

Der Wettbewerb – eine kleine Reise durch die ökonomische Ideengeschichte

Avenir Suisse

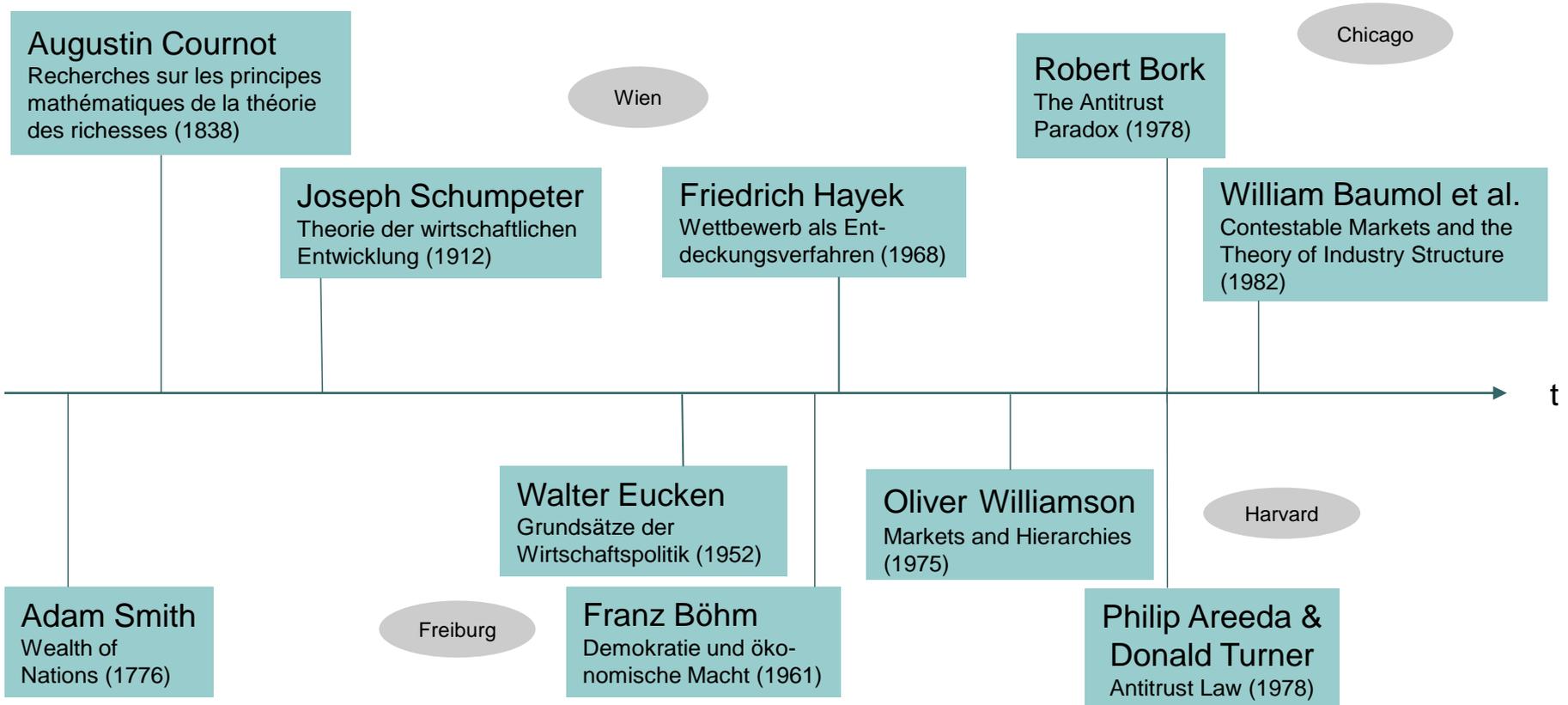
**Wettbewerbspolitischer Workshop
2022**

Prof. Dr. Karen Horn

Der Wettbewerb...

- ... ist ein nicht eindeutig definiertes Ding
- ... ist unbeliebt
- ... oft unvollkommen
- ... führt im Idealfall zur Ausrichtung des Angebots an der Nachfrage
- ... sorgt für möglichst niedrige Preise
- ... sorgt für effizienten Ressourceneinsatz und kostengünstige Produktion
- ... ist die Grundlage für leistungsgerechte Entlohnung
- ... stiftet einen Anreiz zur Innovation
- ... sorgt für die Verbreitung von Innovationen
- ... wirkt als Entmachtungsinstrument

Eine kleine Reise durch die ökonomische Ideengeschichte



Adam Smith (Klassik)

Gegenseitiges Überbieten: „When the quantity of any commodity which is brought to market falls short of the effectual demand... some will be willing to give more. A competition will immediately begin among them, and the market price will rise“ (I.vii.9)

Preisnehmerschaft: „The competition of the different dealers obliges them all to accept of this price“ (I.vii.11)

Tendenz zum Marktgleichgewicht: „The quantity of every commodity brought to market naturally suits itself to the effectual demand. It is the interest of all those who employ their land, labour, or stock, in bringing any commodity to market, that the quantity never should exceed the effectual demand; and it is the interest of all other people that it never should fall short of that demand“ (I.vii.12)

Wettbewerbspreis: „The price of monopoly is... the highest which can be got. The natural price, or the price of free competition, is the lowest which can be taken.... The one is... the highest which can be squeezed out of the buyers, or which... they will consent to give: The other is the lowest which the sellers can commonly afford to take, and at the same time continue their business“ (I.vii.27)

Wohlfahrt: „If any branch of trade, or any division of labour, be advantageous to the public, the freer and more general the competition, it will always be the more so“ (II.ii.106)

Kollusion: „People of the same trade seldom meet together, even for merriment and diversion, but the conversation ends in a conspiracy against the public, or in some contrivance to raise prices.... (IV.viii.c27)

Lobbying: „To widen the market and to narrow the competition, is always the interest of the dealers... The proposal of any new law or regulation of commerce which comes from this order, ought always to be listened to with great precaution, and ought never to be adopted till after having been long and carefully examined... with the most suspicious attention. It comes from an order of men, whose interest is never exactly the same with that of the public ... (I.xi.10)

Augustin Cournot (Klassik)

Kern: Grundlegung der klassisch-/neoklassischen Preistheorie im Zusammenhang mit Marktformen, die bis heute im Zentrum der Mikroökonomik und der mikroökonomischen Wohlfahrtstheorie steht

Marktpreis: Untersuchung des Güterpreises in Abhängigkeit von den jeweils vorherrschenden Marktbedingungen, insbesondere der Zahl der Anbieter (Monopol, Duopol, Wettbewerb)

Nachfragefunktion: Mathematische Definition der Güternachfrage als eine *stetige* und *monoton fallende* Funktion des Preises $F(p)$, hergeleitet aus empirischer Beobachtung

Joseph Schumpeter

Dynamik: „schöpferische Zerstörung“ und Motor der wirtschaftlichen Entwicklung

Innovation: Neue „Kombinationen“, nicht notwendig zugleich auch Erfindung (Invention)

Ungleichgewicht: Der Pionierunternehmer stört das Gleichgewicht, nur deshalb erzielt er Pioniergewinne. Damit ruft er Nachahmer auf den Plan, es entsteht ein Boom (Aufschwung). Aus dem Wettbewerb ergibt sich dann aber eine Gewinnerosion, die Entwicklung führt hin zu einem neuen Gleichgewicht.

Walter Eucken (Freiburger Schule)

Aufgabe: „... dieser neuen industrialisierten Wirtschaft mit ihrer weitgreifenden Arbeitsteilung eine funktionsfähige und menschenwürdige Ordnung der Wirtschaft zu geben, die dauerhaft ist. ... Und zugleich soll in dieser Ordnung ein selbstverantwortliches Leben möglich sein“

Ordnung: „Die Gesamtordnung sollte so sein, dass sie den Menschen das Leben nach ethischen Prinzipien ermöglicht“

Wettbewerb: „Die Wettbewerbsordnung ist imstande, die Investitionen auf die Dauer richtig aufeinander abzustimmen. Denn sie besitzt mit ihrer Preismechanik das Instrument, um Disproportionalitäten festzustellen und um sie schließlich zu korrigieren. Darin ist sie allen anderen Ordnungen überlegen.“

Eucken



Franz Böhm (Freiburger Schule)

Macht: „Die Frage, die uns gemeinsam beschäftigte, war die Frage nach der privaten Macht in einer freien Gesellschaft. Sie führt ... zu der Frage, wie eine Ordnung der freien Wirtschaft beschaffen ist ... welche Typen und Möglichkeiten von Wirtschaftsordnung es überhaupt gibt, welche Rolle in ihnen jeweils die Macht spielt, und zwar sowohl die Macht der Regierung als auch die Macht von Privatpersonen und privaten Gruppen, und welche Ordnungsstörungen auftreten, wenn sich ... eine andere Machtverteilung herausbildet als diejenige, die dem jeweiligen Wirtschaftssystem ordnungskonform ist.“

Entmachtung: „Der Wettbewerb ist das großartigste Entmachtungsinstrument der Geschichte“

Friedrich Hayek (Österreichische Schule)

Entdeckungsverfahren: Der Wettbewerb ist „ein Verfahren zur Entdeckung von Tatsachen, die ohne sein Bestehen entweder unbekannt bleiben oder doch zumindest nicht genutzt würden“.

„Wettbewerb ist nur deshalb und insoweit wichtig, als seine Ergebnisse unvoraussagbar und im Ganzen verschieden von jenen sind, die irgendjemand bewusst hätte anstreben können“

„Seine wohltätige Wirkung (muss sich) darin zeigen, dass er gewisse Absichten vereitelt und gewisse Erwartungen enttäuscht.“

Wettbewerbsordnung: Der Wettbewerb erhält sich nicht von selbst, sondern ist durch eine rechtliche Wettbewerbsordnung zu sichern

Philip Areeda & Donald Turner (Harvard School)

- Basis: Industrial Organization Theory (nach Chamberlain, Bain, Mason)
- Marktergebnis als Resultat von Marktstruktur und dem daraus folgenden Marktverhalten
- Fokus auf Kopplungsverträgen, Markteintrittsbarrieren, vertikaler Integration, Preisdiskriminierung
- Starke Wettbewerbsbehörde



Robert Bork (Chicago School)

- Preistheoretischer (wohlfahrtsökonomischer) Ansatz
- Antitrust soll keine nichtökonomischen Ziele verfolgen, sondern allein den Wettbewerb stärken
- Konsumentenwohlfahrt als ausschließliches Kriterium
- Preis als einziges Maß für Konsumentenwohlfahrt
- Economies of scale sind wohlfahrtssteigernd
- Starke Rationalitätsannahme
- Langfristperspektive
- Marktmacht als solches ist kein Problem, daher wenig Grund für Interventionen
- Rule of reason (Keine Generalverbote, sondern Einzelfallbetrachtung mit Abwägung der verschiedenen Preiseffekte)
- Kritik: Modell greift an manchen Stellen zu kurz; u.a. kein Raum für strategisches Verhalten
- Kritik: Mehr Unsicherheit für die Marktteilnehmer

Oliver Williamson (zu: Harvard School)

- Beim Ansammeln von Marktmacht durch Kopplungsverträge, vertikale Integration und ähnlichem entstehen erhebliche Transaktionskosten; das ist wahrscheinlich sozial ineffizient
- Auch diese Kosten müssen in die behördliche Abwägung eingehen
- Markteintrittsbarrieren sind auch deshalb hoch, weil die Unsicherheit für Newcomer höher sind als für etablierte Unternehmen und sie deshalb für das notwendige Kapital eine Prämie zahlen müssen
- Eher interventionsfreundlich

William Baumol et al. (Chicago School)

Contestable markets: Damit sich ein Monopolist wie ein Preisnehmer verhält, müssen die jeweiligen Märkte „bestreitbar“ sein, das heißt es genügt, dass er stets Grund haben muss, anderenfalls den Marktzutritt von Konkurrenten zu befürchten.

⇒ Argument für weniger Interventionen und für eine weniger strenge Rechtsdurchsetzung

Kritik: Die angenommene Abwesenheit von Marktzutrittsbarrieren, Sunk costs und Technologiegleichheit ist in der Realität unplausibel

Aktuelle Situation

- Harvard und Chicago sind einander im Laufe der wettbewerbstheoretischen Debatte näher gerückt; die Positionen klaffen längst nicht mehr so stark auseinander wie einst
- In den meisten Ländern gibt es inzwischen eine Mischung aus Per-se-Regeln (grundsätzlichen Verboten) und Rule of reason (behördlicher Einzelfallentscheid) im Wettbewerbsrecht, wobei im letzteren Fall per „more economic approach“ abgewogen wird. Die Gewichte sind allerdings unterschiedlich, ebenso wie die Kriterien.

Blick nach vorn: Digitalökonomie

Besonderheit: Extreme Skalenerträge, starke Netzwerkeffekte, Daten als Input => Wettbewerbsvorteil für etablierte Unternehmen

Ziel: Wettbewerb *auf* dem Markt und *um* den Markt erhalten

Marktabgrenzung problematisch: Weil sich in der Digitalisierung der relevante Markt rasch verändert und Märkte auf komplexe Weise verbunden sind, sollten Wettbewerbsbehörden, die Einzelfallbetrachtungen vornehmen, vor allem zu identifizieren suchen, ob ein Unternehmen wettbewerbsbeschränkende Strategien verfolgt und ob es damit anderen schadet

Indikatoren für Marktmacht: Bei zweiseitigen Plattform-Märkten reicht es nicht, ausschließlich auf die Marktanteile zu schauen; es ist auch relevant, ob ein Unternehmen als Handelspartner unvermeidbar geworden ist und ob es dauerhaft besseren Datenzugang hat als die Konkurrenz.

Problem: Beweislast zunehmend auf der Seite der Unternehmen