

**Wettbewerbstheorie
und stagnierende Märkte**

Daniel Vorgrimler
Arbeitsbericht Nr. 5

August 2000

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.: 0711/459-2604
Fax: 0711/459-2603
e-mail: danievor@uni-Hohenheim.de

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

Wettbewerbstheorie und stagnierende Märkte

Daniel Vorgrimler*

Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre

Universität Hohenheim

August 2000

* Dipl.-Volkswirt D. Vorgrimler ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre an der Universität Hohenheim

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| <i>Abbildungsverzeichnis</i> | 2 |
| <i>Abkürzungsverzeichnis</i> | 2 |
| <i>1 Einleitung</i> | 3 |
| <i>2 Ziele des Wettbewerbs</i> | 3 |
| <i>3 Dilemma vs. Harmoniethese</i> | 5 |
| <i>4 Wettbewerbstheoretische Grundpositionen</i> | 6 |
| 4.1 Der wohlfahrtsökonomische Ansatz | 7 |
| 4.2 Der systemtheoretische Ansatz | 11 |
| <i>5 Implikationen für stagnierende Märkte</i> | 15 |
| 5.1 Hypothetische Merkmale stagnierender Märkte | 15 |
| 5.2 Einbau der Merkmale in das Kantzenbach-Modell | 16 |
| 5.3 Einbau der Merkmale in den erweiterten systemtheoretischen Ansatz | 18 |
| <i>6 Zusammenfassung</i> | 19 |
| <i>Literaturverzeichnis</i> | 21 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| <i>Abb. 1: Das Kantzenbach-Modell.....</i> | <i>9</i> |
| <i>Abb. 2: Beschränkungen des Handlungsspielraums von Marktteilnehmer.....</i> | <i>13</i> |
| <i>Abb. 3: Das Kantzenbach-Modell in einem stagnierenden Markt.....</i> | <i>17</i> |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|--------|---|
| Abb.: | Abbildung |
| bzw.: | beziehungsweise |
| ders.: | derselbe |
| GWB: | Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen |
| Hrsg.: | Herausgeber |
| i.a.: | im allgemeinen |
| JNSt.: | Jahrbuch für Nationalökonomie und Statistik |
| s.o.: | siehe oben |
| u.a.: | und andere |
| Vgl.: | Vergleich |
| vs.: | versus |
| z.B.: | zum Beispiel |
| z.T.: | zum Teil |
| ZWS.: | Zeitschrift für Wirtschaft und Sozialwissenschaften |

1 Einleitung

In der Wettbewerbstheorie finden sich ganz unterschiedliche Aussagen darüber, was Wettbewerb in der Realität ausmacht. Das Verhalten der Marktpartner spielt dabei eine zentrale Rolle. Die Verhaltensweisen der Akteure sind aber in Abhängigkeit von der jeweiligen Marktphase zu sehen. Ein Unternehmer, der auf einem Wachstumsmarkt agiert, wird typischerweise andere Maßnahmen ergreifen als sein Kollege, der sich einem gesättigten Markt gegenüber sieht. Die Frage ist nun, inwieweit die Ergebnisse der Wettbewerbstheorie, unter der Berücksichtigung der Ergebnisse der Marktprozessstheorie, erweitert werden können.

Im folgenden werden zunächst die Ziele des Wettbewerbs, wie sie typischerweise in der Literatur zu finden sind, aufgezeigt. Danach bedarf es einer Erläuterung der, für das Verständnis der unterschiedlichen Positionen wichtigen, Dilemma- und Harmoniethesen. Die divergierenden Ansichten der Wettbewerbstheorie gliedern sich in zwei Grundtypen, die in einem weiteren Kapitel allgemein und jeweils anhand eines Beispiels erklärt werden.

Das letzte Kapitel stellt den Versuch dar, die Bedingungen und die daraus resultierenden Verhaltensweisen der Marktakteure auf stagnierenden Märkten mit den Grundtypen der Wettbewerbstheorie in Verbindung zu bringen. Das Ziel dabei ist, Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wie das empirisch beobachtbare Marktgeschehen, unter der Nebenbedingung der verwendeten Wettbewerbstheorie, zu beurteilen ist.

2 Ziele des Wettbewerbs

Wettbewerb wird i.a. als ein systembegründendes Prinzip der Marktwirtschaft anerkannt. Doch in der Frage, was nun eigentlich Wettbewerb ist, welches Verhalten und welche Ziele mit diesem Prinzip erreicht werden sollen, darüber gehen die Meinungen auseinander¹.

¹ Vgl. Herdzina, K., Marktentwicklung, 1985, Seite 106.

In der Literatur werden die folgenden statischen und dynamischen Ziele immer wieder genannt. Statische Ziele sind dabei²,

- Steuerung der Zusammensetzung des Angebots entsprechend den Präferenzen der Nachfrager (Konsumentensouveränität),
- Steuerung des Einsatzes der Produktionsfaktoren in ihre produktivste Verwendung (Allokationsfunktion),
- Steuerung der Entlohnung der Produktionsfaktoren entsprechend ihrer Marktleistung (Verteilungsfunktion).

Zusätzlich gelten als dynamische Ziele des Wettbewerbs,

- die Sicherung der Anpassungsflexibilität und
- die Entwicklung neuem technischen Fortschrittes.

Wettbewerb wird im Zusammenhang mit den oben genannten Zielen als Mittel zum Zweck (Realisierung ökonomischer Vorteile) gesehen. Er hat demnach einen reinen funktionalen Charakter ohne einen Eigenwert zu besitzen. Die Konsumentensouveränität, die Allokationsfunktion sowie die Anpassungsflexibilität erfüllen in einer Marktwirtschaft die Steuerungsfunktion, während der technische Fortschritt als Antrieb des Wirtschaftens gilt³.

Mit der Formulierung eine „Erweiterung des Wettbewerbs ist identisch mit der Einengung wirtschaftlicher Marktmacht. ... Man wünscht sich Wettbewerb also wegen bestimmter Eigenschaften, die er aufweist, insofern sagt man, Wettbewerb sei ein Ziel in sich selbst“⁴, verliert der Wettbewerb seinen reinen funktionalen Charakter. In dem Zitat ist die Freiheitsfunktion des Wettbewerbs angesprochen, die verhindert, dass einzelne Gruppen Macht über andere erhalten und diese ausüben können (Sicherung von Handlungs- und Wahlfreiheit). Im Gegensatz zu den obigen Zielen ist dieses nicht nur ökonomisch, sondern auch gesellschaftspolitisch motiviert. Allerdings soll die Freiheit, wie in Kapitel 4 gezeigt wird, wirtschaftlich gute Marktergebnisse sichern (insofern ökonomisch motiviertes Ziel). Somit bekommt auch dieses Ziel einen Mittelcharakter und ist nicht mehr nur ein Ziel an sich. In diesem Sinne wird aus der Freiheit ein Hilfsziel, mit der man übergeordnete Ziele erreichen will⁵.

² Vgl. Henze, A., Marktforschung, 1994, Seite 316-317.

³ Vgl. Kantzenbach, E., Funktionsfähigkeit, 1975, Seite 194-214.

⁴ Vgl. Hoppmann, E., Workable Competition, 1988, Seite 185.

⁵ Vgl. Schmidt I., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 32-33. Sowie Hoppmann E. Workable Competition, 1988, Seite 186.

Für die Wettbewerbspolitik zahlreicher Staaten ist eine Mischung des Wettbewerbs als Instrument und Ziel mit Eigenwert kennzeichnend. Man wünscht sich Wettbewerb einerseits wegen der oben genannten Funktionen (die man evtl. auch auf anderem Weg erreichen kann), andererseits wegen der Eigenschaften, die dem Wettbewerb zugeschrieben werden⁶.

3 Dilemma vs. Harmoniethese

Nimmt man die in Kapitel 2 aufgeführten Ziele als gegeben an, so stellt sich fast automatisch die Frage, inwieweit der Wettbewerb in der Lage ist, alle oben genannte Ziele zu erreichen oder ob zwischen ihnen Zielkonflikte bestehen. In diesem Fall müsste geklärt werden, welcher Funktion Vorrang vor den anderen gewährt wird.

Anhänger der Dilemmathese gehen von der Existenz solcher Zielkonflikte aus. So kann z.B. der Fall eintreten, daß technischer Fortschritt nur möglich ist, wenn die erforderlichen Gewinnspielräume gewährleistet sind. Dies kann aber zu Verteilungsungerechtigkeiten führen⁷. Hier gilt es, zwischen Gerechtigkeit (wie immer man diese definieren mag) und Wachstum abzuwägen.

Zwei Dilemmathesen können dabei unterschieden werden: zum einen innerhalb der ökonomischen Funktionen (Dilemmathese I) und zum anderen zwischen den ökonomischen und dem Freiheitsziel (Dilemmathese II)⁸. Obiges Beispiel gehört zur Kategorie I, prinzipiell sind aber viele Konflikte konstruierbar.

Die Existenz von Zielkonflikten setzt jedoch folgende Bedingungen voraus⁹:

- Es existieren Größenvorteile (economies of scale).
- Größere Unternehmen haben größere Fortschrittmöglichkeiten.
- Großunternehmen führen zu großen Konzentrationsraten.
- Durch hohe Konzentrationsraten sinkt der Wettbewerbs- und damit der Anpassungsdruck.
- Hohen Konzentrationsraten beeinträchtigen zusätzlich die wirtschaftliche Freiheit der Marktgegenseite und potentieller Konkurrenten.

⁶ Vgl. Hoppmann, E., Problem, 1988, Seite 239.

⁷ Vgl. Herdzina, K., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 37.

⁸ Vgl. Schmidt, I., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 34.

Anhänger der Harmoniethese bezweifeln, dass die oben genannten Bedingungen auf den Märkten existieren¹⁰. Größenvorteile sind nach ihrer Ansicht zwar vorhanden, aber nur selten erheblich¹¹. Größere Unternehmen müssen auch nicht unbedingt höhere Fortschrittsraten aufweisen. Zusätzlich zwingt die Freiheit des Marktzugangs auch eine kleinere Anzahl von Anbietern zu wettbewerblichem Verhalten, während diese die Freiheit der anderen Marktteilnehmer nicht automatisch reduzieren können. Darüber hinaus weist **Eucken** daraufhin, daß selbst bei großen Unternehmenseinheiten keine hohen Konzentrationsraten auftreten müssen. Drei Punkte führt er dabei als Begründung an¹².

- Durch die räumliche Vergrößerung der Märkte treten neue Wettbewerber in den Markt ein.
- Die Verbreiterung der Produktpalette führt zur Zunahme der Substitutionsgüter. So ist die Deutsche Bahn quasi Monopolist im Schienenverkehr, durch die Erfindung anderer Verkehrsmittel (Flugzeug, Autos) steht das Unternehmen aber im starken Wettbewerb mit diesen.
- Durch die gestiegene Fähigkeit der Unternehmen, ihren Produktionsapparat an Schwankungen der Nachfrage anzupassen, steigt die potentielle Konkurrenz.

4 Wettbewerbstheoretische Grundpositionen

Basierend auf der Kontroverse der Zielbeziehungen, lassen sich mit den wohlfahrtsökonomischen und systemtheoretischen Ansätzen zwei idealtypische Grundpositionen der Wettbewerbstheorie unterscheiden¹³. Beiden Ansätzen gemeinsam ist das Verständnis des Wettbewerbs als dynamischer und nicht als statischer Prozess. Da der Wettbewerb anhand von Funktionen definiert wird, spricht man auch von „funktionsfähigem Wettbewerb“¹⁴, auch wenn dieser Begriff später in erster Linie für wohlfahrtsökonomische Ansätze verwendet wurde. Durch unterschiedliche methodische Ansätze werden Marktunvollkommenheiten in

⁹ Vgl. Herdzina, K., Wettbewerbspolitik, 1999, S. 37.

¹⁰ Vgl. ebenda.

¹¹ Vgl. Hayek, F.A., Knechtschaft, 1990, bes. 4. Kapitel, Seite 67-81. Er verweist dabei auf eine amerikanische Studie, die bereits im Jahre 1940 zum Schluß kam, dass die optimale Betriebsgröße oft bereits erreicht wird, lange bevor ein Monopol entsteht.

¹² Vgl. Eucken, W., Grundsätze, 1990, hier bes. Seite 227-232.

¹³ Vgl. Herdzina, K., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 106.

¹⁴ Vgl. ebenda, Seite 35.

den beiden Varianten unterschiedlich beurteilt, was zu divergierenden Handlungsempfehlungen führt¹⁵. Im folgenden werden beide Ansätze kurz vorgestellt.

4.1 Der wohlfahrtsökonomische Ansatz

Im wohlfahrtsökonomischen Ansatz werden Marktphänomene auf einfache Gesetze reduziert. **Kantzenbach**, dessen Konzept des funktionsfähigen Wettbewerbs als ein Beispiel eines wohlfahrtsökonomischen Ansatzes angesehen werden kann¹⁶, verzichtet bewusst auf die Einbeziehung der Freiheit in seine Zielfunktion. Wettbewerbsfreiheit ist eine grundsätzliche und keine ökonomische Entscheidung. Deshalb entzieht sie sich der wirtschaftswissenschaftlichen Bewertung¹⁷. Aufgrund dieser Einengung könnte man auch von einem reduktionstheoretischen Ansatz sprechen¹⁸.

Die Vertreter dieser Position gehen i.a. vom Dilemmakonzept des Wettbewerbs aus. Existieren Zielkonflikte, so muss gefragt werden, ob das beobachtbare Marktergebnis das ökonomisch Wünschenswerte ist oder nicht. Daraus folgt, dass eine Wettbewerbsdefinition innerhalb eines Dilemmaansatzes auf eine Marktergebnisbeurteilung anhand von Normen nicht verzichten kann¹⁹. Grundlage bildet dabei ein **Marktstruktur-Verhalten-Ergebnis Schema** (SVE). Hierbei werden für alle drei Kategorien Referenzsituationen (Normen) gebildet und mit den tatsächlichen Situationen verglichen. Daraus sollen die für die Wettbewerbspolitik nötigen Therapiemaßnahmen abgeleitet werden. Die Marktstruktur besteht dabei aus dem Aufbau der Unternehmen, aus Konzentrationsraten, Marktorganisationen und vielem mehr. Als Verhalten bezeichnet man neben den konkreten Verhaltensweisen auch die Verhaltensmaximen. Bei den Marktergebnissen handelt es sich um ökonomische Größen, wie z.B. Einkommensverteilung, technischer Fortschritt oder Preise²⁰.

Dieser Ansatz gilt als mechanistisch, deterministisch und geschlossen²¹. Ist zu erwarten, dass durch den Eingriff in die Marktstruktur, das Marktverhalten oder das Marktergebnis der Nutzen der Gesellschaft steigt, so ist derselbe gerechtfertigt (rule of reason). Dies führt zu einer

¹⁵ Vgl. Schmidt, I., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 11.

¹⁶ Vgl. Herdzina, K., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 110.

¹⁷ Vgl. Kantzenbach, E., Funktionsfähigkeit, 1975, Seite 194-196, sowie Schmidt, I., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 14.

¹⁸ Vgl. Hoppmann, E., Begründung, 1974, Seite 256.

¹⁹ Vgl. Hoppmann, E., Workable Competition, 1988, Seite 200-202.

²⁰ Vgl. ebenda, Seite 179-234.

interventionistischen Einzelfallbeurteilung²², basierend auf einem impliziten Werturteil (welcher Funktion Vorrang gegeben wird).

Eine besondere Rolle spielt in diesem Konzept die Marktstruktur. Eine „optimale“ Marktstruktur führt demnach sowohl zu den gewünschten Verhaltensweisen als auch Marktergebnissen. Dabei kann man zwischen einseitigen und zweiseitigen Konzepten unterscheiden. Die einseitigen Konzepte fordern in einer Richtung eine möglichst hohe Anbieterzahl und Marktvollkommenheiten. Die zweiseitigen Konzepte gehen dagegen davon aus, dass es neben einer Mindestzahl an Anbietern auch eine Höchstzahl gibt, durch die die optimale Wettbewerbsintensität determiniert wird²³.

Ein Modell der Gruppe der zweiseitigen Ansätze liefert **Kantzenbach** (auch genannt, „Modell des weiten Oligopols“²⁴). Er unterscheidet dabei zwischen der potentiellen und effektiven Wettbewerbsintensität. Die potentielle Wettbewerbsintensität hängt davon ab, wie stark sich die Entscheidungen eines Marktpartners auf die Marktergebnisse eines anderen auswirken. Agieren die Unternehmen auf einem Polypol, so werden sie nur gering durch Entscheidungen ihrer Konkurrenten beeinflusst. Will im Gegensatz dazu ein Duopolist seinen Marktanteil erhöhen, so geht dies nur, wenn sein Konkurrent Marktanteile abgibt. Eine erfolgreiche Innovation eines der beiden Unternehmen führt zu einer Existenzbedrohung des anderen, so dass dieser zur Imitation „gezwungen“ wird und sich so die Vorsprungsgewinne wieder abbauen. Da **Kantzenbach** die Wettbewerbsintensität als die Geschwindigkeit, mit der Vorsprungsgewinne eines Unternehmens von der Konkurrenz wieder aufgezehrt werden²⁵, bezeichnet, ist im Duopol diese Intensität am größten. Allerdings nennt er sie potentiell, da es mit einer steigenden Konzentration der Wirtschaft für die Marktteilnehmer leichter wird, sich auf wettbewerbsbeschränkende Praktiken zu einigen und so die effektive, tatsächliche Wettbewerbsintensität zu reduzieren. Grafisch lässt sich das Modell wie in Abb. 1 darstellen.

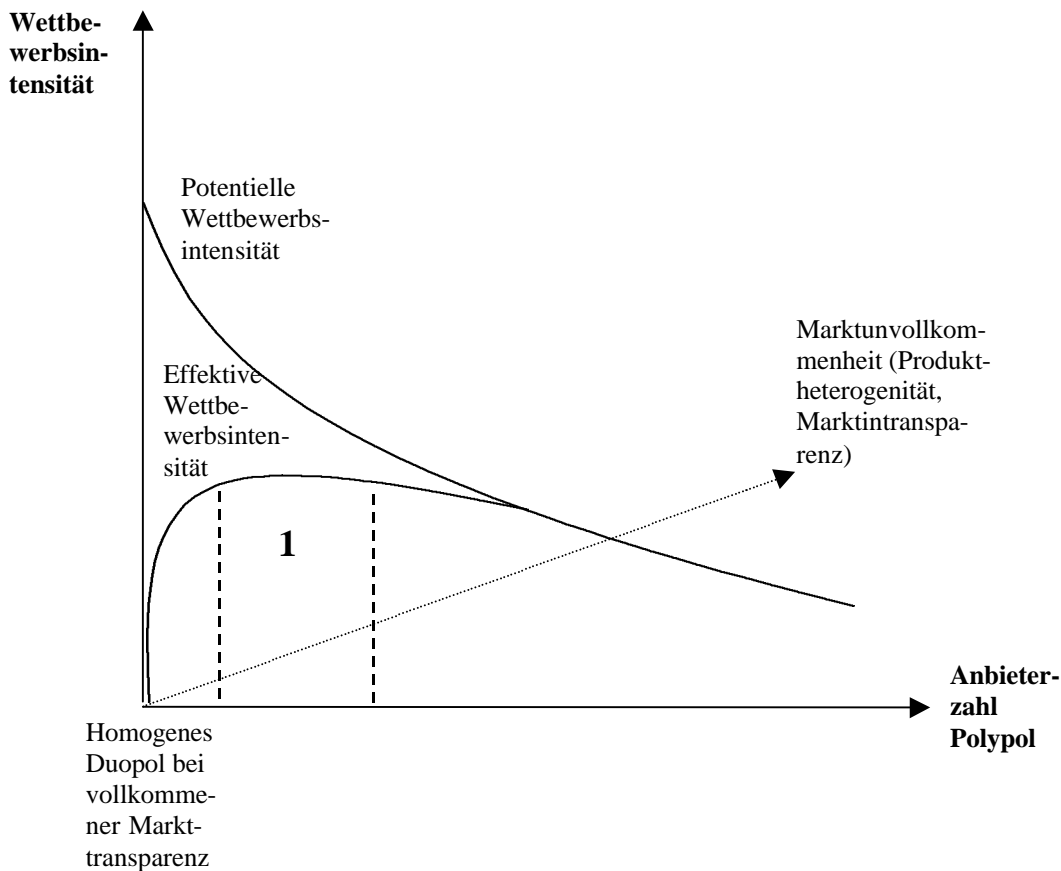
²¹ Vgl. Herdzina, K., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 106.

²² Vgl. ebenda, sowie Tolksdorf, M., neoklassische, 1969, Seite 65-67, hier werden mit der Telekommunikation und der Elektrizität konkrete Fallbeispiele beschrieben, sowie Hoppmann, E., Begründung, 1974, Seite 257.

²³ Vgl. Herdzina, K., Marktstruktur, 1973, 268-272.

²⁴ Vgl. Bartling, H., Leitbilder, 1980.

²⁵ Vgl. Kantzenbach, E., Funktionsfähigkeit, 1975, Seite 199.



1: weites Oligopol mit funktionsfähigem Wettbewerb

Abb. 1: Das Kantzenbach-Modell

Quelle: Schmidt I., Wettbewerbsrecht und Kartellrecht, Seite 11.

Aus diesen Überlegungen heraus kommt Kantzenbach zu folgenden Kausalzusammenhängen zwischen Marktstruktur und Wettbewerbsintensität²⁶:

- Die optimale Wettbewerbsintensität herrsche im Bereich **weiter Oligopole** mit mäßiger Produktheterogenität und begrenzter Transparenz.
- Im engen Oligopol sei die Gefahr funktionsloser Machtkämpfe oder eines Unterlaufens des Wettbewerbs durch Absprachen zu groß (untere Anbietergrenze).
- Im Polypol seien dagegen die Firmen zu klein und hätten keine ausreichende Selbstfinanzierungsmöglichkeiten. Dadurch führten sie auch keine Investitionen durch, was sich negativ auf den technischen Fortschritt auswirke (obere Anbietergrenze).

Daraus leitet er ab, dass polypolistische Märkte und enge Oligopole in weite Oligopole transformiert werden sollen und das Umwandeln weiter Oligopole in enge verhindert werden muss²⁷. Wie aus der Definition der Wettbewerbsintensität ersichtlich, konzentriert Kantzenbach seine Analyse auf die dynamischen Funktionen des Wettbewerbs (Fortschritt und Anpassung). Werden die statischen Funktionen mit in die Analyse aufgenommen, verschiebt sich das Kantzenbachsche Optimum je nach wirtschaftspolitischer Gewichtung mehr oder weniger in Richtung Polypol²⁸.

In der Diskussion um das Modell von Kantzenbach und um Strukturansätze i.a. finden sich vor allem folgende Kritikpunkte²⁹:

- Besonders für zweiseitige Konzepte ist es nötig, Schwellen anzugeben, in denen sich funktionsfähiger Wettbewerb bildet. Dies ist höchstens theoretisch möglich. Dadurch ist es auch unmöglich zu sagen, ob sich die tatsächliche beobachtete Marktstruktur innerhalb oder außerhalb der Grenzen befindet.
- Voraussetzung für das Konzept ist eine eindeutige Marktabgrenzung. Da aber das Marktsystem als ganzes einheitlich und nicht zerlegbar ist³⁰, unterliegt die Isolierung eines Subsystems auf alle Fälle einem Werturteil, von dem sowohl die Anbieterzahl als auch die Marktvollkommenheit abhängt (je weiter man z.B. die Abgrenzung wählt, desto mehr Anbieter sind auf dem Markt und desto geringer sind die Marktvollkommenheiten). Wichtige Kriterien dieses Ansatzes unterliegen demnach einem Werturteil.
- Das Konzept kann nur angewandt werden, wenn eine relative stabile Marktstruktur vorliegt. Dies widerspricht aber einem dynamischen Wettbewerb, der durch innovative Unternehmen einen ständigen Wandel der Marktstruktur bewirkt. Daraus folgt aber auch, dass es nicht möglich ist, von der Marktstruktur auf ein bestimmtes Marktergebnis bzw. Marktverhalten zu schließen³¹. Es muss vielmehr von Rückkopplungseffekten ausgegangen werden, d.h. dass zumindest langfristig die Marktstruktur vom Marktverhalten (z.B. innovatives Verhalten) und Marktergebnis abhängig ist³².

²⁶ Vgl. Schmidt, I., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 13.

²⁷ Vgl. ebenda, Seite 13.

²⁸ Vgl. Kantzenbach, E., Funktionsfähigkeit, 1975, Seite 205-206.

²⁹ Vgl. Herdzina, K., Marktstruktur, 1973, Seite 272-274.

³⁰ Vgl. Hoppmann, E., Marktmacht, 1977, Seite 9.

³¹ Vgl. Herdzina, K., Marktstruktur, 1973, Seite 275.

³² Vgl. Brandt, K., et al, Mikroökonomie, 1989, Seite 355-386.

Im deutschen Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) gibt es durchaus Vorschriften, die ihre Wurzeln im wohlfahrtsökonomischen Ansatz haben. So heißt es im § 8 der Bundesminister für Wirtschaft kann „Vereinbarungen und Beschlüsse vom Verbot des §1 freistellen, wenn ausnahmsweise die Beschränkung des Wettbewerbs aus überwiegenden Gründen der Gesamtwirtschaft und des Gemeinwohls notwendig sind“³³. Die Anwendung des Paragraphen macht eine Abschätzung von Marktergebnissen notwendig. Kommt der Minister zum Schluss, dass sich dies durch eine, zuvor von den Kartellbehörden verbotene, Fusion verbessern lässt, so erteilt er die fehlende Genehmigung. Er greift somit in die Marktstruktur ein und kann dies auf der Grundlage des Modells Kantzenbachs begründen. Dieses Verfahren wird bisher allerdings sehr restriktiv gehandhabt. Seit Einführung der Fusionskontrollen wurden bis 1998 16 solcher Anträge gestellt. Davon wurden nur sechs z.T. mit Auflagen genehmigt, während fünf Anträge zurückgezogen und fünf weitere abgelehnt wurden³⁴. Spektakulärste Ministererlaubnis war der Zusammenschluss von Daimler-Benz/MBB im Jahre 1989. Weitere Beispiele für Paragraphen, die einen Ergebnistest implizieren, sind § 5 Abs. 2 (Rationalisierungskartell) und § 15 (Preisbindung bei Verlagserzeugnisse) GWB.

4.2 Der systemtheoretische Ansatz

Betont der wohlfahrtsökonomische Ansatz das Dilemmakzept, so steht im systemtheoretischen die These „**Wettbewerbsfreiheit führt zu guten ökonomischen Ergebnissen**“ im Mittelpunkt. Es wird also von einer Harmonie zwischen den ökonomischen Zielen und der Wettbewerbsfreiheit ausgegangen³⁵. „...Wettbewerbsfreiheit [ist] Voraussetzung .. für die Erfüllung der sogenannten ökonomischen Wettbewerbsfunktionen ... Im Rahmen einer marktwirtschaftlichen Ordnung sind Wettbewerbsfreiheit und ökonomische Vorteilhaftigkeit zwei Aspekte des wettbewerblichen Prozesses, sie sind zwei Seiten derselben Medaille“³⁶. Der Wettbewerb wird in diesem Kontext negativ definiert (ebenso die Freiheit). „Unter Wettbewerb verstehen wir jenes komplexe System von Marktprozessen, das aufgrund der Freiheit, an Marktprozessen teilnehmen und innerhalb dieser nach eigenem Plan tätig sein zu können, herauswächst. ... Wettbewerb sind dann jene Marktprozesse, die sich entfalten unter der Bedingung ‚Abwesenheit von Beschränkungen der Wettbewerbsfreiheit‘“³⁷. Daraus folgender

³³ Vgl. GWB §§ 1 und 8.

³⁴ Vgl. Bundeskartellamt, Tätigkeitsbericht, 1999, Seite 20.

³⁵ Vgl. Herdzina, K., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 108-110, sowie ders. Wettbewerbstheorie, 1975, Seite 24-25, sowie Schmidt, I., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 34.

³⁶ Hoppmann, E., Fusionskontrolle, 1972, Seite 18.

³⁷ Ebenda, Seite 9.

werden keine (positive) Normen definiert, sondern lediglich (negative) per se Verbote ausgesprochen³⁸.

Im folgenden wird der Ansatz, wie er von **Hoppmann** vertreten wird und ein Gegenpol zu der Theorie **Kantzenbachs** bildet, kurz vorgestellt.

Während der wohlfahrtsökonomische Ansatz für jeden Einzelfall das Marktergebnis einem Test unterzieht, beschränkt sich der systemtheoretische Ansatz auf allgemeine Aussagen ohne die exakten Ergebnisse voraussagen zu können³⁹. Dies führt zu einem offenen und nichtdeterministischen Ansatz. Eine Interventionspolitik wird nicht zuletzt deshalb abgelehnt, weil der Eingriff in einen Wirtschaftsbereich Folgen für weitere Bereiche hat⁴⁰. So führte die Regulierung auf dem deutschen Elektrizitätsmarkt zu im internationalen Vergleich überdurchschnittlich hohen Energiekosten. Da Energie aber eines der wichtigsten Vorprodukte in der Wirtschaft ist, wirkte sich das negativ auf die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Industrie aus. Um den Markt daraufhin zu untersuchen, ob Wettbewerbsfreiheit vorliegt, ist es vonnöten, einen Verhaltenstest durchzuführen, der durch einen Strukturtest ergänzt wird. Durch das Zusammenspiel von Imitation und Innovation ist die Marktstruktur allerdings ständigen Verschiebungen ausgesetzt, so dass es nicht möglich ist, eine optimale Struktur zu definieren⁴¹.

Ein Dilemma zwischen Freiheit und ökonomischer Vorteilhaftigkeit besteht nach diesem Ansatz nur scheinbar. Existieren zum Beispiel Austrittsschranken, so wird die Freiheit von Pionierunternehmen unangemessen beschränkt. Es gilt nun, die Schranken zu beseitigen. Gelingt dies, so wurde die Freiheit des Pioniers „willkürlich“ (künstlich) beschnitten (erste Variante der Freiheitsbeschränkung). Ist es allerdings nicht möglich, die Freiheit wiederherzustellen (natürliche Einschränkung oder zweite Variante der Freiheitsbeschränkung), so ist hier kein Wettbewerb möglich und dieser Bereich wird zu einem Ausnahmebereich. Es würde sich also um einen Fall nicht möglichen Wettbewerbs handeln⁴².

Die Diagnose zur Beschränkung von Wettbewerbsfreiheit erfolgt deshalb in zwei Schritten (vgl. Abb. 2). Zuerst wird geprüft, ob es sich im konkreten Fall um Marktmacht (wenn solche vorliegt) handelt, die aufgrund künstlicher oder natürlicher Faktoren entstanden ist (s.o.). Bei

³⁸ Vgl. Hoppmann, E., *Workable Competition*, 1988, Seite 202-204.

³⁹ Vgl. Hoppmann, E., *Ausnahmebereichen*, 1973, Seite 163.

⁴⁰ Vgl. Eucken, W., *Grundsätze*, 1990, hier bes. Seite 1-19.

⁴¹ Vgl. Hoppmann, E., *Workable Competition*, 1988, Seite 203-216.

künstlichen Faktoren muss nun untersucht werden, ob es sich um marktkonforme Maßnahmen (kompetitive Macht) der Marktteilnehmer handelt oder ob aus den Maßnahmen unbillige (restriktive) Macht entsteht⁴³. Diese Art der Machtausübung ist der relevante Untersuchungsgegenstand und wird als Wettbewerbsbeschränkung bezeichnet⁴⁴. Ist auf dem Markt keine Wettbewerbsbeschränkung vorhanden, so liegt Wettbewerbsfreiheit vor.

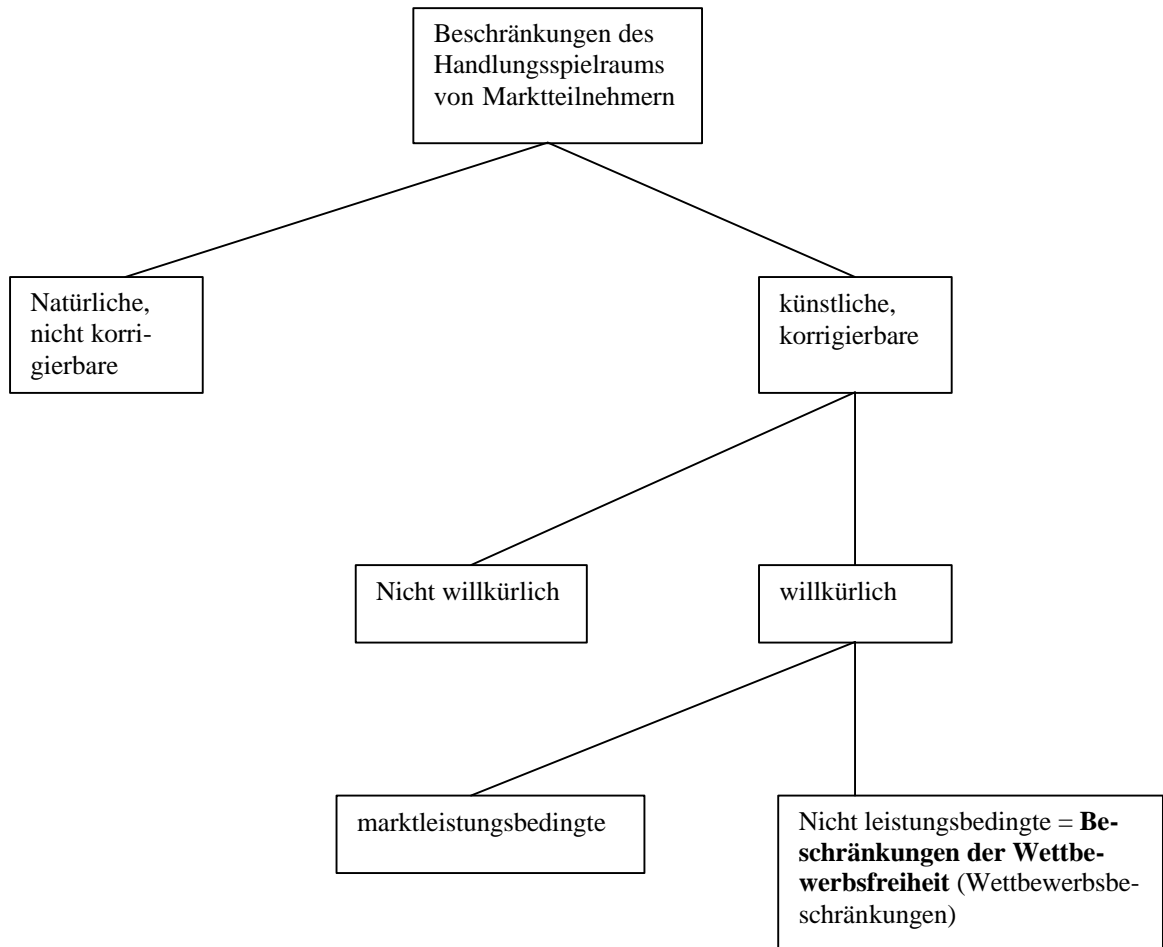


Abb. 2: *Beschränkungen des Handlungsspielraums von Marktteilnehmer*

Quelle: Vgl. Herdzina, Wettbewerbspolitik, Seite 85

Als Frage bleibt, welcher Rahmen gebildet werden soll, um Freiheit zu testen. Hierbei unterscheidet **Hoppmann** zwei Dimensionen des freiheitlichen Marktprozesses. Zum einem versteht er unter dem Austauschprozess den Freiheitsbereich der Marktgegenseite. Hier wird geprüft, welche Alternativen sich den Marktpartnern stellen (z.B. Substitutionsgüter oder Alter-

⁴² Vgl. Hoppmann, E., Problem, 1988, Seite 248-258.

⁴³ Vgl. Herdzina, K., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 82-87.

nativmarken). Zum anderen wird der Parallelprozess auf Freiheitsaspekte untersucht. Hierbei spielen Kriterien wie innovativer Wettbewerb, Marktschranken, Preiswettbewerb, Qualitätswettbewerb u.a. eine Rolle⁴⁵. Dieser Prozess umfasst somit „alle Handlungen von Wirtschaftssubjekten auf der **gleichen Marktseite**, die darauf gerichtet sind, ihre Position im Austauschprozess zu verbessern“⁴⁶.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass dieser Ansatz jegliche Einzelfallbetrachtung, sogar jede Einzelmarkt Betrachtung (vgl. Kapitel 5.3), ablehnt. Marktergebnisaufgaben und Marktstrukturinterventionen kommen nicht in Betracht, da sich diese lediglich auf Spekulationen stützen. Einzig das Verbot und das Bestrafen wettbewerbsbeschränkender Praktiken bleibt als Aufgabe der Wettbewerbspolitik erhalten⁴⁷.

Doch genau hier liegt auch schon der erste Kritikpunkt an diesem Konzept. Wie in Abb. 2 gezeigt, kann ein Marktteilnehmer auch durch „gewünschtes“ wettbewerbles Verhalten seines Konkurrenten behindert werden. Es muss demnach zwischen „billigem“ und „unbilligem“ Verhalten unterschieden werden. Wo hier aber genau die Grenzen liegen, ist nur schwer feststellbar⁴⁸.

In die gleiche Richtung geht die Kritik bei der Unterscheidung zwischen „natürlichen“ und „künstlichen“ Wettbewerbsbeschränkungen. Wie gesehen, ist bei Vorliegen natürlicher Beschränkungen in diesem Bereich kein Wettbewerb möglich. Er sollte deswegen zum Ausnahmehereich deklariert werden. Hier wird besonders kritisiert, dass dadurch „auch in dem neoklassischen Ansatz ... die Unterscheidung zwischen Wettbewerbsbereichen und Ausnahmebereichen mit Hilfe von prognostizierten Wettbewerbsergebnissen [erfolgt]“⁴⁹.

Ein weiterer Punkt setzt an der Relevanz der Freiheit als wettbewerbspolitisches Ziel an, da Wettbewerb nicht in jedem Fall die Handlungsfreiheit der Akteure erhöht. Allerdings ist die Freiheit im systemtheoretischen Ansatz lediglich Voraussetzung für einen „funktionsfähigen“

⁴⁴ Vgl. Hoppmann, E., Marktmacht, 1977, Seite 11-13.

⁴⁵ Vgl. Hoppmann, E., Problem, 1988, Seite 263-273.

⁴⁶ Streit, M., Wirtschaftspolitik, 1991, Seite 85.

⁴⁷ Vgl. Herdzina, K., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 109-110.

⁴⁸ Vgl. Herdzina, K., Marktentwicklung, 1985, Seite 115-116.

⁴⁹ Schmidt, I., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 18, sowie Tolksdorf, M., neoklassische, 1968 und Bartling, H., Leitbilder, 1980, Seite 53.

Wettbewerb. Es wird nicht bestritten, dass der Wettbewerb die Freiheit einzelner reduzieren kann (vgl. Abb. 2)⁵⁰.

Da „viele Verhaltensweisen .. sich erst als Wettbewerbsbeschränkungen identifizieren [lassen], wenn die hinter ihnen stehende wirtschaftliche Macht mitberücksichtigt wird“⁵¹, kritisieren einige Autoren den systemtheoretischen Ansatz als zu verhaltensorientiert. Es ist sicher nicht von der Hand zu weisen, dass Absprachen zwischen zwei Wettbewerbern in einem Duopol eine andere Qualität besitzen als in einem Polypol. Dieses Problem kann aber dann umgangen werden, wenn man nicht nur freiheitsbeschränkendes Verhalten anerkennt, sondern auch akzeptiert, dass freiheitsgefährdende Marktstrukturen existieren⁵². Von einer solchen Sicht eines **erweiterten systemtheoretischen Ansatzes**⁵³ wird im folgenden ausgegangen, wenn aus dieser Position heraus argumentiert wird.

5 Implikationen für stagnierende Märkte

5.1 Hypothetische Merkmale stagnierender Märkte

Für einen stagnierenden Markt lassen sich einige typische Merkmale feststellen, die in einem weiteren Schritt mit den eben beschriebenen Wettbewerbskonzepten verknüpft werden. Für die folgenden Hypothesen lassen sich sicherlich auch Fälle von gesättigten Märkten finden, für die sie nicht gelten, dennoch kann typischerweise von ihrer Gültigkeit ausgegangen werden.

Im folgenden soll angenommen werden, dass sich ein stagnierender Markt durch folgende Merkmale auszeichnet:

1. Nur durch die Steigerung des eigenen Marktanteils kann ein Unternehmer seinen Umsatz vergrößern. Dies führt zu steigender Konzentration.

⁵⁰ Vgl. Herdzina, K., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 113-114.

⁵¹ Bartling, H., Leitbilder, 1980, Seite 57.

⁵² Vgl. Herdzina, K., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 114.

⁵³ Zum Konzept des erweiterten systemtheoretischen Ansatzes vgl., Herdzina, K., Möglichkeiten, 1988.

2. Eine Sättigung findet i.d.R. in einer „alten“ Branche statt, in der der Organisationsgrad der Marktteilnehmer sehr groß ist und in der sich die Unternehmen gegenseitig sehr gut kennen⁵⁴.
3. Aufgrund des stagnierenden Nachfragepotenzials ist die Branche für potentielle Konkurrenten nur wenig interessant⁵⁵. Eine Disziplinierung der Marktteilnehmer durch diese ist deshalb nur im geringen Maße zu erwarten.
4. Demgegenüber sehen sich die Marktteilnehmer hohen Austrittsbarrieren gegenüber⁵⁶.

5.2 Einbau der Merkmale in das Kantzenbach-Modell

Das Merkmal 1 „Trend zum Oligopol“ hat für den Verlauf der Kurven keine Auswirkung, man bewegt sich im Modell auf den Kurven in Richtung Duopol. Für die Wettbewerbsintensität bedeutet dies, je nach Ausgangspunkt, eine Steigerung oder eine Abnahme. Ein Szenario, nach dem zu Beginn der Stagnationsphase die Wettbewerbsintensität steigt und erst im weiteren Verlauf wieder fällt, ist demnach durchaus möglich.

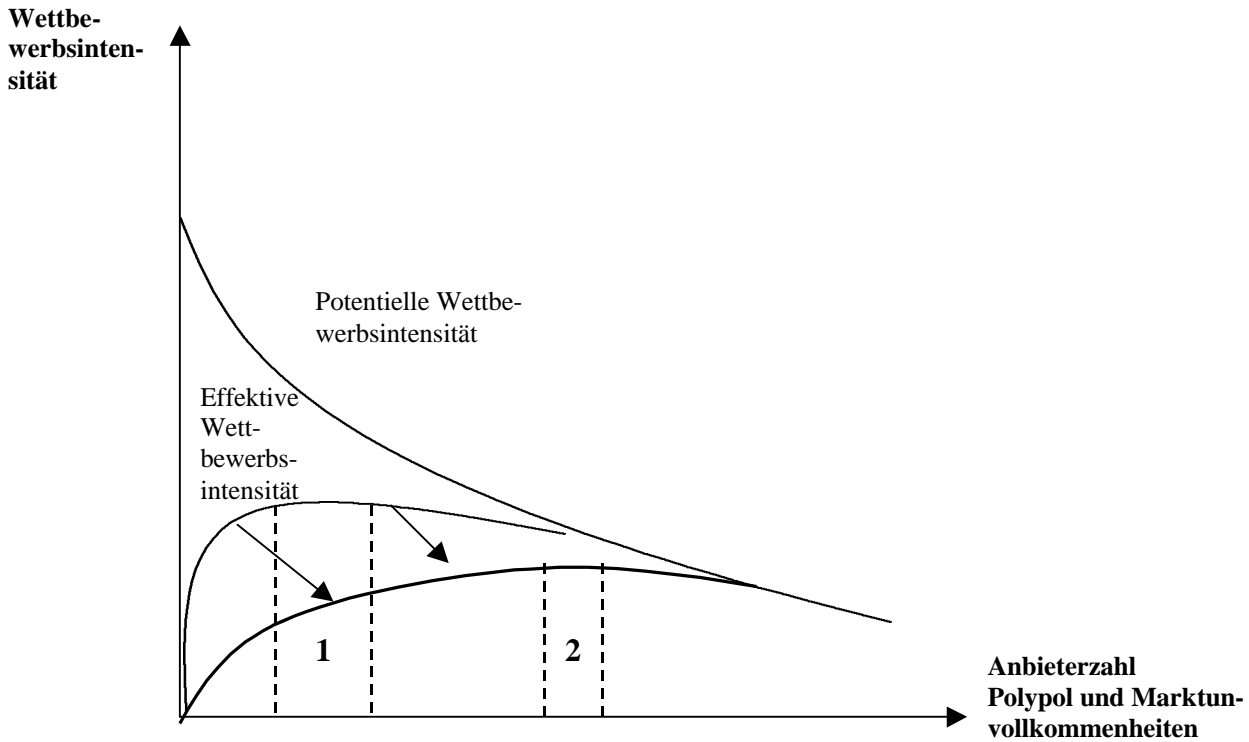
Eine Verschiebung der Kurve der „tatsächlichen Wettbewerbsintensität“ ist mit den Merkmalen zwei bis vier denkbar. Ein höherer Organisations- und Bekanntheitsgrad (Merkmal zwei) erleichtert und erhöht die Wahrscheinlichkeit der Abstimmung von Verhaltensweisen der Marktteilnehmer. Dadurch verschiebt sich die Kurve weiter weg von der potentiellen Wettbewerbsintensität. Ein zusätzlicher Druck in diese Richtung ergibt sich, wenn sich die Sorge durch Absprachen, die zu ineffizienten Marktergebnissen führen, neue Konkurrenten anzuziehen, verringert (Merkmal drei). Werden Absprachen eben nicht, wie die Vertreter der Chicago-Schule glauben⁵⁷, durch potentielle Konkurrenz diszipliniert, dann wird deren Attraktivität größer. Auch der Zwang durch hohe Austrittsbarrieren im Markt zu verbleiben, dürfte, um eigene Verluste zu vermeiden, den Trend zu Absprachen erhöhen.

Unter der Berücksichtigung der Merkmale zwei bis vier könnte demnach das Modell wie in Abb. 3 aussehen. Wie durch die Pfeile angedeutet, verschiebt sich die Linie der effektiven Wettbewerbsintensität weg von der potentiellen. Als Folge verschiebt sich auch der Bereich der optimalen Marktstruktur in Richtung Polypol.

⁵⁴ Vgl. Herdzina, K., Marktentwicklung, 1985, Seite 117.

⁵⁵ Vgl. Kolbe, C., Eintrittsbarrieren, 1991, Seite 58.

⁵⁶ Dies gilt besonders, wenn in der Marktwachstumsphase von den etablierten Unternehmen Markteintrittsbarrieren errichtet wurden, die nun als Austrittsbarrieren wirken. Vgl., Rafferty, J., Exit Barriers, 1987, Seite 87.



Homogenes
Duopol bei voll-
kommener
Markttransparenz

1 optimale Marktstruktur bei steigender Nachfrage

2 optimale Marktstruktur bei stagnierender Nachfrage

Abb. 3: Das Kantzenbach-Modell in einem stagnierenden Markt

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Kantzenbach.

Berücksichtigt man zusätzlich Merkmal eins, so ergibt sich die Schlussfolgerung, dass nach dem Kantzenbach Modell die Wahrscheinlichkeit einer Marktstruktur, deren Konzentration über dem Optimum liegt, in einer Stagnationsphase steigt. Als wirtschaftspolitische Schlussfolgerung bleibt deshalb festzuhalten, dass Fusionen in einem stagnierenden Markt besonders kritisch beurteilt werden müssen.

⁵⁷ Vgl. Schmidt, I., Wettbewerbspolitik, 1999, Seite 19-24.

5.3 Einbau der Merkmale in den erweiterten systemtheoretischen Ansatz

Beim Versuch des Einbaus der Merkmale in den Hoppmannschen-Kontext ergibt sich zunächst das Problem der Marktabgrenzung. Nach **Hoppmann** ist das Marktsystem als ganzes einheitlich und nicht zerlegbar⁵⁸ „alle Preise hängen zusammen und bedingen einander“⁵⁹. Geht man von diesem Standpunkt aus, so ist auch der Wettbewerb nicht zerlegbar, denn „Wettbewerb besteht nicht nur zwischen denen, die den gleichen Artikel zum Verkauf anbieten, sondern auch zwischen denen, die verschiedene Artikel verkaufen wollen“⁶⁰. Einzelne Branchen abzugrenzen wäre demnach unzulässig. In diesem Zusammenhang ist es dann auch nicht möglich, zwischen stagnierenden und wachsenden Sektoren zu unterscheiden. Wird es dennoch gemacht, so unterliegt diese Entscheidung einem fehlerhaften Werturteil, dessen Fehler um so größer wird, je stärker die potentielle Konkurrenz ist⁶¹.

Abgesehen von dieser Problematik erscheinen für den erweiterten systemtheoretischen Ansatz die Merkmale in Hinblick auf die Wahrscheinlichkeit einer Existenz wettbewerbsgefährdender Marktstruktur interessant. Ein Oligopol kann schon fast als Bedingung einer solchen Struktur gesehen werden, da im Polypol Verhalten, die gegen den Wettbewerb zielen, nur schwer durchsetzbar sind und wenn sie doch durchgesetzt werden, nur geringe Wirkungen erzielen. Fällt es den Marktteilnehmer leichter, das Verhalten der Konkurrenten abzuschätzen (Merkmal zwei), so erleichtert eine derartige Struktur wettbewerbsgefährdende Verhaltensweisen. Das Fehlen einer potentiellen Konkurrenz hat, wie bei **Kantzenbach**, die Wirkung, dass die Disziplinierung fehlt, was wiederum gegen den Wettbewerb spricht. Hohe Marktaustrittsbarrieren als Struktur determinante erhöhen ebenfalls die Motivation der Absprache unter den Marktteilnehmern. Insgesamt bleibt deshalb festzuhalten, dass in einer stagnierenden Marktphase die Wahrscheinlichkeit einer Entstehung oder Verfestigung einer wettbewerbsgefährdenden Marktstruktur steigt.

Doch nicht nur die Voraussetzung für wettbewerbsgefährdende Verhaltensweisen verbessern sich, auch ihre Auswirkungen werden stärker. Verweigert z.B. ein Hersteller einem Händler die Lieferung, so kann dass in einer schnell wachsenden Branchen, mit vielen unterschiedlichen Herstellern (oder potentiellen Konkurrenten), völlig unproblematisch sein, während in

⁵⁸ Vgl. Hoppmann, E., Marktmacht, 1977, Seite 9.

⁵⁹ Mises, L. v., Markt, zitiert bei Hoppmann, Marktmacht, 1977, Seite 9.

⁶⁰ Mises, L. v., ebenda.

⁶¹ Vgl. Hoppmann, E., Fusionskontrolle, 1972, Seite 51.

einer alten stagnierenden Branche, mit wenigen oder sogar nur noch einem Hersteller (und ohne potentiellen Konkurrenten), es die Existenz des Händlers gefährden kann⁶². Des weiteren können, wie bereits gesehen, durch das Fehlen der potentiellen Konkurrenz effizienzmindernde Absprachen auch längerfristig Bestand haben. In die gleiche Richtung geht auch die Argumentation, dass durch den hohen Organisations- und Bekanntheitsgrad (Merkmal zwei) die Kontrolle, inwieweit Absprachen auch eingehalten werden, leichter möglich wird, wodurch der längerfristige Bestand solcher Absprachen wahrscheinlicher wird.

Aus diesen Argumenten ergibt sich, dass Fusionen aber auch strategische Allianzen ebenso wie beim Kantzenbach-Modell in einer Stagnationsphase besonders kritisch beurteilt, wenn nicht sogar mit einem per se Verbot belegt werden müssen. Darüber hinaus muss in einem solchen Markt das konkrete Marktverhalten sehr argwöhnisch beobachtet werden, was aber nicht bedeuten soll, dass dies in einer „jungen“ Branche nicht nötig ist, werden doch gerade am Anfang des Marktprozesses entscheidende Weichen für die weitere Entwicklung eines Sektors gestellt⁶³.

6 Zusammenfassung

Die ökonomischen Funktionen des Wettbewerbs lassen sich in statische und dynamische Ziele unterteilen. Unter den statischen Zielen versteht man Konsumentensouveränität, die Allokationsfunktion und die Verteilungsfunktion. Die dynamischen bestehen aus Anpassung- und Fortschrittsfunktion. Darüber hinaus lässt sich noch die Freiheit als Ziel des Wettbewerbs postulieren.

Die Dilemma- vs. Harmoniethesen beschreiben den Diskurs, der unter den Ökonomen darüber herrscht, inwieweit es dem Wettbewerb gelingt, die oben genannten Ziele zu erreichen bzw. in welcher Beziehung die Ziele zueinander stehen. Während Anhänger der Dilemmathese von Zielkonflikten ausgehen, besteht für die Vertreter der Harmoniethese eine Verbindung zwischen der Freiheit, am Wettbewerb teilzunehmen und der ökonomischen Vorteilhaftigkeit, die aus diesem Wettbewerb entsteht.

⁶² Vgl. Herdzina, K., Möglichkeit, 1988, Seite 55.

⁶³ Vgl. Herdzina, K., Marktentwicklung, 1985, Seite 114.

Aufgrund der Annahme von Zielkonflikten versuchen die wohlfahrtsökonomischen Ansätze, tatsächliche vorgefundene Wettbewerbsergebnisse mit gewollten zu vergleichen. Grundlage bildet der Marktstruktur-Verhalten-Ergebnis Ansatz. Eine besondere Rolle spielt dabei die Marktstruktur. Diese generiert das gewünschte Verhalten, was wiederum zum gewünschten Ergebnis führt. Einen solchen Ansatz bietet das Modell von Kantzenbach, der zum Ergebnis kommt, die optimale Marktstruktur liegt im Bereich weiter Oligopole mit mäßiger Produkt-heterogenität. Für Anhänger der Harmoniethese ist dagegen im Rahmen des systemtheoretischen Ansatzes wichtig, die Freiheit der Akteure am Wettbewerb teilzunehmen, zu sichern. Unbillige Freiheitseinschränkungen sind hierbei zu identifizieren und zu verbieten. Zusätzlich wird im Rahmen des erweiterten systemtheoretischen Ansatzes die Existenz freiheitsgefährdender Marktstrukturen akzeptiert, was dazu führt, dass solche Märkte besonders kritisch beobachtet werden müssen.

Der Einbau von Hypothesen über die Struktur stagnierender Märkte führte schließlich zum Ergebnis, dass bei Kantzenbach die Wahrscheinlichkeit einer Konzentration, die über dem Optimum liegt, steigt. Fusionen sollten demnach besonders kritisch beurteilt werden. Zu einem ähnlichen Ergebnis gelangt man, wenn man die Hypothesen in den erweiterten systemtheoretischen Ansatz einbaut. Die Wahrscheinlichkeit sowohl der Existenz einer wettbewerbsgefährdenden Marktstruktur als auch eines gegen den Wettbewerb gerichteten Marktverhalten steigt, weshalb auch unter diesem Ansatz ein stagnierender Markt besonders argwöhnisch betrachtet werden sollte.

Literaturverzeichnis

- Bartling, Hartwig:** [Leitbilder, 1980] Leitbilder der Wettbewerbspolitik, München: Vahlen, 1980.
- Brandt, Karl; u.a.:** [Mikroökonomie, 1989] Grundzüge der Mikroökonomie, 2. Aufl., Freiburg: Rudolf Haufe Verlag, 1989.
- Bundeskartellamt:** [Tätigkeitsbericht, 1999] Tätigkeitsbericht 1997/98, Berlin: Selbstverlag, 1999.
- Eucken, Walter:** [Grundsätze, 1990] Grundsätze der Wirtschaftspolitik, 6. Aufl., Tübingen: J.C.B. Mohr, 1990.
- v. Hayek, Friedrich August:** [Knechtschaft, 1990] Der Weg zur Knechtschaft, München: Olzog, 1990.
- Henze, Arno:** [Marktforschung, 1994] Marktforschung – Grundlage für Marketing und Marktpolitik, Stuttgart: Verlag Ulmer, 1994.
- Herdzina, Klaus:** [Wettbewerbspolitik, 1999] Wettbewerbspolitik, 5. Aufl., Stuttgart: Lucius & Lucius, 1999.
- Herdzina, Klaus:** [Möglichkeiten, 1988] Möglichkeiten und Grenzen einer wirtschaftstheoretischen Fundierung der Wettbewerbspolitik, in: Walter Eucken Institut, Vorträge und Aufsätze 116, Tübingen: Mohr, 1988.
- Herdzina, Klaus (Hrsg.):** [Wettbewerbstheorie, 1975] Wettbewerbstheorie, Köln: Kiepenheuer & Witsch, 1975.
- Herdzina, Klaus:** [Marktentwicklung, 1985] Marktentwicklung und Wettbewerbsverhalten, in: Bombach u.a. (Hrsg.), Industrieökonomie: Theorie und Empirie, Tübingen: Mohr, 1985, Seite 105-120.
- Herdzina, Klaus:** [Marktstruktur, 1973] Marktstruktur und Wettbewerb, in ZWS 93, 1973, Seite 267-283.
- Hoppmann, Erich:** [workable competition, 1988] Workable Competition als wettbewerbles Konzept, in ders. (Hrsg.) Wirtschaftsordnung und Wettbewerb, Baden-Baden: Nomos 1988, Seite 179-234.
- Hoppmann, Erich:** [Problem, 1988] Zum Problem einer wirtschaftspolitischen praktikablen Definition des Wettbewerbs, in ders. (Hrsg.) Wirtschaftsordnung und Wettbewerb, Baden-Baden: Nomos 1988, Seite 235-274.
- Hoppmann, Erich:** [Marktmacht, 1977] Marktmacht und Wettbewerb, Tübingen: Mohr, 1977.

Hoppmann, Erich: [Begründung, 1974] Noch einmal zur ökonomischen Begründung von Ausnahmebereichen, in JNSt 188, 1974, Seite 256-267.

Hoppmann, Erich: [Ausnahmebereiche, 1973] Zur ökonomischen Begründung von Ausnahmebereichen, in JNSt 187, 1973, Seite 161-169.

Hoppmann, Erich: [Fusionskontrolle, 1972] Fusionskontrolle, Tübingen: Mohr, 1972.

Kantzenbach, Erhard: [Funktionsfähigkeit, 1975] Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs, weite Oligopole als Wettbewerbsbedingung, in: Herdzina K. (Hrsg.), Wettbewerbstheorie, Köln: Kiepenheuer und Witsch, 1975, Seite 194-214.

Kolbe, Clemens: [Eintrittsbarrieren, 1991] Eintrittsbarrieren und die Eintrittsfähigkeit potentieller Konkurrenten, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1991.

Rafferty, James: [Exit Barriers, 1987] Exit Barriers and Strategic Position in Declining Markets, in: Long Range Planning 20 Nr. 2, 1987, Seite 86-91.

Schmidt, Ingo: [Wettbewerbspolitik, 1999] Wettbewerbspolitik und Kartellrecht, 6. Aufl., Stuttgart: Lucius & Lucius, 1999.

Streit, Manfred: [Wirtschaftspolitik, 1991] Theorie der Wirtschaftspolitik, 4. Aufl., Düsseldorf: Werner, 1991.

Tolksdorf, Michael: [neoklassische, 1968] Hoppmanns neoklassische Wettbewerbstheorie als Grundlage der Wettbewerbspolitik, in JNSt 183, 1968, Seite 61-72.

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.

Nr. 4: Benner, E.:

Zur effizienten Herkunftsangabe im europäischen Binnenmarkt: Konsequenzen für
die regionale Absatzförderung, Juli 2000.

Nr. 5: Vorgrimler, D.:

Wettbewerbstheorie und stagnierende Märkte, August 2000.