

Krüger, Reinald

Article — Digitized Version

Multi-Media ohne Wettbewerb?

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Krüger, Reinald (1995) : Multi-Media ohne Wettbewerb?, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Nomos, Baden-Baden, Vol. 75, Iss. 9, pp. 458-459

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/137274>

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.

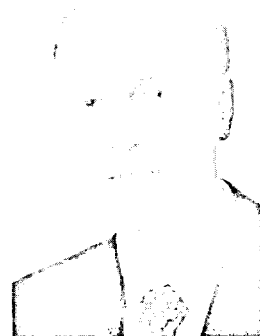
Terms of use:

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.

Multi-Media ohne Wettbewerb?



Reinald Krüger

Die Internationale Funkausstellung in Berlin hat gezeigt: Computer, Telefon und Fernsehgerät verschmelzen zunehmend. Hinter diesem Phänomen steht eine Entwicklung, die häufig mit dem Schlagwort Multimedia belegt wird: Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungsbedürfnisse werden nicht länger voneinander getrennt befriedigt. Der Konsument wird seine Nachfrage nach spezifischen audiovisuellen und kommunikativen Leistungen auf entsprechenden Dienstmärkten entfalten, die sich nicht mehr durch monopolistische Strukturen, sondern durch Wettbewerb zwischen unabhängigen Anbietern auszeichnen sollen. Das wird möglich, weil diese Dienste künftig dieselben Übertragungswege benutzen können, die über weite Strecken oft als elektronische „Superhighways“ bezeichnet werden. Die Digitalisierung der Informationsübertragung impliziert dabei eine Vervielfachung der Übertragungskapazität, womit sich das Dienstleistungsangebot gleichsam multipliziert. Aber nicht nur die Berliner Messe hat dazu beigetragen, daß das Stichwort Multimedia die Schlagzeilen der Wirtschaftspresse beherrschte. Anlässe waren auch die ordnungspolitischen Befürchtungen im Zusammenhang mit der Einführung des – einen Online-Dienst integrierenden – PC-Betriebssystems Windows 95 durch den Software-Giganten Microsoft einerseits und im Gefolge der großen Unternehmenszusammenschlüsse im amerikanischen Mediensektor: Walt Disney und Capital Cities (ABC), Westinghouse und CBS sowie Time Warner und Turner Broadcasting System (CNN) andererseits.

Obwohl auf den ersten Blick Microsofts neue Windows-Version nur wenig mit den Elefantenhochzeiten im US-Film- und Fernsehgeschäft gemein hat, weisen bei wettbewerblicher Betrachtung die Ereignisse deutliche Parallelen auf. Letztlich reagieren sowohl Microsoft als auch die fusionierenden Unternehmen auf das Zusammenwachsen vormals weitgehend separierter Branchen, namentlich von Informations- und Kommunikationsindustrie sowie im audiovisuellen Sektor von Programmproduktion und Programmvertrieb. So wie sich diese Bereiche durch die Nutzung der gleichen Datennetze und der gleichen Endgeräte immer stärker integrieren werden, so ist es die entsprechende Strategie, sich durch vertikale Integration in vor- oder nachgelagerte Produktionsstufen für die multimediale Zukunft zu rüsten. Microsoft, mit DOS und Windows bei der Softwaresteuerung von PC marktbeherrschend, steigt mit seinem weltumspannenden Online-Dienst durch internes Wachstum in die Telekommunikation ein. Walt Disney und Time Warner, die bislang in erster Linie Programmproduzenten waren, versuchen durch das externe „Zusammenschneiden“ der größten Medienkonzerne der Welt, Marktmacht bei Unterhaltungssoftware mit der Kontrolle über Distributionskanäle zu kombinieren.

Unabhängig davon, ob sich die gewählten Strategien als einzelwirtschaftlich erfolgreich erweisen werden, ist die Frage zu stellen, ob die resultierenden Konzentrationen gesamtwirtschaftlich zu tolerieren sind. Immerhin sind in diesem Fall Branchen betroffen, bei denen Konzentrationsprozesse immer die Gefahr beinhalten, Pluralismus und Meinungsvielfalt zu bedrohen, und die deshalb besondere ordnungspolitische Aufmerksamkeit verdienen. Im übrigen sind diese Konzentrationsprozesse keineswegs allein ein amerikanisches Phänomen. Zum einen sind viele der betroffenen Märkte international und haben daher weltweite Auswirkungen, zum anderen weisen die Erfahrungen der Europäischen Kommission darauf

hin, daß die Konzentrationsprozesse auch europäische Unternehmen betreffen. Wie eine Auswertung der Fallpraxis der europäischen Fusionskontrollverordnung zeigt, gehört die Telekommunikation zu den Sektoren mit dem höchsten Anteil an allen Unternehmenszusammenschlüssen. Die seit Ende 1994 auffällig gestiegene Zahl von Zusammenschlüssen im audiovisuellen Sektor verdeutlicht darüber hinaus, daß die europäischen Medienunternehmen ihre Zukunft beim Abonnentenfernsehen und den Mehrwertdiensten sehen.

Allerdings ist Konzentration per se oder Größe an sich nicht schädlich für den Konsumenten. Und die mächtigen Firmenführer der modernen Multimedia-Industrie, wie Bill Gates oder Ted Turner, bedrohen nicht zwangsläufig die unternehmerische Freiheit auf den sich bildenden Dienstmärkten. Vielmehr sind gerade vertikale Integrationsprozesse unter bestimmten Bedingungen mit gesamtwirtschaftlichen Kostenvorteilen zu erklären. Ronald Coase hat bereits in den 30er Jahren darauf hingewiesen, daß nicht nur die unternehmensinterne Koordination Kosten verursacht, sondern auch die marktliche Koordination durch den Preismechanismus. Der Integrationsprozeß kann ein Ex-post-Indikator für Kostenersparnisse aus interner Koordination sein, wenn er offenbart, daß die Grenzkosten hierarchischer Koordination einer bestimmten Produktionsstufe geringer sind als die Grenzkosten marktlicher Koordination. Im Bereich der digitalen Signalverarbeitung finden Ökonomen eine ganze Reihe von Argumenten, die eine hohe Konzentration auf den entsprechenden Inputmärkten nahelegen. Da sind etwa Netzwerkexternalitäten zu nennen, die dafür sorgen, daß dem Konsumenten der Anschluß an ein Kommunikationsnetz einen um so höheren Nutzen liefert, je höher die Zahl der übrigen Teilnehmer ist. Andererseits sind für diese High-Tech-Industrien häufig Größenvorteile in Form hoher irreversibler F&E-Aufwendungen charakteristisch, die entsprechende Marktzutrittsbarrieren implizieren. Zudem führt die notwendige Kompatibilität von Produktsystemen und -standards zu erweiterten Verhaltensspielräumen von sogenannten „first movern“.

In der Realität ist die Verwendung der vertikalen Integration als Indikator für die kostengünstigste Koordinationsform allerdings problematisch. Mit der Organisationsform werden nämlich nicht nur reale Kostenersparnisse angestrebt, sondern auch andere Ziele, insbesondere auch Marktmachtvorteile. So hat etwa im Fall des Online-Dienstes von Windows 95 die Antitrust Division den Verdacht geäußert, daß Microsoft seine marktbeherrschende Stellung bei Betriebssystemen gegenüber anderen Online-Anbietern mißbraucht. Rechtfertigt dieser Verdacht aber bereits das Eingreifen der Wettbewerbsbehörden angesichts der Tatsache, daß die „kinderleichte“ Kommunikation mit der dominierenden PC-Benutzeroberfläche fraglos einen immensen Fortschritt auf dem Weg zur Informationsgesellschaft darstellt?

In der Telekommunikation, der Datenverarbeitung und im Mediensektor ist ein rasanter technologischer Wandel zu beobachten. Die hieraus resultierenden Innovationen erodieren jedoch Marktmacht. Dabei entsteht Wettbewerbsdruck auf innovativen Märkten nicht durch Preissenkungen oder durch verbesserten Service von Konkurrenten. Dominante Unternehmen werden hier durch neue Produkte und Verfahren diszipliniert, die die alten Systeme und Standards substituieren. Stellen folglich Microsofts beherrschende Position und die künstlich gewachsenen Mediengiganten keine Bedrohung mehr dar? Keineswegs, denn ordnungspolitische Wachsamkeit ist weiterhin angebracht. Innovation als wettbewerbliche Disziplinierung ist nur dann funktionsfähig, wenn nicht auch die Innovationsmöglichkeiten selbst monopolisiert werden. Für den sich entwickelnden Multimedia-Sektor muß daher vor allem die Macht auf den Distributionskanälen beschränkt bleiben. Nur dann kann sich auch Wettbewerb auf den nachgelagerten Dienstmärkten entfalten. Für die Beurteilung der wirtschaftlichen Macht auf den Dienstmärkten ist es von entscheidender Bedeutung, ob der Substitutionswettbewerb mit Marktaußenseitern offengehalten werden kann. Nicht hinnehmbar ist ein Konzentrationsprozeß, wie er sich möglicherweise in den USA abzeichnet, der marktübergreifend zur Beherrschung des gesamten, für die Volkswirtschaft insgesamt unersetzlichen Sektors führt. In einem solchen Fall wird der gesamtwirtschaftliche Funktionszusammenhang so nachhaltig gestört, daß eine „Gefährdung der marktwirtschaftlichen Ordnung“ im Sinne des §24 III GWB anzunehmen ist. Die skizzierten Konzentrationsprozesse legen nahe, eine entsprechende Vorschrift auch in eine zukünftige internationale Wettbewerbsordnung einzubringen.