

Wettbewerb und Inflation

20. Wettbewerbssymposium

27.11.2023

Univ. Prof. Dr. Klaus Gugler

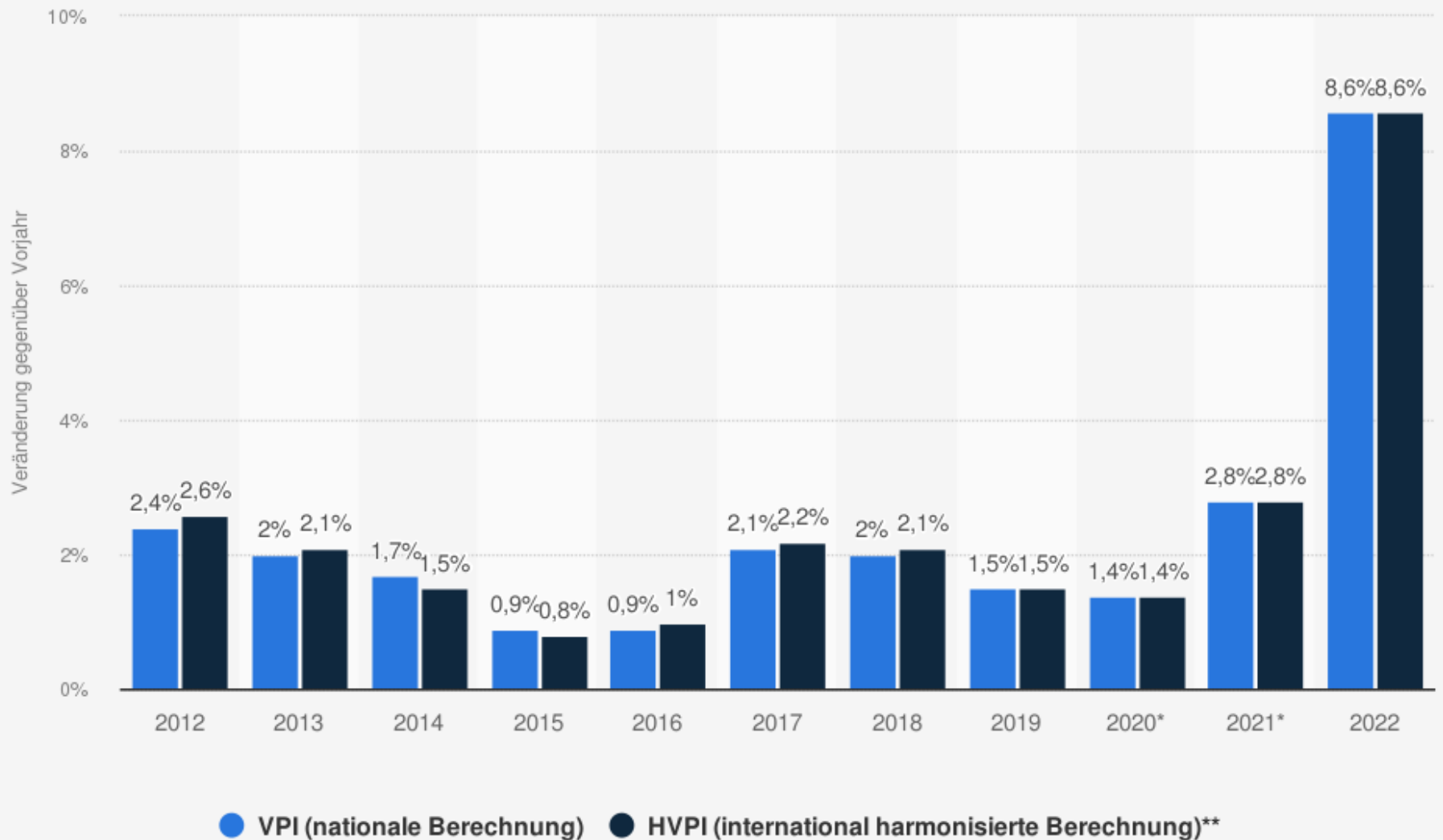
Department Economics

Wirtschaftsuniversität Wien

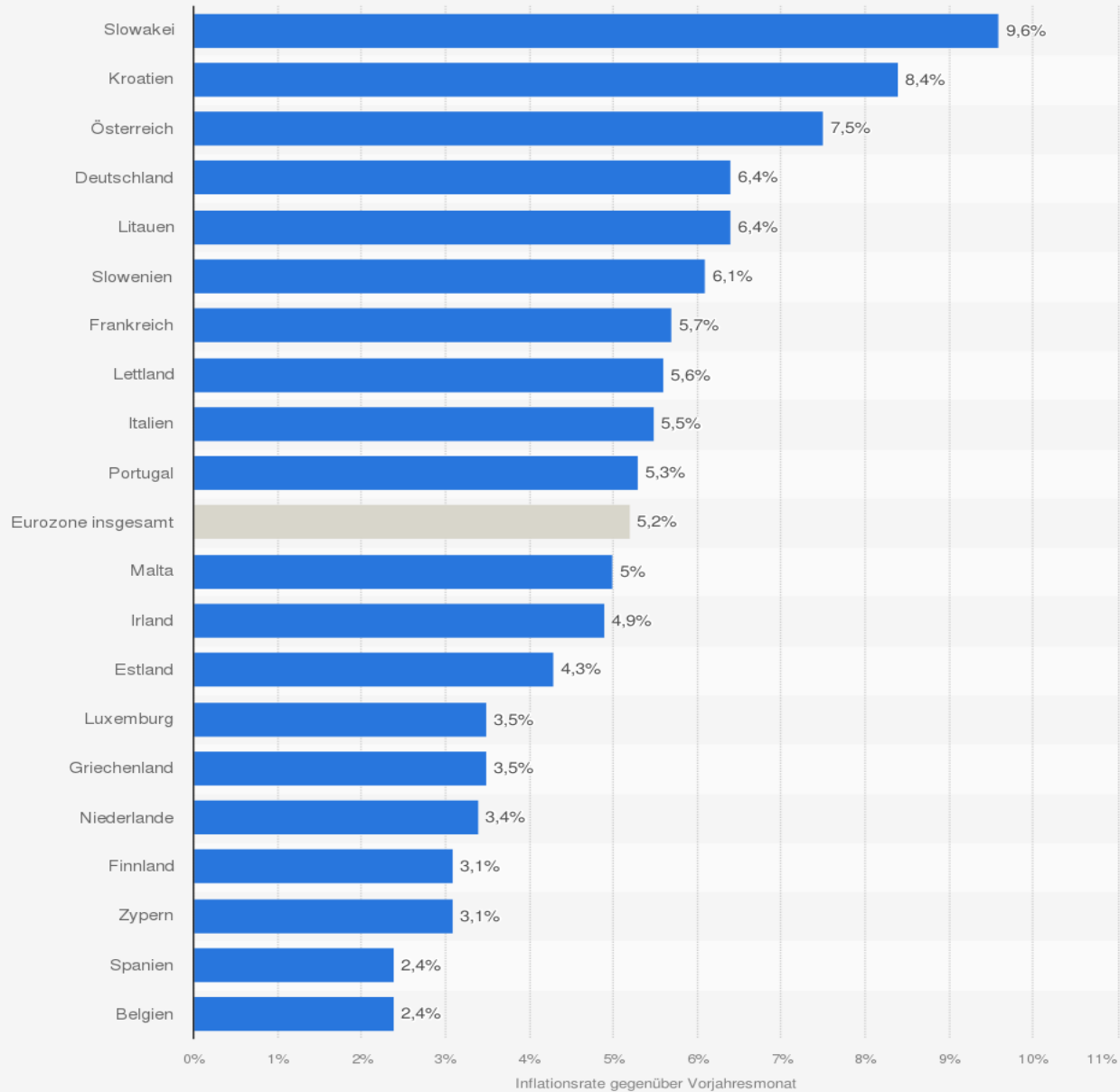
Vorbemerkung

- Makroökonomisches Phänomen; Geldpolitik
- Wettbewerb: wirkt auf Preisniveau (Marktmacht: Preissetzungsmacht) einzelner Wirtschaftszweige
- Aber Änderungsrate? (aber siehe unten!)
- But it helps; Wettbewerbsbehörden: do something, say something
- Vor 50 Jahren (14 Dezember 1971): OECD Council recommendation concerning action against inflation in the field of competition policy: 2017 zurückgezogen...voreilig...

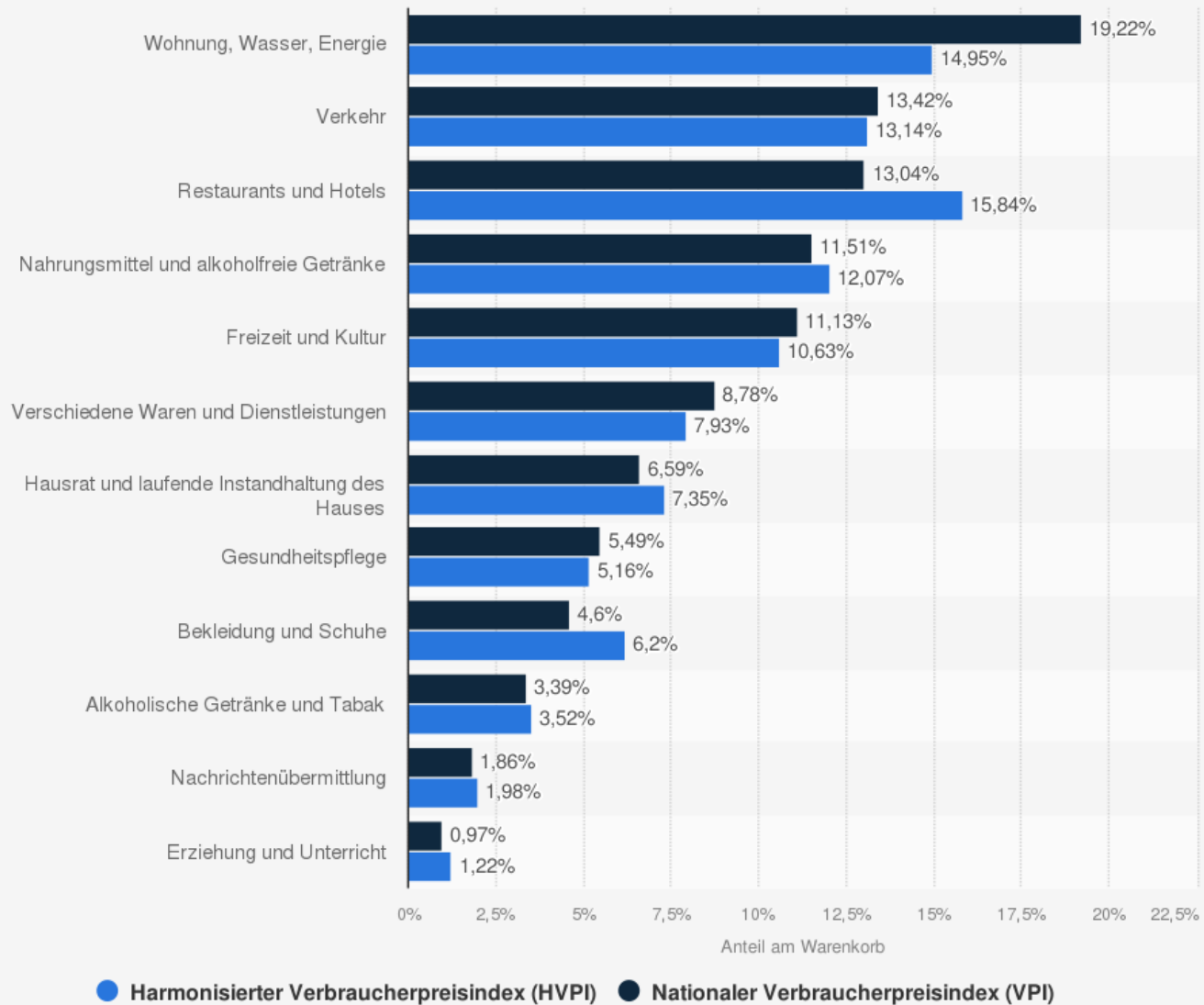
Inflationsrate in Österreich von 2012 bis 2022 (gegenüber dem Vorjahr)



Eurozone: Inflationsraten in den Mitgliedstaaten¹ im August 2023 (gegenüber dem Vorjahresmonat)



Zusammensetzung des durchschnittlichen Warenkorbts privater Haushalte in Österreich im Jahr 2023



Inflation in Österreich

- Hoch
- Persistent
- Durch Inflationserwartungen „eingegraben“
- Self fulfilling prophecies
- Österreich unrühmlich
- Energie, Gastronomie, Nahrungsmittel...

Begriffsbestimmung

- Preisniveau: Höhe der Preise;
- Mark-up: Aufschlag der Preise über den Kosten $(p - c)/p$
- Inflation: Rate der Änderung des aggregierten Preisniveaus
- Inflation ist Summe aus (Grenz)-*Kostenerhöhungen* und Mark-up *Steigerungen*

In letzter Zeit...



- „Lagarde sieht Gierflation bei Unternehmen“
- („Greedflation“: steigende Mark-ups als Reaktion auf Kostenerhöhung)
- "Preise über den bloßen Kostendruck hinaus erhöht“
- „Kartellbehörde bislang nicht eingeschritten“

„Shrinkflation“

- Shrinkflation: weniger Inhalt bei gleichem Preis; viele Beispiele Rama, Haribo; Mein Nussbeugerl beim Anker! etc.
- <https://www.derstandard.at/story/2000143801298/shrinkflation-und-die-aergerlichsten-lebensmittel-des-jahres-konsumenten-verliehen>)



„Haribo macht halb so froh“



Konsum-Ente 2023 (VKI): von 50 auf 37...

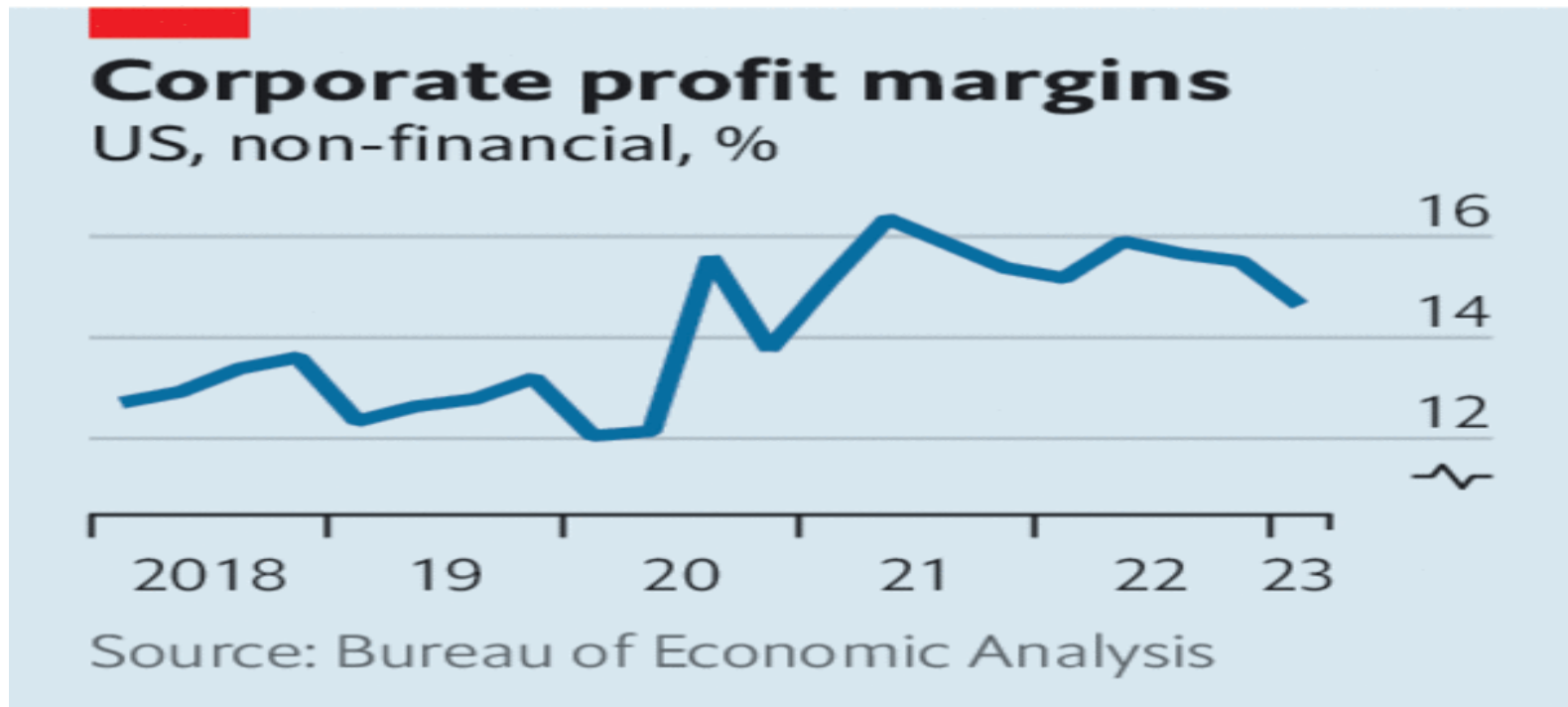
Branchenuntersuchung E-Control und BWB

- Wettbewerb auf den Strom- und Gasmärkten 2022 zum Erliegen gekommen
- Marktkonzentration gestiegen
- Wechselzahlen und verfügbare Angebote 2022 deutlich zurück gegangen (2,2% (2021: 4,2%) bei Strom und 4% (2021: 5,6%) bei Gas; etwa 20% der Wechsel auf Marktaustritte zurückführbar
- Extreme Unterschiede zwischen Neu- und Bestandskunden
- Wien Energie, EVN, KELAG...

ABER

- The Economist:

“Greedflation” is a nonsense idea“; “Inflation is the result of economic policy mistakes and war, not corporate avarice (Habsucht).”



ABER

- Glover et al.: Mark-ups: + 3,4%; Inflation: + 5,8% im Jahr 2021;
- Muster deuten eher darauf hin, dass Preise in Erwartung künftiger Kostensteigerungen angehoben werden
- Mark-up Wachstum in Q1:2021 am höchsten (16%), Inflation nur 4,6%
- Mark-ups gesunken in zweiter Hälfte 2021, aber Inflation gestiegen

ABER

- Branchenuntersuchung Lebensmittel (BWB):
 - Wenig Anhaltspunkte für systematische Erhöhung der Mark-ups
 - Aber: unlautere Handelspraktiken und Handlungsempfehlungen

Woher Inflation?

- Wo kommt Inflation her?
 - Nachfrage: Wettbewerbspolitik wenig Handhabe; klassische Geldpolitik
 - Angebot: mehr Handhabe
- Wo ist sie hergekommen? (OeNB)
 - Zuerst Angebotsschock (Pandemie; Energie)
 - Dann Gewinninflation
 - Dann Löhne
 - Regulierung? Subventionen?

Wie beeinflusst Wettbewerb Inflation?

I. Konstante Verschlechterung (Verbesserung) des Wettbewerbsniveaus führt zu stetiger Preisniveauerhöhung (bzw. -senkung)

II. Pass-through

III. Generelle Funktionsweise von Märkten

IV. Rückkopplungseffekte von Inflation auf Wettbewerb

I. Veränderung des Wettbewerbsniveaus

- Durchschnittliche Mark-ups in den USA sind gestiegen (DeLoecker, Eeckhout und Unger, 2020)
- Marktkonzentration und aggregierte Profitabilität in Europa gestiegen (Koltay, Lorincz und Valletti, 2022)
- Erhöhungen graduell; nicht die Haupterklärung für gegenwärtigen sprunghaften Anstieg der Inflation;
- Aber verstärkender Faktor (Bräuning et al., 2022)

II. Wettbewerb und pass-through (Kostenweitergabe)

- Ökonomen können nicht lassen...aus Weyl und Fabinger (2013):

$$\rho = \frac{1}{1 + \frac{\theta}{\epsilon_{\theta}} + \frac{\epsilon_D - \theta}{\epsilon_S} + \frac{\theta}{\epsilon_{ms}}}$$

- ρ (Rho...Kostenweitergaberate: wieviele Prozente einer Kostenerhöhung werden als Preissteigerung an Konsumenten weitergereicht)

Einflussfaktoren

- ϵ_D : Preiselastizität der Nachfrage: je höher, desto geringer Kostenweitergaberate, weil Konsumenten elastischer substituieren
- ϵ_S : Preiselastizität des Angebots; je höher, desto größer Kostenweitergaberate, weil Anbieter elastischer anbieten
- Theta: Verhaltensparameter; je höher, desto wettbewerbsintensiver, desto kleiner die Kostenweitergaberate: Firmen müssen Kostensteigerung mehr „schlucken“
- ϵ_{ms} : Krümmung des Logarithmus der Nachfrage; für log-konkave Nachfrage gilt $1/\epsilon_{ms} > 0$ (Nachfrage wird elastischer bei höheren Preisen) und Kostenweitergaberate geringer) and für log-konvexe Nachfrage gilt $1/\epsilon_{ms} < 0$ (Nachfrage wird inelastischer bei höheren Preisen) und Kostenweitergaberate größer (Möglichkeit des „**Overshifting**“).

Zwei mögliche „Probleme“

1. Kollusion und strategisches Verhalten

a) Durch steigende Kosten (Preise) wird das Wettbewerbsverhalten negativ beeinflusst (d.h. **kollusiver**)

Theta kleiner, Firmen geben mehr der Kostensteigerungen weiter (fokaler Punkt: Erhöhung!) bzw.

b) **Strategisches Verhalten** in konzentrierten Märkten nimmt zu (z.B. werden Kosten- und Preissteigerungen medial kommuniziert (siehe Interviews Billa, Spar, aber auch Lieferanten (Procter&Gamble, Nestle, Unilever, Vivatis etc))

Zwei mögliche „Probleme“

- **2. Konsumenten** werden durch steigende Kosten (Preise) inelastischer ($1/\varepsilon_{ms} < 0$), weil das Preissystem **weniger informativ** wird (steigende Suchkosten durch häufige Preisänderungen; d.h. wenig Such- und Wechselverhalten)
- Als Reaktion weniger (gute) Angebote der Produzenten, weil Konsumenten „träger“

III. Generelle Funktionsweise von Märkten

Generelles Funktionieren von Märkten besser unter Wettbewerb/schlechter in konzentrierten Märkten

- aggregiertes Angebot elastischer (z.B. Markteintrittsbarrieren geringer)
- Lieferketten flexibler, diversifizierter (COVID-19)
- Produktivitätswachstum und Innovationstätigkeit höher in kompetitiven Märkten
- Inflationärer Bias von Geldpolitik geringer (weil bei Wettbewerb mehr Output produziert wird, muss die Zentralbank nicht so expansive Geldpolitik betreiben)

Empirische Evidenz

- Bestätigt im Prinzip deflationären Effekt von Wettbewerb
- Bräuning et al, 2022: Kostenweitergaberate **höher** in konzentrierten Industrien; strategisches Verhalten
- Konczai, Lusiani und Roosevelt Institute, 2022: viele Firmen haben 2021 Mark-ups erhöht; jene Firmen, die **schon hohen** Mark-up hatten, erhöhten diesen am meisten (aber: zukünftige Inflationserwartungen?)
- Cavelaars, 2003: negativer Zusammenhang von Wettbewerb und durchschnittliche Inflation; ähnlich Duca und VanHoose, 2000; Janger und Schmidt-Dengler, 2010.
- Andrews, Gal und Witheridge, 2018 (Integration in globale Lieferketten) und Chen, Imbs und Scott, 2004 (Handelsliberalisierung) reduzieren Inflation

IV. Rückkopplungseffekte von Inflation auf Wettbewerb

- Preisdynamik ändert sich; Nominelle Preise ändern sich häufig
- Es ist schwieriger für Firmen, Wettbewerber zu monitoren
- Hohe Inflation kann zu **weniger** (instabiles Umfeld/Unsicherheit macht es schwieriger Abweichung aufzudecken) aber auch zu **mehr** Kollusion („alle erhöhen“; fokaler Punkt: Erwartung ist, dass Preise steigen) führen
- Schwieriger für Konsumenten, relative Preise einzuschätzen (**höhere Suchkosten**; wenig Wechsel; Firmen können Preise erhöhen ohne Menge zu verlieren)
- **Asymmetrisches** Pass-through: Preise steigen schneller bei steigenden Beschaffungskosten als sie sinken bei fallenden BK

IV. Rückkopplungseffekte von Inflation auf Wettbewerb

- Gwin und Taylor, 2004: höhere Suchkosten bei Inflation führen zu höheren Gewinnen
- Chirinko und Fazzari, 2000: Inflation führt zu höherer Preisdispersion, was auf reduzierten Wettbewerb deutet

To dos: Wettbewerbspolitik

- “Blut, Schweiß und Tränen” (vielleicht übertrieben...): nicht ein makroökonomischer Eingriff (Zinsen); sondern mikroökonomische, Case-by-Case Herangehensweise
- Wettbewerbspolitik
 - Ressourcen der BWB
 - Wettbewerbsgesetz: Sektoruntersuchungen: Maßnahmen?; neuralgische/konzentrierte Wirtschaftszweige (Energie; LEH, Banken...): große externe Effekte; bis zur Zerschlagung?
 - Wettbewerbskommission: wissenschaftliche Ausrichtung; Vorbild deutsche Monopolkommission
- Reduzierung von Markteintrittsbarrieren

To dos: Regulierung/Gesetzgebung

- Transparenz gut (Studie aus Israel -5%) trotz möglichem Gegeneffekts auf Kollusionswahrscheinlichkeit; Faire-Wettbewerbsbedingungen-Gesetz (Vergleichsplattformen)
- Preis- und Rechnungsvorschriften: einfache Tarife; monatliche Abrechnung bei Energie (ELWOG)
- Preisregulierung?: Verbot der Preisdiskriminierung in manchen Bereichen (Strom, Gas)?
- Konsumentenrechte: neben Preis- auch „Qualitäts- und Mengenauszeichnung“ („mündiger, informierter Konsument“)