

## **Marktwirtschaft**

-Wirtschaftliche Freiheit, motiviertes Handeln  
und Wettbewerb: Quellen des Wohlstands-

Arno Henze

Arbeitsbericht Nr. 3

Juli 2000

# Marktwirtschaft

– wirtschaftliche Freiheit, motiviertes Handeln und Wettbewerb:  
Quellen des Wohlstands –

**Arno Henze<sup>\*x</sup>**

Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre

Universität Hohenheim

Juli 2000

\* Dr. Arno Henze ist Professor für Agrarmarktanalyse an der Universität Hohenheim

<sup>x</sup> Der Beitrag ist die Kurzfassung einer für die Ökonomische Fakultät der Universität St. Petersburg, Russland, unter dem Titel „Marktwirtschaft und Wettbewerb“ erstellten Langfassung.

Veröffentlichung des Instituts für  
Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre der Universität Hohenheim

ISSN 1615-0473

**Herausgeber:** Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre  
Universität Hohenheim (420)  
70593 Stuttgart  
Tel.: 0711/459-2602  
Fax: 0711/459-2603  
e-mail: [ahenze@uni-Hohenheim.de](mailto:ahenze@uni-Hohenheim.de)

**Gesamtherstellung:** Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre  
Universität Hohenheim (420)  
70593 Stuttgart

# Inhaltsverzeichnis

1	Aufgaben eines Wirtschaftssystems .....	3
2	Grundtypen von Wirtschaftssystemen.....	3
3	Grundprinzipien und Elemente einer Marktwirtschaft.....	4
	3.1 Individuelle wirtschaftliche Freiheit.....	4
	3.2 Verfügungsrechte .....	5
	3.3 Motiviertes eigennutzorientiertes Handeln .....	6
	3.4 Wettbewerbsmentalität und -strukturen.....	7
	3.5 Wettbewerbsregeln .....	8
	3.6 Stabile Währung als Transaktionsmittel.....	9
	3.7 Märkte als Transaktionsort .....	9
	3.8 Vertrags- und Haftungsrechte als Transaktionsrahmen .....	10
	3.9 Koordinations- und Lenkungenfunktionen des Marktes .....	11
4	Das Modell vollkommener Wettbewerbsmärkte.....	11
	4.1 Modellprämissen .....	12
	4.2 Effiziente Ressourcenallokation.....	12
	4.3 Produktionswert, Faktoreinkommen und Einkommensverteilung .....	14
	4.4 Abhängigkeit des Wohlfahrtsoptimums von der Einkommensverteilung	15
5	Dynamischer Wettbewerb .....	15
	5.1 Funktionen dynamischen Wettbewerbs.....	15
	5.2 Vollständiger Wettbewerb .....	16
	5.3 Freier Wettbewerb .....	16
	5.4 Funktionsfähiger Wettbewerb .....	17
	5.5 Wettbewerb als dynamischer Prozess.....	18
	5.6 Wettbewerbsrelevanter Markt .....	18
	5.7 Wettbewerb in Abhängigkeit von der Marktphase.....	19
	5.8 Wettbewerb durch Substitution und Marktzutritt .....	20
	5.9 Wettbewerbstests.....	20
	5.9.1 Marktergebnistest.....	20
	5.9.2 Marktverhaltenstest .....	21

5.9.3	Marktstrukturtest .....	21
5.9.4	Test der Wettbewerbsfreiheit .....	22
6	Wichtige Bereiche der Wettbewerbspolitik .....	23
6.1	Maßnahmen gegen wettbewerbsbeschränkendes Verhalten .....	23
6.2	Maßnahmen bei wettbewerbsgefährdenden Marktstrukturen .....	24
6.3	Indirekt wettbewerbsfördernde Maßnahmen .....	25
7	Deutsche Wettbewerbsordnung .....	27
7.1	Grundgesetz und Wirtschaftssystem .....	27
7.2	Gesetz zum Schutze der Existenz des Wettbewerbs.....	27
7.3	Wichtige Gesetze zum Schutze der Qualität des Wettbewerbs.....	28
7.3.1	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb .....	28
7.3.2	Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen .....	28
7.4	Gesetze zur Förderung des dynamischen Wettbewerbs .....	29
7.4.1	Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen.....	29
7.4.2	Patentgesetz.....	29
7.4.3	Sortenschutzgesetz.....	30
8	Zusammenfassung .....	30
9	Literatur .....	30

## **1 Aufgaben eines Wirtschaftssystems**

In jeder Gesellschaft haben die Menschen Bedürfnisse nach Gütern. Daher ist in jeder Volkswirtschaft darüber zu entscheiden, welche Güter in welcher Menge mit welchen Produktionsfaktoren an welchem Standort produziert werden sollen. Die Güterproduktion sollte sich zum einen an den Bedürfnissen der Menschen orientieren, zum anderen ist zu beachten, dass sie durch die Knappheit der Produktionsressourcen limitiert wird. Da die Menge der Produktionsressourcen begrenzt ist, gilt es, die Produktionsfaktoren effizient einzusetzen.

## **2 Grundtypen von Wirtschaftssystemen**

Die Entscheidungen darüber was, wieviel, womit, wo produziert werden soll, können in unterschiedlicher Weise getroffen werden. Wie sie getroffen werden, hängt von der Wahl des Wirtschaftssystems ab. Vom Grundtypus ist zwischen einer Zentralverwaltungswirtschaft und einer Marktwirtschaft zu unterscheiden.

In einer Zentralverwaltungswirtschaft werden die grundlegenden Entscheidungen über den Produktionsmitteleinsatz und die Güterproduktion, im Extremfall auch über die Verteilung der Güter, von einer zentralen Verwaltung getroffen. Die zentrale Verwaltung stellt für die verschiedenen Wirtschaftsbereiche Mengenpläne auf, die ex ante koordiniert werden.

Um die Wirtschaftsentscheidungen zentral planen zu können, benötigt die zentrale Verwaltung eine Fülle an Informationen, insbesondere über die Bedürfnisse der Konsumenten, die Produktionsfaktoren und Produktionstechniken. Es ist eine umfangreiche staatliche Bürokratie erforderlich, die die notwendigen Informationen beschafft, auswertet und zu einem Gesamtplan zusammenfügt, die Pläne kontrolliert und durchsetzt.

Eine wesentliche Voraussetzung für die Durchsetzung der Pläne ist, dass die Verfügungsrechte über die Produktionsfaktoren Boden, Kapital und Arbeit ganz oder weitgehend in der Hand der zentralen Verwaltung liegen. Es gibt daher in Zentralverwaltungswirtschaften kaum Privateigentum an den Produktionsmitteln Boden und Kapital und nur eine begrenzte persönliche Freiheit über den Faktor Arbeit. Die Produktion auf eigene Rechnung ist im allgemeinen nicht gestattet, da sie den Entscheidungen der Planungsbehörde zu wider laufen kann.

Erfolgsmaßstab ist in der Zentralverwaltungswirtschaft die Planerfüllung, die am Grad der Übereinstimmung zwischen Soll- und Istproduktion gemessen wird. Da

die Planerfüllung eines Jahres die Basis für die Planfestsetzung des nächsten Jahres bildet, ist das Interesse der produktiv tätigen Personen nicht auf die Maximierung, sondern die Minimierung der Istproduktion gerichtet, um hierdurch die künftige Sollproduktion zu minimieren (vgl. Baßler et al. 1995, S. 96).

In einer dezentralen Verkehrswirtschaft wird es der Selbststeuerung der Wirtschaft überlassen, was, wieviel, womit, wo produziert werden soll. Die Planungskompetenz ist dezentralisiert. Dabei wird das Wissen aller Individuen genutzt (vgl. von Hayek 1994, S. 11). Alle Haushalte und alle Unternehmen stellen Pläne auf. Die Haushalte beeinflussen über ihre Güternachfrage und über ihr Angebot an Arbeit und Kapital die Güterproduktion. Die Unternehmen beeinflussen die Güterproduktion über ihre Nachfrage nach von Arbeitskräften und Investitionen (Kapital). Da die Planung der einzelnen Haushalte und einzelnen Unternehmen selbständig und unabhängig voneinander erfolgt, wird ein Mechanismus benötigt, der die Pläne der Wirtschaftssubjekte koordiniert und zum Ausgleich bringt. Diese Funktionen übt der Preismechanismus der Märkte ex post aus. Im Gegensatz zur Zentralverwaltungswirtschaft mit einer zentralen ex ante Plankoordination wird der Wirtschaftsprozess in der Marktwirtschaft durch dezentrale Planung und eine ex post Plankoordination gelenkt.

### **3 Grundprinzipien und Elemente einer Marktwirtschaft**

Eine Marktwirtschaft erfordert Rahmenbedingungen, die die Selbststeuerung der Wirtschaft ermöglichen und sichern. Diese Bedingungen sind durch Setzung einer entsprechenden Rechtsordnung zu schaffen. Dies ist die primäre Aufgabe des Staates in einer Marktwirtschaft (vgl. Grossekketter 1999, S. 62 ff.).

#### **3.1 Individuelle wirtschaftliche Freiheit**

Die Selbststeuerung der Wirtschaft setzt individuelle wirtschaftliche Freiheit voraus, damit die Wirtschaftssubjekte ihre Konsum- und Produktionsentscheidungen frei treffen können. Entscheidungsfreiheit bedeutet primär Entschließungsfreiheit, die aber erst dann genutzt werden kann, wenn auch Wahlfreiheit - eine Wahlmöglichkeit zwischen verschiedenen Handlungsmöglichkeiten - besteht.

Konsumentenfreiheit ist das oberste Prinzip einer Marktwirtschaft. Sie ist erforderlich, damit der Konsument seine Konsumententscheidungen souverän nach seinen Präferenzen treffen kann. Um eine möglichst große Handlungsfreiheit zu haben, ist ein umfassendes Güterangebot bereitzustellen. Da die Konsumgüter

knapp sind und deshalb einen Preis haben, wird die individuelle Handlungsfreiheit durch die Kaufkraft der Konsumenten begrenzt.

Auch Produzentenfreiheit ist erforderlich, damit die Unternehmer frei über die Verwendung der Produktionsfaktoren und die Ausrichtung der Güterproduktion entscheiden können. Um wirtschaftlich erfolgreich zu sein, müssen die Produzenten sich dabei an den Präferenzen der Konsumenten orientieren. Sie müssen bestrebt sein, die Bedürfnisse der Konsumenten zu befriedigen. Gleichzeitig haben die Produzenten darauf zu achten, dass die Umweltmedien Luft, Wasser und Boden nicht über tolerierbare Grenzen beeinträchtigt werden, um die Nachhaltigkeit des Wirtschaftssystems sichern.

### **3.2 Verfügungsrechte**

Damit Wirtschaftssubjekte frei handeln können, müssen ihnen Verfügungsrechte über Produkte, Produktionsfaktoren und Erfindungen eingeräumt werden. Eindeutig definierte Verfügungsrechte, die gewährleisten, dass Nutzen und Kosten individuell zugerechnet werden, sind in einer Marktwirtschaft unabdingbar. Nur dann besteht eine Verantwortlichkeit, die Produktionsfaktoren effizient zu nutzen.

Bei privatem Eigentum liegen alle Verfügungsrechte in einer Hand: Das Managementrecht für die Allokation der Produktionsfaktoren, das Aneignungsrecht für die Gewinne bzw. die Verantwortung für Verluste und das Veräußerungsrecht über das Produktionsvermögen. Bei staatlichem Eigentum bleiben das Aneignungsrecht und das Veräußerungsrecht in Händen der Staatsorgane, während das Managementrecht Managern übertragen wird. Effizienzprobleme entstehen dadurch, dass die Manager statt nach fachlichen nach politischen Kriterien ausgewählt werden und für den einzelnen Bürger kein unmittelbares Interesse an einer effizienten Kontrolle des Management besteht. Effizienzmindernd wirkt sich insbesondere die mangelnde Marktorientierung aus. Ineffiziente Unternehmen scheiden nicht dem Markt aus, weil ihre Verluste von der Allgemeinheit getragen werden.

Während das Verfügungsrecht über Kapital- und bewegliche Sachgüter in Marktwirtschaften kaum eingeschränkt ist, wird die Stellung des Faktors Arbeit durch Grund- und Bürgerrechte geschützt. Auch der Faktor Boden nimmt aufgrund seiner Unvermehrbarkeit, der Konkurrenz zwischen landwirtschaftlicher, industrieller und städtischer Nutzung sowie zwischen der Produktion von Agrargütern und Umweltgütern (Schutz des Grundwassers und Naturschutz) eine gewisse Sonderstellung ein. Das Eigentum an Boden unterliegt einer Sozialpflicht. Dennoch ist

soweit wie möglich privates Eigentum anzustreben. Im Gegensatz zu einer Zentralverwaltungswirtschaft besteht in einer Marktwirtschaft in Form des gewerblichen Rechtsschutzes auch ein zeitlich befristetes Eigentumsrecht an der Nutzung von Erfindungen und Erneuerungen (vgl. Abschnitte 6.3 und 7.4).

Privates Eigentum ist eine notwendige Voraussetzung für eine effiziente Allokation der Ressourcen in der Marktwirtschaft. Der Anteil des Privateigentums am volkswirtschaftlichen Produktivvermögen ist daher ein wichtiger Indikator für die ökonomische Effizienz einer Volkswirtschaft. Private Verfügungsrechte sollten nur insoweit eingeschränkt werden, wie sie zu externen Effekten führen, die sich nicht marktwirtschaftlich internalisieren lassen. Öffentliches Eigentum sollte sich möglichst auf den Bereich der Bereitstellung öffentlicher Güter beschränken.

### **3.3 Motiviertes eigennutzorientiertes Handeln**

Eine Marktwirtschaft erfordert motiviertes, eigennutzorientiertes Handeln der Wirtschaftssubjekte. Ihm kommt eine Schlüsselfunktion zu, damit die wirtschaftliche Freiheit zu einem Nutzenergebnis führt. Ein eigennutzorientiertes Handeln ist dann gegeben, wenn die Konsumenten ihren Güternutzen und die Produzenten ihre Gewinne maximieren, d.h. nach den eigenen wirtschaftlichen Vorteilen streben und sich dabei rational verhalten.

Individuelles Vorteilstreben der Produzenten ist nicht unmoralisch (vgl. Soltwedel 1997, S. 23), sondern erforderlich, weil es in einer Marktwirtschaft nur dann belohnt wird, wenn es sich an den Bedürfnissen anderer orientiert. So kann ein Produzent nur einen Gewinn erzielen, wenn er die Güter produziert, die nachgefragt werden. Nur wer eine von anderen gewünschte Leistung erbringt, erzielt auch eine eigene, persönliche Rendite. "Die Moral des Marktes bewirkt, dass wir anderen nützen, nicht weil wir das beabsichtigen, sondern weil sie uns in einer Weise handeln läßt, die trotzdem diese Wirkung hat" (vgl. von Hayek 1996, S. 86). Kritiker der Marktwirtschaft stellen dagegen Ansprüche an andere, ohne selbst eine entsprechende Gegenleistung zu erbringen.

Individuelles Wohlstandstreben ist somit eine notwendige Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg einer Marktwirtschaft, da hierdurch gleichzeitig die Bedürfnisse anderer erfüllt werden. Streben alle Wirtschaftssubjekte nach individuellem Wohlstand, dann wirkt sich dies zum Wohle aller aus. Individuelles Wohlstandstreben ist daher zu fördern.

Es wird umso stärker gefördert, je mehr Eigenverantwortlichkeit von den Bürgern

verlangt wird. Dies bedeutet, dass der Staat einerseits von den Leistungen eines Bürgers möglichst wenig beanspruchen und andererseits einzelnen Bürgern nur subsidiär Hilfe leisten sollte. Die Eigenverantwortlichkeit ist ein wichtiges Grundprinzip einer marktwirtschaftlichen Ordnung.

### **3.4 Wettbewerbsmentalität und -strukturen**

Marktwirtschaft erfordert außer wirtschaftlicher Freiheit, Verfügungsrechten und eigennutzorientiertem Handeln Wettbewerbsmentalität und Wettbewerbsstrukturen. Wettbewerbsmentalität beinhaltet das Streben, sich in Wettbewerb zu begeben und am Wettbewerbsprozess teilzunehmen. Dieses Streben wird durch Eigenverantwortlichkeit der Wirtschaftssubjekte gefördert und besteht dann, wenn ein motiviertes eigennutzorientiertes Verhalten praktiziert wird. Um sich in einen Wettbewerbsprozess begeben zu können, sind Wettbewerbsstrukturen zwischen Nachfragern und zwischen Anbietern erforderlich, die ein Konkurrenieren zwischen Teilnehmern einer Marktseite um die Geschäftsabschlüsse mit der Marktgegenseite ermöglichen. Wettbewerb zwingt die Wettbewerber zur Steigerung ihrer individuellen Leistung und bewirkt, dass die Produktionsfaktoren effizient genutzt und die Produkte effizient verteilt werden. Er ist sowohl zwischen den Nachfragern als auch zwischen den Anbietern notwendig.

Die Nachfrager konkurrieren um das Angebot der Marktgegenseite. Von allen Nachfragepräferenzen kommen die zum Zuge, die das Angebot der Produzenten am besten hononieren. Der ökonomische Vorteil des Wettbewerbs zwischen den Nachfragern kommt der Marktgegenseite - den Anbietern - zu Gute (vgl. Wagner 1992, S. 60). Wettbewerb auf der Verbraucherebene ist im allgemeinen gegeben.

Auf der Anbieterseite konkurrieren die Produzenten um die Nachfrage der Marktgegenseite. Von den Anbietern kommen die zum Zuge, die die beste Qualität anbieten und/oder den niedrigsten Preis verlangen. Vom Wettbewerb der Anbieter profitieren die Nachfrager. Er ist nicht immer gleichermaßen gegeben wie auf der Verbraucherebene. Dem Wettbewerb auf der Produzentenebene gilt daher das besondere Augenmerk. Dies dokumentiert sich auch in gesetzlichen Regelungen über den Schutz von Wettbewerbsstrukturen, insbesondere das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) (vgl. Abschnitt 7.3).

In einer mehrstufigen Wirtschaft sind konkurrierende Unternehmen auf der Anbieterseite und - als Nachfrager von Zwischenprodukten - auch auf der Nachfrageseite erforderlich. Ein Wirtschaftssektor muss sich außerdem dem Wettbewerb

mit den anderen Sektoren stellen, der sich primär auf der Produktionsmittelebene abspielt. Die verschiedenen Wirtschaftssektoren konkurrieren um den Einsatz der Produktionsfaktoren Arbeit, Kapital, Boden. So wird die Landwirtschaft gezwungen, langfristig Arbeitskräfte an andere Sektoren abzugeben. Sie benötigt pro Arbeitskraft zwar viel Kapital, ähnlich wie andere Wirtschaftssektoren, sie ist aber, was den Faktoreinsatz insgesamt betrifft, in einer wachsenden Wirtschaft ein relativ oder – wie seit einigen Jahren in Deutschland - gar absolut schrumpfender Wirtschaftssektor.

Die Internationalisierung der Wirtschaft erhöht den Wettbewerb. In Branchen mit Großunternehmen entsteht vielfach erst durch Auslandskonkurrenz Wettbewerb. Dies gilt vor allem für kleine Länder, in denen die nationalen Märkte für konkurrierende Unternehmen oft nicht groß genug sind. Aber auch in großen Ländern sind offene Grenzen wichtig. Offene Märkte erhöhen nicht nur den Wettbewerb für inländische Anbieter. Sie bieten auch die Möglichkeit zum internationalen Kapital- und Technologietransfer, Import von ergänzenden Gütern und Rohstoffen, über die das eigene Land nicht verfügt, und zur Ausnutzung komparativer Kostenvorteile in der Produktion substitutiver Güter. Die Produktion erfolgt dann weltweit an den Standorten, an denen die Güter zu den relativ niedrigsten Kosten erzeugt werden. Die internationale Zusammenarbeit erhöht für alle beteiligten Personen und Regionen den Wohlstand.

### **3.5 Wettbewerbsregeln**

Ebenso wie ein sportlicher Wettbewerb erfordert auch ein wirtschaftlicher Wettbewerb Regeln. Gefragt ist Leistungswettbewerb, bei dem Leistungsvorsprünge honoriert und Leistungsrückstände bestraft werden. Unerwünscht ist Nichtleistungswettbewerb. Aus diesem Grunde gibt es in Deutschland gesetzliche Regelungen zur Ausgestaltung und zum Schutze der Qualität des Wettbewerbs. So schützt das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), dessen erste Fassung aus dem Jahre 1909 stammt, den Leistungswettbewerb und untersagt bzw. bekämpft den Nichtleistungswettbewerb, z.B. die Nachahmung fremder Kennzeichen, die Verbreitung nicht wahrer Behauptungen über den Wettbewerber. Das UWG wird durch das Gesetz zur Regelung der allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Zugabe- und Preisangabenverordnung und das Rabattgesetz ergänzt (vgl. Abschnitt 7.3).

### **3.6 Stabile Währung als Transaktionsmittel**

Wettbewerb fördert die arbeitsteilige Produktion, um die Kostenvorteile der Spezialisierung zu nutzen. Dadurch werden Transaktionen zwischen den Wirtschaftssubjekten erforderlich. Transaktionen sind möglich in Form eines Tausches Güter gegen Güter oder Güter gegen Geld bzw. Geld gegen Güter. Der Naturaltausch ist kompliziert und aufwendig, weil i.d.R. nur ein Tauschpartner am Gut des anderen interessiert ist. Der Tausch gegen Geld ist einfacher und weniger aufwendig als der Naturaltausch.

Damit auf einen Naturaltausch verzichtet werden kann und die Transaktionen über Geld als abgeleitetes, allgemein anerkanntes Gut abgewickelt werden können, müssen Marktwirtschaften eine hohe Geldwertstabilität anstreben. Geldwertstabilität ist erforderlich, damit das Geld seine Funktionen als Rechen- einheit, Zahlungsmittel (Tauschmittel) und als Wertaufbewahrungsmittel erfüllen kann. „Nur auf der Basis eines anhaltend stabilen Geldes...lassen sich täglich und millionenfach auf den Güter-, Faktor- und Finanzmärkten effiziente Tauschvorfange organisieren und langfristig tragfähige Wirtschaftsbeziehungen begründen“ (Tietmeyer 1999, S. 10). Erst bei Geldwertstabilität kann sich die wettbewerbliche, arbeitsteilige Wirtschaft optimal entwickeln. Geldwertstabilität stärkt das Vertrauen der Bürger in Währung, Wirtschaft und Politik.

### **3.7 Märkte als Transaktionsort**

Den wichtigsten Transaktionsort bilden Märkte. Auf Märkten findet eine externe Austauschbeziehung zwischen Gütern und Gegenleistungen (i.d.R. Geld) statt. Der marktlichen Transaktion steht die hierarchische Transaktion gegenüber, in ihrer Extremform die vertikale Integration. Bei der vertikalen Integration findet die Transaktion unternehmensintern statt. Eine Zwischenform zwischen Markt und vertikaler Integration stellen vertragliche Vereinbarungen (Kooperationen) dar. Beispiele hierfür sind Lieferbeziehungen zwischen einem Rohstoffherzeuger und Verarbeitungsunternehmen.

Welcher Transaktionsmechanismus zum Tragen kommt, hängt von den Kosten ab (vgl. Kallfass 1993 und Beckmann 2000, S. 42 ff). Kosten marktlicher Transaktionen entstehen vor allem dadurch, dass Informationen über Tauschpartner, Guterqualitaten, Preise, Garantie- und Haftungszusagen gewonnen, Tauschhandlungen kontrolliert, Verträge angepaßt und die Vertragserfüllung durchgesetzt werden müssen. Sie sind gering bei Standardqualitaten, niedrigen Transportkosten, vielen Marktpartnern und bei geringer Bindung im Falle wenig spezifi-

scher Investitionsgüter auf der anbietenden oder nachfragenden Produktionsstufe. Sie steigen bei zunehmender Unsicherheit über die Güter (Qualitäten und Preise) und die Tauschvorgänge, bei seltenen Tauschbeziehungen und wenigen Tauschpartnern, mit hohen Transportkosten und zunehmender Bindung durch produktspezifische Investitionen. Bei hohen Kosten der marktlichen Transaktion besteht ein Anreiz zur vertraglichen oder gar zur unternehmensinternen Transaktion (Integration).

### **3.8 Vertrags- und Haftungsrechte als Transaktionsrahmen**

Marktliche und direkt vertragliche Transaktionen erfordern, dass neben einer Vertragsfreiheit auch eine Vertragssicherheit besteht, die garantiert, dass Geschäfte und geschlossene Verträge eingehalten werden. Die Einhaltung geschlossener Verträge ist essentiell (vgl. Koester 1993, S. 132). Es bedarf daher in einer Marktwirtschaft auch rechtlicher Regelungen, die die Einhaltung geschlossener Verträge vorsehen und die Nichteinhaltung sanktionieren. Diesen Rechtsrahmen bildet in Deutschland das Bürgerliche Gesetzbuch. Seit 1977 besteht außerdem ein Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (vgl. Abschnitt 7.3.2).

Das Vertragsrecht beschränkt sich nicht auf die Einhaltung von Verträgen, sondern es beinhaltet auch die Haftung. Eine Vertragshaftung besteht grundsätzlich gegenüber dem Vertragspartner und gegenüber demjenigen, der in den Schutzbereich des Vertrages einbezogen wird. Sie verpflichtet, eine fehlerfreie, zum vereinbarten oder bestimmungsgemäßen Verbrauch geeignete Sache zu übergeben. Neben der Vertragshaftung gibt es in Deutschland eine Delikthaftung (Haftung aus unerlaubter Handlung). Danach unterliegt auch derjenige einer Produkthaftung, der vorsätzlich oder fahrlässig das Leben, den Körper, die Gesundheit, die Freiheit oder ein sonstiges Recht eines anderen widerrechtlich verletzt. Er ist dann dem anderen zum Ersatz des daraus entstandenen Schadens verpflichtet. Das Haftungsrecht wurde in den westeuropäischen Ländern immer mehr verschärft. Initiiert durch eine Richtlinie der EU wurde in Deutschland 1990 ein spezielles Produkthaftungsgesetz verabschiedet.

Das Vertrags- und Haftungsrecht erfüllt seinen Zweck jedoch erst dann, wenn es auch eingehalten wird. Daher wird von den Bürgern ein ausgeprägtes Rechtsbewußtsein erwartet, das Rechtssicherheit garantiert. Dieses Bewußtsein entsteht nur dann, wenn die politisch Verantwortlichen beispielhaft vorangehen und die staatlichen Organe für die Einhaltung der Rechtsvorschriften bei den Bürgern

sorgen.

### **3.9 Koordinations- und Lenkungenfunktionen des Marktes**

Wettbewerbsmärkte lenken die Wirtschaft in neutraler, objektiver, umfassender Weise mittels einer unsichtbaren Hand (vgl. Smith 1993, S. 371), in dem sie die Pläne der verschiedenen Nachfrager und Anbieter ex post koordinieren bzw. über die sich an den Märkten bildenden Preise zum Ausgleich bringen und dabei über den intersektoralen Preiszusammenhang die interdependenten wirtschaftlichen Beziehungen in vollem Umfang erfassen. Der Preis eines Gutes bildet sich bei der Gütermenge, bei der die Planvorstellungen der Nachfrager und Anbieter übereinstimmen. Kaufabsichten zu einem niedrigeren Preis und Verkaufsabsichten zu einem höheren Preis kommen nicht zum Tragen.

Der Preismechanismus übt dabei eine Sanktionsfunktion aus, indem er marktgerechte Handlungen honoriert, nichtmarktgerechte Handlungen bestraft. Sanktionskriterium ist die wirtschaftliche Rendite - auf der Nachfrageseite, die Konsumentenrente, auf der Anbieterseite die Produzentenrente bzw. der Unternehmensgewinn -. Sie zwingt die Wirtschaftssubjekte zu einem marktgerechten Handeln und erreicht im Marktgleichgewicht ihr Maximum. Fehlplanungen der Haushalte werden durch höhere Ausgaben und Fehlplanungen der Unternehmen durch wirtschaftliche Verluste bestraft. Der Markt- und Preismechanismus steuert somit gleichzeitig die Entlohnung der Produktionsfaktoren und dadurch die Verteilung des personellen Einkommens (Entlohnungsfunktion).

Die Marktpreise liefern den Marktteilnehmern zudem Informationen über die Knappheit von Gütern und Produktionsfaktoren. Sie senden Signale für die künftige Planung der einzelwirtschaftlichen Aktivitäten der Nachfrager und Anbieter. Die Preissignale induzieren Preis- und Mengenerwartungen. Fallende Preise geben ein Signal zur Ausdehnung der Nachfrage bzw. Reduzierung der Produktion, steigende Preise zur Reduzierung der Nachfrage bzw. Ausdehnung der Produktion.

## **4 Das Modell vollkommener Wettbewerbsmärkte**

Das Grundprinzip der gesellschaftlichen Wohlstandsoptimierung durch das marktwirtschaftliche Wirtschaftssystem läßt sich mit dem Modell vollkommener Wettbewerbsmärkte verdeutlichen. Diesem Modell liegen folgende Prämissen zugrunde (vgl. Henze 1994, S 304 ff).

## 4.1 Modellprämissen

- a) Konsumentenfreiheit und individuelle Nutzenmaximierung (gegebene Güterpräferenzen, quasi konkave Nutzenfunktionen bzw. konvexe Indifferenzkurven),
- b) Produzentenfreiheit und Gewinnmaximierung (gegebene Produktionstechnik, konkave Produktionsfunktionen mit abnehmenden Grenzerträgen, konvexe Isoquanten und konstante oder abnehmende Skalenerträge),
- c) Homogenität der Produktionsfaktoren und der Produkte,
- d) unbegrenzte Teilbarkeit der Produktionsfaktoren und Produkte und unbegrenzte Faktor- und Gütermobilität,
- e) zeit- und kostenlose Anpassung des Faktoreinsatzes und der Güterproduktion bzw. vollkommene Information (Markttransparenz),
- f) atomistische Marktstruktur, bei der einzelne Anbieter und einzelne Nachfrager Mengenanpasser sind, d.h., keinen Einfluss auf den Faktor- bzw. Produktpreis haben,
- g) jedes Wirtschaftssubjekt ist alleiniger Betroffener der positiven oder negativen Folgen seines Handelns, externe Konsum- oder Produktionseffekte existieren nicht,
- h) für alle Aktivitäten existieren Märkte, auf denen sich Gleichgewichte einstellen, öffentliche Güter existieren nicht,
- i) die Ressourcen (Produktionsfaktoren) sind gegeben und knapp, d.h. nicht ausreichend, um die menschlichen Bedürfnisse uneingeschränkt zu befriedigen (Annahme für die Ableitung einer Wohlfahrtsoptimierung nach Pareto).

Unter diesen Prämissen besteht zwischen Anbieter einerseits und zwischen Nachfragern andererseits Wettbewerb und alle Pläne und Handlungen der Wirtschaftssubjekte werden über den Preismechanismus der Märkte koordiniert.

## 4.2 Effiziente Ressourcenallokation

Besteht Konsumentenfreiheit, dann erreichen die Konsumenten das Nutzenmaximum  $U$ , wenn sie ihr Budget so auf die Güternachfrage aufteilen, daß das Grenznutzenverhältnis der Güter  $q_i, q_j$  mit dem Preisverhältnis der Güter  $p_i, p_j$  übereinstimmt. Die Grenzrate der Gütersubstitution entspricht dann dem umgekehrten

Preisverhältnis der Güter (1. Effizienzbedingung).

$$\frac{\frac{\partial U}{\partial q_j}}{\frac{\partial U}{\partial q_i}} = \frac{p_j}{p_i} = - \frac{dq_i}{dq_j} \quad (1)$$

Auf der Produktionsstufe gilt es, die gegebenen Produktionsfaktoren Arbeit (A) und Kapital (K) effizient zur Güterproduktion einzusetzen. Die Unternehmen kombinieren die Produktionsfaktoren dann in effizienter Weise, wenn das Verhältnis der Grenzerträge der Faktoren A, K bei der Erzeugung der Produkte i und j gleich dem Preisverhältnis der Faktoren Lohnsatz (w) und Zinssatz (r) ist. Die Grenzrate der Faktorsubstitution entspricht dann dem umgekehrten Preisverhältnis der Faktoren (2. Effizienzbedingung).

$$\frac{\frac{\partial q_i}{\partial K}}{\frac{\partial q_i}{\partial A}} = \frac{\frac{\partial q_j}{\partial K}}{\frac{\partial q_j}{\partial A}} = \frac{r}{w} = - \frac{dA}{dK} \quad (2)$$

Um das gesellschaftliche Wohlfahrtsmaximum zu erreichen, gilt es, die Produktionsstufe mit der Produktebene zu verbinden. Die Verbindung zwischen Produkt- und Faktorebene ist über die Produkttransformation herzustellen. Dabei geht es darum, um wieviel auf ein Produkt verzichtet werden muß, wenn von dem anderen Produkt mehr produziert werden soll. Die Grenzrate der Transformation von Produkt i durch Produkt j gibt die Menge von Produkt i an, auf die für eine zusätzlich hergestellte Mengeneinheit des Gutes j verzichtet werden muß. Die Grenzrate der Produkttransformation entspricht bei effizienter Faktorallokation dem Verhältnis der Grenzproduktivitäten eines jeden Produktionsfaktors in seinen Produktionsverwendungen. Die Grenzrate der Transformation von Produkt i durch Produkt j ist daher gleich dem Verhältnis der Grenzproduktivitäten bei der Herstellung der Produkte i und j. Bei Gewinnmaximierung der Unternehmen stimmen die Grenzrate der Produkttransformation und das Verhältnis der Grenzproduktivitäten der Faktoren in den verschiedenen Produktionsbereichen mit dem umgekehrten Preisverhältnis der Produkte überein (vgl. Henze 1994, S. 311ff).

$$-\frac{dq_i}{dq_j} = \frac{\frac{\ddot{a}q_i}{\ddot{a}A}}{\frac{\ddot{a}q_j}{\ddot{a}A}} = \frac{\frac{\ddot{a}q_i}{\ddot{a}K}}{\frac{\ddot{a}q_j}{\ddot{a}K}} = \frac{p_j}{p_i} \quad (3)$$

Die simultane gesellschaftliche Effizienz von Produktions- und Konsumstruktur ist erreicht, wenn die Grenzrate der Produkttransformation auf der Produktionsebene und die Grenzrate der Produktsubstitution auf der Konsumebene übereinstimmen (3. Effizienzbedingung).

Da sowohl die Grenzrate der Produktsubstitution (Gleichung 1) als auch die Grenzrate der Produkttransformation (Gleichung 3) dem umgekehrten Preisverhältnis der Güter entspricht, werden Konsum- und Produktionsstruktur simultan über die Produktpreise - den Preismechanismus der Märkte - verbunden und optimiert. Die Produktpreise sind die Indikatoren, die die Güternachfrage und das Güterangebot steuern, d.h. so aufeinander bestimmen, dass ein Wohlfahrtsoptimum entsteht. Das Marktergebnis ist bei atomistischer Konkurrenz paretooptimal, d.h. kein Wirtschaftssubjekt kann besser gestellt werden, ohne dass nicht mindestens ein anderes schlechter gestellt wird.

### 4.3 Produktionswert, Faktoreinkommen und Einkommensverteilung

Der volkswirtschaftliche Produktionswert aller Produkte ergibt sich als Summe aller produzierten Güter multipliziert mit ihren Preisen. Er entspricht der Summe aller eingesetzten Faktormengen multipliziert mit ihren Preisen (aller Faktoreinkommen).

$$q_1 \cdot p_1 + q_2 \cdot p_2 = A \cdot w + K \cdot r \quad (4)$$

Der volkswirtschaftliche Produktionswert ist gleich dem volkswirtschaftlichen Faktoreinkommen. Die Einkommensverteilung auf die Faktoren (funktionale Einkommensverteilung) ist abhängig von dem Mengen- und Preisverhältnis der Faktoren. Aus der funktionalen Einkommensverteilung ergibt sich die Einkommensverteilung zwischen den Personen. Die personelle Einkommensverteilung ist abhängig von der Eigentumsverteilung der Produktionsfaktoren und deren Entlohnung. Das Einkommen  $Y_n$  eines Individuums  $n$  beträgt bei den Faktormengen  $A_n$  und  $K_n$ :

$$Y_n = A_n \cdot w + K_n \cdot r \quad (5)$$

#### **4.4 Abhängigkeit des Wohlfahrtsoptimums von der Einkommensverteilung**

Welche Nutzenverteilung sich ergibt, hängt von der Einkommensverteilung zwischen den Konsumenten (Haushalten) ab. Je höher das Einkommen eines Konsumenten im Vergleich zu den Einkommen der anderen Konsumenten ist, um so stärker wird die Produktionsstruktur durch diesen Konsumenten bestimmt. Die Produktionsstruktur beeinflusst die Struktur der Produktpreise und die Opportunitätskosten der Faktoren und somit auch die Einkünfte der Faktoreigentümer.

Die Einkommensverteilung steuert also c.p. die Produktionsstruktur. Jede Änderung der Einkommensverteilung der Konsumenten führt zu einem neuen Wohlfahrtsoptimum. In Abhängigkeit von der Einkommensverteilung gibt es viele Optima. Wenn die Gesellschaft aus sozialen Gründen eine bestimmte Nutzenverteilung zwischen den Individuen - ein Optimum Optimorum - anstrebt, dann muss sie die Einkommensverteilung durch Maßnahmen der Einkommensumverteilung entsprechend ändern. Diese Maßnahmen sollten aber nicht bei der Güterproduktion ansetzen, sondern direkt bei der Verteilung des erwirtschafteten Volkseinkommen, um die Allokationsfunktion des Marktmechanismus möglichst wenig zu beeinträchtigen.

### **5 Dynamischer Wettbewerb**

#### **5.1 Funktionen dynamischen Wettbewerbs**

Als zentrale Schwäche des Modells vollkommener Wettbewerbsmärkte ist anzusehen, dass das Modell nur die optimale Allokation gegebener Ressourcen aufzeigt. Die Allokation der Ressourcen ändert sich zwar von einer zur nächsten Periode, wenn sich die individuelle Nutzenbewertung der Güter und/oder die personale Einkommensverteilung ändert. Dabei werden vorhandene Ressourcen aber lediglich anders genutzt, selbst aber nicht verändert. Bezogen auf das Ressourcenpotenzial bleibt die Wirtschaft stationär. Es kommt lediglich zu einer Anpassung des Optimums (Gleichgewichts) an exogene Datenänderungen. Dadurch wird nur ein komparativ-statischer, aber noch kein dynamischer Wettbewerbsaspekt erfüllt.

Angestrebt wird ein dynamischer Wettbewerb der durch Stimulierung des technischen Fortschritts Verfahrens- und Produktinnovationen (neue Produktionsmethoden und neue Produkte) hervorbringt und die Anpassungsflexibilität der Produktion und Produktionskapazitäten an sich ändernde Produktionstechniken und Nachfragestrukturen sichert.

Wachstum des Pro-Kopf-Wohlstandes ist zwar auch durch eine direkte Vermehrung der Produktionsfaktoren (Arbeit, Kapital) möglich, doch ist in den Industrieländern in der Vergangenheit nur der Kapitalstock gestiegen, der Arbeitseinsatz je Erwerbsperson hat dagegen fortlaufend abgenommen. Das wirtschaftliche Wachstum der Industrieländer wurde in entscheidendem Maße durch die Erzeugung und Nutzung technischen Fortschrittes ausgelöst. Die Stimulierung technischen Fortschrittes und die Bewältigung der damit verbundenen Anpassungsprozesse haben daher für das wirtschaftliche Wachstum eine zentrale Bedeutung.

## **5.2 Vollständiger Wettbewerb**

In der Bundesrepublik Deutschland entwickelte Eucken (1965) aus der "Lehrbuchkonzeption des vollkommenen Wettbewerbs" das Leitbild des vollständigen Wettbewerbs. Vollständiger Wettbewerb setzt nicht mehr Güterhomogenität, vollkommene Information und zeitlose Anpassung voraus. Als Voraussetzungen werden nur noch polypolitische Marktstrukturen, Mengenanpasserverhalten und offene Märkte, d.h. freier Marktzutritt und -austritt, betrachtet. Da Eucken an Mengenanpasserverhalten festhält, läßt er nur gewisse Abweichungen von der vollkommenen Güterhomogenität zu, postuliert aber keine Produktheterogenität, die eine akquisitorische Preisdifferenzierung ermöglicht. Daher bestehen Zweifel, ob Euckens Leitbild des vollständigen Wettbewerbs als fortschrittsorientiert anzusehen ist (vgl. Schlotter 1991, S. 84 ff).

## **5.3 Freier Wettbewerb**

Auch das neoklassische Konzept des freien Wettbewerbs, das von der Österreichischen Schule (insbesondere von Hayek 1968, 1994, 1996 und Hoppmann 1967, 1988) vertreten wird, und sich auf das Wettbewerbsleitbild der Klassiker (Smith 1776, u.a.) stützt, weist Abweichungen von dem Leitbild vollkommener Wettbewerbsmärkte auf. Während das Konzept des vollständigen Wettbewerbs vornehmlich die polypolitische Marktstruktur betont, zielt das - auch als systemtheoretischer Ansatz bezeichnete - Konzept des freien Wettbewerbs vor allem auf die Wettbewerbsfreiheit ab (vgl. Herdzina 1999, S. 108).

Wettbewerbsfreiheit wird als zentrale Voraussetzung für Wettbewerb angesehen. Sie umfasst sowohl die Freiheit der Anbieter zu Invention, Innovationen und Imitationen (Entschliebungsfreiheit) als auch die Auswahlfreiheit der Marktpartner auf der Marktgegenseite (Wahlfreiheit) (vgl. Hoppmann 1988, S. 241). Wettbewerb wird als dynamischer Prozess verstanden, dessen Ergebnis offen ist. Er ist

das Ziel und nicht ein Mittel. Auf die Postulierung marktstruktureller Voraussetzungen wird verzichtet. Marktstrukturen dienen lediglich als Indikator für das Marktverhalten, dem die zentrale Bedeutung zugewiesen wird. Das Marktergebnis wird nicht als Beurteilungsmaßstab herangezogen.

Wettbewerbsfreiheit ist zwar eine notwendige, jedoch noch keine hinreichende Voraussetzung für innovativen Wettbewerb. Hinzu kommen muss ein spirit bzw. starker spirit of competition (vgl. Hoppmann 1988, S. 237 bzw. Schmidt 1999, S. 14) - ein Wettbewerbsstreben in Form von Such- und Entdeckungsverfahren (vgl. Hayek 1968) bzw. Vorstoß- und Verfolgungsaktivitäten (vgl. Herdzina 1999, S. 34) - , damit Wettbewerbsfreiheit die größten ökonomischen Vorteile hervorbringt. Der These, dass Wettbewerbsfreiheit allein zu größter ökonomischer Vorteilhaftigkeit führt, wird entgegen gehalten, dass das Wettbewerbsstreben (die Wettbewerbsintensität) von der Marktstruktur abhängt und unter dem Schutz vorübergehender Wettbewerbsbeschränkungen technische Fortschritte möglicherweise zügiger und besser entwickelt werden können (vgl. Schlotter 1991, S. 100 ff).

#### **5.4 Funktionsfähiger Wettbewerb**

Ausgehend von einer unvollständigen Konkurrenz hat Clark (1940) die Konzeption des workable competition entwickelt. Diesen Ansatz hat in Deutschland Kantzenbach aufgegriffen und zu der Konzeption des funktionsfähigen Wettbewerbs weiter entwickelt. In ihr wird der technische Fortschritt als wettbewerbsendogene Größe, d.h. vom Wettbewerb erzeugte Größe, betrachtet (vgl. Kantzenbach 1967). Angestrebt wird nicht die gewinnlose Situation, sondern die Wohlstandssteigerung durch kostensenkende und qualitätssteigernde technische Fortschritte. Gewinne werden hierfür sogar als notwendig angesehen. Wettbewerb wird in dieser Konzeption nicht als ein Ziel, sondern als ein Mittel der Wohlstandssteigerung betrachtet. Diese Konzeption wird daher auch als wohlfahrtsökonomischer Ansatz bezeichnet.

Der Erfüllungsgrad der Voraussetzungen für einen fortschrittsendogenen Wettbewerb wird im Konzept des funktionsfähigen Wettbewerbs in Abhängigkeit von der Anbieterstruktur der Unternehmen und der Marktunvollkommenheit gesehen. Angestrebt werden eine Anbieterstruktur und Marktunvollkommenheit, die einerseits Pioniergewinne ermöglichen, andererseits aber einen Anreiz bzw. Zwang zu Inventionen und Innovationen ausüben. Die optimale effektive fortschrittsendogene Wettbewerbsintensität wird im Bereich weiter Oligopole mit mäßiger Pro-

duktdifferenzierung und begrenzter Markttransparenz vermutet. In diesem Bereich gelten die Finanzierungsmöglichkeiten, Gewinnchancen und Existenzrisiken für Inventionen (Erfindungen) und Innovationen als gut kombiniert. Im engen Oligopol wird eine überoptimale Interdependenz (hohe potentielle Wettbewerbsintensität) angenommen, die entweder zu kollektivem Handeln oder zu funktionslosen, oligopolistischen Machtkämpfen führt. Im Polypol wird die Interdependenz (die potentielle und effektive Wettbewerbsintensität) als unteroptimal angesehen.

### **5.5 Wettbewerb als dynamischer Prozess**

Da sich die deterministische Abhängigkeit der Inventionen und Innovationen von der Marktstruktur nicht immer (nicht in allen Branchen) bestätigt, wird neben der Konzeption des funktionsfähigen Wettbewerbs (dem wohlfahrtsökonomischen Ansatz) weiterhin auch die neoklassische Konzeption des freien Wettbewerbs (der systemtheoretische Ansatz) vertreten (vgl. Herdzina 1999, S.73). Beiden Konzeptionen ist gemeinsam, dass Wettbewerb als dynamischer Prozess verstanden wird, der durch Vorstoßphasen innovativer Pionierunternehmen und Verfolgungsphasen imitierender Unternehmen und Verdrängungsprozessen zwischen den Unternehmen geprägt wird. Dynamischer Wettbewerb ist ein Kernelement einer Marktwirtschaft, die als offenes evolutorisches System zu verstehen ist, dessen Ergebnisse ex ante nicht genau bekannt sind, sondern sich endogen aus dem dynamischen Wettbewerbsprozess ergeben.

Dynamischer Wettbewerb ist nicht als Gleichgewichtszustand zu verstehen, sondern als innovativer Prozess, der Gleichgewichtssituationen aufbricht und zu wirtschaftlichem Wachstum führt. Bei der Abkehr von den Prämissen - Produkt-homogenität, vollkommene Information und zeitlose Anpassung - werden die Signale (Indikatoren) für das einzelwirtschaftliche Handeln schwächer und unsicherer, und die ex post Koordination durch den Marktmechanismus wird unvollkommener. In einem offenen evolutorischen Wirtschaftsprozess lassen sich temporäre Marktungleichgewichte (Kapazitätsengpässe oder Überkapazitäten) nicht vermeiden. Sie sind der "Preis" für Erneuerungen und wirtschaftliches Wachstum in einer evolutorischen Wirtschaft.

### **5.6 Wettbewerbsrelevanter Markt**

Zur Wettbewerbsbeurteilung ist der wettbewerbsrelevante Markt (the area of effective competition) heranzuziehen. Konstitutives Element des relevanten Marktes bildet die sachliche Beziehung zwischen den Gütern verschiedener Ele-

mentarmärkte. Zu ihrer Bestimmung werden das Industriezweig-, das Substitutions- und/oder das Produktionsflexibilitätskonzept verwendet (vgl. Herdzina 1999, S. 73 ff). Das Industriezweigkonzept beruht auf der technischen Homogenität des Produktes. Das Substitutionskonzept orientiert sich an der Nachfragebeziehung. Das Produktionsflexibilitätskonzept orientiert sich am Verhalten der Anbieter (Wettbewerber), wobei auch solche potentiellen Konkurrenten berücksichtigt werden, die schnell als Wettbewerber auftreten können.

Weitere Beurteilungskriterien sind die räumliche und zeitliche Verbundenheit der Elementarmärkte. Der räumliche Aspekt gewinnt eine besondere Bedeutung, wenn bisher administrativ abgegrenzte (geschützte) Märkte in freie Märkte überführt werden, wie dies z.B. bei der Bildung der europäischen Wirtschaftsgemeinschaft (EWG später EU) und einer Liberalisierung des Welthandels im Rahmen der WTO-Abkommen der Fall ist. Zeitliche Aspekte stehen zum einen im Zusammenhang mit der räumlichen Entfernung, zum anderen können sie auch sachlich bedingt sein.

### **5.7 Wettbewerb in Abhängigkeit von der Marktphase**

Heuss (1965) hat ein Marktphasenmodell entwickelt, das die Wettbewerbstheorie mit einer Theorie der Marktentwicklung verbindet. Dieses Modell unterscheidet zwischen vier Marktphasen. In der Experimentierphase wird von Pionierunternehmen noch an dem Produkt experimentiert, es gibt noch keinen richtigen Markt für das neue Produkt. In der Expansionsphase beginnt ein Produkt sich am Markt durchzusetzen. Die Nachfrage nimmt stark zu. In der Ausreifungsphase steigt die Nachfrage zunächst noch weiter an, die Zunahme nimmt aber immer mehr ab, die Nachfrage stabilisiert sich. In der Stagnations- und Rückbildungsphase stagniert oder sinkt die Nachfrage.

Das Marktphasenmodell von Heuss bildet die Grundlage für die Theorie der strategischen Unternehmensplanung, wie sie von Porter (1995) entwickelt wurde. Ein Unternehmen verfügt im allgemeinen über mehrere Aktionsparameter, um sich Nachfrage nach seinen Produkten zu schaffen oder zu sichern und sich im Wettbewerb zu behaupten. Wichtige Wettbewerbsparameter sind der Preis, die Qualität, der Service und die Werbung. Art und Umfang der einzusetzenden Parameter hängen von der Marktphase und dem damit verbundenen Unternehmertyp sowie von der Marktform und den damit verbundenen Marktzutrittsschranken sowie den Gewinnraten ab (vgl. Schmidt 1999, S. 61 ff).

## **5.8 Wettbewerb durch Substitution und Marktzutritt**

Die Unternehmen müssen bei Setzung ihrer Aktionsparameter beachten, ob und in welchem Umfang Konsumenten auf Substitute ausweichen können. Bei hohen Produktpreisen weichen die Konsumenten längerfristig auf billigere Substitute aus. Anbieter von Substituten, die bisher nicht auf dem Markt auftraten, können durch Produkt- und Preisvariationen in Konkurrenz treten. Hohe Preise sind ein Anreiz, Substitute zu entwickeln und erhöhen hierdurch den Wettbewerb.

Das wettbewerbliche Verhalten von Unternehmen kann somit auch durch den Markteintritt potentieller Konkurrenten beeinflusst werden. Der Marktzutritt kann erfolgen durch räumliche Erweiterung (z.B. Öffnung der Marktgrenzen), durch produktmäßige Erweiterung etablierter Unternehmen mittels Diversifikation sowie die Neugründung eines Unternehmens.

## **5.9 Wettbewerbstests**

Um eine Aussage darüber treffen zu können, ob Wettbewerb herrscht oder nicht, sind empirische Wettbewerbstests durchzuführen. Sie können sich auf das Marktergebnis, das Marktverhalten und/oder die Wettbewerbsdeterminanten (-voraussetzungen): d.h. die Marktstruktur bzw. die Wettbewerbsfreiheit erstrecken.

### **5.9.1 Marktergebnistest**

Der Marktergebnistest spielt in der deterministischen Konzeption des funktionsfähigen Wettbewerbs (wohlfahrtsökonomischen Ansatzes) eine zentrale Rolle. Es wird angenommen, dass sich die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs im Marktergebnis niederschlägt und aus ihm sich infolgedessen diesbezügliche Aussagen ableiten lassen. Als Indikatoren für das Marktergebnis werden u.a. herangezogen: Die produktive Effizienz (Input-Output-Relation), die qualitative Effizienz (optimale Produktqualität, -palette), die allokativen Effizienz (pareto-optimale Produktmenge), die dynamische Effizienz (die Fortschritts- und Wachstumsrate) und die Profitabilität (Gewinnrate).

Als Problem erweist sich, dass wichtige Indikatoren nur schwer bzw. nur ungenau ermittelt werden können. Hinzu kommt das Problem der unsicheren theoretischen Basis (vgl. Herdzina 1999, S. 54). So kann von bestimmten Indikatoren nicht eindeutig auf einen funktionsfähigen Wettbewerb geschlossen werden. Hohe Gewinnraten können das Ergebnis von innovativem oder monopolistischem

Verhalten sein. Um aus der Ist-Situation auf die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs schließen zu können, müsste die Wirkung des Wettbewerbes auf das Marktergebnis bekannt sein. Da man das Marktergebnis, das sich bei funktionsfähigem Wettbewerb einstellt, nicht kennt, müssen Vergleichsmärkte herangezogen werden.

### **5.9.2 Marktverhaltenstest**

Der Marktverhaltenstest hat sowohl bei der Konzeption des funktionsfähigen Wettbewerbs als auch bei der Konzeption des freien Wettbewerbs Bedeutung. Er orientiert sich an der konzeptionsrelevanten Verhaltensweise der Unternehmen. Während bei der Konzeption der Wettbewerbsfreiheit primär gefragt wird, ob nichtmarktliches Verhalten (nichtleistungsbedingtes Agieren) vorliegt, das die Wettbewerbsfreiheit von Unternehmen einengt (vgl. Abschnitt 5.9.4), werden bei der Konzeption des funktionsfähigen Wettbewerbs das Preisverhalten (Preise, Rabatte, Konditionen), Produktionsstrategien (Qualität), die Verkaufsförderung, Werbeaktionen, die Gestaltung des Service sowohl Forschung, Innovations- und Investitionsstrategien als unmittelbar wettbewerbsrelevante Indikatoren angesehen.

Schwierigkeiten bereitet es auch hier, aus der Vielfalt der Indikatoren diejenigen zu identifizieren, die ein Abweichen von der jeweiligen Wettbewerbskonzeption anzeigen. Um dieses Problem zu lösen, werden Fallgruppen gebildet, die den Wettbewerb in Form von Bindungen, Behinderungen, Zusammenschlüssen oder kollektivem Verhalten beschränken. Auch hier besteht eine Unsicherheit über die theoretische Basis. Sie zeigt sich bei der Konzeption des funktionsfähigen Wettbewerbs u.a. darin, dass eine Preisunterbietung einerseits unter Inkaufnahme kurzfristiger Verluste zur Verdrängung der Konkurrenz vorgenommen oder andererseits die Folge von tatsächlichen Kostensenkungen sein kann. Bei der Konzeption des freien Wettbewerbs bereitet es Schwierigkeiten, eindeutig zwischen marktlichem und nichtmarktlichem Verhalten zu unterscheiden.

### **5.9.3 Marktstrukturtest**

Da die Ergebnisse des Marktergebnis- und Marktverhaltenstests unbefriedigend sind, wird bei der Konzeption des funktionsfähigen Wettbewerbs auf die Wettbewerbsdeterminante Marktstruktur zurückgegriffen. Wichtige Testkriterien sind vor allem: Die Zahl und Größe der Marktteilnehmer, der Grad der Güterhomogenität (Produktdifferenzierung), die absolute und relative wirtschaftliche Konzentration, die Markteintritts- und Marktaustrittsbedingungen. Außer der Zustands-

struktur sollten auch die Konzentrationsbewegungen, die Absatz- und Marktorganisation, der Unternehmensaufbau und die kapitalmäßigen wie auch personellen horizontalen und vertikalen Unternehmensverflechtungen untersucht werden. Die bei der Analyse komplexer Konzentrationsphänomene vorzunehmenden Vereinfachungen (Beschränkungen auf Schlüsselkriterien) und Generalisierungen mindern den Aussagewert der Strukturanalyse.

Probleme ergeben sich daraus, dass von den Ergebnissen des Marktstrukturtests auf das Marktergebnis geschlossen wird. Hierbei wird unterstellt, dass die Kausalkette "Marktstruktur, Gewinn, technischer Fortschritt" gilt. Dieser Zusammenhang muss nicht immer gelten. Es kann eine Konzentrationsgrenze geben, von der ab die erzielten Gewinne höher sind, als sie für die Realisierung des technischen Fortschritts notwendig wären. Für Unternehmen besteht auch die Möglichkeit, die in einer Branche erwirtschafteten Gewinne in einer anderen zu investieren. Außerdem kann nicht nur der erzielte, sondern auch der künftig erwartete Gewinn technische Fortschritte initiieren. Die Aussagekraft aller ex post ermittelten Indikatoren ist daher für die künftige Wettbewerbsfähigkeit nur von begrenztem Wert.

#### **5.9.4 Test der Wettbewerbsfreiheit**

Da die Wettbewerbsfreiheit als Determinante des freien Wettbewerbs anzusehen ist, liegt es bei dem systemtheoretischen Ansatz nahe, das Ausmaß der Wettbewerbsfreiheit zu diagnostizieren sowie die Wettbewerbsfreiheit im Hinblick auf Maßnahmen ihrer Realisierung zu untersuchen (vgl. Herdzina 1999, S. 82).

Die Diagnose der Wettbewerbsfreiheit ist auf die Ermittlung nichtleistungsbedingter Freiheitsbeschränkungen (Marktmacht) gerichtet. Sie setzt primär bei dem Marktverhalten an. Als die Wettbewerbsfreiheit verletzendes, nichtwettbewerbliches Verhalten gelten vorrangig kollektives Marktverhalten (Absprachen, abgestimmtes Verhalten), Bindungen (Preisbindungen, Vertriebs- und Verwendungsbeschränkungen) und Behinderungen (z.B. Errichtung von Marktschranken, Koppelungsgeschäfte). Zwar werden in der Konzeption des freien Wettbewerbs alle Tests letztlich unter dem Aspekt der Wettbewerbsfreiheit betrachtet (vgl. Hoppmann 1988, S. 265 u. 271), doch wird als Kritikpunkt vorgetragen, dass die Freiheitsgefährdungen nicht unabhängig von der Marktstruktur sind. Daher wird dafür plädiert, in einem erweiterten systemtheoretischen Ansatz das freiheitsgefährdende Marktverhalten in Abhängigkeit von der Marktstruktur zu untersuchen (vgl. Herdzina 1999, S. 114).

## **6 Wichtige Bereiche der Wettbewerbspolitik**

Zentrale Ansätze zur Erzielung wettbewerbskonformer Ergebnisse bilden Maßnahmen gegen wettbewerbsbeschränkendes Verhalten. Sie entsprechen sowohl dem Leitbild des freien Wettbewerbs als auch des funktionsfähigen Wettbewerbs.

### **6.1 Maßnahmen gegen wettbewerbsbeschränkendes Verhalten**

Da wettbewerbsbeschränkendes Verhalten bei jeder Marktstruktur auftreten kann, können Maßnahmen gegen wettbewerbsbeschränkendes Verhalten alle Marktteilnehmer betreffen. Sie werden daher als Maßnahmen der allgemeinen Wettbewerbspolitik bezeichnet (vgl. Herdzina 1999, S. 139).

Wettbewerbs-(Freiheits-)beschränkendes Verhalten ist vor allem auf kollektives Marktverhalten zurückzuführen. Kollektives Marktverhalten reduziert den Handlungsspielraum der Beteiligten als auch der Nichtbeteiligten (der Konkurrenten) sowie der Marktteilnehmer anderer Marktstufen (vgl. Herdzina 1999, S. 140). Es zielt darauf ab, dass für die Beteiligten genehme Marktergebnisse im Voraus festgelegt werden und verhindert dadurch, dass gesamtwirtschaftlich bessere Marktergebnisse durch einen Wettbewerbsprozess erzielt werden. Die zentrale Maßnahme gegen kollektives Marktverhalten bilden Verbote derartiger Verhaltensweisen, deren Nichteinhalten mit Geldbußen zu ahnden sind. Im GWB ist kollektives Marktverhalten grundsätzlich verboten, allerdings gibt es Ausnahmereiche des Kartellverbots.

Wettbewerb kann auch durch Bindungen beeinträchtigt werden. Bindungen können zwischen Konkurrenten einer Marktstufe auftreten (horizontale Bindungen) oder zwischen Marktstufen (vertikale Bindungen). Sie engen den Handlungsspielraum der Betroffenen ein. Es ist zwischen Inhaltsbindungen und Abschlussbindungen zu unterscheiden. Inhaltsbindungen sind im GWB grundsätzlich verboten, während Abschlussbindungen lediglich einer Missbrauchsaufsicht unterliegen, weil es auch Argumente gibt wie z.B. die Verwendung firmenspezifischer Ersatzteile oder der alleinige Warenvertrieb über den Fachhandel, die für die Tolerierung sprechen. Zu den Inhaltsbindungen zählen die Preisbindung der zweiten Hand und die Konditionenbindung. Zu den Abschlussbindungen zählen vor allem Ausschließlichkeitsbindungen, mit denen ein Marktpartner (z.B. Händler) voll an den Bindenden (z.B. Hersteller) gebunden wird, aber auch Vertriebs- und Verwendungsbeschränkungen und Kopplungsverträge (vgl. Herdzina 1999, S. 158 ff).

Eine weitere Ursache von Wettbewerbsbeschränkungen können Behinderungen sein, die sich nicht schon aus kollektivem Marktverhalten oder/und Bindungen ergeben. Beispiele für horizontale Behinderungen sind: Kampfpreisunterbietungen, markteintrittsverhindernde Niedrigpreise (limitpricing), Boykottaufrufe, Imitationen. Beispiele für vertikale Behinderungen sind: Boykottaufrufe, temporäre Liefer- oder Bezugsverweigerungen, unterschiedliche Behandlungen von Marktpartnern. Die zentrale Maßnahme gegen Behinderungen sind Verbote. Es ist zwischen generellen Behinderungsverboten und zwischen Behinderungsverboten, die nur unter bestimmten Bedingungen ausgesprochen werden, zu unterscheiden. Dieser Unterscheidung folgt auch die deutsche Gesetzgebung. Zu beachten sind dabei sowohl die Vorschriften des GWB als auch des UWG (vgl. Abschnitte 7.2 und 7.3.1).

## **6.2 Maßnahmen bei wettbewerbsgefährdenden Marktstrukturen**

Maßnahmen, die bei wettbewerbsgefährdenden Marktstrukturen zu ergreifen sind, zählt man zur speziellen Wettbewerbspolitik. Als wettbewerbsgefährdend gelten Marktstrukturen, die einen hohen Konzentrationsgrad aufweisen. Bei ihrer wettbewerbspolitischen Bewertung kommt es auf die Ursache der Konzentration an. Konzentrationen, die durch unternehmensinternes Wachstum entstehen, sind anders zu bewerten als Konzentrationen, die durch Zusammenschluss von zuvor selbständigen Unternehmen (externes Unternehmenswachstum) verursacht werden.

Konzentrationsprozesse, die durch internes Unternehmenswachstum verursacht werden, beruhen auf der Ausnutzung ökonomischer Größenvorteile. Aufgabe der Wettbewerbspolitik kann es nicht sein, Prozesse, die ökonomische Vorteile bieten, zu verhindern. Die Wettbewerbspolitik hat aber das Marktverhalten der Unternehmen zu beobachten und darauf zu achten, dass internes Unternehmenswachstum nicht durch freiheitsbeschränkende Praktiken einzelner Unternehmen ausgelöst oder verstärkt wird. Bei Konzentrationsprozessen, die aus Unternehmenszusammenschlüssen (insbesondere Fusionen) resultieren, besteht die Gefahr, dass Wettbewerb ausgeschaltet werden soll und ökonomische Vorteile durch Marktmacht, statt durch wirtschaftliche Leistungen erzielt werden sollen.

Es gibt eine kritische Konzentrationsgrenze, bei der Wettbewerb als gefährdet angesehen werden kann (vgl. GWB § 19). Sie kann Maßnahmen erfordern, die nicht wettbewerbskonformes Verhalten verhindern bzw. marktstrukturelle Wettbewerbsgefährdungen beseitigen. Dazu gehören primär die Missbrauchsaufsicht

bzw. die wirtschaftliche Entflechtung. Da die Marktmacht durch internes Unternehmenswachstum als Ergebnis einer kompetitiven Marktstruktur entstanden sein kann, sieht das GWB (im Gegensatz zum amerikanischen Recht) nur die Missbrauchsaufsicht und keine wirtschaftliche Entflechtung vor. Eine vorbeugende Maßnahme stellt die Fusionskontrolle dar. Hierdurch soll verhindert werden, dass durch Unternehmenszusammenschlüsse (externes Unternehmenswachstum) marktbeherrschende Unternehmen entstehen.

In der Konzeption des funktionsfähigen Wettbewerbs kann es auch Marktstrukturen geben, bei denen die Wettbewerbsintensität als zu gering angesehen wird, weil die Unternehmensstruktur zu atomistisch ist. Zur Erhöhung der potentiellen Wettbewerbsfähigkeit ist dann eine Verringerung der Zahl der Konkurrenten anzustreben, um die Marktinterdependenz zu erhöhen. So sieht das Marktstrukturgesetz für die Landwirtschaft die Förderung von Erzeugerzusammenschlüssen in der Landwirtschaft vor. Zu bedenken ist hierbei allerdings auch, dass die gegebene atomistische Marktstruktur mit darauf zurückzuführen ist, dass der innersektorale Strukturwandel in der Landwirtschaft behindert wurde.

### **6.3 Indirekt wettbewerbsfördernde Maßnahmen**

Zu den indirekt wettbewerbsfördernden Maßnahmen zählen außer der Transparenz-, Mobilitäts- und Strukturpolitik vor allem die Außenwirtschaftspolitik und die Forschungspolitik. Die Bedeutung der Außenwirtschaftspolitik für den Wettbewerb wird in besonderer Weise in den ehemals zentralwirtschaftlichen Ländern Osteuropas sichtbar. So zeigt sich die Ernsthaftigkeit der Transformation in eine Marktwirtschaft vor allem in der Bereitschaft, die heimische Wirtschaft zu öffnen und in die internationale Arbeitsteilung einzubinden. Die Einbindung in die Weltwirtschaft ist um so wichtiger, je mehr es an Wettbewerbsstrukturen im Inland mangelt. Erst im Wettbewerb mit ausländischen Anbietern erweist sich, ob heimische Unternehmen wettbewerbsfähig sind. Unverzichtbares Element einer Liberalisierung der Außenwirtschaftsbeziehung ist eine freie Konvertibilität der Landeswährung und ein freier Devisenhandel. Nur so werden die Austauschbeziehungen mit dem Ausland richtig bewertet und nur so gelangen die in den Weltmarktpreisen enthaltenen Informationen über die relative Knappheit der Güter unverzerrt zu den inländischen Nachfragern und Anbietern (Schrader, Laaser 1992, S. 44).

Die generelle Maßnahme der Forschungs- und Entwicklungspolitik ist die Etablierung eines gewerblichen Rechtsschutzes. Ziel des gewerblichen Rechtsschut-

zes ist es, Erfindern durch Gewährung eines zeitlich befristeten Ausschließlichkeitsrechts, durch das andere von der wirtschaftlichen Nutzung der Erfindung ausgeschlossen werden können, einen Anreiz für Erfindungen und deren Weiterentwicklung zu bieten (vgl. Henze 1996).

Verfechter des Leitbildes des freien Wettbewerbs stehen dem gewerblichen Rechtsschutz allerdings kritisch oder gar ablehnend gegenüber (vgl. von Hayek 1994, S. 123), obwohl schon die Begründer der Marktwirtschaft Adam Smith, Jeremy Bentham und John Stuart Mill zwischen Monopolisierung und einem zeitlich begrenzten Erfinderschutz unterschieden und letzteren bejaht haben. Hinweise auf die Bedeutung eines gewerblichen Rechtsschutzes geben Ländervergleiche. So wird in einem Bericht der Vereinten Nationen von der israelischen und der japanischen Regierung die Auffassung vertreten, dass sich der in ihren Ländern nach dem zweiten Weltkrieg vollzogene Wandel vom Entwicklungs- zum Industrieland ohne einen wirksamen, den Schutz ausländischer Technologie (den Technologieimport) einschließenden Patentschutz und ohne eine darauf beruhende, aktive Patent- und Lizenzpolitik dieser Länder nicht oder nicht im gleichen Tempo möglich gewesen wäre. Es gibt auch zahlreiche Einzelbeispiele (vgl. Henze 1996).

Inzwischen bildet der gewerbliche Rechtsschutz in nahezu allen marktwirtschaftlichen Industrieländern den ordnungspolitischen Rahmen für die Stimulierung technischen und wirtschaftlichen Fortschritts. Im Rahmen der Uruguay-Runde des GATT wurde ein Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) getroffen, das für alle Länder bindend ist, die der Handelsorganisation (WTO) angehören. Diese Vereinbarung soll einen wirksamen und angemessenen Schutz der Rechte des geistigen Eigentums fördern und gleichzeitig sicherstellen, dass die Maßnahmen und Verfahren zur Durchsetzung der Rechte nicht zu Schranken des Handels werden. In den Abkommen sind internationale Regelungen darüber festgelegt, was patentiert werden soll, welche Voraussetzungen für eine Patentierung erfüllt sein müssen, welche Wirkungen der Patentschutz hat und wie lange er gewährt wird. Pflanzen, Tiere (ausgenommen Mikroorganismen) und biologische Verfahren für die Züchtung von Pflanzen oder Tieren (ausgenommen nichtbiologische und mikrobiologische Verfahren) können von einem Mitgliedsland von der Patentierbarkeit ausgeschlossen werden. Pflanzensorten sind jedoch durch Patente oder ein anderes Schutzrecht (Sortenschutzrecht) oder durch beide Systeme zu schützen (vgl. Abschnitt 7.4).

## **7 Deutsche Wettbewerbsordnung**

### **7.1 Grundgesetz und Wirtschaftssystem**

Das deutsche Grundgesetz (GG) schreibt zwar kein konkretes Wirtschaftssystem zwingend vor. Es ist aber wirtschaftspolitisch auch nicht völlig neutral, denn es stellt wesentliche Elemente unter Verfassungsschutz, die Bestandteil des marktwirtschaftlichen Wirtschaftssystems sind (vgl. von Arnim 1998, S. 65 ff, Papier 1999, S. 101 ff). In Art. 1 des GG wird durch die Unantastbarkeit der menschlichen Würde eine umfassende Rechtsfähigkeit natürlicher Personen gewährt. Art. 2 sichert durch die freie Entfaltungsmöglichkeit die Entschließungs- und Handlungsfreiheit einschließlich Vertrags- und Preisfreiheit. Die Koalitionsfreiheit des Art. 9 Abs. 3 GG gewährt die Freiheit der Tarifautonomie; die Berufsausübungs- und Berufswahlfreiheit in Art. 12 GG die Schaffung von Märkten. In den Art. 14 und 15 wird trotz einer Sozialisierungsmöglichkeit ein umfassender Schutz des privaten Eigentums gewährt. Die Grundrechte schützen unmittelbar wirtschaftliche Freiheit und diese kann nicht ohne Markt und Wettbewerb ausgeübt werden, so dass sich aus den Grundrechten mittelbar eine Funktionsgarantie der Marktwirtschaft ableiten läßt. Freiheitseinschränkungen bedürfen einer Begründung. Gesamtwirtschaftliche Erfordernisse wie Gemeinschaftsaufgaben und Verwaltungszuständigkeiten können es dennoch erforderlich machen, in die Grundprinzipien einer Wettbewerbsordnung einzugreifen. Das Spannungsverhältnis zwischen der Freiheit zur wirtschaftlichen Betätigung und notwendigen staatlichen interventionistischen Eingriffen gilt es auszugleichen. Der Gesetzgeber muß hier ein Optimum finden.

### **7.2 Gesetz zum Schutze der Existenz des Wettbewerbs**

Die Existenz des Wettbewerbs wird durch das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) geschützt. Dieses Gesetz hat in der Bundesrepublik Deutschland 1957 die von den Siegermächten nach Kriegsende erlassenen Deregulierungs- und Kartellverbotsbestimmungen abgelöst. Am 01.01.1999 ist die am 26.08.1998 verabschiedete Neufassung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen in Kraft getreten (BGBl. I 26.08.1999) Der Kernbereich des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen befasst sich mit der Regelung horizontaler Wettbewerbsbeschränkungen durch Kartellbildung und abgestimmtes Verhalten. Ein zweiter Bereich des Gesetzes betrifft die Regelungen vertikaler Vereinbarungen. Ein dritter Bereich regelt den Missbrauch marktbeherrschender Stellungen bei Fehlen von Wettbewerb und bei überragender Marktstellung eines

Unternehmens.

## **7.3 Wichtige Gesetze zum Schutze der Qualität des Wettbewerbs**

### **7.3.1 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb**

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWB) hat die Aufgabe, die Lauterkeit (Ungetrübtheit, Unverfälschtheit, die Reinheit) des Wettbewerbs zu sichern. Die erste Fassung dieses Gesetzes in Deutschland stammt aus dem Jahr 1909. Es schützt einerseits jeden Wettbewerber vor unlauteren Wettbewerbs-handlungen seiner Mitbewerber, andererseits schützt es auch Vertragspartner auf der Marktgegenseite. Die Generalklausel des § 1 verbietet die Vornahme von Handlungen zu Zwecken des Wettbewerbs, die gegen die guten Sitten verstoßen und somit unlauter sind. Dazu gehören u.a. die Täuschung von Kunden durch irreführende Angaben und die Nachahmung fremder Kennzeichen. Das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb ist ein Gesetz, das den Leistungswettbewerb schützt und den Nichtleistungswettbewerb bekämpft und untersagt (vgl. Lampert 1997, S. 157).

### **7.3.2 Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen**

Der Schutz, den das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb den Vertragspartnern gewährt, wird seit 1977 durch das Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen ergänzt (vgl. Lampert 1997, S. 159). Ziel des Gesetzes ist es, Rechte und Pflichten zwischen Anbietern und Nachfragern möglichst gleich zu verteilen. Die Erfahrung hat gezeigt, daß die Anbieter von Gütern und Leistungen dazu neigen, sich möglichst viele Rechte zu sichern (Eigentumsvorbehalte, Beschränkung der Haftung) und den Abnehmern möglichst viele Pflichten und Risiken übertragen. Das Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist vor allem ein Gesetz zum Schutze der Verbraucher. Es erklärt Bestimmungen für unwirksam, die gegen Treu und Glauben verstoßen, und lässt Bestimmungen, die nach dem äußeren Erscheinungsbild des Vertrages so ungewöhnlich sind, dass der Vertragspartner nicht mit ihnen zu rechnen braucht, nicht zum Vertragsbestandteil werden. Das Gesetz erklärt auch den Ausschluß oder die Begrenzung einer Haftung bei grobfahrlässiger Vertragsverletzung sowie die Auferlegung einer Vertragsstrafe bei Nichtabnahme oder späterer Abnahme der Leistung oder bei Rücktritt vom Vertrag für unwirksam.

## **7.4 Gesetze zur Förderung des dynamischen Wettbewerbs**

Der dynamische Wettbewerb wird durch den gewerblichen Rechtsschutz gefördert. Dazu zählen das Markengesetz und das Patentgesetz sowie sondergesetzliche Regelungen wie das Sortenschutzgesetz.

### **7.4.1 Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen**

Das Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (BGBl. I 1994, S. 3082, ber. BGBl. I 1995, S. 156 bzw. BGBl. I 1998, S. 1827) hat 1994 das Warenzeichengesetz ersetzt. Es schützt Waren-, Dienstleistungs- und Kollektivmarken sowie geschäftliche Bezeichnungen und geographische Herkunftsangaben. Eine Marke gewährt dem Inhaber einen Schutz vor Nachahmung und Missbrauch durch andere. Sie kennzeichnet die Herkunft der Ware für den Käufer. Eine Marke hebt eine Ware aus der Anonymität heraus. Sie bewirkt, dass die Käufer mit ihr eine Qualitätsassoziation verbinden und auf eine mindestens gleichbleibende Beschaffenheit der Ware schließen. Neben der Herkunftsfunktion und einer Qualitätsgarantiefunktion hat eine Marke auch eine Werbefunktion. Sie bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produkte von gleichartigen, aber nicht identischen Produkten zu differenzieren und durch die mit der Marke verbundenen Qualitätsassoziationen und Werbeeffekte Produktpräferenzen aufzubauen. Das Markenzeichengesetz fördert und schützt den Qualitätswettbewerb durch den Aufbau akquisitorischer Bereiche (monopolähnlicher Stellungen). Als geschäftliche Bezeichnungen werden Unternehmenskennzeichen und Werbetitel geschützt. Geographische Herkunftsangaben kennzeichnen dagegen lediglich die geographische Herkunft.

### **7.4.2 Patentgesetz**

In noch stärkerem Maße als das Markengesetz stimuliert und schützt das Patentgesetz den innovatorischen Markenwettbewerb. Es soll einen Anreiz für Erfindungen und neue Verfahrens- und Produktentwicklungen geben. Der Anreiz wird dadurch geschaffen, dass dem Erfinder bei Gewährung eines Patentschutzes das Recht eingeräumt wird, andere eine begrenzte Zeit (20 Jahre) von der wirtschaftlichen Nutzung seiner Erfindung auszuschließen, beginnend vom Tage der Patentanmeldung. Der Patentschutz schützt eine Lehre zum Handeln und kann sich auf ein Verfahren oder ein Produkt beziehen. Bei Verfahrenspatenten erstreckt sich der Schutz auch auf das mit dem geschützten Verfahren erzeugte Produkt. Da der Schutz nur zeitlich befristet gewährt wird und die Erfindung zu

offenbaren ist, ist sichergestellt, daß die neuen Erkenntnisse nach Ablauf des Patentschutzes der Öffentlichkeit zur freien Nutzung zur Verfügung stehen (vgl. Henze 1996).

### **7.4.3 Sortenschutzgesetz**

Für den Schutz von Pflanzenzüchtungen hat der Patentschutz in den meisten Ländern nur eine geringe Bedeutung. In Form einer Sonderregelung des gewerblichen Rechtsschutzes besteht in Deutschland und zahlreichen anderen Ländern ein Sortenschutzgesetz für Pflanzen, das den züchterischen Fortschritt fördern soll. Das Sortenschutzgesetz schützt keine Erfindung (Lehre zum Handeln), sondern biologisches Material, das sich von dem bisher vorhandenen Material unterscheidet. Die Schutzwirkung des Sortenschutzes erstreckt sich darauf, daß für eine Dauer von 25 Jahren nur der Züchter einer neuen Sorte das Recht hat, diese Sorte gewerbsmäßig als Vermehrungsmaterial in den Verkehr zu bringen (vgl. Henze 1996, Rutz 1999).

## **8 Zusammenfassung**

Ausgehend von den Aufgaben eines Wirtschaftssystems wurden zunächst die Grundtypen von Wirtschaftssystemen gekennzeichnet. Danach wurden die Grundprinzipien und Elemente einer Marktwirtschaft erörtert. Anschließend wurde das Modell vollkommener Wettbewerbsmärkte dargestellt. Davon ausgehend wurden die Konzeptionen des dynamischen Wettbewerbs erörtert. Im Anschluß daran wurden wichtige Bereiche der Wettbewerbspolitik diskutiert. Abschließend wurden die wichtigsten gesetzlichen Grundlagen der deutschen Wettbewerbsordnung dargestellt.

## **9 Literatur**

*Arnim, von H.H. (1998):*

Volkswirtschaftspolitik. Neuwied und Kriftel.

*Baßler, U., Heinrich, J., Koch, W. (1993):*

Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft. Köln.

*Beckmann, V. (2000):*

Transaktionskosten und institutionelle Wahl in der Landwirtschaft. Berliner Schriften zur Kooperationsforschung. Berlin.

*Clark, J.M.. (1940):*

Toward a Concept of Workable Competition In: American Economic Review, Vol. 30, S. 241-256.

- Eucken, W. (1965):*  
Grundlagen der Nationalökonomie, 8. Auflage Berlin, Heidelberg, New York.
- Grossekettler, H. (1999).*  
Kritik der sozialen Marktwirtschaft aus der Perspektive der Neuen Institutionenökonomie. In Soll und Haben – 50 Jahre soziale Marktwirtschaft (Hrsg. von Nörr, K.W., Starbatty, J.), Stuttgart, S. 53-81.
- Hayek, von F.A. (1968):*  
Der Wettbewerb als Entdeckungsverfahren. Kieler Vorträge, Neue Folge 56.
- Hayek, von F.A. (1994):*  
Freiburger Studien. Gesammelte Aufsätze 2. Auflage, Tübingen.
- Hayek, von F.A. (1996):*  
Die verhängnisvolle Anmaßung. Die Irrtümer des Sozialismus. Tübingen.
- Henze, A. (1994):*  
Marktforschung. Grundlage für Marketing und Marktpolitik. Stuttgart.
- Henze, A. (1996):*  
Gewerblicher Rechtsschutz und dessen Bedeutung für den Fortschritt und die Wettbewerbsfähigkeit der Landwirtschaft. In: Hagedorn, K. (Hrsg.): Institutioneller Wandel und politische Ökonomie von Landwirtschaft und Agrarpolitik. Frankfurt, New York, S. 263-307.
- Herdzina, K. (1999):*  
Wettbewerbspolitik. 5. Auflage, Stuttgart.
- Heuss, E. (1965):*  
Allgemeine Markttheorie. Tübingen.
- Hoppmann, E. (1967):*  
Wettbewerb als Norm der Wettbewerbspolitik. In: Ordo, Bd. 18.
- Hoppmann, E. (1988):*  
Zum Problem einer wirtschaftspolitisch praktikablen Definition des Wettbewerbs. In: Wirtschaftsordnung und Wettbewerb (Hrsg. Hoppmann E.), Baden-Baden, S. 235-274.
- Kallfass, H. (1993):*  
Kostenvorteile durch vertikale Integration im Agrarsektor? In: Agrarwirtschaft, Heft 6, S. 228-237.
- Kantzenbach, E. (1967):*  
Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. 2. Auflage Göttingen.
- Koester, U. (1993):*  
Potential und Hemmnisse des Agrarhandels osteuropäischer Länder. In: Agrarwirtschaft, Heft 6, S. 429-436.
- Lampert, H. (1997):*  
Die Wirtschafts- und Sozialordnung der Bundesrepublik Deutschland. 13. Überar-

beitete Auflage, München.

*Papier, H.-J. (1999):*

Soziale Marktwirtschaft – Ein Begriff ohne verfassungsrechtliche Relevanz?. In: Soll und Haben – 50 Jahre soziale Marktwirtschaft (Hrsg. von Nörr, K.W., Starbatty, J.), S. 95-114.

*Porter, M.E. (1995):*

Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenz, Frankfurt am Main.

*Rutz, H.W. (1999):*

Sorten- und Saatgut-Recht. 8. Auflage Bergen/Dumme.

*Schlotter, H.-G. (1991).*

Wettbewerbstheorie und –politik. Studentexte zur Lehrveranstaltung. 7. Überarbeitete Fassung, Göttingen.

*Schmidt, I. (1999):*

Wettbewerbspolitik und Kartellrecht. 6. Auflage, Stuttgart.

*Schrader, K.; Laaser, C.F. (1992):*

Kompromisse statt Marktwirtschaft - Reformdefizite in der Russischen Föderation der Ukraine, Weißrußland und den baltischen Staaten. Kieler Diskussionsbeiträge 186/187. Kiel.

*Smith, A. (1993):*

Der Wohlstand der Nationen. München (englische Originalausgabe 1776).

*Soltwedel, R. (1997):*

Dynamische Märkte – Solide soziale Sicherung. Leitlinien der institutionellen Reform. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh.

*Tietmeyer, H. (1998):*

Eine stabile Währung als Grundlage für die Soziale Marktwirtschaft. In: Deutsche Bundesbank. Auszüge aus Presseartikeln, Nr. 66, 6. November, S. 1–4.

*Tietmeyer, H. (1999):*

Eine stabile Währung als Grundlage für eine Soziale Marktwirtschaft. In: Soll und Haben – 50 Jahre soziale Marktwirtschaft (Hrsg. von Nörr, K.W., Starbatty, J.), Stuttgart, S. 7-16.

*Wagner, A. (1992):*

Volkswirtschaft für jedermann. Die marktwirtschaftliche Demokratie. München.

*Wettbewerbsrecht und Kartellrecht (1998), 20. Aufl., München.*

## Verzeichnis der Arbeitsberichte

*Nr. 1: Becker, T., Benner, E.:*

Zur Problematik der Herkunftsangabe im regionalen Marketing, April 2000.

*Nr. 2: Chaiwoot Chaipan:*

The Euro and its Impact on ASEAN Economies, Mai 2000.

*Nr. 3: Henze, A.:*

Marktwirtschaft - wirtschaftliche Freiheit, motiviertes Handeln und Wettbewerb:  
Quellen des Wohlstands, Juli 2000.