

- European Bank for Reconstruction and Development: Transition Report. London. Erscheint jährlich.
- Feldmann, H.: Transformation von Wirtschaftssystemen — Neue Institutionenökonomik als Analyseinstrument. In: Cassel, D. (Hrsg.): Perspektiven der Systemforschung. Berlin 1999, S. 183 - 219.
- Gros, D./Steinherr, A.: Winds of Change — Economic Transition in Central and Eastern Europe. London/New York 1995.
- Qian, Y.: The Process of China's Market Transition (1978 - 98) — The Evolutionary, Historical, and Comparative Perspectives. In: Journal of Institutional and Theoretical Economics, Vol. 156 (2000), Heft 1.
- Schrader, K.: Ordnungspolitische Weichenstellungen für eine marktwirtschaftliche Entwicklung in mittel- und osteuropäischen Reformländern. Tübingen 1999.
- Weltbank: Vom Plan zum Markt — Weltentwicklungsbericht 1996. Washington, D.C. 1996.
- Zecchini, S. (ed.): Lessons from the Economic Transition — Central and Eastern Europe in the 1990s. Dordrecht et al. 1997.

Die Beantwortung der Fragen erfolgt im WISU-Repetitorium.

Die Examensklausur aus der Volkswirtschaftslehre

Die folgende Aufgabe wurde von Prof. Dr. Michael Fritsch im Gebiet „Wettbewerbspolitik“ als Teil der Hauptdiplomklausur im Fach „Allgemeine Volkswirtschaftslehre“ (Studiengang Betriebswirtschaftslehre) im Sommersemester 1999 an der Technischen Universität Bergakademie Freiberg gestellt. Die Bearbeitungszeit betrug 80 Minuten.

Thema: Marktschranken

Neben dem Homogenitätsgrad der gehandelten Güter, der Zahl der Marktteilnehmer und der Verteilung ihrer Marktanteile stellen eventuell vorhandene Marktschranken ein weiteres wesentliches Merkmal zur Beschreibung von Marktstrukturen dar. Die Beurteilung von Marktschranken ist ein wesentliches Thema der wettbewerbspolitischen Diskussion.

- a) Erläutern Sie die verschiedenen Formen von Marktschranken!
- b) Erklären Sie, wie mit Hilfe von Koppelungsbindungen Marktschranken aufgebaut werden können! Nennen Sie weitere negative wettbewerbliche Wirkungen, die u.U. von Koppelungsbindungen ausgehen. Welche positiven Wettbewerbseffekte stehen diesen möglicherweise gegenüber?
- c) Skizzieren Sie das wettbewerbspolitische Leitbild der Chicago School und stellen Sie insbesondere heraus, welche Bedeutung den Marktschranken innerhalb dieser Konzeption zukommt! Was lässt sich kritisch hierzu anmerken?

I. Daran hätten Sie denken müssen:

Zu Aufgabenteil a):

Marktschranken erlauben es etablierten Anbietern, sich dem Wettbewerbsdruck von Newcomern zu entziehen. Aus Sicht potentieller Konkurrenten verursachen Marktschranken Kosten, die sich negativ auf die bei einem Marktzutritt zu erwartenden Gewinne auswirken.

Es lassen sich verschiedene Formen von Marktschranken unterscheiden. Unter **administrative bzw. rechtliche Marktzutrittschranken** fallen u.a. Vorschriften des Handels- und Gesellschaftsrechts, das geltende Patent- und Lizenzsystem oder staatliche Regulierungen des Marktzutritts (z.B. im Verkehrsgewerbe). Sie eröffnen einerseits die Möglichkeit, sich dem Wettbewerb zu entziehen, können andererseits aber auch wettbewerbsfördernd wirken. So stellen **Patente** einen zentralen Anreiz für die Durchführung von Innovationen dar. Zur wettbewerbspolitischen Beurteilung solcher Marktschranken ist eine Abwägung erforderlich, ob der jeweilige Zweck der Regelungen die Inkaufnahme eines daraus u.U. resultierenden Effizienzverlustes rechtfertigt.

Strukturelle Marktzutrittschranken sind extern vorgegebene Sachverhalte, die unabhängig vom drohenden Eintritt eines potentiellen Konkurrenten bestehen. Sie betreffen beispielsweise

- den Zugang zu den Absatz- und Beschaffungsmärkten,
- die Verfügbarkeit der bestmöglichen, zumindest aber einer konkurrenzfähigen Technologie,
- Produktivitätsvorteile der etablierten Anbieter durch Fertigungserfahrung („learning by doing“),
- economies of scale bzw. subadditive Kostenverläufe, die nur für einen oder einige wenige Anbieter Platz im Markt lassen und bei einem Marktzutritt unterhalb der optimalen Betriebsgröße zu Kostennachteilen führen, sowie
- Produktdifferenzierungsvorteile, die sich aus der Markentreue und der Identifikation der Kunden mit den etablierten Produkten ergeben und die i.d.R. nur durch hohe Marketingaufwendungen oder innovativen Marktzutritt überwunden werden können.

Eine weitere wichtige strukturelle Marktschranke stellen **sunk costs** dar. Darunter versteht man Kosten, die für den Marktzutritt erforderlich sind und bei einem Marktaustritt unwiederbringlich verloren gehen. Sie resultieren aus irreversiblen Aufwendungen, die dadurch gekennzeichnet sind, dass die entsprechenden Ressourcen für eine bestimmte Nutzung festgelegt sind und ein Transfer dieser Ressourcen in andere Nutzungen mit einem erheblichen oder vollständigen Produktivitäts- bzw. Wertverlust verbunden ist. Je höher die sunk costs, desto höher der Preis des Scheiterns und desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit eines Marktzutritts. Hohe sunk costs wirken auch deshalb als Marktschranke, weil etablierte Anbieter ihren Preis (jedenfalls eine Zeit lang) allein an den reversiblen Durchschnittskosten orientieren können und ihre irreversiblen Kosten bei der Preisbildung vernachlässigen. Für einen Newcomer ist ein solcher Preis ruinös; er muss seine insgesamt anfallenden Kosten zugrunde legen, denn vor dem Marktzutritt sind sämtliche Aufwendungen reversibel.

Strategische Marktschranken beruhen auf bewussten Entscheidungen, die mit dem Ziel getroffen werden, mögliche Konkurrenten von einem Marktzutritt abzuschrecken. Eine Form von strategischer Marktschranke besteht darin, den Preis so niedrig anzusetzen, dass der Marktzutritt für einen potentiellen Konkurrenten nicht profitabel ist („**limit pricing**“). Eine Preissenkung auf eintrittshemmendes Niveau ist auch durch eine Ausdehnung der Angebotsmenge möglich, wenn der Anbieter entsprechende Reservekapazitäten hält und dadurch auf einen Marktzutritt umgehend mit Ausdehnung der Produktionsmenge reagieren kann (**Überkapazitätsstrategie**). **Vertikale Bindungen** können als strategische Marktschranke dienen, wenn potentiellen Konkurrenten damit der Zugang zu Zuliefer- und Absatzmärkten erschwert wird. **Produktdifferenzierung** lässt sich auch strategisch einsetzen, indem die etablierten Anbieter die Zahl ihrer Produktvarianten ausdehnen, um auf diese Weise mögliche Marktnischen zu besetzen.

Schließlich kann ein Unternehmen eine strategische Marktschranke dadurch errichten, indem es **irreversible Aufwendungen** tätigt, die bei einem Marktaustritt „versinken“. Es signalisiert damit auch, dass es entschlossen ist, auf dem Markt zu verbleiben und sich gegen einen Marktzutritt zu Wehr zu setzen. Solche irreversiblen Investitionen können etwa in Werbeaufwendungen (Schaffung eines Markenimages) oder Aufwendungen für Forschung und Entwicklung bestehen

Zu Aufgabenteil b):

Koppelungsgeschäfte sind eine Form der Abschlussbindung; sie bestehen aus mehreren Angebotskomponenten, die geeignet sind, im Markt separat gehandelt zu werden. Durch die Koppelung wird der Käufer gezwungen, mehrere, im Prinzip auch getrennt handelbare Güter zu erwerben.

Koppelungsbindungen können eine marktabschließende Wirkung haben, wenn ein erfolgversprechender Marktzutritt potentieller Konkurrenten ein Angebot auf sämtlichen gekoppelten Märkten erfordert, weil das Restvolumen auf einem einzelnen Markt zu gering ist, um einen Markteintritt in der mindestoptimalen Betriebsgröße tragen zu können. Ein integrierter Markteintritt erfordert aber nicht nur höhere Investitionen, sondern auch größere unternehmerische Fähigkeiten, wie z.B. umfassendes Know-how zur Beherrschung der jeweiligen Produktionstechnologie und Kenntnisse der verschiedenen Absatzmärkte.

Mit steigender Anzahl der Aktivitäten, die ein neuer Konkurrent aus komparativen Effizienzgründen gleichzeitig beherrschen muss, sinkt allerdings die Wahrscheinlichkeit, dass er über die dazu erforderlichen Fähigkeiten verfügt. Aufgrund des höher bemessenen Risikos werden ihm auf dem Kapitalmarkt daher schlechtere Konditionen eingeräumt. Dies verringert die Neigung potentieller Konkurrenten, in den Markt einzutreten.

Darüber hinaus engen Koppelungsgeschäfte den Handlungsspielraum der Gebundenen und ihrer potentiellen Geschäftspartner ein. Koppelungsbindungen können es markt-mächtigen Unternehmen ermöglichen, ihre bestehende Marktmacht auf das gekoppelte Gut auszudehnen und dadurch aktuelle oder potentielle Konkurrenten zu verdrängen (Hebelwirkung). Damit wird die Intensität des Wettbewerbs auf dem Markt für das gekoppelte Produkt wesentlich eingeschränkt. Schließlich ermöglichen Koppelungsgeschäfte die Abschöpfung von Konsumentenrente durch Preisdifferenzierung.

Neben diesen Nachteilen können Koppelungsbindungen auch mit einer Reihe von **Vorteilen** verbunden sein. So ist es möglich, dass der technische Fortschritt zur Erschließung neuer Anwendungsmöglichkeiten die technische Koppelung der Güter erfordert (so etwa das Argument der Firma **Microsoft**, warum es erforderlich war, das Programm „Internet Explorer“ in die Oberfläche „Windows 98“ zu integrieren). Eventuell lassen sich auch Kostenvorteile durch den gemeinsamen Vertrieb bzw. die gemeinsame Produktion der betreffenden Güter erzielen. Darüber hinaus können die Informationskosten für die Abnehmer deshalb sinken, weil sich die Suche nach einem Marktpartner für das gekoppelte Gut erübrigt.

Koppelungsgeschäfte werden zudem häufig zu Zwecken der **Qualitätssicherung** und **Produkthaftung bei Komplementärgütern** eingesetzt. Da qualitative Mängel komplementärer Güter bzw. von Ersatzteilen u.U. die Funktionsfähigkeit des koppelnden (Haupt-)Gutes beeinträchtigen, stehen sie Garantieverprechen des Herstellers entgegen. Der Hersteller des Hauptgutes kann dieses Problem dadurch lösen, indem er die Abnehmer verpflichtet, Komplementärgüter bzw. Ersatzteile ausschließlich von ihm zu beziehen. Analog dazu lassen sich beim Franchising Qualitätsvorgaben zum Schutz der Franchise-Reputation am einfachsten durch Verpflichtung des Franchise-Nehmers zum Bezug bei bestimmten Lieferanten durchsetzen.

Zu Aufgabenteil c):

Die wettbewerbspolitische Konzeption der **Chicago School** entstand während der 70er Jahre in den USA als Reaktion auf die praktizierte Antitrustpolitik. Die Vertreter der Chicago School vertrauen auf die Selbstregulierungskräfte von Märkten ohne staatliche Eingriffe und sehen das Marktgeschehen als freies Spiel der Kräfte, in dem nur die besten bzw. effizientesten Anbieter überleben („**survival of the fittest**“). Nach dieser Auffassung besteht die Aufgabe der Wettbewerbspolitik vor allem im Schutz bzw. in der Stärkung des Marktmechanismus, der ein Maximum an Konsumentenwohlfaht im Sinne einer optimalen Allokation der Produktionsfaktoren herbeiführt. **Markkonzentration** wird von den Vertretern der Chicago School in der Regel als **Ausdruck von Effizienz** verstanden und erfordert kein Eingreifen der Wirtschaftspolitik. Wettbewerbspolitische Interventionen sind allenfalls in solchen Fällen erforderlich, in denen eindeutig wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen (z.B. Marktaufteilungen, Preisabsprachen) zu einer Minderung der Konsumentenwohlfaht führen.

Ursachen für langfristig stabile Marktschranken können insbesondere in staatlicher Protektion (z.B. Patentschutz), in Größensparnissen (Subadditivitäten der Kostenfunktion) sowie in Produktdifferenzierungsvorteilen bestehen. Solche Marktschranken sind nach Ansicht der Chicago School wettbewerbspolitisch unbedenklich. Dauerhafte Übergewinne sind nicht auf unerwünschte Marktschranken, sondern auf Effizienzvorteile (laufende Kostenreduktion, permanente Produktverbesserungen) zurückzuführen. Nicht durch Effizienz bedingte Marktmachtstellungen repräsentieren lediglich ein temporäres

Phänomen; langfristig sind sie erosionsanfällig. Eine solche Erosion von nicht effizienzbedingter Marktmacht kommt dadurch zustande, dass die mit Marktmacht verbundenen überdurchschnittlichen Gewinne früher oder später den Marktzutritt von Wettbewerbern induzieren, die dem Etablierten wirkungsvoll Konkurrenz machen.

Als **Kritik** lässt sich gegen die Position der Chicago School einwenden, dass sie die Gefahren von Marktmacht unterschätzt. Infolge des weitgehenden Fehlens wettbewerbspolitischer Eingriffe, hindert marktmächtige Unternehmen nichts daran, die Wettbewerbsregeln in ihrem Sinne zu interpretieren. Die Gefahr von Preisabsprachen auf konzentrierten Märkten sowie insbesondere auch die Gefahr der politischen Einflussnahme (rent seeking) durch marktmächtige Unternehmen bleibt weitgehend unberücksichtigt. Mit der reinen Effizienzbetrachtung wird der wettbewerbspolitische Zielkatalog auf die Wohlfahrtsmaximierung eingeschränkt. Im Vordergrund steht die Steigerung der Effizienz des einzelnen Unternehmens, während die Sicherung der Handlungs- und Entscheidungsfreiheit sowie die Aufrechterhaltung des Wettbewerbs als Kontroll- und Steuerungsmechanismus in der Argumentation kaum eine Rolle spielt. Nur durch Wettbewerbsdruck wird sichergestellt, dass die Effizienzvorteile der Unternehmen auch gesamtwirtschaftlich förderlich sind. Marktschranken aufgrund von sunk costs werden von der Chicago School vernachlässigt. Die Beschränkung auf eine langfristige Betrachtung ist auch deshalb fragwürdig, weil monopolistische Märkte trotz langfristiger Bestreitbarkeit kurz- bis mittelfristig mit einer Ausbeutung der Konsumenten verbunden sein können.

II. Mögliche Fehlerquellen:

- Die besondere Rolle von sunk costs im Falle der Marktschranken wurde vernachlässigt.
- In die Diskussion der wettbewerblichen Wirkungen von Koppelungsbindungen wurden andere Formen der Abschlussbindungen mit einbezogen
- Das Leitbild der Chicago School wurde ohne Bezug zur Fragestellung zu umfangreich dargestellt.

Literaturempfehlungen:

- Martin, S.: Industrial Economics — Economic Analysis and Public Policy. 2nd ed., New York 1994.
Monopolkommission: 9. Hauptgutachten 1990/91 — Wettbewerbspolitik oder Industriepolitik. Baden-Baden 1992, S. 429 - 466.
Scherer, F.M./Ross, D.: Industrial Market Structure and Economic Performance. 3rd ed., Boston 1990.
Schmidt, I.: Wettbewerbspolitik und Kartellrecht. 6. Aufl., Stuttgart 1999.
Schmidt, I./Rittaler, J.B.: Die Chicago School of Antitrust Analysis — wettbewerbstheoretische und -politische Analyse eines Credos. Baden-Baden 1986.