

Wettbewerbspolitik

von

Prof. Dr. Heinz Grosseketler



Institut für Finanzwissenschaft
Wilmergasse 6-8
48143 Münster

Wettbewerbspolitik

1. Einführung und Überblick

- 1.1 Aufbau der Vorlesung
- 1.2 Erfahrungen mit Wettbewerbsprozessen und Vorgeschichte der Wettbewerbspolitik

2. Wettbewerb versus Monopol: Anti-Monopolargumente, Monopolisierungswege, Probleme einer Anti-Monopolpolitik

2.1 Klassische Anti-Monopolargumente

- 2.1.1 Rentenbildung durch Preisdifferenzierung und Mengenverknappung
- 2.1.2 Rentenbildung durch Kapazitätsbeschränkung und Errichtung von Eintrittshemmnissen
- 2.1.3 Dynamische Ineffizienzen: Preisträgheit, Kostenerhöhung und Fortschrittsmüdigkeit
- 2.1.4 Vertikale und diagonale Wettbewerbsbeschränkungen: Monopolketten, Gegenmachtbildung, vertikale Integration und vertikale Bindungen, Machtexport und Machtvergrößerung durch Diversifikation
- 2.1.5 Zusammenfassung; empirische Belege

2.2 Wege zur Erlangung von Monopolrenten (Monopolisierung)

- 2.2.1 Monopolisierung durch Konzentration: Fusion, Konzernierung und ungleichmäßiges internes Wachstum
- 2.2.2 Monopolisierung durch vertragliche Kooperation: die Kartellierungsstrategie
- 2.2.3 Monopolisierung durch stillschweigende Kooperation: die oligopolistische Kollusion
- 2.2.4 Monopolisierung durch vertikale Kopplungen: die Integrationsstrategie

2.3 "Gute" und "schlechte" Formen der Monopolisierung: das Unterscheidungsproblem zwischen Verteilungskampf- und Effizienzvorteilen

- 2.3.1 Synergieeffekte in Form von Skalen- und Verbundvorteilen
- 2.3.2 Integrations- und Transaktionskostenvorteile

Wettbewerbspolitik

- 2.3.3 Die Bedeutung der Randbedingungen: Marktphase, potentielle Konkurrenz und Bestreitbarkeit von Märkten

3. **Wettbewerbspolitische Konzeptionen I: an der Zustandseffizienz orientierte Konzeptionen**

- 3.1 Zustands- versus Koordinationseffizienz
- 3.2 Das Konzept der Ordoliberalen
- 3.3 Kantzenbachs weites Oligopol
- 3.4 Hoppmanns Leitbild der Wettbewerbsfreiheit
- 3.5 Leitbilder im Ausland: der Harvard- und der Chicago-Ansatz
 - 3.5.1 Harvards Workable Competition
 - 3.5.2 Chicagos Survivor Theory / Economic Theory of Law

4. **Wettbewerbspolitische Konzeptionen II: an Koordinationsprozessen orientierte Konzeptionen**

- 4.1 Das Konzept der "Austrian School"
- 4.2 Das Koordinationsmängel-Diagnosekonzept I: Marktfunktionen und Marktprozesse
- 4.3 Das Koordinationsmängel-Diagnosekonzept II: Funktionsfähigkeitsanalyse

5. **Praktische Wettbewerbspolitik**

- 5.1 Deutsche Wettbewerbspolitik
 - 5.1.1 Geschichte und Konzeption des GWB
 - 5.1.2 Antikartellpolitik: das Kartellverbot und seine Ausnahmen
 - 5.1.3 Antikonzentrationspolitik: Mißbrauchsaufsicht und Fusionskontrolle
 - 5.1.4 Schwachstellen der Antikartell- und Antikonzentrationspolitik: Marktabgrenzungsprobleme und Ausnahmebereiche
 - 5.1.5 Politik gegenüber vertikalen Wettbewerbsbeschränkungen
- 5.2 Europäische Wettbewerbspolitik

Wettbewerbspolitik

Literaturempfehlungen

1. Lehrbücher

- H. BERG: Wettbewerbspolitik, in: D. Bender et al., Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Bd. 2, München 1999, S. 299 - 362.
- L.M.B. CABRAL: Introduction to Industrial Organization, Cambridge, Mass. – London 2000.
- H. HERDZINA: Wettbewerbspolitik, 5. Aufl., Stuttgart - New York 1999.
- W. KERBER: Wettbewerbspolitik, in: D. Bender et al., Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Bd. 2, München 2003, S. 297-361.
- F.M. SCHERER/D. ROSS: Industrial Market Structure and Economic Performance, 3. Aufl., Boston u.a.O. 1990.
- I. SCHMIDT: Wettbewerbspolitik und Kartellrecht. Eine Einführung, 7. Aufl., Stuttgart 2001.

2. Ergänzungen zum KMD-Konzept

- H. GROSSEKETTLER: Das Koordinationsmängel-Diagnosekonzept als didaktisches Instrument, in: E. Lübke und H. Grossekettler (Hg.), Beiträge zur Finanz- und Wirtschaftspolitik, Festschrift für Ingolf Metze zum 65. Geburtstag, Berlin 1999, S. 95 - 142.
- H. GROSSEKETTLER: Vorläufige Kurzanleitung zur Erstellung von Marktanalysen auf Basis des Konzeptes zur Koordinationsmängeldiagnose (KMD-Konzept) im Rahmen von Diplomhausarbeiten und Klausuren, Münster 1999.
- H. GROSSEKETTLER: Dynamik und Koordinationseffizienz von Marktprozessen im Verarbeitenden Gewerbe Deutschlands, in: Nordrhein-Westfälische Akademie der Wissenschaften (Hrsg.), Vorträge I 2, Wiesbaden 2001, S. 7-47.

Wettbewerbstheorie, Wettbewerbspolitik und wettbewerbspolitische Konzeptionen

1. *Wettbewerbstheoretiker* untersuchen, unter welchen Umständen sich in der Realität Marktprozesse einstellen, die den Vorstellungen einer funktionsfähigen Marktwirtschaft entsprechen.
2. Die *Wettbewerbspolitik* fragt,
 - auf der *theoretischen Ebene*, was man tun könnte, um unbefriedigende Wettbewerbsprozesse zu vermeiden, die entsprechenden Funktionsstörungen also zu heilen,
 - auf der *praktischen Ebene*, in welcher Weise die Vorstellungen der Wettbewerbstheoretiker für die praktische Ebene politisch nutzbar gemacht werden und
 - aus *beschreibender Sicht*, wie die praktische Wettbewerbspolitik ausgestaltet ist.

Die *Wettbewerbstheorie* ist also eine Theorie der Gestaltung von Institutionen, die zu funktionsfähigen Marktprozessen führen, und *Wettbewerbspolitik* umfaßt im Prinzip die Summe aller Maßnahmen, die zur Beeinflussung von Marktprozessen eingesetzt werden (*praktische Wettbewerbspolitik*) oder eingesetzt werden könnten und sollten (*theoretische Wettbewerbspolitik*).

3. Das *Ziel* der Wettbewerbspolitik sollte also in der Herstellung von Rahmenbedingungen für funktionsfähige Marktprozesse bestehen und in der Diagnose und Therapie von Funktionsstörungen. In der Praxis werden dabei besonders *machtbedingte* Funktionsstörungen bekämpft.

Wettbewerbstheorie, Wettbewerbspolitik und wettbewerbspolitische Konzeptionen

4. Die *Instrumente* der Wettbewerbspolitik ergeben sich aus dem *Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen*, das oft auch als Grundgesetz der Marktwirtschaft bezeichnet wird.
5. *Träger* der Wettbewerbspolitik sind in Deutschland vor allem das Bundeswirtschaftsministerium, das Bundeskartellamt und die Landeskartellämter sowie die Monopolkommission; im EU-Bereich wird die Wettbewerbspolitik gerne auch als Industriepolitik bezeichnet und von der EG-Kommission getragen.
6. Unter einer *wettbewerbspolitischen Konzeption* versteht man ein in sich geschlossenes gedankliches Leitbild, das der Ausformulierung konkreter Ziele sowie von Instrumenten der Wettbewerbspolitik und ihrer Übertragung auf konkrete Träger dient. Wettbewerbstheoretiker haben unterschiedliche wettbewerbspolitische Konzeptionen entwickelt.

Zwei berühmte Smith-Zitate

1. Zur Rolle von Eigenliebe und Wohlwollen in einer arbeitsteiligen Wirtschaft

"Nicht vom Wohlwollen des Metzgers, Brauers und Bäckers erwarten wir das, was wir zum Essen brauchen, sondern davon, daß sie ihre eigenen Interessen wahrnehmen. Wir wenden uns nicht an ihre Menschen-, sondern an ihre Eigenliebe, und wir erwähnen nicht die eigenen Bedürfnisse, sondern sprechen von ihrem Vorteil."¹

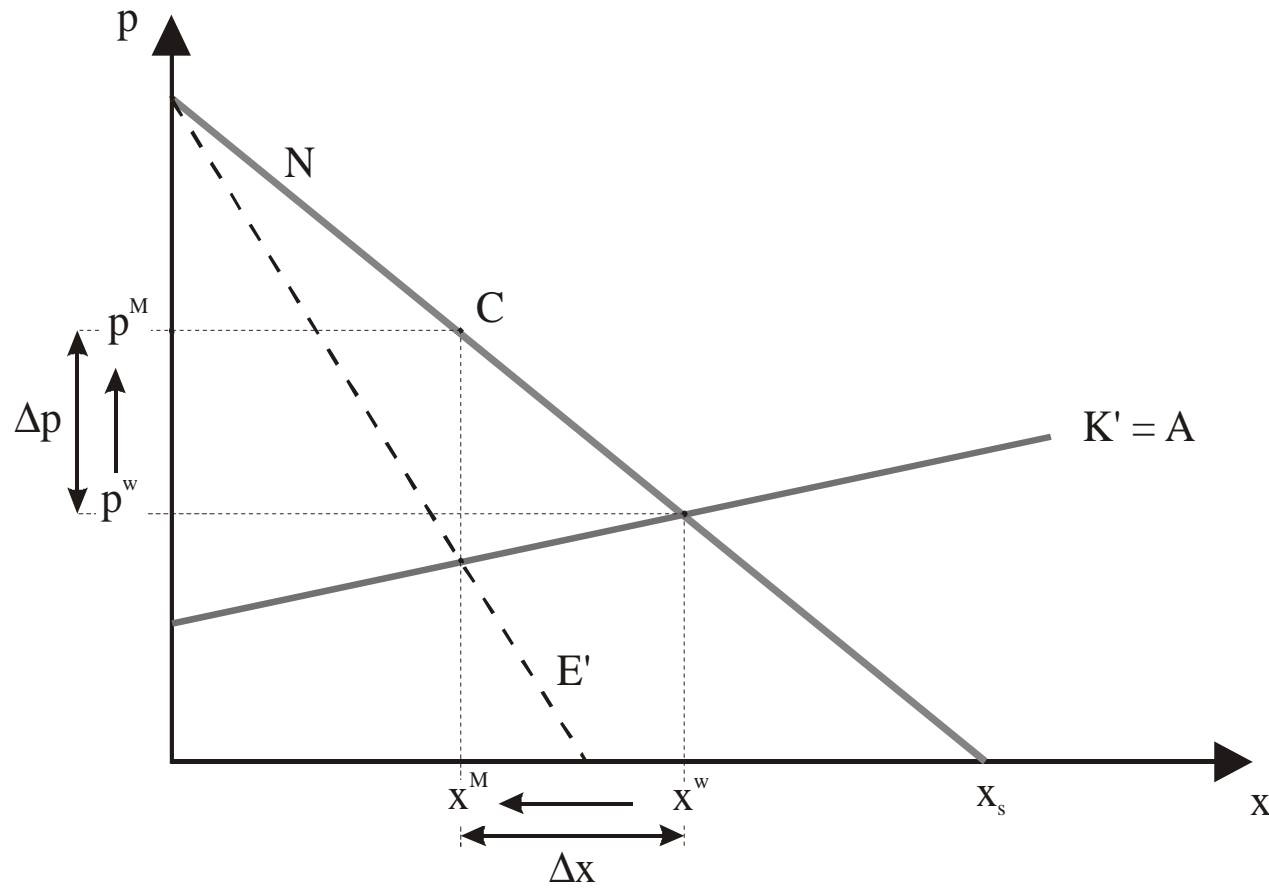
2. Zur Attraktivität von Kartellen

"Geschäftsleute des gleichen Gewerbes kommen selten, selbst zu Festen und zur Zerstreung, zusammen, ohne daß das Gespräch in einer Verschwörung gegen die Öffentlichkeit endet oder irgendein Plan ausgeheckt wird, wie man die Preise erhöhen kann."²

¹ ADAM SMITH: Der Wohlstand der Nationen. Eine Untersuchung seiner Natur und seiner Ursachen. Aus dem Englischen übertragen und mit einer umfassenden Würdigung des Gesamtwerkes von HORST CLAUS RECKTENWALD, München (dtv) 1978, S. 17.

² Vgl. ebenda, S. 112.

Preis- und Mengeneffekte einer Cournot-Preisbildung



Preis- und Mengeneffekte einer Cournot-Preisbildung

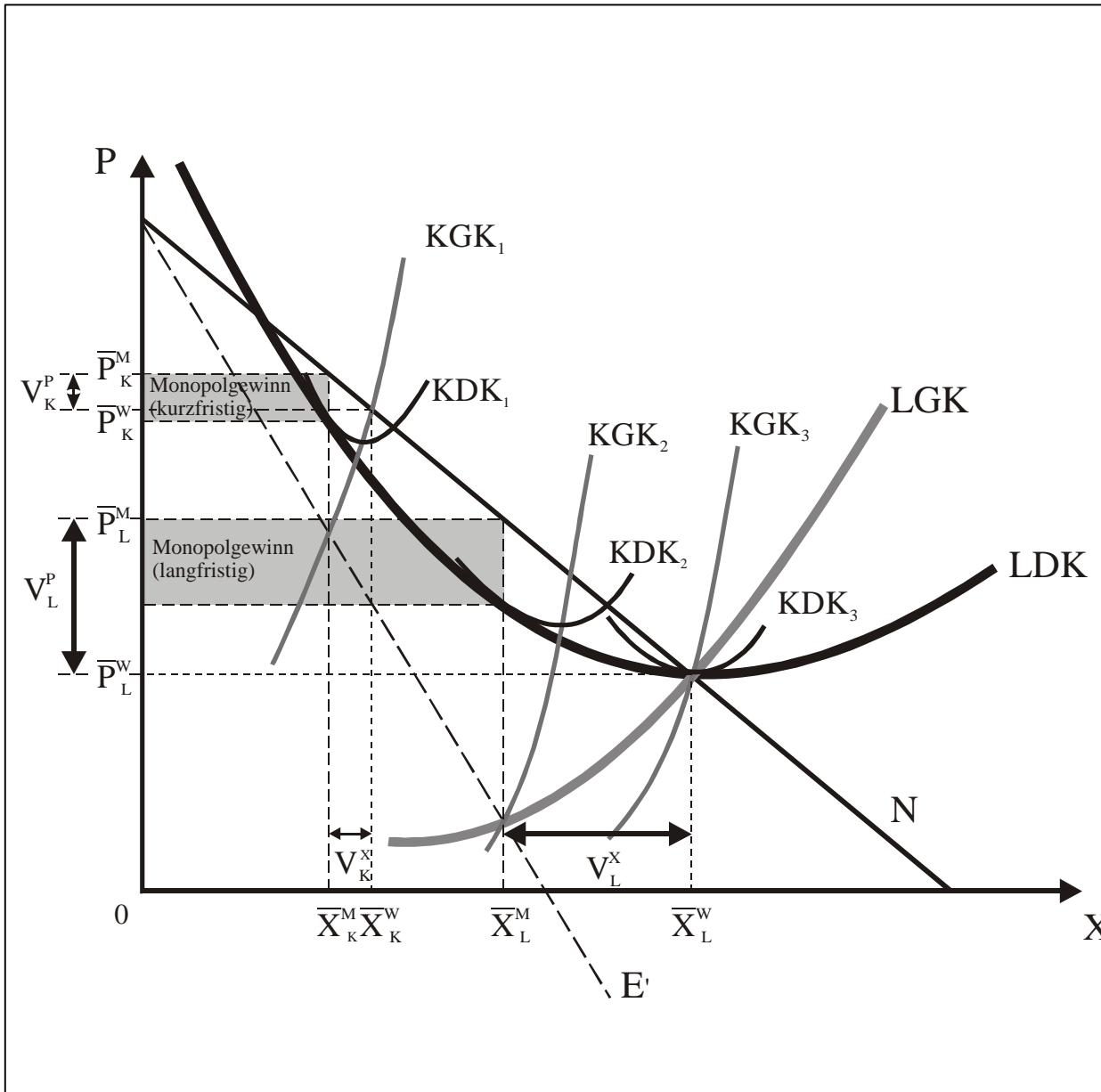
Hypothese zur Ceteris-paribus-Monopolisierung (Verknappungstheorem):

Versteht man unter "Monopolisierung" vorläufig einen kooperations- oder konzentrationsbedingten Übergang der Anbieterseite eines Marktes von einer unabhängigen (wettbewerblichen) zu einer einheitlichen (monopolistischen) Preispolitik, so folgt aus einer Ceteris-paribus-Monopolisierung

- o zum einen ein **Mengenrückgang** ("künstliche Verknappung") und
- o zum anderen eine **Preiserhöhung** ("Monopolaufschlag pro Stück").

"Ceteris paribus" bedeutet, daß sich außer der Art der Preisbildung und damit der Marktform nichts ändert, vor allem nicht die genutzte Technik. Außerdem wird davon ausgegangen, daß es nicht möglich ist, eine Politik der Preisdifferenzierung zu betreiben. Die Ceteris-paribus-Bedingung hat zur Folge, daß diese Monopolisierungshypothese nicht für jeden Einzelfall, sondern nur für eine Vielzahl von Fällen und damit auch den "typischen" Fall Gültigkeit beanspruchen kann. Die Erfahrungskonformität der (qualitativ zu interpretierenden) Hypothese läßt sich über Parallelgruppenuntersuchungen testen.

Das langfristige Gewinnmaximum eines Angebotsmonopolisten



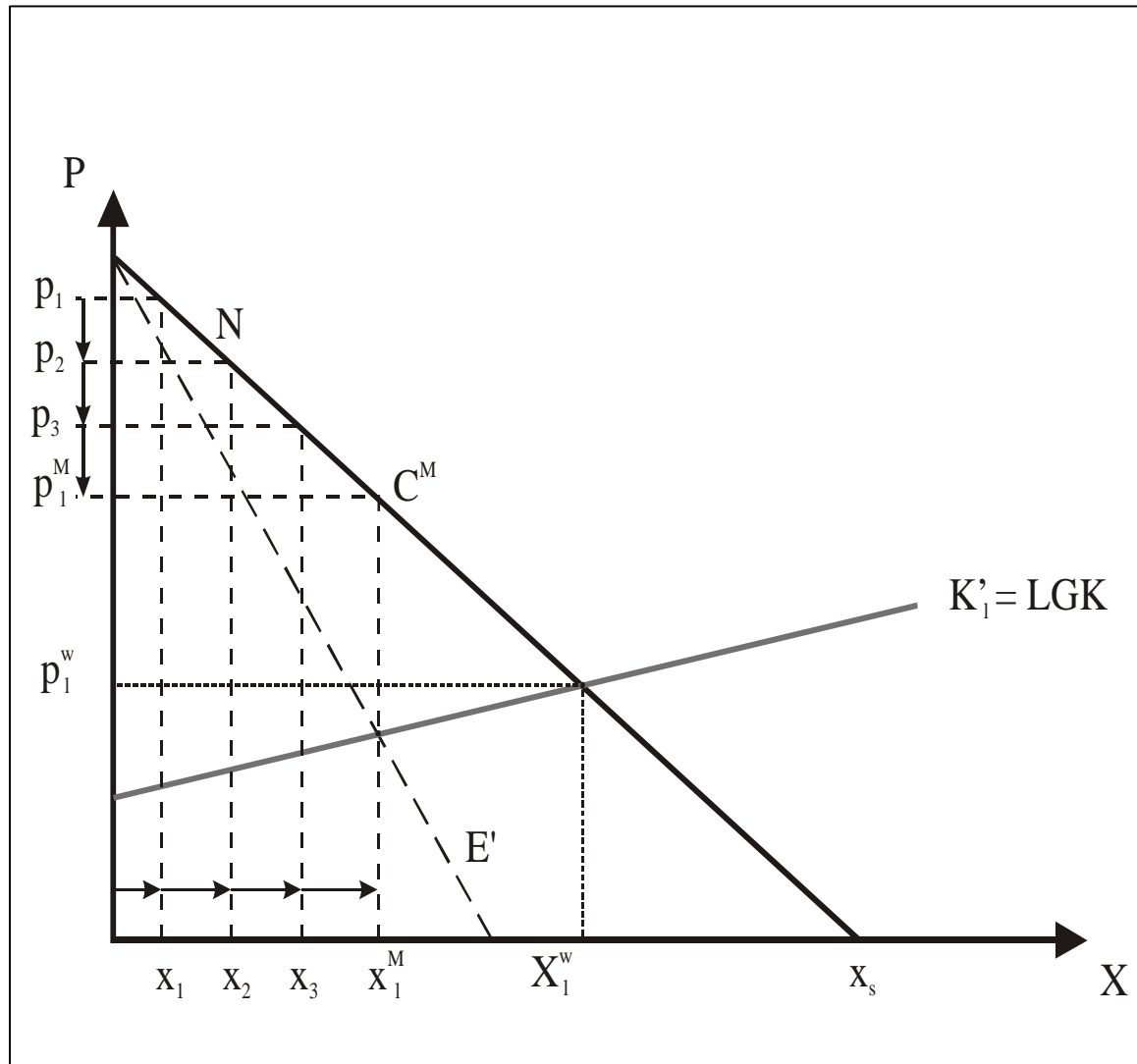
Symbolverzeichnis:

KGK	=	Kurzfristige Grenzkosten.
KDK	=	Kurzfristige Durchschnittskosten.
LGK	=	Langfristige Grenzkosten.
LDK	=	Langfristige Durchschnittskosten.
N	=	Marktnachfrage.
E'	=	Grenzerlös.
$\bar{X}_K^M / \bar{P}_K^M$	=	Kurzfristige Cournotlösung.
$\bar{X}_L^M / \bar{P}_L^M$	=	Langfristige Cournotlösung.
$\bar{X}_K^W / \bar{P}_K^W$	=	Kurzfristige Wettbewerbslösung.
$\bar{X}_L^W / \bar{P}_L^W$	=	Langfristige Wettbewerbslösung.
V_K^X	=	Mengenverzerrung durch kurzfristige Angebotsverringerng.
V_L^X	=	Mengenverzerrung durch langfristige Angebotsverringerng.
V_K^P	=	Verzerrung durch kurzfristige Preiserhöhung.
V_L^P	=	Verzerrung durch langfristige Preiserhöhung.

Quelle: Geringfügig modifiziert übernommen von C.E. Ferguson: Microeconomic Theory, Homewood/Ill., 1966, S. 241.

Chart 6

Gewinnmaximierung eines Angebotsmonopolisten bei Kapazitätsvariation



Erläuterungen:

x_1, \dots, x_3 = kurzfristige Cournotmengen.

p_1, \dots, p_3 = kurzfristige Cournotpreise.

x_1^M = langfristige Cournotmenge.

p_1^M = langfristiger Cournotpreis.

x_1^W = langfristige Wettbewerbsmenge.

p_1^W = langfristiger Wettbewerbspreis.

Marktzutrittsschranken¹

(1) Strukturelle Marktzutrittsschranken

Strukturelle Marktzutrittsschranken treten auf in Form von *absoluten Kostenvorteilen* (die Durchschnittskosten eines etablierten Anbieters sind für jede Produktionsmenge geringer als die des potentiellen Konkurrenten), *ausgeprägten Massenproduktionsvorteilen* der etablierten Anbieter (fallende Durchschnittskosten verhindern einen Eintritt mit kleineren Anfangskapazitäten, der weniger risikoreich wäre) sowie *Produktdifferenzierung mit bestehenden Käuferloyalitäten* (Präferenzen der Kunden sind für etablierte Produkte tendenziell größer als für neue und unbekannte Substitute). Auch *Marktaustrittsschranken* können als Marktzutrittsschranken aufgefaßt werden, da sie das Risiko eines Markteintritts erhöhen, denn spezielle, anderweitig nicht einsetzbare Produktionsanlagen führen zu sunk costs, die nur noch für die Eintrittskalküle potentieller Konkurrenten von Bedeutung sind.

(2) Strategische Marktzutrittsschranken

Strategische Marktzutrittsschranken werden von den etablierten Anbietern bewußt aufgebaut, um mögliche Konkurrenten vom Markteintritt abzuhalten. Hierunter ist die hohe *Wahrscheinlichkeit von Kampfreaktionen* des oder der bereits am Markt agierenden Anbieter zu verstehen. *Beispiele:* Die etablierten Unternehmen halten große *Reservekapazitäten*, um eine zusätzlich entstehende Nachfrage schneller und möglicherweise kostengünstiger befriedigen zu können als ein Neuanbieter. Insider können auch eine *Limitpreisstrategie* betreiben, den Preis also bewußt unterhalb der Durchschnittskosten potentieller Neuanbieter ansetzen. Des weiteren können etablierte Unternehmen eine *Produktdifferenzierungsstrategie* ergreifen (der Markteintritt potentieller Konkurrenten wird durch strategische Ausweitung der Produktvarianten erschwert) oder *horizontale Abwehrkartelle* vereinbaren.

Marktzutrittsschranken¹

Auch *Marktaustrittsschranken* können strategischer Natur sein. Ein Unternehmen kann z.B. betonen, daß es aus Gründen der Imagepflege auf einen Marktaustritt verzichten müßte und deshalb zu einer Preiskampfstrategie greifen wird.

(3) Staatliche Marktzutrittsschranken

Staatliche Marktzutrittsschranken treten auf in Form von *rechtlichen Rahmenbedingungen* (einzelne Vorschriften des Handels-, Gesellschafts-, Urheber-, Patent- sowie Wettbewerbsrechts), durch die *staatliche Wirtschaftspolitik* (indirekt durch Subventionen an etablierte Unternehmen und direkt durch Regulierung des Marktzutritts) sowie durch die *staatlich gesetzten Marktaustrittsschranken* (z.B. gesetzliche Regelungen des Konkursrechts, Kündigungsschutz).

(4) Räumliche Marktzutrittsschranken

Räumliche Marktzutrittsschranken treten auf in Form von *Zöllen, Abschöpfungen, Transportkosten* und *unterschiedlichen Käuferpräferenzen* als Folge der verschiedenartigen Kulturen, welche einen Marktzutritt von Anbietern gleichartiger Produkte anderer Regionen (z.B. aus dem Ausland) verhindern.

1 Vgl I. SCHMIDT / H. ENGELKE (1989): Marktzutrittsschranken und potentieller Wettbewerb, in: WiSt, 18. Jg., Heft 9, S. 399 ff.

Marktzutrittsschranken und potentieller Wettbewerb¹

Marktzutrittsschranken	Private Marktschranken	Staatliche Marktschranken
strukturelle	Betriebsgrößenvorteile absolute Kostenvorteile Produktdifferenzierungsvorteile	Vorschriften des Handels- und Gesellschaftsrechts, Patent- und Urheberrecht oder Fusionskontrolle (z.B. Verbot des Marktzutritts für ein marktbeherrschendes Unternehmen)
strategische	z.B. Limit pricing Überkapazitätsstrategie oder Gesamtumsatz-Rabattstrategie	Spezielle Industriepolitiken, z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Subventionen für einzelne Unternehmen • Regulierung des Marktzutritts • Verbot unerwünschter Fusion im Einzelfall
räumliche	Käuferpräferenzen	Zölle Abschöpfungen Kontingente

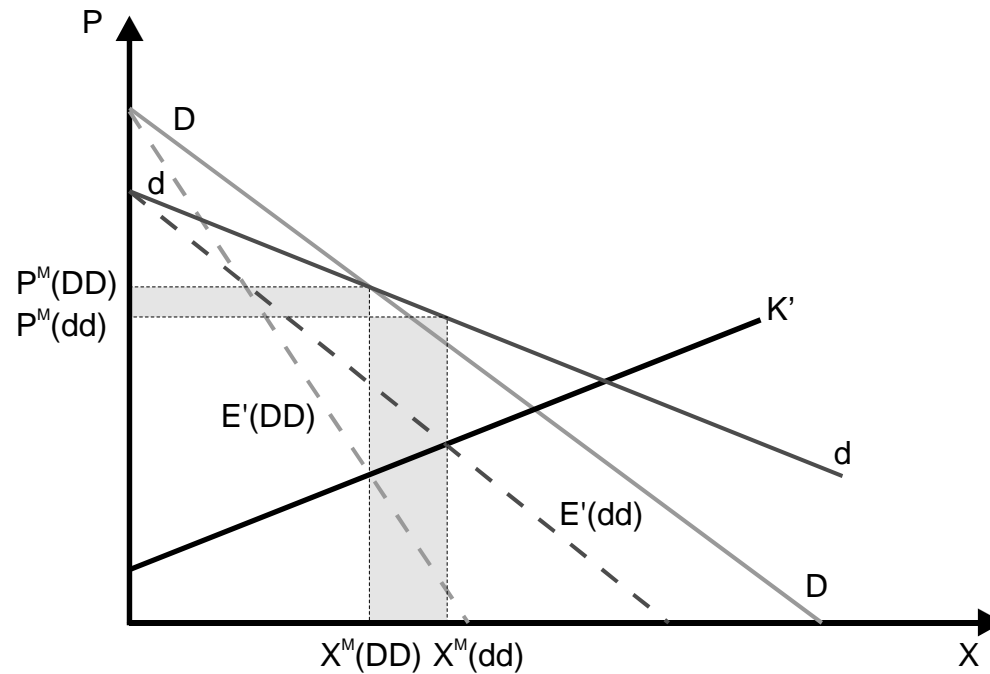
¹Vgl. I. SCHMIDT / ENGELKE, a.a.O., S.402.

Marktzutrittsschranken und potentieller Wettbewerb¹

Marktaustrittsschranken	Private Marktschranken	Staatliche Marktschranken
strukturelle in Gewinnmaximierungsabsicht	sunk cost im Falle dauerhafter und hochspezialisierter Anlagen; Vertragsstrafen bei Produktionseinstellung	Regelungen des Konkursrechts, die für Unternehmen Kosten darstellen (z.B. Sozialpläne für die Beschäftigten des Unternehmens)
strategische in Verfolgung sonstiger Zielsetzungen	Verbleiben im Markt z.B. aus Gründen der Imagepflege, der Vermarktungsmöglichkeiten oder des Zugangs zu Finanzmärkten	z.B. moral suasion im Falle eines drohenden Konkurses und daraus resultierender Entlassungen von Arbeitnehmern

¹Vgl. I. SCHMIDT / ENGELKE, a.a.O., S.402.

Anreize zur Preissenkung aus der Sicht des Chamberlin-Modells



DD-Kurve = Mutatis-mutandis-Nachfragekurve
(= objektive Preis-Absatz-Funktion)

dd-Kurve = Ceteris-paribus-Nachfragekurve

Rechenbeispiel zur Integration eines Herstellers und eines Händlers als Reaktion auf die Existenz einer Monopolkette (so genannte Doppel-Marginalisierung)

Gegeben:

Endnachfragefunktion: $p = 1.000 - 1/200 x$
 Kostenfunktion des Händlers: $K = 50 x + q x + 5.125.000$ mit $q =$ Preis des Herstellers
 Kostenfunktion des Herstellers: $C = 250 x + 11.500.000$

<i>Fall A: Monopolkette</i>	<i>Fall B: Vertikal integriertes Monopol</i>
<p>(1) Der Händler gleicht K' und E' aus: $E = p x = 1.000 x - 1/200 * x^2$ $E' = 1.000 - 1/100 x$ $K = 50 x + q x + 5.125.000$, d.h. $K' = 50 + q$ $K' = E'$ führt zu: $50 + q = 1.000 - 1/100 x$ oder $q = 950 - 1/100 x$</p> <p>Dies ist eine abgeleitete Nachfragefunktion, die zeigt, welche Preise der Hersteller bei vorgegebenen Mengen des Händlers fordern kann.</p> <p>(2) Der Hersteller gleicht seine Grenzkosten C' und seinen Grenzerlös U' aus: $U = q x = 950 x - 1/100 x^2$ $U' = 950 - 1/50 x$ $C = 250 x + 11.500.000$</p>	<p>(1) Das integrierte Unternehmen hat die gleiche Erlös- und damit auch Grenzerlösfunktion wie vorher der Händler. $E' = 1.000 - 1/100 x$ Die Kostenfunktion $Q(x)$ ergibt sich aus der Addition aller fixen und variablen Kosten: $Q = 5.125.000 + 11.500.000 + 50 x + 250 x$ $Q = 16.625.000 + 300 x$ $Q' = 300$ $Q' = E'$ führt zu: $300 = 1.000 - 1/100 x$ oder $x = 70.000$</p> <p>(2) Aus $x = 70.000$ ergibt sich: $p = 650$, $E = 45.500.000$, $Q = 37.625.000$, Gewinnsumme $E - Q = 7.875.000$, Endverbrauchersituation: $p = 650$, $x = 70.000$</p>

Rechenbeispiel zur Integration eines Herstellers und eines Händlers als Reaktion auf die Existenz einer Monopolkette (so genannte Doppel-Marginalisierung)

<i>Fall A: Monopolkette</i>	<i>Fall B: Vertikal integriertes Monopol</i>
<p>$C' = 250$ $C' = U'$ führt zu: $250 = 950 - 1/50 x$ oder $x = 35.000$</p> <p>(3) Aus $x = 35.000$ ergibt sich aufgrund der obigen Funktionen: $p = 825$, $E = 28.875.000$, $K = 27.875.000$, Händlergewinn = $1.000.000$, $q = 600$, $U = 21.000.000$, $C = 20.250.000$, Hersteller- gewinn = 750.000, Gewinnsumme = $1.750.000$, Endverbrauchersituation: $p = 825$, $x = 35.000$</p>	<p>(3) <i>Fazit:</i> Im Vergleich zur Monopolkette haben sich die Unternehmer- <i>und</i> die Verbrauchersituation verbessert.</p>

Man beachte, daß sich in diesem Beispiel, welches auch mit allgemeinen Zahlen vorführbar und damit *verallgemeinerungsfähig* ist, die Situation *aller* Beteiligten aufgrund einer reinen Ceteris-paribus-Variation des Integrationsgrades verbessert hat, daß die vertikale Integration also eine *paretosuperiore Maßnahme* war. Da das integrierte Monopolunternehmen aber weiterhin eine Verknappungspolitik betreibt, wäre der Übergang zu einer reinen *Wettbewerbslösung* für die *Verbraucher* natürlich noch besser. Die Existenz einer paretosuperioren Integrationsmöglichkeit verdeutlicht also nur die *besonders starke Schädlichkeit von Monopolketten*.

1 Vgl. H. GROSSEKETTLER: Die volkswirtschaftliche Problematik von Vertriebskooperationen, in: ZfgG, Bd. 28 (1978), S. 325 - 374, hier S. 365 f.

Inhalts- und Abschlußbindungen

1. Inhaltsbindungen

Inhaltsbindungen sind Klauseln in Verträgen, in denen sich zwei Vertragspartner - in der Regel ein Hersteller und ein Händler - über Inhalte von Verträge einigen, die der Gebundene mit Dritten abschließen darf.

Hersteller, welche über Marktmacht verfügen und Händlern gegenüber ohne das Eingehen auf ihre Bindungsforderungen eine Belieferung verweigern können, machen - falls erlaubt - erfahrungsgemäß gern von folgenden Typen von Bindungen der Händler Gebrauch:

- o *Preisbindung der zweiten Hand*: Die Wiederverkaufspreise der Händler werden nach den Vorstellungen des Herstellers festgelegt.
- o *Konditionenbindungen*: Sonstige Konditionen - insbesondere Preisbestandteile und Rabatte - werden festgelegt.
- o *Kalkulationsbindungen*: Es werden Vorschriften über die Anwendung von Kalkulationsmethoden festgelegt, aus denen Preisober- und Preisuntergrenzen resultieren.

Marktmächtige *Händler* verwenden gerne *Meistbegünstigungsklauseln*: Der Hersteller muß sich verpflichten, keinen anderen Händler preisgünstiger zu beliefern.

Inhalts- und Abschlußbindungen

2. Abschlußbindungen

Im Rahmen von *Abschlußbindungen* vereinbaren die Vertragspartner Klauseln, mit denen ein Partner - in der Regel der Händler - sich verpflichtet, mit bestimmten Dritten keine Verträge einzugehen oder bestimmte Zusatzgeschäfte zu tätigen. Wichtige Bausteine dieser Art sind:

- o *Bezugs- oder Ausschließlichkeitsbindungen*: Ein Händler verpflichtet sich, Waren einer bestimmten Art ausschließlich von einem bestimmten Hersteller zu beziehen.
- o *Vertriebsbindungen*: Ein Händler verpflichtet sich, bestimmte Arten potentieller Kunden (z.B. Wiederverkäufer) nicht zu beliefern.
- o *Verwendungsbeschränkungen*: Ein Käufer (z. B. ein Hersteller 2) verpflichtet sich, die bezogenen Güter nicht zu bestimmten Zwecken (z.B. zur Herstellung von Konkurrenzprodukten für den Hersteller 1) zu verwenden.
- o *Kopplungsverträge*: Ein Händler verpflichtet sich, zusätzlich zu bestimmten Mengen eines Produktes A (z.B. Weißwein) stets auch bestimmte Mengen eines Produktes B (z.B. Rotwein) zu kaufen.

Gründe für die Kommunalisierung von Versorgungsunternehmen

Versorgungsbereich	Privates oder öffentliches Pionierunternehmen?	Marktform vor Kommunalisierung	Verhaltensweisen, die vor der Kommunalisierung/Gründung hauptsächlich beklagt wurden
Wasser - Versorgung	privat	regionales Privatmonopol	künstl. Verknappung (überhöhte Preise), Nichterschließung unrentabler Stadtteile, schlechte hygienische Verhältnisse und sonstige Qualitätsmängel
- Entsorgung	öffentlich	---	Privatunternehmen lohnten sich nicht, da es keinen Benutzerzwang für Entsorgungskapazitäten gab
Gas	privat	regionales Privatmonopol	künstl. Verknappung (überhöhte Preise), Qualitätsmängel, Nichtversorgung unrentabler Stadtteile, Kampfmaßnahmen gegen das Aufkommen von Elektrizität
Strom	privat	regionales Privatmonopol	künstl. Verknappung (überhöhte Preise), Nichtversorgung unrentabler Stadtteile
Müllentsorgung	privat	divers	z.T. überhöhte Preise und Qualitätsmängel
Straßenbahnen/ ÖPNV	privat	regionales Privatmonopol	künstl. Verknappung (überhöhte Preise), Nichtversorgung unrentabler Gebiete, Qualitätsmängel

Fortsetzung siehe Chart 12b

Chart 12a

Gründe für die Kommunalisierung von Versorgungsunternehmen

Versorgungsbereich	Privates oder öffentliches Pionierunternehmen?	Marktform vor Kommunalisierung	Verhaltensweisen, die vor der Kommunalisierung/Gründung hauptsächlich beklagt wurden
Krankenhausversorgung/ Gesundheitseinrichtungen	divers	---	teilweise Fehlen einer effektiven Nachfrage aufgrund der Kollektivgutproblematik
Schlachthöfe	privat	beschränkter Wettbewerb	keine Konzentration auf <u>einen</u> Ort (d.h. Viehtrieb durch die Städte zu verschiedenen Orten), mangelhafte Hygiene, Umweltbeeinträchtigung
Kulturelle Einrichtungen	divers	---	z.T. Nichtbeachtung des Klubgutcharakters bei der Preisgestaltung; kommunale Prestigeüberlegungen
Sparkassenwesen	divers	---	wegen Unrentabilität fehlendes oder nur mäzenatenhaft bereitgestelltes Angebot für Kleinstsparer

Quelle: Vgl. die Einzeldarstellungen der Bereiche bei M. KOCH: Die wirtschaftliche Betätigung der Gemeinden. Ein Beitrag zur finanzwirtschaftlichen Ordnungspolitik, (Diss.) Münster 1990, passim, insb. S. 151 ff (m.w.N.).

Typen von Verträgen zur Abstimmung der Produktion und Verwendung von Gütern

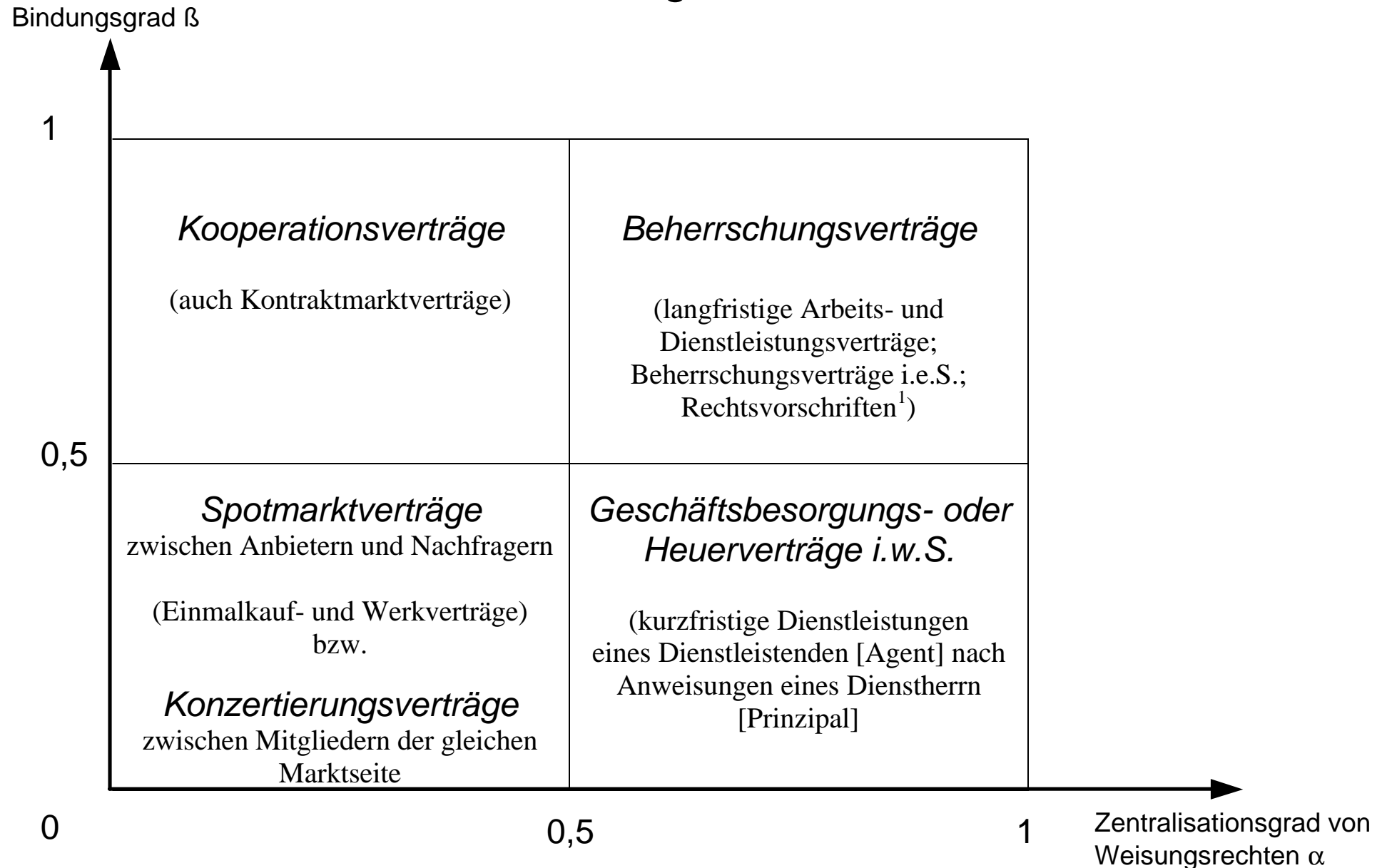


Chart 13a

Typen von Verträgen zur Abstimmung der Produktion und Verwendung von Gütern

Operationalisierung (einfache Fälle²):

$$\alpha = 1 - \frac{a \log (\text{Zahl } x \text{ der Entscheidungsberechtigten})}{\log (\text{Zahl der Beteiligten } n)}$$

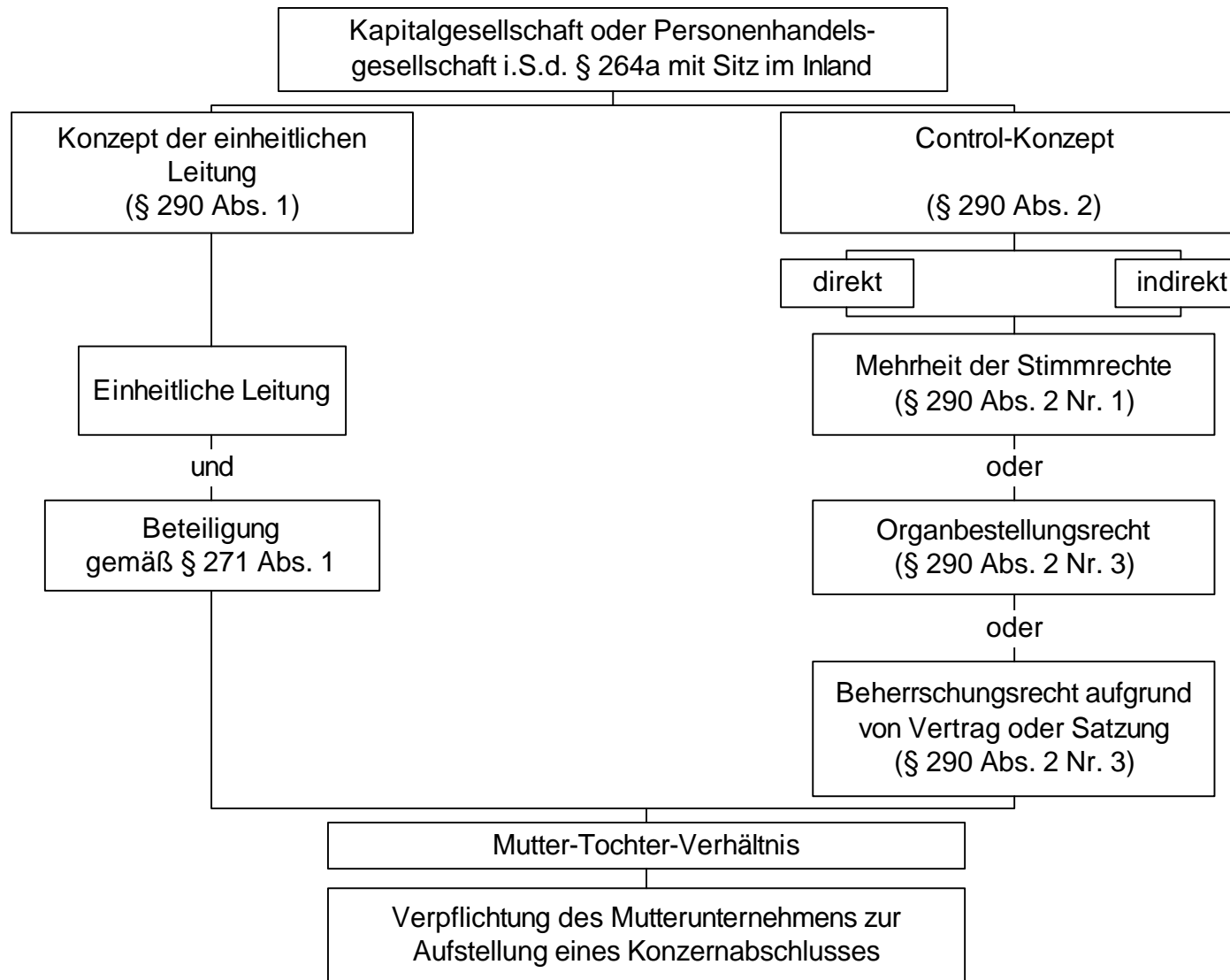
$$\beta = 1 - 0,5^{0,4 L}$$

In komplizierteren Fällen müssen Gewichtungen verwendet werden, in denen die Bedeutung einzelner Vertragspassagen ("Elementarverträge") in einem Gesamtvertrag berücksichtigt wird. Außerdem erfaßt die β -Formel nur die zeitliche Dauer einer Bindung, nicht aber deren Umfang und Enge. Diese können aber mit Hilfe zusätzlicher Maßzahlen (des Erfassungs- und des Intensitätsgrades) berücksichtigt werden. Zieht man sie in die Betrachtung ein, wird deutlich, daß die Bedeutung der Bindung durch einen Vertrag für die beteiligten Vertragspartner asymmetrisch sein kann.

-
- 1 Rechtsvorschriften werden nach der ökonomischen Vertragstheorie des Staates als Ausfluß von Regelungsmacht angesehen, welche die Bürger zu ihrem eigenen Besten an den Staat abgetreten haben.
 - 2 a ist eine von n und x linear abhängige Funktion - bei $n = 17$ z.B. die Funktion $a = 1 - 0,04 (17 - x)$ -, die sicherstellt, daß α bei $x = 0,5 n$ den Wert $0,5$ erreicht. L ist die Laufzeit in Jahren. Die β -Formel hängt von den Planungsgewohnheiten im betrachteten Bereich ab. In der obigen Formel wird davon ausgegangen, daß Verträge mit einer Laufzeit von $L > 2,5$ Jahren als "langfristig" angesehen werden ($\beta > 0,5$). Nach Umfragen gilt dies für das Gros aller Branchen. Im öffentlichen Bereich gilt als "langfristig", was die Laufzeit der jeweils gültigen Finanzplanung übersteigt (drei Jahre).

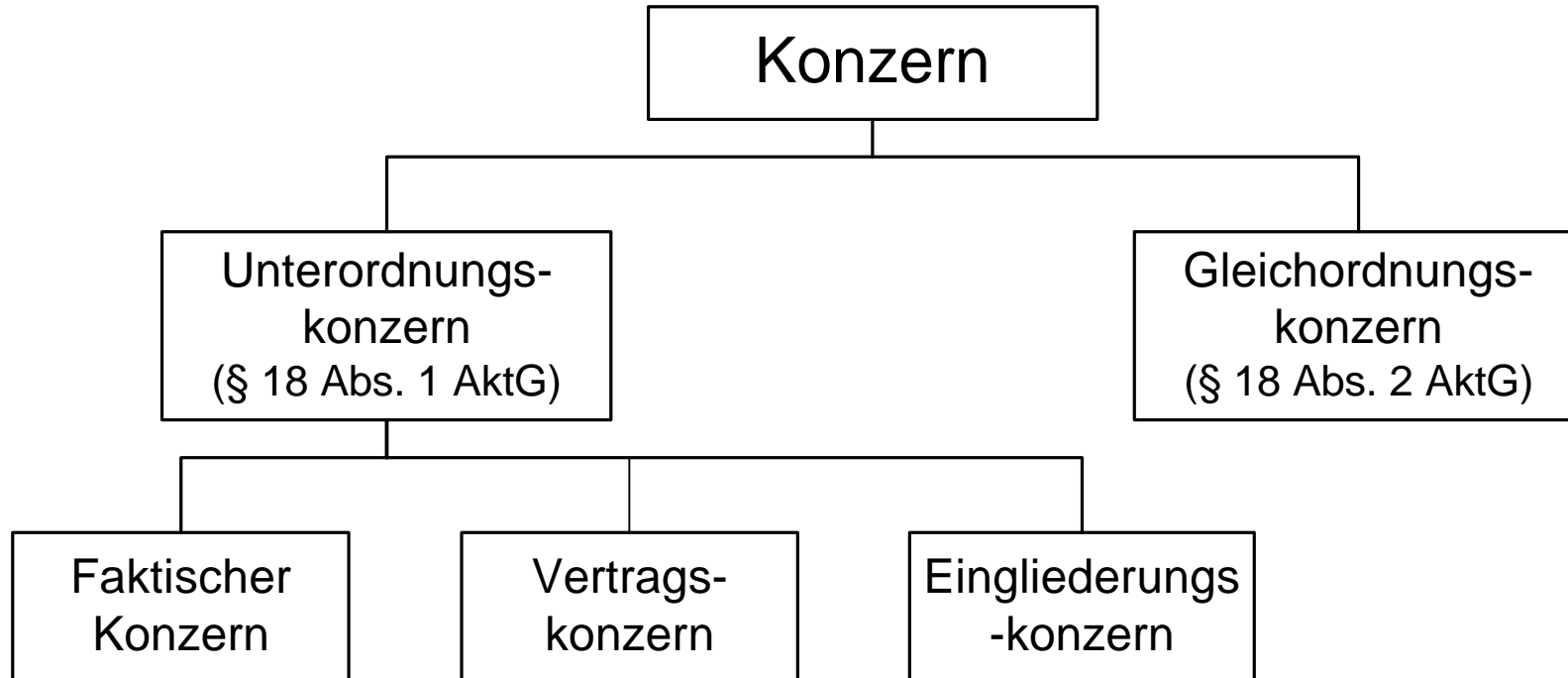
Konzentration von Lenkungsmacht durch Konzernbildung

(1) Kriterien für das Vorliegen eines Konzerns nach dem Handelsgesetzbuch¹



Konzentration von Lenkungsmacht durch Konzernbildung

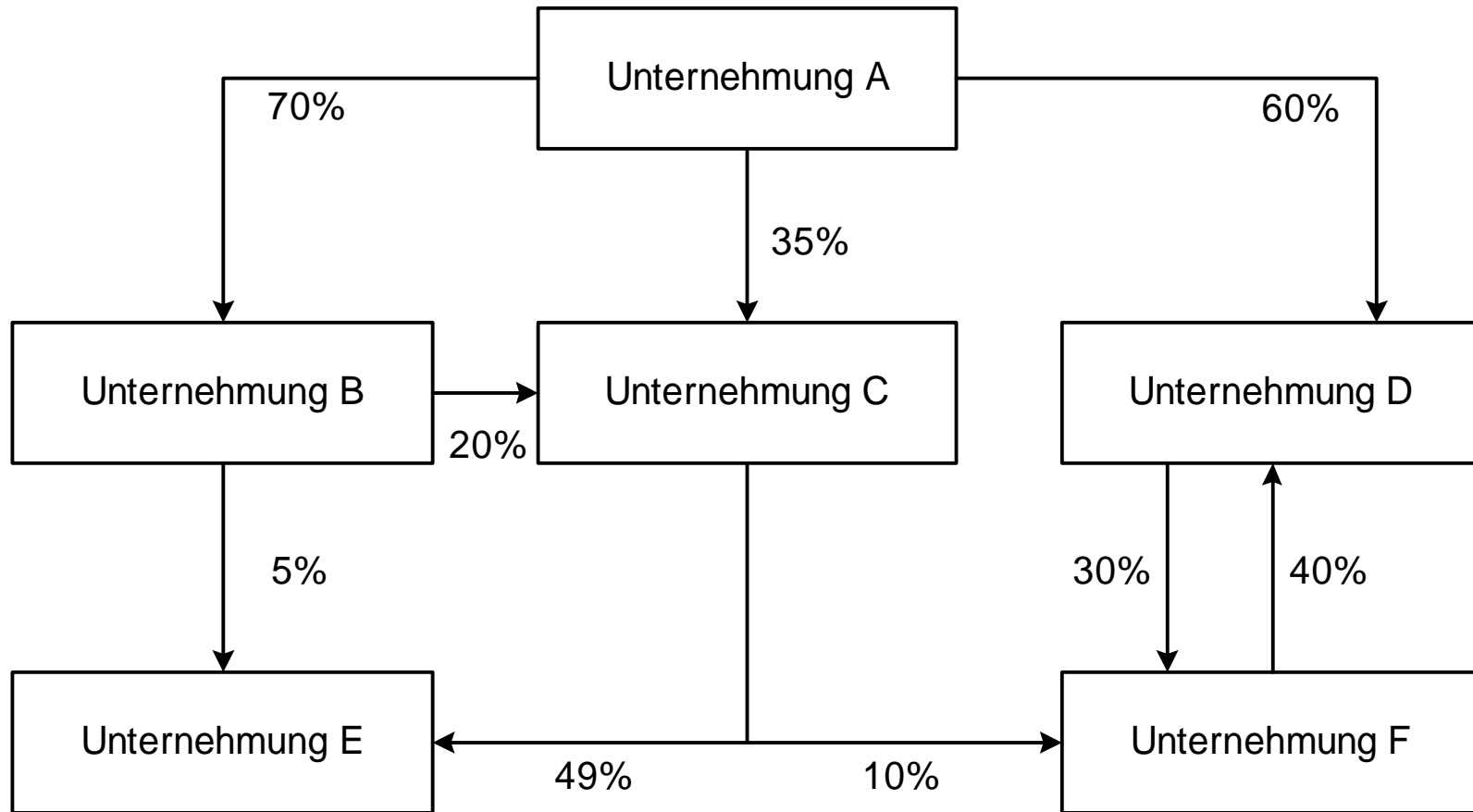
(2) Arten von Konzernen nach dem Aktiengesetz¹



¹ Quelle: J. BAETGE, H.-J. KIRSCH, S. THIELE: Konzernbilanzen, 6. Aufl., Düsseldorf, S. 83 und 3.

Konzentration durch Konzernbildung, Fortsetzung

3. Beschreibung von Unternehmensverschachtelungen im Konzern mit Hilfe von Beteiligungsstammbäumen¹



¹ Quelle: H. SCHIERENBECK: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 16. Aufl., München 2003, S. 50.

Kartelltypen

Kartelle werden üblicherweise nach dem Parameter benannt, der im Rahmen eines Kooperationsvertrages im Wege der gemeinsamen Planung gebunden wird.¹ Unterscheidet man als Marktprozesse (wie im Rahmen des Koordinationsmängel-Diagnosekonzepts noch näher besprochen wird) Prozesse, die sich durch unterschiedliche Geschwindigkeiten auszeichnen und bei denen die Zustände, welche in langsameren Prozessen erreicht werden, als vorläufig "gegeben" betrachtet werden können, kann man drei Gruppen von Kartellen unterscheiden:

- o solche, die sich auf den **Markträumungsprozeß** beziehen (variabler Beschäftigungsgrad, aber gegebene Kapazitäten und gegebenes technisches Wissen),
- o solche, die sich auf den **Renditenormalisierungsprozeß** beziehen (variabler Beschäftigungsgrad und variable Kapazitäten, aber gegebenes technisches Wissen), und
- o solche, die sich auf die Prozesse des **Produkt- und Verfahrensfortschritts** beziehen (variabler Beschäftigungsgrad, variable Kapazitäten und variables technisches Wissen).

1

Normalerweise sind Kartellverträge unbefristet und stellen damit (langfristige) Kooperationsverträge dar. Es gibt jedoch auch Verträge zwischen Branchengenossen, die der Erledigung *einmaliger* Aufträge dienen, etwa *Arbeitsgemeinschaften* zur Errichtung eines bestimmten Bauwerks oder *Bankenkonsortien* zur Platzierung einer bestimmten Anleihe. Solche Arbeitsgemeinschaften/ Konsortien auf der Basis kurzfristiger Konzertierungsverträge werden üblicherweise nicht als Kartelle bezeichnet.

Kartelltypen (Fortsetzung)

Damit gelangt man zu folgender Einteilung der Hauptkartellformen:

- (1) Kartelle, die sich auf laufende Preise und Mengen richten und primär für den *Markträumungsprozeß* von Bedeutung sind:
 - o Preiskartelle,
 - o Submissionskartelle,
 - o Konditionenkartelle,
 - o Rabattkartelle,
 - o Kalkulationskartelle mit zentral gesteuerten Marktinformationsverfahren,
 - o Quotenkartelle zur Festlegung der Nutzung gegebener Kapazitäten,
 - o Marktaufteilungskartelle (auch im Ex- und Import),
 - o Frachtbasiskartelle zur Ausschaltung von Transportkostendifferenzen,
 - o Einkaufssyndikate zur Ausschaltung von Einkäuferwettbewerb und
 - o Verkaufssyndikate zur Ausschaltung von Verkäuferwettbewerb.

- (2) Kartelle, die sich primär auf den *Renditenormalisierungsprozeß* und damit die *Veränderung von Kapazitäten* richten:
 - o Investitionskartelle und
 - o Strukturkrisenkartelle.

- (3) Kartelle, die sich primär auf *Fortschrittsprozesse* richten:
 - o Normungs- und Typisierungskartelle (Qualitätsgestaltung),
 - o Spezialisierungskartelle (Aufteilung von Produktionsarten) und
 - o (sonstige) Rationalisierungskartelle.

Grobabschätzung der Marktform auf Basis des Herfindahl-Index

Wettbewerbstheoretischen Untersuchungen und Erfahrungen der wettbewerbspolitischen Praxis zufolge liegt die Marktform des engen Oligopols vor, wenn sich 2-10 Unternehmen einen Markt etwa gleichmäßig teilen. Von einem weitem Oligopol spricht man, wenn 11-20 etwa gleichstarke Unternehmen auf einem Markt als Anbieter auftreten.

Auf Basis dieser Faustformeln lassen sich für Werte des Herfindahl-Index Intervalle festlegen, die eine Einordnung der auf einem Markt gemessenen Konzentration in die Marktformensystematik erlauben.

Hierzu wird in einem ersten Schritt der Zusammenhang zwischen der Anzahl von Unternehmen auf einem Markt und dem Wert des Herfindahl-Index bei Annahme gleichverteilter Marktanteile untersucht. In einem zweiten Schritt wird gezeigt, wie sich die Faustformel auch auf den – in der Realität häufigeren – Fall ungleichverteilter Marktanteile anwenden lässt.

Schritt 1: Zusammenhang zwischen der Anzahl der Unternehmen und dem Wert des Herfindahl-Index bei Gleichverteilung der Marktanteile

Unterstellt man eine Gleichverteilung der Marktanteile zwischen den Unternehmen auf einem Markt, bedeutet dies, dass auf jedes der n Unternehmen ein Marktanteil von $1/n$ entfällt. Die allgemeine Berechnungsvorschrift für den Herfindahl-Index

$$H = \sum_{i=1}^n p_i^2 \quad \text{mit } p_i = \text{Marktanteil des Unternehmens } i$$

Grobabschätzung der Marktform auf Basis des Herfindahl-Index

(Fortsetzung)

vereinfacht sich dann zu

$$H = n \cdot (1/n)^2 = n/n^2 = 1/n.$$

Folglich lässt sich aus einem gegebenen Wert für den Herfindahl-Index bei Gültigkeit der Annahme der Gleichverteilung der Marktanteile durch Kehrwertbildung die Anzahl der Unternehmen bestimmen:

$$n = 1/H.$$

Die Anwendung der Faustformel ergibt dann die in Tabelle 1 dargestellte Zuordnung von Werten des Herfindahl-Index zur Unternehmenszahl und zur Marktform:

Tabelle 1

H-Index-Wert (1/n)	1	$0,5 \geq H \geq 0,1$	$0,1 \geq H \geq 0,05$	$H < 0,05$
Anzahl Unternehmen ($n = 1/H$)	1	2 – 10	11 – 20	> 20
Marktform	Monopol	enges Oligopol	weites Oligopol	Polypol

Grobabschätzung der Marktform auf Basis des Herfindahl-Index

(Fortsetzung)

Schritt 2: Bestimmung der Marktform bei ungleichverteilten Marktanteilen anhand des Gleichverteilungsäquivalents

Typischerweise sind die Marktanteile der Unternehmen auf realen Märkten nicht gleichverteilt, sondern weisen unterschiedlich starke Disparitäten auf. Der Wert des Herfindahl-Index, den wir nach der allgemeinen Berechnungsvorschrift ermitteln, wird also nicht nur von der Zahl der Unternehmen, sondern darüber hinaus vom Ausmaß der Ungleichverteilung der Marktanteile beeinflusst. Analog zu Schritt 1 können wir aber ein Gleichverteilungsäquivalent n^* ermitteln, welches aussagt, wie viele Unternehmen auf einem Markt mit gleichverteilten Marktanteilen tätig sein müssten, damit diesem (hypothetischen) Markt der gleiche Wert des Herfindahl-Index – und damit der gleiche Konzentrationsgrad – zugewiesen würde wie dem Untersuchungsmarkt.

Das Gleichverteilungsäquivalent n^* berechnet sich wiederum als Kehrwert des auf dem Markt tatsächlich gemessenen Wertes des Herfindahl-Index, also

$$H = \sum_{i=1}^n p_i^2 \quad \text{und}$$
$$n^* = \frac{1}{H} .$$

Mit Hilfe dieser rechnerischen Homogenisierung lässt sich die Faustformel nun auch zur Bestimmung der Marktform anwenden, wenn die Marktanteile ungleich verteilt sind (Tabelle 2). Die Intervalle für die Herfindahlindex-Werte sind die gleichen wie in Tabelle 1.

Grobabschätzung der Marktform auf Basis des Herfindahl-Index

(Fortsetzung)

Tabelle 2

Wert des H-Index $H = \sum p_i^2$	1	$1 > H \geq 0,1$	$0,1 \geq H \geq 0,05$	$H < 0,05$
Gleichverteilungs- äquivalent ($n^* = 1/H$)	1	2 – 10	11 – 20	> 20
Marktform	Monopol	enges Oligopol	weites Oligopol	Polypol

Die Berechnung und der Aussagegehalt des Gleichverteilungsäquivalents sollen nun an einem [Beispiel](#) erläutert werden. Auf einem Untersuchungsmarkt seien 15 Unternehmen tätig, und es habe sich die folgende Marktanteilsverteilung ergeben:

Unternehmen Nr. 1	0,25 oder 25 %
Unternehmen Nr. 2	0,15 oder 15 %
Unternehmen Nr. 3, 4 und 5 je	0,1 oder 10 %
Unternehmen Nr. 6 – Nr. 15 je	0,03 oder 3%

Für den Herfindahl-Index ergibt sich daraus ein Wert von

$$H = 0,25^2 + 0,15^2 + 3 \cdot 0,1^2 + 10 \cdot 0,03^2 = 0,124.$$

Grobabschätzung der Marktform auf Basis des Herfindahl-Index

(Fortsetzung)

Für das Homogenitätsäquivalent folgt ein Wert von

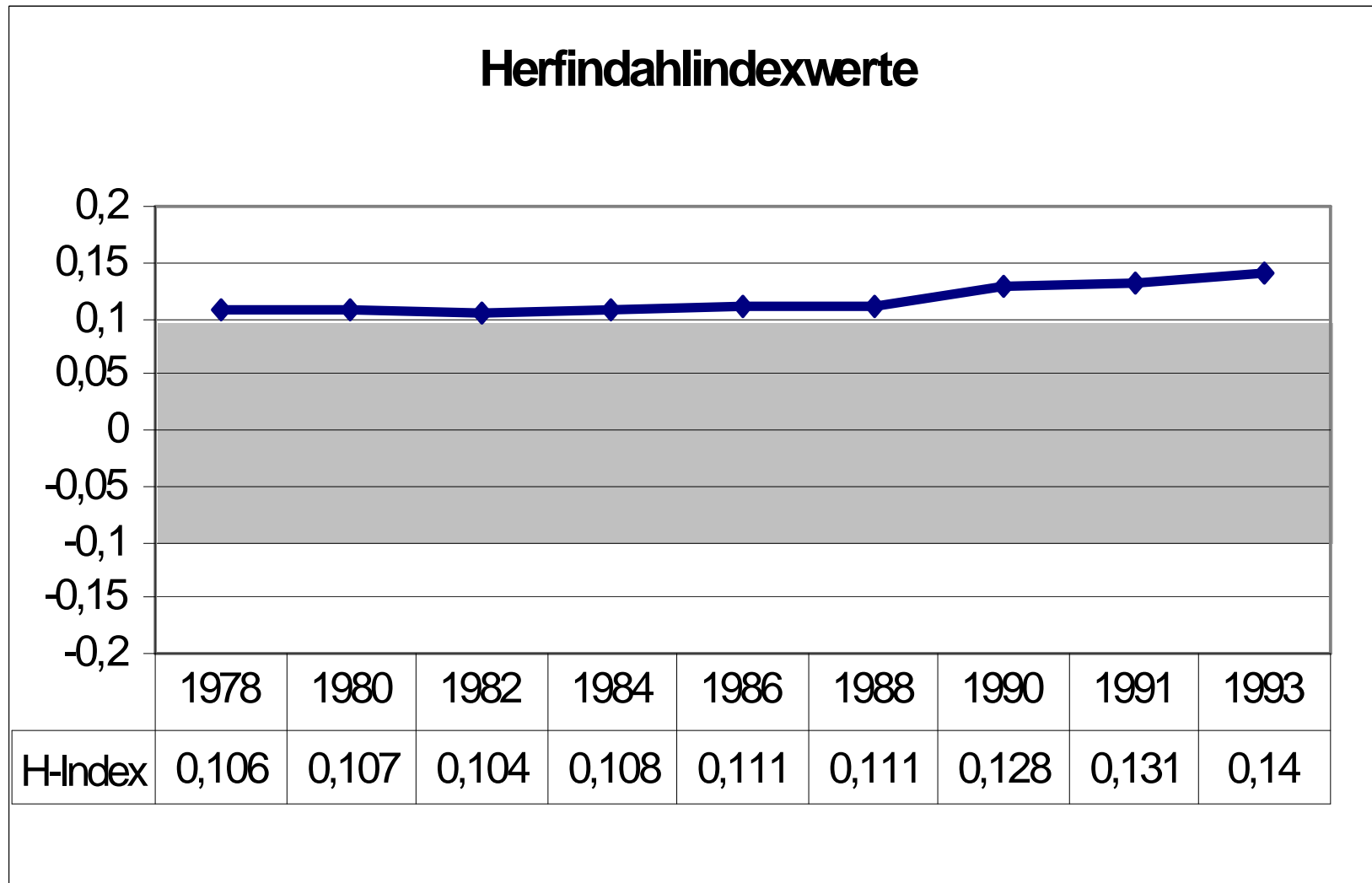
$$n^* = \frac{1}{H} = \frac{1}{0,124} = 8,06 \approx 8.$$

Hätten alle 15 Unternehmen den gleichen Marktanteil erzielt, hätte man dem Markt die Marktform des *weiten Oligopols* zugeordnet. Die Ungleichverteilung führt aber weg zu einer Konzentration, die der eines Marktes mit $n^* = 8$ gleichstarken Unternehmen entspricht. Es ist somit davon auszugehen ist, dass das Marktverhalten eher dem eines *engen Oligopols* gleicht.

Literaturhinweis:

Zu einem umfassenderen Überblick über die Möglichkeit der Konzentrationsmessung und speziell zum Gleichverteilungs- oder auch Homogenitätsäquivalent vgl. JANßEN, S. (1996): Die Messung der Konzentration auf Märkten. Informationsgehalt, Homogenitätsäquivalent und Grad der Angebotskonzentration, Volkswirtschaftliche Diskussionsbeiträge der Universität Münster, Nr. 227.

H-Indexwerte und GVÄ-Werte für den GP-Viersteller 3626



Toleranzbereich

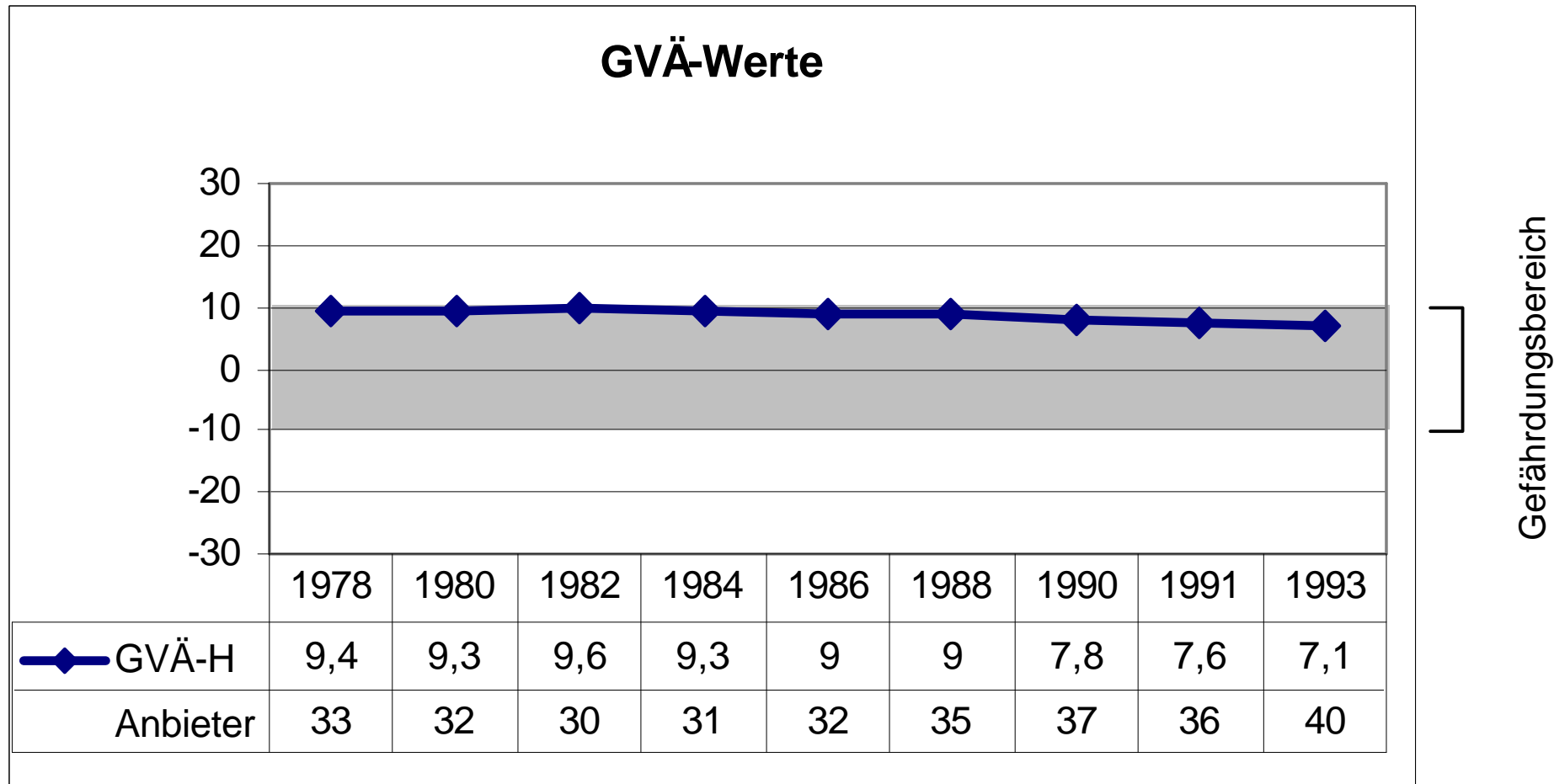
Klassifizierung nach dem Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken:

GP-Zweisteller 36: Elektrotechnik

GP-Viersteller 3626: Kabel

GP-Sechssteller 3626-15: Starkstromkabel, kunststoff- und anders isoliert

H-Indexwerte und GVÄ-Werte für den GP-Viersteller 3626 (Fortsetzung)



Aufgrund der Umstellung der amtlichen Statistik im Jahre 1993 (von SYPRO auf WZ93) war eine Fortschreibung nicht mehr sinnvoll, weil der GP-Viersteller seitdem nicht mehr in der alten Form erfasst wird. Der aktuelle Viersteller „Isolierte Elektrokabel, -leitungen und drähte“ (mit 120 im Vergleich zu ca. 40 Anbietern nach der alten Abgrenzung im Jahre 1995) ist nicht vergleichbar.

Charakterisierung der Prototypen des vertikalen Marketing

1. Vertriebsbindungssystem (P_{vb})	
Taktisches Ziel des Herstellers	Bereinigung eines Absatzweges nach qualitativen Selektionskriterien. Beispiel: Vertrieb ausschließlich über den Fachhandel.
Hauptanwendungsbereiche	Kommt hauptsächlich beim Vertrieb von Elektrogeräten, Fotoartikeln, Uhren, Möbeln, Textilien, Porzellan und Keramik sowie Kosmetik- und Körperpflegeprodukten vor.
Intensität der Bindung zukünftigen Verhaltens	Großhändler verpflichten sich, die Annahme von Kaufangeboten zu unterlassen, die gebiets-, kunden- oder zeitbezogen abgegrenzt sind und von Wiederverkäufern abgegeben werden. Positiv wird lediglich eine auf Dauer gerichtete grundsätzliche Liefer- bzw. Bezugsbereitschaft der Beteiligten postuliert (Geschäftsgrundlage).
Bedeutung von Weisungsrechten	Weisungsrechte des Herstellers spielen eine völlig untergeordnete Rolle
Erfassung im Wettbewerbsrecht	Ausschließlichkeitsbindung zuungunsten der Händler gemäß §16 Nr. 3 GWB. Daneben sind §20 (1) (2) und §23 (3) 4 GWB und Art. 81 EG-Vertrag zu prüfen (ex Art. 85).

Charakterisierung der Prototypen des vertikalen Marketing

(Fortsetzung)

2. Alleinvertriebssystem (P_{Av})	
Taktisches Ziel des Herstellers	Aufteilung eines Marktes in räumlich, zeitlich oder kundenbezogen abgegrenzte Teilmärkte, in denen es lediglich einen Händler gibt.
Hauptanwendungsbereiche	Kommt hauptsächlich beim Vertrieb von Verlagserzeugnissen, als Platzschutzsystem bei Einkaufsgenossenschaften und beim Vertrieb von Haushaltsnähmaschinen vor.
Intensität der Bindung zukünftigen Verhaltens	Der Hersteller verpflichtet sich, die Annahme von Kaufangeboten von (in der Regel) räumlich abgegrenzten Mengen von Wirtschaftssubjekten zu unterlassen. Positiv wird lediglich eine auf Dauer gerichtete, grundsätzliche Liefer- und Bezugsbereitschaft der Beteiligten postuliert (Geschäftsgrundlage), die allerdings nicht selten durch die Fixierung von Mindestmengen ergänzt wird. Zuweilen wird auch ein Konkurrenzverbot für den Händler vereinbart.
Bedeutung von Weisungsrechten	Weisungsrechte des Herstellers spielen eine untergeordnete Rolle.
Erfassung im Wettbewerbsrecht	Ausschließlichkeitsbindung zuungunsten des Herstellers gem. §16 (1) 2 GWB. Daneben ist Art. 81 EG-Vertrag zu prüfen (ex Art. 85).

Charakterisierung der Prototypen des vertikalen Marketing

(Fortsetzung)

3. Vertragshändlersystem (P_{vh})	
Taktisches Ziel des Herstellers	Verkaufsförderung und Servicegarantie durch einen selbstständigen Unternehmer innerhalb eines bestimmten Gebietes. Oft als Unterfall des Franchising behandelt.
Hauptanwendungsbereiche	Kommt hauptsächlich beim Vertrieb von Mineralölerzeugnissen, Kfz-Ersatzteilen, Automobilen und Brauereierzeugnissen vor.
Intensität der Bindung zukünftigen Verhaltens	Der Händler geht in aller Regel eine Alleinbezugsbindung ein, der häufig eine Alleinvertriebsbindung des Herstellers gegenübersteht. Neben diesen Unterlassungspflichten besteht eine Pflicht zur dauerhaften Liefer- bzw. Bezugsbereitschaft und zur Besorgung der Geschäfte des Herstellers im Rahmen der Verkaufsförderung und Servicedurchführung durch den Händler (Geschäftsgrundlage). Nicht selten werden auch Mindestmengen fixiert.
Bedeutung von Weisungsrechten	Weisungsrechte des Herstellers spielen eine fühlbare Rolle: Der Händler verpflichtet sich, Anweisungen zur Verkaufsförderung und Servicedurchführung zu befolgen.
Erfassung im Wettbewerbsrecht	Ausschließlichkeitsbindung (in der Form der Bezugsbindung) zuungunsten des Händlers gemäß §16 (1) 2 GWB. Eventuell auch Ausschließlichkeitsbindungen wie bei P_{Av} . Daneben sind § 20 (1) (2) GWB und Art. 81 EG-Vertrag zu prüfen (ex Art. 85).

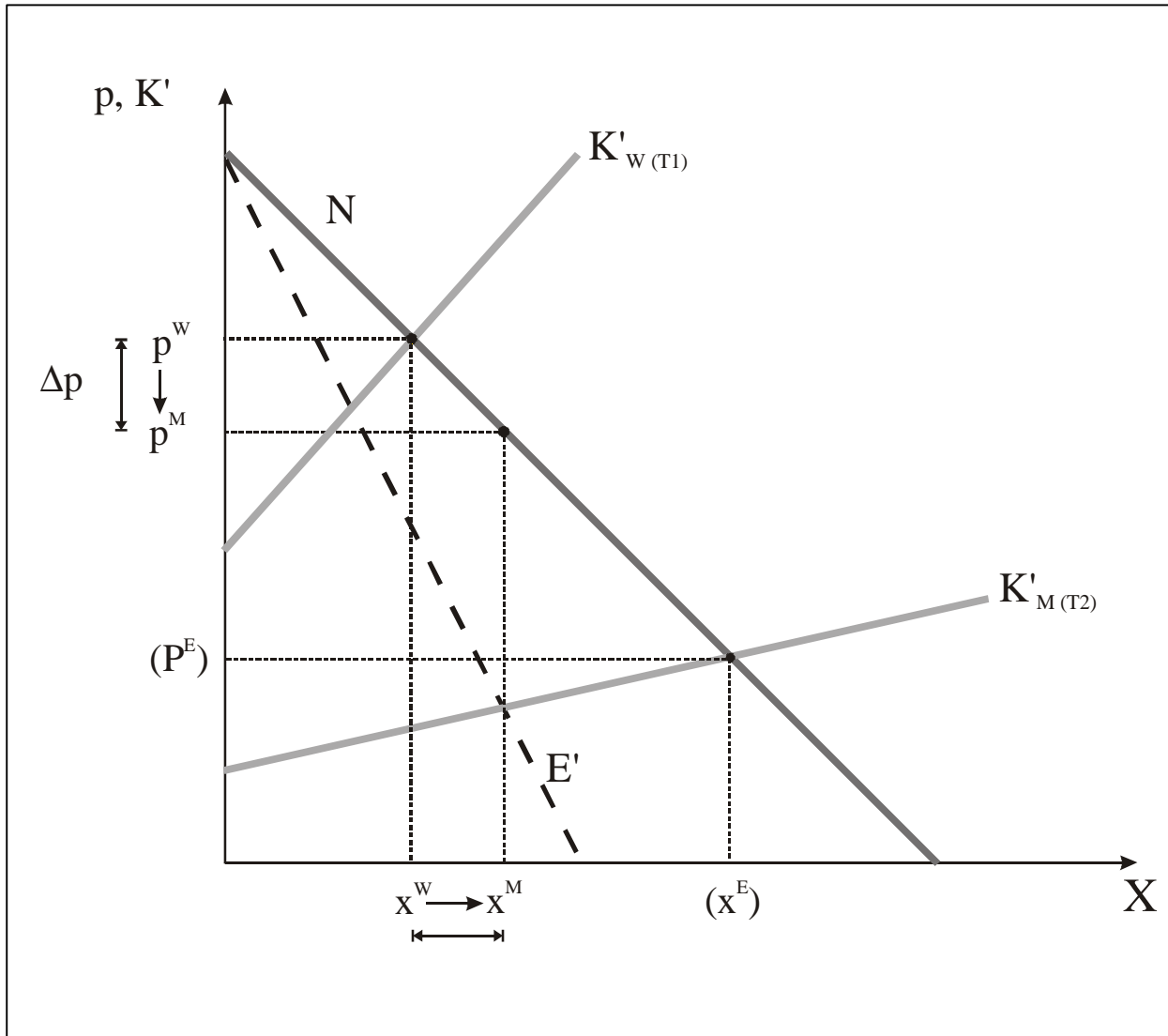
Charakterisierung der Prototypen des vertikalen Marketing

(Fortsetzung)

4. Franchisesystem (P_{Fr})	
Taktisches Ziel des Herstellers	Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen nach einer einheitlichen, auch äußerlich erkennbaren Systemkonzeption. Der Hersteller ist die Zentrale (der „Kopf“) des Systems, Groß- und Einzelhändler fungieren als Quasifilialen.
Hauptanwendungsbereiche	Beispiele für das Franchising von Waren: „Obi“-Bau- und Heimwerkermärkte; „Nordsee“-Fischläden; „Coca-Cola“-Abfüllbetriebe. Dienstleistungen: „Wienerwald“-Gaststätten, „1,2,3“-Auto-Servicebetriebe.
Intensität der Bindung zukünftigen Verhaltens	Alleinbezugsbindung des Händlers, verbunden mit einer Alleinvertriebsbindung des Herstellers; Verpflichtung des Händlers zur dauerhaften Eingliederung in die Systemkonzeption des Herstellers und zur Übernahme der damit verbundenen Bezugs- und Geschäftsbesorgungsverpflichtungen. Oft Fixierung von Absatz- und Investitionsnormen.
Bedeutung von Weisungsrechten	Weisungsrechte spielen eine dominierende Rolle: Der Händler verpflichtet sich, allen Anweisungen zu folgen, die der Systemkonzeption entsprechen.
Erfassung im Wettbewerbsrecht	Ausschließlichkeitsbindungen gem. § 16 (1) 2 GWB wie bei P_{Vh} . Daneben sind § 20 (1) (2) GWB und Art. 81 EG-Vertrag zu prüfen (ex Art. 85).

Vgl. H. GROSSEKETTLER: Die volkswirtschaftliche Problematik von Vertriebskooperationen, in: ZfgG, Bd. 28 (1978), S. 325-374, hier S. 331 f. Die Numerierung der Paragraphen und Artikel wurde an das GWB 99 und den Vertrag von Amsterdam angepasst.

Überkompensation von Verknappungs- durch Synergieeffekte



Erläuterungen:

E = Hochindex zur Kennzeichnung der effizienten Menge bzw. des effizienten Preises bei T2

T1 = Index zur Kennzeichnung alter Technik

T2 = Index zur Kennzeichnung neuer Technik

Ausmaß von Betriebsgrößenvorteilen und Anbieterkonzentration in ausgewählten Branchen

Produktgruppe	Mindestoptimale technische Betriebsgröße (MOTB)	Herstellstückkostennachteil bei einem Drittel der MOTB ¹	Technisch bedingte Konzentration		Tatsächliche Konzentration: Anteil der 3 größten Anbieter	
			Anteil eines MOTB-Anbieters 1984 (%)	Anteil von drei MOTB-Anbietern 1984 (%)	am Produktionswert der Güterklasse 1984 (%)	an der Produktionsmenge der Produktgruppe 1984 (%)
PKW	500 Tsd. Einh./Jahr	hoch	14	42	64,2	64,8
LKW	200 Tsd. Einh./Jahr	hoch	100	>100	91,3-97,6	97,9
Mähdrescher	20 Tsd. Einh./Jahr	mittel	>100	>100	-	100
Kühl- und Gefrierschränke	1,5 Mio. Einh./Jahr	hoch	56	>100	69,5	-
Reifen	9 Mio. Stück/Jahr	mittel	25	75	60,5	-
Farbfernsehgeräte	1,3-2,2 Mio. Stück/Jahr	gering	33-56	100	38,2	-
Mineralölprodukte	10 Mio. t/Jahr	gering	14	42	43,6-61,7	-
Ammoniak	0,55 Mio. t/Jahr	mittel	28	87	89,0	-
Integrierte Hüttenwerke	9,6-12 Mio. t/Jahr	hoch	31	93	47,9-62,5	-
Zement	1,3 Mio. t/Jahr	hoch	5	15	47,6	-
Bier	2,8 Mio. hl/Jahr	mittel	3	9	11,5	-
Zigaretten	70 Mrd. Stück/Jahr	gering	44	>100	62,0	-

Quelle: Vgl. SCHMIDT, Wettbewerbspolitik und Kartellrecht, Stuttgart, 2001, S. 91, nach Angaben der Monopolkommission (6. Hauptgutachten, Tz. 589 ff.).

¹ Der Herstellstückkostennachteil wird als gering, mittel bzw. hoch bezeichnet, wenn er unter 5%, zwischen 5% und 10% bzw. über 10% beträgt.

Operationaldefinition des Begriffes "Transaktionskosten"

Der von OLIVER E. WILLIAMSON in die Literatur eingeführte Begriff der "Transaktionskosten" wird in der Regel nur durch Beispiele erläutert. Eine systematisch anwendbare Operationaldefinition lautet:

Unter "Transaktionskosten" versteht man Nebenkosten eines Erwerbs von Verfügungsrechten über ein Gut mit vorgegebenen Qualitäts- und Liefereigenschaften. Für diese Kosten gilt:

- Sie treten zum Beispiel als Verhandlungskosten auf Märkten oder Überwachungskosten in Organisationen auf und erhöhen die Konsumreife des Gutes weder dadurch, dass sie als produktionsbedingter Faktorverzehr im Endprodukt gespeichert werden, noch dadurch, dass sie als distributionsbedingter Faktorverzehr von Ort und Zeit der Lieferung abhängen.
- Im Unterschied zu solchen Hauptkosten würden die Transaktionskosten in einer Welt vollkommener Information entfallen, weil es z. B. keine verdeckten Qualitätsmängel gäbe.¹

Transaktionskosten liegen somit immer dann vor, wenn ein in Rede stehender Faktorverzehr in einer Welt vollkommener Information entfallen würde.

1 Vgl. H. GROSSEKETTLER: Franz Böhm als Protagonist einer Ökonomischen Theorie der Gesetzgebungslehre, Beitrag Nr. 217 der Volkswirtschaftlichen Diskussionsbeiträge der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Münster 1995, S. 4 f.

Ergebnisse der Kaufen-oder-Selbermachen-Diskussion

1. Vergleich der Herstellungs- mit den Anschaffungskosten
 - 1.1 Vergleich der **Herstellungskosten i.e.S.** mit den **Anschaffungskosten i.e.S.**

Normalerweise wird ein Spezialist niedrigere Produktionskosten als ein anderweitig spezialisierter Selbstersteller haben. Es kann aber sein, daß sich das Selbermachen lohnt, weil die Beschaffungspreise

 - o eine Monopolrente oder
 - o falsch verrechnete Fixkostenaufschläge

enthalten.
 - 1.2 Vergleich der Kosten des Anbahnens, Aushandelns und Änderns von Verträgen in der Entstehungsphase bzw. des Kontrollierens und Finanzierens in der Erfüllungsphase ("**Transaktionskosten**"). Es treten auf
 - a) beim Selbermachen: Transaktionskosten von Arbeitsverträgen und Materialkaufverträgen,
 - b) beim Kaufen von Produkten: Transaktionskosten von Kauf- und/oder Werkverträgen.

Für das Selbermachen sprechen unter sonst gleichen Umständen Ersparnisse durch

 - o die Möglichkeit der Sofort(um)disposition,
 - o verringerte Wegekosten oder sonstige Verbundvorteile in der Produktion oder Verwaltung und
 - o die Anwendung von Inputkontrollen und Karriereanreizen im Falle der Unmöglichkeit einer vollständigen Leistungsspezifikation und/oder sonstiger Hindernisse für eine reine Abnahme-kontrolle.

Ergebnisse der Kaufen-oder-Selbermachen-Diskussion

(Fortsetzung)

2. Existenz oder Gefahr von einseitigen Bindungen/Abhängigkeiten und/oder Informationsverteilungen

2.1 Das Fehlen eines Angebots

- o aufgrund der Furcht potentieller Anbieter vor asymmetrischen Bindungen oder
- o aufgrund der Existenz asymmetrisch verteilter Informationen

erfordert ein Selbermachen oder spezielle Kooperationsverträge.

2.2 Selbermachen kann auch erforderlich sein,

- o um sich den Zugang zu bestimmten Informationen zu erhalten oder
- o selber nicht asymmetrisch gebunden und damit abhängig zu werden.

3. Erforderlichkeit einer öffentlich-rechtlichen Einbindung zur Verhinderung untragbarer Risiken ["Gefährdungskosten" oder auch "Kosten der Rechtsstaatlichkeit" oder auch (umfassender) "Verfahrenspräferenzkosten"]

Im Bereich

- o der Streitkräfte (keine Söldnerarmee) und der Polizei (keine Privatpolizei),
- o der Verwaltung i.e.S. und des Gerichtswesens sowie
- o von Diensten, bei denen eine reale Gefahr dafür besteht, daß ein streikbedingter Ausfall weite Teile des öffentlichen Lebens lahmlegen würde,

ist eine staatliche Produktionstätigkeit gerechtfertigt, wenn und solange die Anwendung des öffentlichen Rechts sichergestellt ist und eine Streikgefahr durch rechtliche Vorkehrungen tatsächlich ausgeschlossen werden kann.

Marktphasenentwicklung nach Heuss

Marktphase	Unternehmer-typen	Marktstrukturindikatoren	angesprochene Funktion	ideale Markt- strukturent- wicklung	in den einzelnen Phasen drohende Wettbewerbsbe- schränkungen
Experimen- tierphase	nur Pionierun- ternehmer	sowohl Groß- und Kleinunter- nehmen als Innovatoren	Innovation von - Produkten - Prozessen	Monopol ↓	marktbeherrschendes Unter- nehmen behält Monopolstellung auch in den späteren Marktpha- sen bei Eintrittsbarrieren durch: - Ausschließlichkeitsverträge - Spezialrabatte - Kopplungsgeschäfte - Sperrpatente
Expansi- onsphase	initiative Unter- nehmer, kreative imitierende Un- ternehmer	<ul style="list-style-type: none"> - Produktionsausweitung - Produktivitätsverbesserungen - Rationalisierungen - Kostenreduktion - steigende Effizienz - ungenügende, oft jedoch auch zu große Kapazitäten - Produktdifferenzierung - große potentielle Nachfrage - Preisreduktionen - Produktausweitungen - expandierende Nachfrage 	<ul style="list-style-type: none"> Machtausgleich Kapazitätsanpas- sung Mengen- bzw. Preisanpassung 	Oligopol ↓ Polypol	Stabilisierung der Marktform des Oligopols durch: <ul style="list-style-type: none"> - Konzentration - Fusion - Aufkauf - vertikale Integration Ausschaltung der polypo- listischen Konkurrenz durch Kartelle, die die Un- gewissheit beseitigen
Stagnations- oder Rück- bildungs- phase	nur immobile Unternehmer	<ul style="list-style-type: none"> - Marktentwicklung bleibt hinter gesamtwirtschaftlicher Entwick- lung zurück - abnehmende Produktivitätsver- besserungen - Preisauftriebsmomente 	Fortschrittsfunktion		

Quelle: M. BORCHERT / H. GROSSEKETTLER: Preis- und Wettbewerbstheorie, Stuttgart u.a.O. 1985, S. 138, m.w.N.

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(1) Definition

Unter einer *wettbewerbspolitischen Konzeption* versteht man ein logisch geschlossenes System von Aussagen über Grundsätze und Ziele sowie Instrumente und Träger, die im Rahmen der Wettbewerbspolitik verfolgt bzw. eingesetzt werden sollen.

(2) Darstellungsweise

Wettbewerbspolitische Konzeptionen lassen sich dadurch beschreiben, daß man erläutert,

- wie die *Grundposition* beschaffen ist, d.h.
 - woran *angeknüpft* wird (Struktur, Verhaltensweisen, Ergebnisse oder Prozesse) und
 - welche *Ziele* im Vordergrund stehen (Freiheit der Marktteilnehmer, Bekämpfung von Marktmacht, Zustandseffizienz der Ergebnisse, Koordinationseffizienz von Prozessen),
- welche unmittelbaren *Konsequenzen für die Wettbewerbspolitik* sich aus der Grundposition ergeben (Hauptgegenstände der Rechtsgestaltung),
- wie das *Ziel-Mittel-Träger-System* beschaffen ist (Darstellung des Systems und Beurteilung seiner internen Logik),
- wie der *Informationsgehalt für den Gesetzgeber* zu beurteilen ist (Operationalisierung, Falsifizierbarkeit, Bewährung) und
- welche *praktische Bedeutung* die Konzeption erlangt hat (Einfluß auf Politik und Forschung).

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(Fortsetzung)

(3) Die Konzeptionen und ihre Hauptbegründer

(a) An der **Zustandseffizienz** orientierte Konzeptionen

- | | |
|--|--|
| 1. Freiburger Schule (Ordoliberalismus) | Walter Eucken (1891-1950)
Franz Böhm (1895-1977)
Leonhard Miksch (1901-1950) |
| 2. Kantzenbachs Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität | Erhard Kantzenbach (*1931) |
| 3. Hoppmanns Leitbild der Wettbewerbsfreiheit | Erich Hoppmann (*1923) |
| 4. Harvard's Workable Competition (Industrial-organisation-Ansatz) | J.M. Clark (1884-1963)
E.S. Mason (1899-1992)
F.M. Scherer (*1932) |
| 5. Chicago's Survivor Theory | H. Demsetz (* 1930)
R.A. Posner (* 1939)
G.J. Stiegler (1911-1991) |

(b) An der **Koordinationseffizienz** orientierte Konzeptionen

- | | |
|---|---|
| 6. Das Konzept der „New Austrians“ | I. Kirzner (* 1930)
Im Anschluß an C. Menger (1840-1921)
L. von Mises (1881-1973)
F.A. von Hayek (1899-1992) |
| 7. Koordinationsmängeldiagnosekonzept (KMD-Konzept) | H. Grossekkettler |

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(Fortsetzung)

1. Freiburger Schule (Ordoliberalismus)

Grundposition	<i>Marktstruktur</i> als Anknüpfungspunkt; vollständige Konkurrenz als Garant für Leistungswettbewerb und Freiheit von Marktmacht.
Konsequenzen für die Wettbewerbspolitik	Verhinderung einer Vermachtungstendenz durch Kartellverbot und Mißbrauchsaufsicht in den Bereichen mit wettbewerbsgefährdenden Strukturen, in denen vollständige Konkurrenz nicht herstellbar ist.
Ziel-Mittel-Träger-System	<i>Ziele:</i> Realisierung von Zustandseffizienz und Machtfreiheit. <i>Mittel:</i> Verhinderung eines Mißbrauchs der Vertragsfreiheit und von Machtpositionen durch Kartellverbot und Monopolregulierung im Rahmen des GWB. <i>Träger:</i> gerichtlich organisiertes, unabhängiges Monopolamt. <i>Legitimität</i> der Ziele und Logik des Systems: legitim und konsistent.
Informationsgehalt für den Gesetzgeber	<i>Operationalisierung:</i> über ein System von Indizien für Marktmacht (Böhm-Josten-Entwurf) als Basis für freie Fachgutachten. <i>Falsifizierbarkeit/Bewährung:</i> Falsifizierbarkeit ist im Prinzip gegeben, Bewährung der Struktur-Ergebnis-Hypothese wegen mangelnder Operationalisierung aber umstritten.
Praktische Bedeutung	Grundlegend und prägend für die Struktur des GWB; Ausstrahlung auf den europäischen Raum.

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(Fortsetzung)

2. Kantzenbachs Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität

Grundposition	<p><i>Marktstruktur</i> als Anknüpfungspunkt; weites Oligopol mit mäßiger Produktdifferenzierung als Garant für die Erfüllung der <i>statischen Funktionen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ der Steuerung der funktionellen Einkommensverteilung nach der Marktleistung (d.h. Verhinderung von Verteilungskampfvorteilen), ○ der nachfrageorientierten Strukturierung des Güterangebots und der produktivitätsorientierten Lenkung des Faktoreinsatzes sowie der Erfüllung der <i>dynamischen Funktionen</i> ○ flexible Anpassung an Strukturveränderungen und rascher technischer Fortschritt bei Produkten und Verfahren.
Konsequenzen für die Wettbewerbspolitik	<p>(1) Verhinderung eines Abgleitens in ein enges Oligopol (wegen der Gefahr der Bildung heimlicher Kartelle) sowie Maßnahmen zur Konzentrationskontrolle.</p> <p>(2) Verhinderung von „Schlafmützenkonkurrenz“ im Polypol durch Konzentrations- und Kooperationsförderung zur Hebung des Wettbewerbswillens und der Wettbewerbsfähigkeit.</p>
Ziel-Mittel-Träger-System	<p><i>Ziele:</i> Realisierung von Zustandseffizienz und Machtfreiheit.</p> <p><i>Mittel:</i> Überwachung der Marktstrukturentwicklung auf der Basis von Verboten (insb. Kartellverbot) und Kontrollen (Fusionskontrolle) sowie Förderinstrumenten (insb. Kooperationsförderung).</p> <p><i>Träger:</i> Kartellamt (GWB-Basis) und Wirtschaftsministerien (Strukturpolitik).</p> <p><i>Legitimität</i> der Ziele und Logik des Systems: legitim und logisch.</p>
Informationsgehalt für den Gesetzgeber	<p><i>Operationalisierung:</i> ansatzweise über Herfindahlindex (Gleichverteilungsäquivalent).</p> <p><i>Falsifizierbarkeit/Bewährung:</i> Falsifizierbarkeit ist im Prinzip gegeben, Bewährung der Struktur-Ergebnis-Hypothese wegen mangelnder Operationalisierung der Marktform und der Funktionen aber umstritten.</p>
Praktische Bedeutung	<p>Ansatz hat zur Einführung der Kooperationsförderung und der Fusionskontrolle beigetragen.</p>

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(Fortsetzung)

3. Hoppmanns Leitbild der Wettbewerbsfreiheit

<p>Grundposition</p>	<p><i>Marktverhalten</i> als Anknüpfungspunkt; Freiheit von wettbewerbsbeschränkenden Verhaltensweisen der Privaten oder des Staates führt zu Zustandseffizienz;¹ von Ausnahmen abgesehen existiert kein Dilemma zwischen Freiheit und Effizienz.</p> <p>¹ Schüler Hoppmanns wie z. B. Schmidtchen haben sich den New Austrians genähert und <i>Koordinations-effizienz</i> an die Stelle der Zustandseffizienz gesetzt.</p>
<p>Konsequenzen für die Wettbewerbspolitik</p>	<p>Es ist ein System von Spielregeln in Form von allgemeinen Gesetzen zu konstruieren, die negativ formuliert sind (d. h. bestimmte Verhaltensweisen ausnahmslos verbieten) und ermessensfrei angewandt werden sollen. M. a. W. werden Per-se-Verbote gefordert und behördliche Kosten-Nutzen-Abwägungen („rule of reason“) abgelehnt. Das System ist so zu konfigurieren, daß die Freiheit zu Wettbewerbsvorstößen und Imitationshandlungen maximiert wird und abbaubare Eintrittshemmnisse beseitigt werden.</p>
<p>Ziel-Mittel-Träger-System</p>	<p><i>Ziele:</i> Realisierung von Freiheit (eigenes Ziel) und Effizienz.</p> <p><i>Mittel:</i> Beseitigung willkürlicher Wettbewerbsbeschränkungen und abbaubarer Eintritts- und Austrittshemmnisse.</p> <p><i>Träger:</i> Kartellgerichtsbarkeit (nicht näher spezifiziert).</p> <p><i>Legitimität</i> der Ziele und Logik des Systems: Legitimität zum Teil umstritten (z. B. Billigung von Monopolpreisen, wenn die Märkte offen sind und keine Behinderung potentieller Konkurrenz erfolgt); Zusammenfallen von Freiheit und Effizienz nicht denknotwendig, sondern zu prüfende Hypothese.</p>

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(Fortsetzung)

3. Hoppmanns Leitbild der Wettbewerbsfreiheit

Informations- gehalt für den Gesetzgeber	<p><i>Operationalisierung:</i> Was zu verbieten ist, wird nicht genau definiert, es wird lediglich spezifiziert, wie zu verbieten ist (nämlich über allgemeine Gesetze ohne Ermessensspielräume, was anfänglich unbestimmte Rechtsbegriffe nicht ausschließt).</p> <p><i>Falsifizierbarkeit/Bewährung:</i> Ob Falsifizierbarkeit gegeben ist, hängt von der Operationaldefinition von „Ausnahmebereichen“ ab, in denen die „Non-Dilemma“-These von der Deckungsgleichheit von Freiheit und Effizienz nicht gilt; wegen mangelhafter Operationalisierung ist das praktisch nicht prüfbar.</p>
Praktische Bedeutung	Verstärkung der Forderung nach Offenheit der Märkte und Ermessensfreiheit des GWB.

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(Fortsetzung)

4. Harvard's Workable Competition (Industrial-organisation-Ansatz)

Grundposition	Effizienz kann auf einem Markt als erreicht angesehen werden, wenn alle offensichtlichen Möglichkeiten zur Verbesserung der Marktstruktur und des Marktverhaltens ausgeschöpft sind (vgl. Chart 22). Welche Möglichkeiten dies sind, ergibt sich auch aus allgemeinen Ergebnissen von IO-Studien sowie jeweils marktspezifischen Studien mit Hilfe (vorzugsweise) ökonomischer Ansätze (mehrdimensionale Regressionsanalysen) oder (seltener) anderer multivariater Verfahren wie z. B. LISREL (vgl. Chart 23).
Konsequenzen für die Wettbewerbspolitik	Verhinderung einer Persistenz von Situationen, in denen es Anzeichen für Möglichkeiten der Effizienzsteigerung gibt. Auf einem Markt sollen alle Indizien (vgl. Chart 22) darauf hindeuten, daß der Wettbewerb hinreichend funktionsfähig („workable“) ist.
Ziel-Mittel-Träger-System	<i>Ziele:</i> Realisierung von Zustandseffizienz und Vermeidung von Machtmißbrauch. <i>Mittel:</i> Anwendung des amerikanischen Wettbewerbsrechts mit Hilfe von IO-Studien. <i>Träger:</i> amerikanische Wettbewerbsbehörden als Kläger in Prozessen wegen Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht. <i>Legitimität</i> der Ziele und Logik des Systems: kein klar ausgebildetes System, sondern Unterstützungsinstrument der amerikanischen Case-law-Rechtsprechung.
Informationsgehalt für den Gesetzgeber	<i>Operationalisierung:</i> ad hoc und praktisch in jeder Studie (nach Datenverfügbarkeit) anders. <i>Falsifizierbarkeit/Bewährung:</i> Es gibt Struktur-Verhaltens-Ergebnis-Hypothesen, die für <i>alle</i> Märkte gelten sollen und deshalb im Prinzip falsifizierbar sind. Daneben existieren kaum zu falsifizierende Aussagen über einzelne Märkte und ihre Entwicklungsdeterminanten. Bewährung ist wegen der Operationalisierungsmängel umstritten.
Praktische Bedeutung	Grundlegend für die Entwicklung der Industrieökonomik und des praktischen Vollzugs des amerikanischen Wettbewerbsrechts mit Hilfe von Struktur-, Verhaltens- und Ergebnistests (vgl. Chart 23).

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(Fortsetzung)

5. Chicago's Survivor Theory

Grundposition	Anders als speziell vom Ordoliberalismus prognostiziert, wohnt dem Wettbewerb nach der Ansicht der Chicago-Schule keine Selbstzerstörungs-, sondern eine Selbsterhaltungstendenz inne. Deshalb sind Eingriffe in die Marktstruktur falsch: Richtig ist in aller Regel genau diejenige Struktur, die sich im Markt herausbildet, das heißt die einen „survivor-test“ übersteht. Eingriffe sind lediglich bei einem offensichtlich wettbewerbswidrigen <i>Marktverhalten</i> , gestattet.
Konsequenzen für die Wettbewerbspolitik	Der Staat soll sich mit regulierenden Eingriffen zurückhalten, zumal diese in der Regel transaktionskostenintensiv und korruptionsanfällig sind. Gerechtfertigt sind lediglich ein Kartellverbot und ein Verbot der Monopolisierung von Rohstoffen.
Ziel-Mittel-Träger-System	<i>Ziel:</i> ausschließlich Effizienz. Marktmacht beruht i. d. R. auf unternehmerischer Effizienz und ist deshalb hinzunehmen. <i>Mittel:</i> Kartellverbot und Verbot der Rohstoffmonopolisierung. <i>Träger:</i> Wettbewerbsbehörden als Kläger wegen des Verstoßes gegen Wettbewerbsgesetze. <i>Legitimität</i> der Ziele und Logik des Systems: Behauptung, daß Macht Folge von Effizienz ist, stellt eine Hypothese dar, die so praktisch nicht prüfbar ist. Die Legitimität ist daher umstritten.
Informationsgehalt für den Gesetzgeber	<i>Operationalisierung:</i> Verwendung von Ad-hoc-Indikatoren in Regressionsstudien; im Gegensatz zu den IO-Analysen der Harvard-Schule aber vorwiegend Verwendung einfacher preistheoretischer Modelle. <i>Falsifizierbarkeit/Bewährung:</i> Behauptung, daß sich die Welt in aller Regel in der Nähe von langfristigen Wettbewerbsgleichgewichten befindet („chicago view“) läßt sich nicht prüfen, weil solche Optima nicht operational definiert sind. Die Ad-hoc-Operalisierung läßt die IO-Studien fragwürdig erscheinen.
Praktische Bedeutung	Die Argumente der Chicago-Schule dienten der Reagan-Regierung zur Lockerung ihrer Anti-Konzentrationspolitik und zur argumentativen Unterstützung eines freundlichen Kurses gegenüber der Großindustrie.

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(Fortsetzung)

6. Das Konzept der „New Austrians“

Grundposition	<i>Dynamik von Marktprozessen</i> als Anknüpfungspunkt; Offenhalten des Systems der Märkte für unternehmerische Lernprozesse führt zur <i>Verbesserung</i> des Status quo, nicht aber zu einer Optimierung, welche in einer Welt mit offenen Entscheidungsfeldern gar nicht definiert ist. Wettbewerb ist ein „Entdeckungsverfahren“ (v. Hayek); Märkte befinden sich i.d.R. im Ungleichgewicht.
Konsequenzen für die Wettbewerbspolitik	Schaffung von Spielregeln, die den Unternehmern zu einer maximalen Experimentierfreiheit verhelfen, eine Behinderung von aktuellen oder potentiellen Konkurrenten und der Imitation erfolgreicher Experimente aber verbieten.
Ziel-Mittel-Träger-System	<i>Ziele:</i> Freiheit und Wohlstand. Förderung der Suche „findiger“ (alerter) Unternehmer nach neuen oder bisher übersehenen Chancen („Koordinationslücken“) als Zwischenziel. <i>Mittel:</i> Schaffung von Spielregeln, welche den „Wettbewerb als Entdeckungsverfahren“ und damit die Arbitrage- und Spekulationstätigkeit der Unternehmer fördern. Verbot der Anwendung von Maßnahmen zur Behinderung von aktuellen oder potentiellen Konkurrenten. <i>Träger:</i> Gerichte, die über Behinderungsklagen entscheiden (wenig diskutiert). <i>Legitimität</i> der Ziele und Logik des Systems: kein klar ausgebildetes System; Legitimität der Ziele z. T. umstritten (vgl. Ausführungen zu <i>Hoppmann</i>).
Informationsgehalt für den Gesetzgeber	In einer „Mustervoraussage“ wird lediglich behauptet, daß eine maximale Handlungsfreiheit für Unternehmer in Verbindung mit Behinderungsverboten zu Wohlstandssteigerungen führt. Eine Operationalisierung und empirische Prüfung dieser Hypothese auf einzelnen Märkten wird nicht systematisch betrieben, z. T. sogar abgelehnt.
Praktische Bedeutung	Betonung der Dynamik von Marktprozessen sowie des unternehmerischen Elements in diesen Prozessen: Unternehmer lernen aus Erfolgen <i>und</i> Mißerfolgen und treiben Marktprozesse in Richtung auf immer höherwertige Gleichgewichtspositionen. Diese Betonung des unternehmerischen Elements ergänzt die neoklassische Theorie durch eine Erklärung des Tâtonnementprozesses und macht auch das Versagen sozialistischer Marktwirtschaften verständlich, hat aber keine Anwendung in der praktischen Politik gefunden.

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(Fortsetzung)

7. Koordinationsmängeldiagnosekonzept (KMD-Konzept)

<p>Grundposition</p>	<p><i>Marktprozesse</i> als Anknüpfungspunkt; diese sind als soziale Lernprozesse darstellbar, die – getrieben von gewinnorientierten Unternehmern – der Erfüllung der gesamtwirtschaftlich wichtigen Marktfunktionen</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Markträumung, ○ Renditenormalisierung, ○ Übermachterosion, ○ Produktfortschritt und ○ Verfahrensfortschritt <p>dienen. Ihre Funktionsfähigkeit kann über Tests geprüft werden, in denen gefragt wird, ob die Prozesse so verlaufen, daß sie als soziale Regelkreise angesehen werden können, welche die o.a. Werte auch unter dem Einfluß exogener Störungen kybernetisch stabilisieren.</p>
<p>Konsequenzen für die Wettbewerbspolitik</p>	<p>(1) Eliminierung aller Umstände, die zu <i>Stabilitätsdefekten</i> führen könnten (z. B. Preisvorschriften oder Investitionsverbote).</p> <p>(2) Beseitigung von Umständen, die zu <i>Niveauperzerrungen</i> bei den Gleichgewichtswerten führen (z. B. externe Effekte).</p> <p>(3) Installation eines Systems zur Kontrolle der Marktprozesse auf Freiheit von <i>Koordinationsmängeln</i>, d. h. von Stabilitäts- oder Niveaudefekten,</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ die sich empirisch nachweisen lassen, ○ theoretisch plausibel und politisch relevant sind und ohne Korrekturingriffe dauerhafter Natur wären.

Wettbewerbspolitische Konzeptionen im Überblick

(Fortsetzung)

7. Koordinationsmängeldiagnosekonzept (KMD-Konzept)

<p>Ziel-Mittel-Träger-System</p>	<p><i>Ziele:</i> Realisierung von Koordinationseffizienz, d. h. von Stabilität der Marktprozesse im kybernetischen Sinn als Zwischenziele im Hinblick auf Freiheit, Wohlstand und Leistungsgerechtigkeit.</p> <p><i>Mittel:</i> Anpassung der Vorschriften des GWB an die allgemeinen Erkenntnisse, die mit Hilfe von Marktprozeßstudien auf KMD-Basis gewonnen werden können. Vervollkommnung eines Verzeichnisses von pathologischen Marktentwicklungen als Hilfsmittel zur Diagnose von Koordinationsmängeln. Systematische Anwendung der Erkenntnisse der Kartellbehörden zur Verbesserung von Diagnosemitteln wie etwa dem KMD-Kartellcheck.</p> <p><i>Träger:</i> Wettbewerbsbehörden (insbesondere Kartellamt und Monopolkommission). Gesetzgeber als Verteidiger funktionsfähiger Märkte gegen unbegründete Interventionswünsche und als Kämpfer gegen heilbare Koordinationsmängel.</p> <p><i>Legitimität</i> der Ziele und Logik des Systems: legitim und konsistent.</p>
<p>Informationsgehalt für den Gesetzgeber</p>	<p><i>Operationalisierung:</i> Es gibt ein objektiv definiertes Indikatorsystem für alle Marktprozesse und eine allgemeine Anweisung zur Durchführung von KMD-Studien sowie Musterstudien.</p> <p><i>Falsifizierbarkeit/ Bewährung:</i> Das Konzept geht von der Nullhypothese aus, daß Marktprozesse normalerweise funktionsfähig sind. Diese Hypothese hat sich für das Gros aller untersuchten Märkte bewährt. Es gibt jedoch Sonderfälle, die aufzufinden Ziel einer KMD-Untersuchung ist.</p>
<p>Praktische Bedeutung</p>	<p>Das Konzept ist bisher nur in der Schweiz angewandt worden, und zwar gegen den Willen des Autors, der die Anwendungsreife seinerzeit noch nicht als gegeben ansah. Im betriebswirtschaftlichen Bereich wird es z. T. zur Strukturierung von Marktuntersuchungen verwendet; der Renditenormalisierungsprozeß wird auch zur internen Steuerung des Investitionsverhaltens in Konzernen angewandt.</p>