ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Arndt, Helmut

Article — Digitized Version

Die mißverstandene Nachfragermacht

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Arndt, Helmut (1978) : Die mißverstandene Nachfragermacht, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 58, Iss. 1, pp. 33-35

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/135152

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Die mißverstandene Nachfragermacht

Helmut Arndt, Berlin

Die Monopolkommission hat kürzlich ihr Gutachten über „Mißbräuche der Nachfragemacht und Möglichkeiten zu ihrer Kontrolle im Rahmen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen" vorgelegt. Schon die Annahmen des Mehrheitsgutachtens der Kommission finden den Widerspruch von Professor Helmut Arndt.

Die Mehrheit der Monopolkommission geht von der Annahme aus, daß „Nachfragemacht" ein Sonderfall von Marktmacht ist und postuliert daher, daß „Nachfragemacht ... auf einer Beschränkung des Wettbewerbs" beruht. Beides ist falsch:

☐ Nachfragemacht – oder zutreffender: Nachfragermacht – ist nicht Marktmacht, sondern *Weisungsmacht:* Wer Weisungsmacht besitzt, kann dem von ihm Abhängigen ohne Rücksicht darauf, ob am Markt Wettbewerb besteht oder nicht, Weisungen erteilen, die zu dessen Nachteil und zu seinem Vorteil sind.

☐ Weisungsmacht ist nicht Folge einer Wettbewerbsbeschränkung, sondern *verfälscht* umgekehrt *den Wettbewerb und ist Ursache eines Konzentrationsprozesses, der den Wettbewerb und damit die soziale Marktwirtschaft zerstört,* so daß die Konsumenten – nach vorübergehenden Vorteilen – im Endeffekt die Leidtragenden sind.

Der Tatbestand

Nachfragermacht beruht nicht auf Marktbeherrschung. Sie gehört vielmehr zu der – in der Wirtschaftstheorie lange Zeit vernachlässigten – *Kategorie zweiseitiger Beherrschungs-Abhängigkeits-Beziehungen,* die unabhängig von der Marktlage auftreten und für die es typisch ist, daß ein Wirtschafter einem anderen gegenübersteht, dem er Anweisungen geben kann und die der andere befolgen muß, weil ihn vielleicht der Gesetzgeber hierzu zwingt oder weil er andernfalls noch größere Nachteile erleidet. Zu diesen zweiseitigen Beherrschungs-Abhängigkeits-Beziehungen sind u. a. zu zählen: die Nachfragermacht, die Anbietermacht, die Gläubigermacht und – als ein vom Gesetz geregelter Sonderfall – die „Leitungsmacht" [1]), die eine Obergesellschaft in einem Konzern gegenüber einer anderen Konzerngesellschaft ausübt und die hier ausschließlich deshalb interessiert, weil auch in diesem Fall eine Weisungsmacht besteht, deren Ursachen nicht das geringste mit Marktmacht oder Marktbeherrschung zu tun haben: Die Obergesellschaft beherrscht nicht den Markt, sondern die andere Gesellschaft.

Anbieter- und Nachfragermacht sind ebenfalls – wenn auch aus anderen Gründen – dadurch ausgezeichnet, daß sich zwei Unternehmen gegenüberstehen, von denen das eine Weisungen geben kann, denen das andere – der abhängige oder wenigstens schwächere Partner – sich nicht entziehen kann. Die Weisungsmacht ergibt sich hier regelmäßig aus einer Geschäftsbeziehung, die in vielen Fällen bereits seit längerer Zeit andauert und auf deren Fortbestehen – dies ist das Wesentliche – der eine Partner ohne Schwierigkeiten verzichten könnte, der andere Partner aber nicht.

Einen krassen Fall von *Anbietermacht* hat der amerikanische Senatsreport zum Automobile Dealer Franchise Act zum Gegenstand [2]). Infolge der Verträge, die damals von den amerikanischen Automobilproduzenten gegenüber ihren Vertragshändlern durchgesetzt worden waren, konnten die Händler ohne Rücksicht auf die in ihren Läden und Werkstätten investierten Millionen Dollar jederzeit kurzfristig, d. h. vierzehntägig oder zum Monatsende, gekündigt werden. Sie waren daher mit wenigen Ausnahmen vollständig abhängig von den Produzenten, während umgekehrt für jeden Produzenten der einzelne Händler ohne jede Schwierigkeit austauschbar bzw. durch einen anderen Händler ersetzbar war. Die Automobilhersteller konnten sie daher zwingen, mehr Wagen abzunehmen, als sie verkaufen konnten, auf lukrative Nebengeschäfte zu verzichten und dergleichen mehr. Die Händler, die sich weigerten, diesem Diktat zu folgen, gingen regelmäßig nach kurzer Zeit bankrott.

Prof. Dr. Dr. Helmut Arndt, 66, ist Ordinarius für Volkswirtschaftslehre an der Freien Universität Berlin.

[1]) Besteht ein Beherrschungsvertrag, so gestattet § 308 AktG ausdrücklich, daß die Obergesellschaft der abhängigen Gesellschaft Weisungen zu ihrem Nachteil gibt. Besteht kein Beherrschungsvertrag, so kann die beherrschende Gesellschaft ebenfalls Weisungen erteilen, ist aber gemäß § 311 AktG zum Ausgleich von Nachteilen verpflichtet (wobei sich allerdings fragt, wer diese geltend machen soll). Beide Bestimmungen sind aus rechtsstaatlicher Sicht bedenklich.

[2]) Vgl. Heinrich Kronstein, John T. Miller, Jr., Paul P. Dommer: Major American Antitrust Laws, Debbs Ferry 1965, S. 152.

Nicht jede Anbietermacht ist freilich so kraß gelagert wie dieser Fall. Es gibt verschiedene Grade von Anbietermacht, wie es verschiedene Grade von Nachfragermacht gibt.

Nachfragermacht ist gegeben, wenn der Nachfrager gegenüber seinem Anbieter über Weisungsmacht verfügt. Ein Industrieunternehmen (z. B. ein Automobilkonzern) kann Weisungsmacht gegenüber seinen Zulieferern (z. B. den Herstellern von Sicherungen, Schrauben, Blechen oder Reifen) oder ein Einzelhandelsunternehmen (z. B. ein Kaufhauskonzern, ein Versandunternehmen, eine Supermarktkette u. ä.) kann Weisungsmacht gegenüber seinen Fabrikanten (z. B. den Herstellern von Markenartikeln) besitzen. In jedem dieser Fälle ist der Nachfrager gegenüber seinem Partner in der stärkeren Position und kann ihm daher – ungeachtet der Marktlage – Weisungen erteilen, die zu dessen Nachteil und zu seinem eigenen Vorteil sind. In jedem Fall steht der Anbieter – als der schwächere Partner – aber auch vor der Wahl, ob er sich dem Diktat beugen will, um sich durch seine Unterwerfung eine Fortsetzung der Geschäftsbeziehung zu sichern, oder ob er sich widersetzen will, was regelmäßig mit dem Ende der Geschäftsbeziehung und damit mit dem Verlust des Kunden gleichbedeutend ist. Verhält er sich rational, so wird er Weisungen stets dann, aber auch nur dann, akzeptieren, wenn sie das kleinere Übel sind. Da sich aber mit jedem Nachgeben die eigene Position weiter verschlechtert, können die ihm erteilten (und von ihm befolgten) Weisungen von Mal zu Mal immer härter werden [3]).

Verfälschung des Wettbewerbs

Nachfragermacht ist mit Wettbewerb am Markt vereinbar. In den Kraftfahrzeug- und Maschinenindustrien der Europäischen Gemeinschaft besteht Wettbewerb, und trotzdem lassen sich Fälle von Nachfragermacht gegenüber Zulieferern feststellen. Im Einzelhandel der Bundesrepublik Deutschland konkurrieren zur Zeit (noch) selbständige Einzelhandelsgeschäfte mit Supermarktketten, Versandhäusern und Warenhauskonzernen, und trotzdem üben, wie heute allgemein anerkannt ist, Supermarktketten, Versandhäuser, Warenhauskonzerne u. dgl. Nachfragermacht aus.

[3]) Die Weisungen, die im Fall der Nachfragermacht erteilt werden, sind bekannt: Preisermäßigungen von 40 % und mehr, die meist in die Formen von Rabatten gekleidet werden, Barzahlungsskonti trotz Zahlungsfristen, Übernahme von Kosten des Nachfragers, kostenlose Überlassung von Mitarbeitern, Gestattung von Betriebskontrollen durch das beherrschende Unternehmen, ja auch Gewinnbeteiligungen u. dgl. mehr. Eingehendere Angaben finden sich in meinem Buch: Wirtschaftliche Macht, München, 2. Aufl. 1977, S. 86–97.
Versteht man unter Wettbewerb einen „freien Wettbewerb", wie dies vornehmlich im 19. Jahrhundert der Fall war, so lassen sich auch die hier erzielten Vorteile, auch wenn man sie im Wettbewerb gegenüber anderen Konkurrenten einsetzt, als „marktkonform" oder gar als „wettbewerbskonform" bezeichnen. Ist dies jedoch noch die Wettbewerbsvorstellung, die den sozialen Anschauungen der Gegenwart und damit zugleich den Prinzipien einer „sozialen Marktwirtschaft" entspricht?

Nachfragermacht verfälscht den Wettbewerb, und zwar sowohl auf der Anbieter- wie auf der Nachfragerseite. Werden einige Zulieferer zu Zugeständnissen gezwungen und andere nicht, oder ist auch nur das Ausmaß der Zugeständnisse bei den einzelnen Produzenten unterschiedlich, so ist der „Grundsatz gleicher Chancen" verletzt. Ohne Rücksicht auf ihre Leistung erhalten die einen Fabrikanten höhere und die anderen niedrigere Entgelte. Und kaufen Supermarktketten, Versandhäuser, Warenhauskonzerne u. dgl. weitaus billiger als die (noch) selbständigen Fachgeschäfte, so wird auch hier der Wettbewerb verzerrt. Anstelle der wirtschaftlichen Leistung, die im Wettbewerb einer sozialen Marktwirtschaft entscheiden sollte, entscheiden Ausmaß und Einsatz von Macht über Erfolg und Mißerfolg im Wettbewerb.

Die Folge dieser Wettbewerbsentartung ist ein beschleunigter – und sich zusehends beschleunigender – Konzentrationsprozeß, in dem diejenigen Unternehmen ausscheiden, die weniger Nachfragermacht einsetzen oder härter von Nachfragermacht betroffen werden. Solange (noch) ausreichender Wettbewerb besteht, werden durch den Einsatz von Nachfragermacht erreichte Vorteile teilweise oder auch vollständig an die Konsumenten weitergegeben. Je mehr jedoch dieser unheilvolle Konzentrationsprozeß fortschreitet, um so stärker wird die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs gefährdet. Sind nur noch einige Große übrig geblieben, die sich gegenseitig nichts tun, so gibt es auch keine Preisbrecher mehr.

Der Konsument muß dann:

☐ infolge der Konzentration im Handel weitere Wege zurücklegen und eine fortschreitende Einschränkung des Kundendienstes in Kauf nehmen,

☐ infolge zunehmender Standardisierung der Konsumgüter eine Reduzierung seiner Wahlmöglichkeiten und damit eine Beschränkung seiner „Konsumentenfreiheit" hinnehmen,

☐ nach Eliminierung der Preisbrecher Monopolpreise bezahlen,

☐ sich gegebenenfalls auch mit schlechteren Qualitäten begnügen,

☐ sich darauf einstellen, daß sich das Angebot nicht mehr der Nachfrage anpaßt, sondern daß das Angebot bestimmend ist und sich die Nachfrage fügen muß, und

☐ sich darüber klar werden, daß sich Zug um Zug mit dem Wettbewerb auch die Entwicklung neuer oder besserer Produkte verlangsamt, weil der Einzelhandel mit zunehmender Konzentration immer weniger bereit sein wird, die mit der Einführung neuer Waren und Qualitäten am Markt verbundenen Risiken auf sich zu nehmen.

Notwendig ist diese Entwicklung freilich nicht. Sie tritt nur ein, wenn seitens des Staates weiterhin zu wenig oder nichts getan wird, um durch seine Wettbewerbsgesetzgebung die „Gleichheit der Chancen" wiederherzustellen.

Wiederherstellung der Chancengleichheit

Die wettbewerbspolitischen Vorschläge im Mehrheitsgutachten der Monopolkommission stoßen ins Leere: Sind die Unternehmen, die Nachfragermacht ausüben, nicht marktbeherrschend, so erweisen sich die gegen marktbeherrschende Unternehmen etc. gerichteten Bestimmungen des „Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen" (GWB) als unanwendbar. Aus dem gleichen Grunde ist die von der Mehrheit der Monopolkommission vorgeschlagene Verbesserung der Mißbrauchsaufsicht gegenüber marktbeherrschenden Unternehmen gemäß § 22 GWB als Heilmittel gegen Mißbrauch von Nachfragermacht völlig ungeeignet.

Notwendig ist die Wiederherstellung gleicher Chancen im Wettbewerb. Hierzu ist notwendig, daß der Mißbrauch von Weisungsmacht im allgemeinen und von Nachfragermacht im besonderen durch entsprechende wettbewerbsrechtliche Vorschriften unterbunden wird.

Diese Bestimmungen dürfen – dies ist vorweg zu bemerken – weder generelle Preissenkungen, die allen zugute kommen, noch individuelle Preisunterbietungen in begründeten Ausnahmefällen (Notverkäufen u. dgl.) behindern. Sie dürfen auch nicht – wie dies z. B. in der Vergangenheit in den Vereinigten Staaten geschehen ist – bei dem schwächeren Partner einsetzen, der sich Weisungen nicht entziehen kann. Sie müssen sich vielmehr gegen jene Unternehmen richten, die Weisungsmacht (und damit z. B. Nachfragermacht) besitzen und mißbrauchen. Positiv ist – grob gesprochen – eine Vorschrift erforderlich, *die Wirtschafter daran hindert, ihre Überlegenheit gegenüber einem Geschäftspartner zu verwenden, um sich Vorteile zu sichern, die anderen Wirtschaftern, die über keine Weisungsmacht verfügen oder diese nicht einsetzen, nicht zuteil werden* [4]).

Die Wiederherstellung der Chancengleichheit [5]) dient nicht nur dem Wettbewerb, sondern kommt letztlich allen leistungsfähigen Unternehmen zugute, gleichgültig ob sie zur Zeit, weil das Wettbewerbsrecht versagt, Nachfragermacht einsetzen oder umgekehrt durch den Einsatz von Nachfragermacht betroffen sind. Schließlich sollte man nicht vergessen, daß heute viele Unternehmen ihre Nachfragermacht keineswegs aus freien Stücken, sondern nur deshalb einsetzen, weil sie *durch ihre Konkurrenten hierzu gezwungen* sind. Eine Wettbewerbsgesetzgebung, die für „Gleichheit der Chancen" sorgt, stellt auch ihre unternehmerische Freiheit wieder her.

[4]) Außerdem werden (widerlegbare) Rechtsvermutungen über das Bestehen von Weisungsmacht zweckmäßig sein, um bei zivilrechtlichen Verfahren die Beweislast zu erleichtern.

[5]) Zur theoretischen Problematik vgl. Helmut Arndt: Markt und Macht, Tübingen, 2. Aufl. 1973, S. 134–155, und zu den Konzentrationsprozessen und deren Folgen, ders.: Kapitalismus, Sozialismus, Konzentration und Konkurrenz, Tübingen, 2. Aufl. 1976, S. 121–135.

VERÖFFENTLICHUNGEN DES HWWA-INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG-HAMBURG

NEUERSCHEINUNG

Klaus Matthies

TRANSNATIONALE UNTERNEHMEN IN MEXIKO

In der vorliegenden Studie werden auf der Basis neuesten empirischen Datenmaterials, das zum großen Teil erst durch eigene Erhebungen gewonnen werden konnte, die Auswirkungen transnationaler Unternehmen auf die Produktions- und Außenhandelsstruktur, die Beschäftigung, das Wachstum, die Zahlungsbilanz und auf Forschung und Entwicklung in Mexiko herausgearbeitet.

Großoktav, 185 Seiten, 1977, Preis brosch. DM 35,– ISBN 3-87895-160-4

VERLAG WELTARCHIV GMBH - HAMBURG