

Pricing Algorithm

Marktwirtschaftliche Prinzipien in Zeiten von Big Data oder kartellrechtliche Absprache?

Agenda

- 1 Warum Algorithmen für das Kartellrecht interessant sind.
- 2 Wo Pricing Algorithms schon heute vorkommen,
- 3 und welche Fälle hierbei die Behörden bereits beschäftigen.
- 4 Mögliche Auswirkungen von Algorithmen auf den Wettbewerb.
- 5 Schutz des Wettbewerbs.
- 6 Q&A

Warum Algorithmen für das Kartellrecht interessant sind

"The challenges that automated systems create are very real. If they help companies to fix prices, they really could make our economy work less well for everyone else. [...] And businesses also need to know that when they decide to use an automated system, they will be held responsible for what it does. So they had better know how that system works."



M. Vestager, EU-Wettbewerbskommissarin

© European Union , 2017 / Source: EC - Audiovisual Service / Photo: Jennifer Jacquemart

Warum Algorithmen für das Kartellrecht interessant sind



Kartellrecht schützt den unverfälschten Wettbewerb

- Zentrale Regelungen sind der Art. 101 AEUV/§ 1 GWB
- Der Wettbewerb umfasst nicht nur Preiswettbewerb, sondern berücksichtigt auch Warenerzeugung und -verteilung sowie Innovationen



Der Wettbewerb muss die Preise bestimmen

- Preisabsprachen jeder Art sind das Kartell schlechthin
- Preisabsprachen können auf oligopolistischen, transparenten (homogenen) Märkten sowie solchen mit schnellen Reaktionen leichter stabilisiert werden

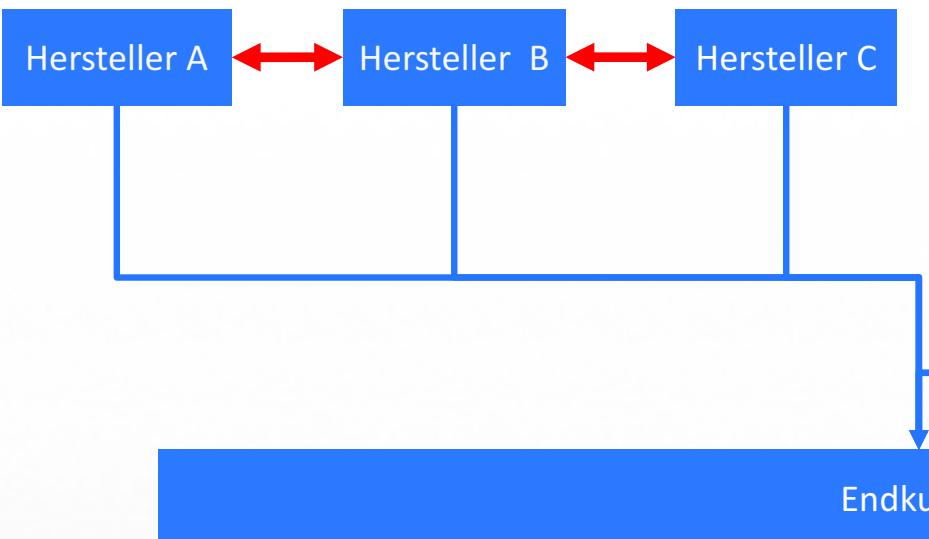


Algorithmen können Preisabsprachen fördern (oder sogar vornehmen?)

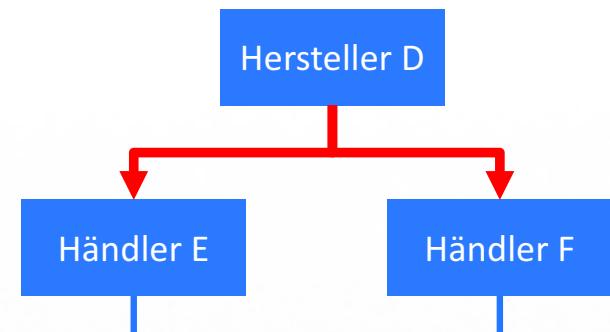
- Algorithmen können klassische Preisabsprachen oder Vertikalbeschränkungen kontrollieren und festigen
- Fortgeschrittene Algorithmen können Preiskoordinationen mglw. selbstständig vornehmen

Wettbewerbsbeschränkung durch Algorithmen

Horizontale Wettbewerbsbeschränkung

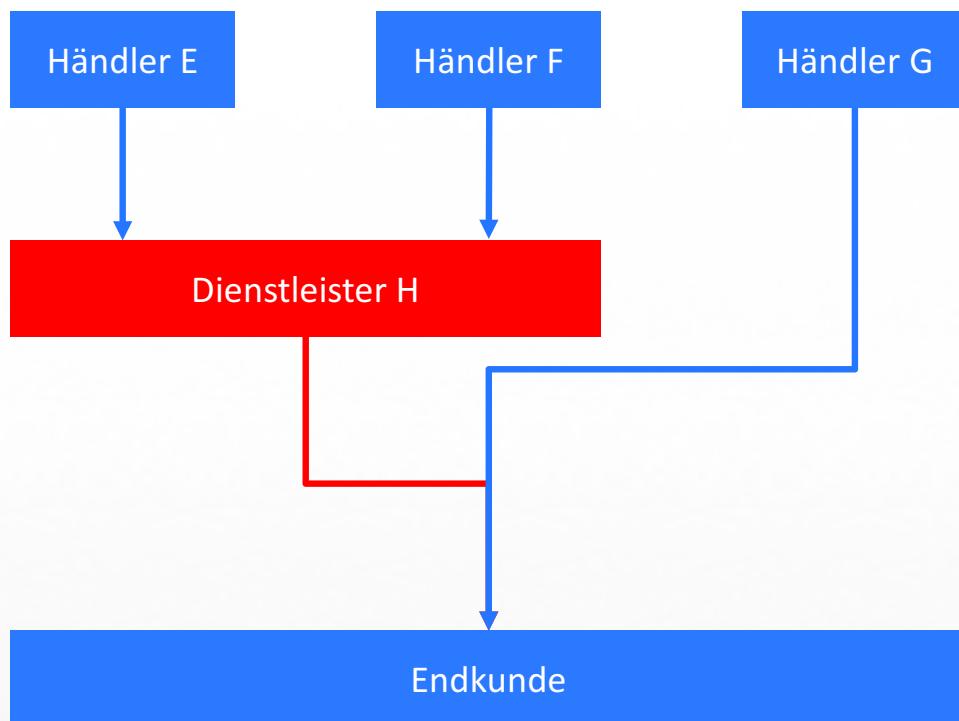


Vertikale Wettbewerbsbeschränkung



- **Verwendung von Algorithmen zwischen den Marktteilnehmern**
- Schaden? Der Endkunde muss in der Regel höhere Preise zahlen

Wettbewerbsbeschränkung durch Algorithmen



- **Dienstleister H hat hier den Pricing Algorithm für Händler E und F entwickelt**
- Es besteht hierbei die Gefahr, dass das Preisverhalten von Händler E und F sich angleichen
- Möglicherweise wird sich Händler G auch gleich verhalten, wenn ein Großteil seiner Wettbewerber sich entsprechend des Algorithmus verhalten
- Der Endkunde hat auch hier möglicherweise höhere Preise zu tragen
- Die Problematik ist vergleichbar mit EuGH, Urt. v. 21. Januar 2016, Rs. C-74/14 – *Eturas*

Agenda

1 Warum Algorithmen für das Kartellrecht interessant sind.

2 Wo Pricing Algorithms schon heute vorkommen,

3 und welche Fälle hierbei die Behörden bereits beschäftigen.

4 Mögliche Auswirkungen von Algorithmen auf den Wettbewerb.

5 Schutz des Wettbewerbs.

6 Q&A

Wo Pricing Algorithms schon heute vorkommen,



Übernachtungen

Bei der Buchung von Übernachtungen in Hotels oder Apartments kann der Preis je nach Saison oder Nachfrage (z. B. bei Messen) variieren

Marktplätze

Der Preis für einzelne Produkte verändert sich in Abhängigkeit von der Nachfrage bzw. Verfügbarkeit in sehr kurzen Abständen

Flugbuchungen

Tickets für Flugreisen werden günstiger, wenn die Auslastung der Maschine abnimmt, z. B. wenn sich nicht um die typischen Pendlerflüge handelt

Preisabsprachen

Süd Korea wertet die Vergabeprozesse von öAG aus und ermittelt mithilfe eines Algorithmus, ob eine Preisabsprache vorliegt

Agenda

1 Warum Algorithmen für das Kartellrecht interessant sind.

2 Wo Pricing Algorithms schon heute vorkommen,

3 und welche Fälle hierbei die Behörden bereits beschäftigen.

4 Mögliche Auswirkungen von Algorithmen auf den Wettbewerb.

5 Schutz des Wettbewerbs.

6 Q&A

und welche Fälle die Behörden hierbei schon beschäftigen.



Department of Justice

- Verkauf von Postern über den Amazon-Marketplace, hierbei wurden die Preise mit einem Wettbewerber abgesprochen
- Algorithmus sollte die Preise automatisch anpassen



Europäische Kommission

- Sektoruntersuchung eCommerce
- Hersteller von Verbraucherelektronik haben Händler evtl. in der Preisgestaltung eingeschränkt
- Pricing-Software von dritten Händlern hat diese Preise mglw. übernommen

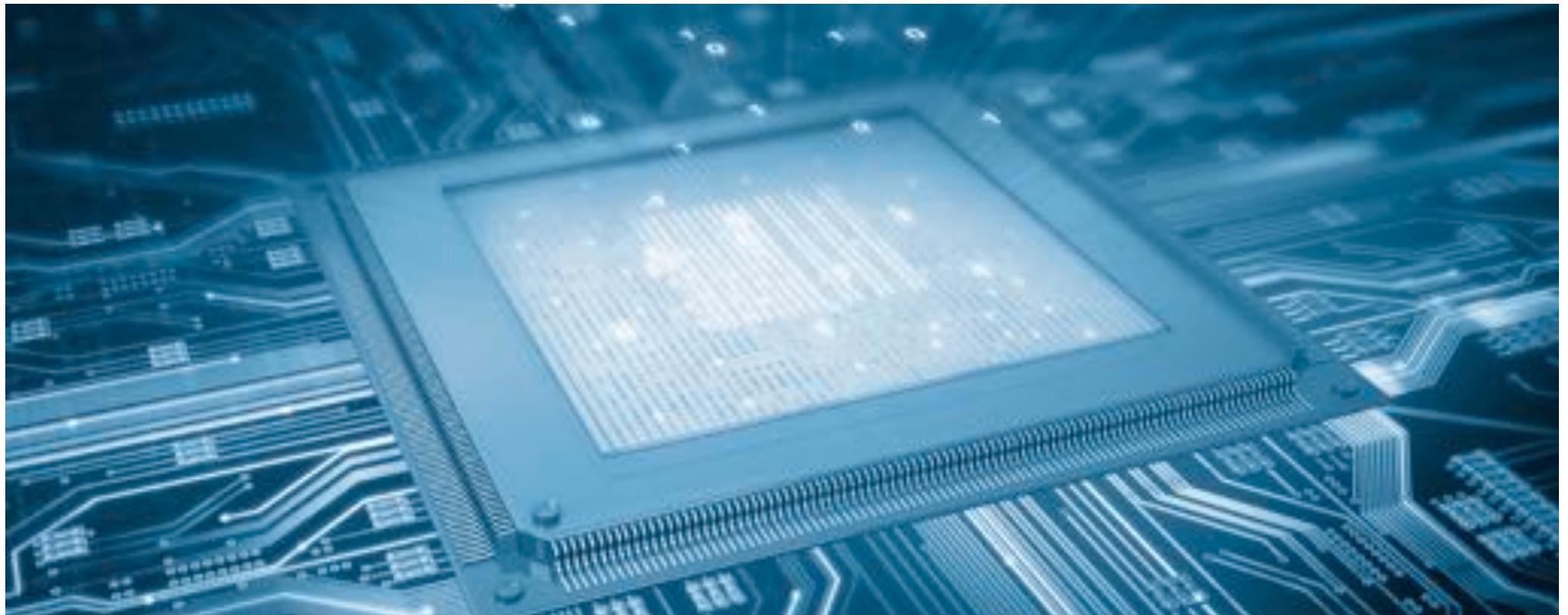


Bundeskartellamt

Bundeskartellamt

- Competition Law and Data Paper in Zusammenarbeit mit der franz. Wettbewerbsbehörde von 2016
- Big Data kann dazu führen, dass Preisabsprachen leichter eingehalten werden oder sogar entstehen

4 Mögliche Auswirkungen von Algorithmen auf den Wettbewerb



4 Mögliche Auswirkungen von Algorithmen auf den Wettbewerb



- Preiskoordination durch Algorithmen

Fortgeschrittene Algorithmen können möglicherweise selbstständig die Verkaufspreise koordinieren und somit angelichen

- Preisdiskriminierung

Algorithmen sollen für das Unternehmen den höchstmöglichen Preis bestimmen, hierzu wird auf eine BigData-Auswertung zurückgegriffen, die zu einer Preisdiskriminierung führen kann

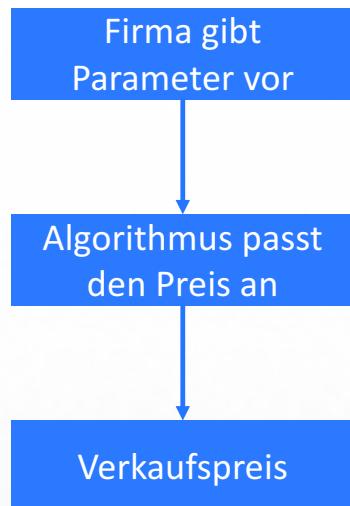
- Bessere Warenverteilung und neue Produkte

Algorithmen können der Entwicklung neuer Produkte dienen oder der besseren Warenverteilung oder schlicht günstigeren Preisen

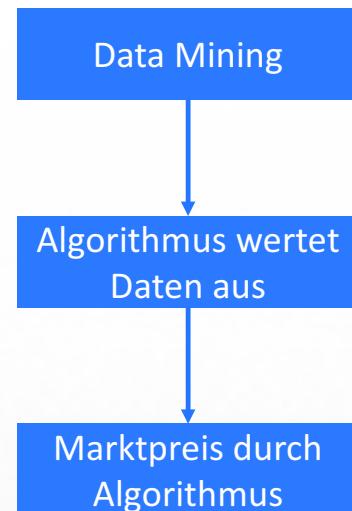
4 Mögliche Auswirkungen von Algorithmen

Preiskoordination durch Algorithmen

Klassisch:



In Zukunft:

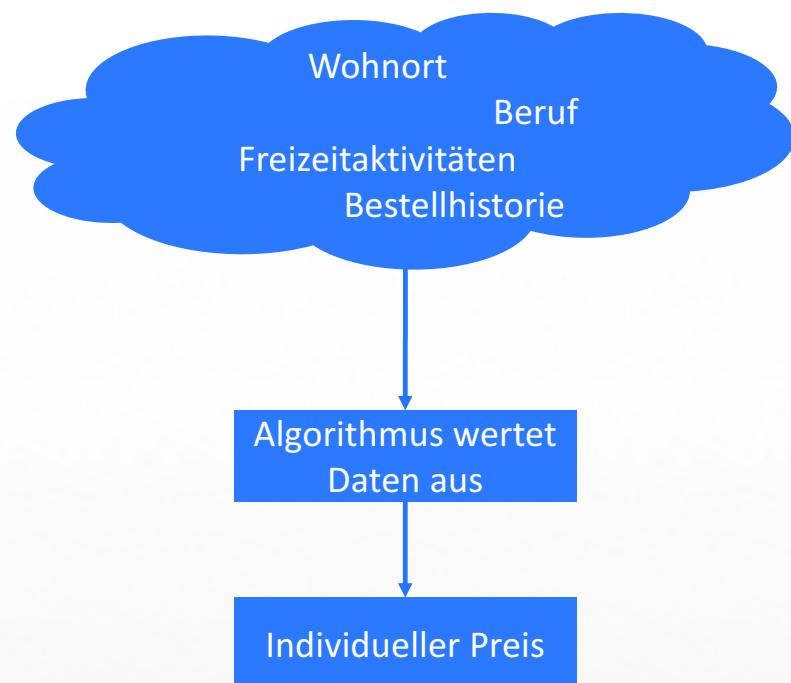


Folgen:

- Algorithmen können zu dem Ergebnis kommen, dass ein koordinierter Preis die größte Marge bietet
- Koordination erfolgt selbstständig, ohne Einfluss von menschlichen Entscheidungsträgern
- Transparenz und oligopolistische Struktur für Stabilität nicht mehr zwingend notwendig
- Der koordinierte Preis wäre dann der Marktpreis

4 Mögliche Auswirkungen von Algorithmen

Preisdiskriminierung



Auswirkungen

- Individuelle Preise (Preisdiskriminierung?)
- Wird eine Preisdiskriminierung überhaupt akzeptiert?

Positiver Einfluss:

Eine Ware kostet den Hersteller € 20 in der Produktion und es gibt zwei Interessenten. Person A ist bereit maximal € 14 zu bezahlen, Person B möchte höchstens € 8 bezahlen. Ohne eine Preisdiskriminierung wird das Produkt nicht hergestellt.

4 Mögliche Auswirkungen von Algorithmen

Bessere Warenverteilung und neue Produkte

Algorithmen und ihre positive Wirkungen

- Wenn Algorithmen auf Big Data zurückgreifen, können diese auch ermitteln, welche Produkte von den Kunden nachgefragt werden, aber noch nicht existieren
- Algorithmen können Prozesse optimieren und hierdurch die Preise senken oder die Qualität erhöhen
- Verschiedene Algorithmen arbeiten heute schon im Sinne des Käufers, in dem sie über den günstigsten Preis informieren (Shopping, Hotelbuchungen)
- Entsprechend der Präferenzen des Kunden können passende Produkte vorgeschlagen werden





5 Schutz des Wettbewerbs

5 Schutz des Wettbewerbs

■ Aktuelle Möglichkeiten



Beschwerden

- Wettbewerber oder Abnehmer können bei Wettbewerbsbehörden Beschwerden erheben
- Wettbewerbsbehörden können dann den Sachverhalt untersuchen



Kronzeugen

- Die Kronzeugenregelung dient der Destabilisierung von Kartellen durch Inaussichtstellen von Straffreiheit
- Hierdurch haben Kartellanten einen Anreiz zur Aufdeckung des Kartells



Sektoruntersuchungen

- Dienen den Wettbewerbsbehörden zum Verständnis der Märkte
- Genaue Auswertung kann oft aufzeigen, dass der Wettbewerb fehlerhaft ist

5 Schutz des Wettbewerbs

■ Zukünftige Möglichkeiten



Selbstverpflichtung

- Verwender von Algorithmen können sich zu einem Code of Conduct verpflichten
 - Ethikrat ähnlich wie bei beim autonomen Fahren?
 - Compliance-System zur Kontrolle



Algorithmen-TÜV

- Prüfung der Algorithmen in einer "Sand-Box"
 - Überhaupt praktikabel?
 - Wird dann Innovation durch Regulierung verhindert?



Gesetzesänderungen

- Gesetzlichen Begriff der Vereinbarung bzw. Abstimmung in Art. 101 AEUV/§ 1 GWB neu definieren?
 - Eigenes Algorithmen oder Robo-Recht?



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Fragen & (hoffentlich) Antworten

