - Erlös ist $2 € + 2 € = 4 €$
- Getrennter Verkauf zum Preis von 4 €
 - Erlös ist $50\% * 4 € + 50\% * 4 € = 4 €$
- Verkauf im Paket zu 6 €
 - Erlös ist 6 €

Nachfragesteuerung und Preisdiskriminierung

“pure bundling” zum Abschöpfen der Konsumentenrente

- In [Analyse 1](#) wird die gesamte Rente abgeschöpft
- Allgemeine Einsicht: Kopplungsverträge können es dem Unternehmen ermöglichen, Renten besser abzuschöpfen
- Kopplung führt dazu, dass die Heterogenität der Konsumenten verringert wird
 - Perfekt negative Korrelation

Nachfragesteuerung und Preisdiskriminierung

“pure bundling” zum Abschöpfen der Konsumentenrente

■ Analyse 2

- Vier Typen von Konsumenten (jeweils 25 %)
- Typ I: bis zu 4 € für X und 2 € für Y
- Typ II: bis zu 2 € für X und 4 € für Y
- Typ III: bis zu 2 € für X und 2 € für Y
- Typ IV: bis zu 4 € für X und 4 € für Y
- Stückkosten 0
- Getrennter Verkauf zum Preis von 2 €
 - Erlös ist unverändert 4 €
- Getrennter Verkauf zum Preis von 4 €
 - Erlös ist unverändert 4 €
- Verkauf im Paket zu 6 €
 - Erlös ist $75\% * 6 € = 4,5 €$

Nachfragesteuerung und Preisdiskriminierung

“pure bundling” zum Abschöpfen der Konsumentenrente

- In [Analyse 2](#) wird durch Kopplung die Rente besser abgeschöpft, OBWOHL Zahlungsbereitschaften unkorreliert sind
- Wohlfahrtseffekte (in einer erweiterten Analyse mit mehr Konsumententypen) von Nachfragesteuerung durch “pure bundling”
 - Positiv: mehr Nachfrage wird bedient
 - Negativ: bei positiven Stückkosten wird evtl. ein Produkt an Konsumenten mit Zahlungsbereitschaft $<$ Stückkosten verkauft
 - Informationsgüter (siehe Beispiele zu Beginn):
 - Kosteneffekt vernachlässigbar
 - Wohlfahrtseffekt (gesamte Wohlfahrt) immer positiv
 - Effekt auf Konsumentenwohlfahrt unklar

Nachfragesteuerung und Preisdiskriminierung

“mixed bundling” und Preisdiskriminierung

■ Analyse 3

- Drei Typen von Konsumenten (Typen I und II jeweils 25 %, Typ III 50 %)
- Typ I: bis zu 4 € für X und 1 € für Y
- Typ II: bis zu 1 € für X und 4 € für Y
- Typ III: bis zu 3 € für X und 3 € für Y
- Stückkosten 0
- Getrennter Verkauf zum Preis von 4 €
 - Erlös ist $25\% * 4 € + 25\% * 4€ = 2 €$
- Getrennter Verkauf zum Preis von 3 €
 - Erlös ist $75\% * 3 € + 75\% * 3€ = 4,5 €$
- Verkauf im Paket zu 6 € und getrennt zum Preis von 4 €
 - Erlös ist $50\% * 6 € + 25\% * 4 € + 25\% * 4€ = 5 €$

Nachfragesteuerung und Preisdiskriminierung

“mixed bundling” und Preisdiskriminierung

- In [Analyse 3](#) dient “mixed bundling” zur Preisdiskriminierung
- Positiver Wohlfahrtseffekt bei gegebenem Verhalten der Wettbewerber (die potentielle Ineffizienz bei “pure bundling” kann nicht auftreten)
- Annahme Stückkosten = 2,5 €
- Preis von B (6 €) - Preis von Produkt X oder Y (4 €) = 2 € < Stückkosten
- Sieht aus wie “predatory pricing”, ist es aber nicht – VORSICHT !

Behinderungsstrategie

- Notwendige Bedingung:
 - Marktmacht auch im potentiellen Wettbewerbssegment
 - Häufig: Unbedingtheit der Anwendung von Kopplungsverträgen
- Hebelwirkung von Kopplungsverträgen
 - Markteintrittskosten in einem der Märkte / Fixkosten im Markt aktiv zu bleiben
 - Markteintritt behindert
 - Marktaustritt von Wettbewerbern
 - Kopplungsverträge machen Monopolisten aggressiver im Fall von Wettbewerb

Behinderungsstrategie

- Kopplungsverträge und FuE
 - Instrument, sich auf hohe FuE-Ausgaben im Monopolmarkt festzulegen => Markteintritt unwahrscheinlicher
- Kopplungsverträge und Komplementarität
 - Bei einem potentiellen Wettbewerber: höhere Marktzutrittskosten
 - Bei mehreren potentiellen Wettbewerbern: Koordinationsproblem zwischen Wettbewerbern
 - Netzwerkeffekte

Behinderungsstrategie

- Wann erscheinen Kopplungsverträge aus wettbewerbspolitischer Sicht besonders problematisch?
 - wenn ein Unternehmen starke Marktmacht in einem der Produktmärkte besitzt,
 - wenn Wettbewerber hohe fixe Kosten oder Markteintrittskosten haben,
 - wenn es keine starken Unternehmen in verwandten Märkten gibt,
 - wenn Zahlungsbereitschaften für die verschiedenen Produkte in einem Paket positiv korreliert sind.
 - wenn "pure bundling" statt "mixed bundling" verwendet wird (allerdings kann auch "mixed bundling" Wettbewerb behindern).

Zusammenfassung

- Kopplungsverträge gehören zum Standardinstrumentarium der Marketingstrategie eines Unternehmens und sind, gegeben das Verhalten der Wettbewerber, häufig wohlfahrtssteigernd.
- Kopplungsverträge können als Behinderungsstrategie verwendet werden, wenn in den Märkten mit potentiellem Wettbewerb nur unvollständiger Wettbewerb herrscht oder herrschen würde.
- Ob in einem konkreten Fall "bundling" zu Wettbewerbsbeschränkungen führt, bedarf einer detaillierten ökonomischen Analyse