

Großmann, Harald

Working Paper

Integration der Märkte und wettbewerbspolitischer Handlungsbedarf

HWWA Discussion Paper, No. 65

Provided in Cooperation with:

Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv (HWWA)

Suggested Citation: Großmann, Harald (1998) : Integration der Märkte und wettbewerbspolitischer Handlungsbedarf, HWWA Discussion Paper, No. 65, Hamburg Institute of International Economics (HWWA), Hamburg

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/19188>

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.

Integration der Märkte und wettbewerbspolitischer Handlungsbedarf

Harald Großmann

HWWA-Diskussionspapier

65

HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung-Hamburg

1998
ISSN 1432-4458

Integration der Märkte und wettbewerbspolitischer Handlungsbedarf

Harald Großmann

HWWA-Diskussionspapier

65

HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung-Hamburg

1998

ISSN 1432-4458

HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung-Hamburg
Öffentlichkeitsarbeit
Neuer Jungfernstieg 21 • 20347 Hamburg
Telefon: 040/3562-355
Telefax: 040/35 19 00
e-mail: hwwa@hwwa.de
Internet: <http://www.hwwa.de/>

1. Einleitung

Die weltwirtschaftliche Verflechtung hat in der Nachkriegszeit stetig zugenommen. Da diese Entwicklung mit beträchtlichen Handelsgewinnen verbunden war, ist sie grundsätzlich positiv zu bewerten. Das Zusammenwachsen der Märkte erzeugt aber auch zusätzliche Spannungen, denn mit der Internationalisierung des Wettbewerbs werden gleichzeitig die Marktpositionen der Unternehmen angreifbarer und damit instabiler. Mit fortschreitender Handelsliberalisierung wird der Konkurrenzdruck weiter zunehmen und Anpassungsreaktionen erzwingen. Um sich am Markt zu behaupten, könnten die Unternehmen ihre Leistung steigern. Sie könnten aber auch versuchen, dem Konkurrenzdruck durch wettbewerbswidrige Verhaltensweisen entgegen. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, inwieweit die Integration der Märkte den wettbewerbspolitischen Handlungsbedarf auf nationaler und internationaler Ebene berührt.

Aufgabe der Wettbewerbspolitik ist weniger die Sicherung maximaler individueller Freiheit oder die Verwirklichung einer "gerechten" Einkommens- oder Vermögensverteilung als vielmehr die Herbeiführung einer effizienten Allokation der Ressourcen.¹ Wettbewerb beinhaltet das Streben von mehreren Wirtschaftssubjekten nach einem Ziel, wobei Interessengegensätze auftreten. Als effizient (oder auch pareto-optimal) wird eine Allokation der Güter und Produktionsfaktoren bezeichnet, bei der kein Wirtschaftssubjekt bessergestellt werden kann, ohne ein anderes Wirtschaftssubjekt zu benachteiligen.² Allerdings lassen sich selten wirtschaftspolitische Entscheidungen treffen, die dem Pareto-Kriterium genügen. Aus diesem Grund ist häufig bereits dann von einer Verbesserung der allokativen Effizienz die Rede, wenn die Summe aus Produzenten- und Konsumentenrente zunimmt.³

Das Modell der vollkommenen Konkurrenz gibt Bedingungen an, unter denen der Wettbewerb die einzelwirtschaftlichen Aktivitäten so koordiniert, daß sich eine gesamtwirtschaftlich effiziente Allokation einstellt. Für die Wettbewerbspolitik besteht dann kein Handlungsbedarf. Interessengegensätze zwischen den Wirtschaftssubjekten spielen keine Rolle, da weder Anbieter noch Nachfrager eine Möglichkeit sehen, durch Variation ihrer Angebots- bzw. Nachfragemengen den Marktpreis zu beeinflussen. Dies gilt auch für die

1 Vgl. hierzu Sohmen (1971).

2 Diese allgemeinen Definitionen der Begriffe "Wettbewerb" und "Effizienz" sind im einzelnen und im besonderen noch zu konkretisieren.

3 Die Verwendung der Summe aus Produzenten- und Konsumentenrente als Wohlfahrtsmaß bedeutet, daß bei der Beurteilung einer Maßnahme die distributiven Wirkungen vollkommen vernachlässigt werden.

Theorie der bestreitbaren Märkte (contestable markets), bei der die Bedeutung der Markteintrittsbarrieren im Vordergrund steht. Wettbewerbsbeschränkungen zwischen Unternehmen stellen demnach kein Problem dar, wenn alle Produzenten Zugang zu der gleichen Technologie haben und bei der Produktion keine versunkenen Kosten anfallen. Darüber hinaus müssen die Reaktionen der etablierten Unternehmen mit zeitlicher Verzögerung erfolgen, während die Nachfrager auf Preisdifferenzen sofort reagieren.⁴

Die Bedingungen der vollkommenen Konkurrenz und der vollkommen bestreitbaren Märkte sind in der Realität gewöhnlich nicht erfüllt. Dies hat zur Folge, daß Unternehmen mehr oder weniger Marktmacht entfalten und den Wettbewerb beschränken können. Marktmacht auf der Angebotsseite kann dabei durch Marktmacht auf der Nachfrageseite eingeschränkt werden (und umgekehrt). Dennoch ist es müßig, darüber zu streiten, ob Unternehmen in der Lage sind, Marktmacht auszuüben und den Wettbewerb zu beschränken. Die entscheidende Frage lautet vielmehr, inwieweit Wettbewerbsbeschränkungen zwischen Unternehmen und der Zuwachs an Marktmacht schlechtere Marktergebnisse beinhalten. Was unter schlechten Marktergebnissen im allgemeinen verstanden wird, läßt sich am "klassischen" Beispiel des Monopols veranschaulichen. Beklagt wird, daß Monopolisten - anders als Unternehmen bei vollkommener Konkurrenz - Preise setzen, die über den Grenzkosten liegen. Daraus resultieren allokativen Ineffizienzen, die sich in den sogenannten "deadweight losses" widerspiegeln.⁵

Den statischen allokativen Ineffizienzen von Monopolstellungen stehen häufig positive dynamische Effekte gegenüber, denn durch die Möglichkeit, höhere Gewinne zu erzielen, werden auch Leistungsanreize geschaffen. Insofern kann es nicht Aufgabe der Wettbewerbspolitik sein, generell die Marktmacht einzelner Unternehmen oder überdurchschnittliches internes Firmenwachstum zu bekämpfen. Im Gegenteil: Vielfach werden von staatlicher Seite sogar bewußt Markteintrittsbarrieren errichtet und so Monopolstellungen von Unternehmen gefördert. Dies geschieht beispielsweise beim Schutz des geistigen Eigentums, wo durch die Gewährung geistiger Eigentumsrechte der statische Preiswettbewerb geschwächt, gleichzeitig jedoch der dynamische Wettbewerb um neue Produkte und verbesserte Produktionsverfahren gestärkt wird. Die Mehrdimensionalität des Wettbewerbs führt dazu, wie Demsetz (1992, S. 207) es treffend formuliert, "... that maxi-

4 Die Unterstellung dieses zeitlichen Reaktionsschemas gestattet es den potentiellen Konkurrenten, sich auf dem Markt zu etablieren oder sogenannte "hit-and-run"-Aktionen zu tätigen. Vgl. hierzu Dixit (1982). Die Theorie der bestreitbaren Märkte geht zurück auf die Arbeit von Baumol et al. (1982).

5 Außerdem ergeben sich Verteilungseffekte. Ein Teil der Konsumentenrente fließt in Form von höheren Gewinnen an die Produzenten.

mization of competition is a meaningless goal. The goal is more correctly described as choosing a preferred mixture of competitive forms.”

Der Fall, daß der gesamte Industrieoutput von einem einzigen Unternehmen kostengünstiger hergestellt werden kann als von mehreren Anbietern, ist selten realistisch. Solche Produktionsverhältnisse finden sich - wenn überhaupt - in Branchen, in denen zur Bereitstellung eines Produktes hohe irreversible Kosten aufzuwenden sind. Als Beispiele werden häufig die Versorgungs-, Kommunikations- und Verkehrsindustrien genannt, wo die Existenz von mehreren miteinander konkurrierenden Strom-, Gas-, Wasser-, Telekommunikations- und Verkehrsnetzen als wenig sinnvoll erscheint.⁶ Normalerweise setzen sich Industrien jedoch aus mehreren Anbietern zusammen, die unterschiedliche Strategien zur Ausweitung (oder Absicherung) ihrer Marktmacht verfolgen können. Grundsätzlich lassen sich dabei Konzentrations-, Verhandlungs- und Behinderungsstrategien voneinander unterscheiden (Schmidt 1993).⁷

Im folgenden Abschnitt 2 werden verschiedene Formen privater Wettbewerbsbeschränkungen dargestellt und deren gesamtwirtschaftliche Auswirkungen im Rahmen einer geschlossenen Volkswirtschaft diskutiert. Im Blickpunkt stehen dabei sowohl horizontale als auch vertikale Beschränkungen des Wettbewerbs.⁸ Anschließend wird in Abschnitt 3 untersucht, welchen Einfluß der Abbau staatlicher Handelsschranken auf das Wettbewerbsverhalten der Unternehmen hat und welche Wohlfahrtswirkungen daraus resultieren. Die Betrachtung beschränkt sich dabei auf den Abbau konventioneller Handelsbarrieren wie Zölle und Mengenbeschränkungen.⁹ Abschnitt 4 untersucht die wettbewerbspolitischen Implikationen, die sich aus der Integration der Märkte ergeben.

6 Die wettbewerbliche Sonderbehandlung natürlicher Monopole aufgrund fehlender technischer Alternativen schließt Wettbewerb in bestimmten Teilbereichen allerdings keineswegs aus.

7 Neben wettbewerbsbeschränkenden Verhaltensweisen können auch wettbewerbsgefährdende Marktstrukturen das Angriffsziel der Wettbewerbspolitik bilden. Vgl. hierzu Herdzina (1993).

8 Auf die Auswirkungen konglomerater oder diagonaler Beschränkungen des Wettbewerbs soll hier nicht gesondert eingegangen werden.

9 Neben dem Abbau der konventionellen Handelsschranken haben auch andere Faktoren zur Integration der Märkte beigetragen. Vgl. zu den Auswirkungen der Liberalisierung ausländischer Direktinvestitionen UNCTAD (1997).

2. Formen von privaten Wettbewerbsbeschränkungen

Unternehmen können den Wettbewerb beschränken, indem sie sich mit anderen Unternehmen der gleichen Wirtschaftsstufe zusammenschließen. Solche horizontalen Zusammenschlüsse sind für die beteiligten Unternehmen vorteilhaft, wenn sie mit einer Steigerung der technischen Effizienz und Ausweitung der Marktmacht einhergehen. Salant, Switzer, Reynolds (1983) zeigen, daß sich Fusionen ohne Kosteneinsparungen für die beteiligten Unternehmen höchst selten lohnen, wenn innerhalb der Industrie Cournot-Wettbewerb herrscht.¹⁰ Sie gehen dabei von der Annahme aus, daß nach dem Zusammenschluß zweier oder mehrerer Unternehmen die gesamte Produktion in einem der Unternehmen fortgeführt wird und die Produktionskapazitäten der anderen beteiligten Unternehmen stillgelegt werden. Die Verringerung der Anbieterzahl hat zur Folge, daß die Unternehmensgewinne steigen, jedoch reicht dieser Gewinnanstieg für das integrierte Unternehmen nicht aus, den durch den Abbau der Produktionskapazitäten verursachten Gewinnrückgang zu kompensieren.¹¹

Perry, Porter (1985) äußern Kritik an der Vorstellung, daß Unternehmen sich zusammenschließen, um die Zahl der Anbieter zu reduzieren. Ihrer Meinung nach dürfen die Auswirkungen auf die Kosten des integrierten Unternehmens nicht außer acht gelassen werden.¹² In der Tat ist zu vermuten, daß Unternehmen bei einem Zusammenschluß danach streben, Rationalisierungsmaßnahmen durchzuführen und Synergieeffekte auszunutzen. Ob dies den Unternehmen immer gelingt, ist eine andere Frage. So können sich bei Zusammenschlüssen eine Reihe von Schwierigkeiten ergeben, die der Realisierung von Größen- und Verbundvorteilen im Wege stehen. Eine Erklärung für mögliche Nachteile der Unternehmensexpansion liefern Milgrom, Roberts (1990). Sie stellen fest, daß mit steigender Unternehmensgröße die Machtposition des Top-Management wächst. Dies führe dazu, daß die Mitarbeiter mehr Zeit und Kosten aufwenden, um das Top-Management zu beeinflussen.¹³

10 Beim Cournot-Wettbewerb erwarten die Unternehmen, daß die Konkurrenten auf eigene Veränderungen der Angebotsmenge nicht reagieren.

11 Zu einem anderen Ergebnis kommen Deneckere, Davidson (1985). Sie weisen für den Fall des Bertrand-Wettbewerbs mit heterogenen Gütern nach, daß Unternehmen immer von einem Zusammenschluß profitieren können, indem sie ihre Marktmacht ausweiten. Beim Bertrand-Wettbewerb erwarten die Unternehmen, daß die Konkurrenten auf eigene Preisänderungen nicht reagieren.

12 Durch die Einbeziehung möglicher Kosteneinsparungen steigt die Attraktivität von Zusammenschlüssen.

13 Vgl. hierzu auch Richter, Furubotn (1996), S. 351 ff.

Zweifel bestehen auch hinsichtlich der gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen von Zusammenschlüssen. Ein höherer Konzentrationsgrad muß keineswegs mit Wohlfahrtseinbußen verbunden sein. Beim externen (wie auch beim überdurchschnittlichen internen) Unternehmenswachstum sind den drohenden Nachteilen größerer Marktmacht die möglichen Vorteile höherer Konzentration in Form von Kosteneinsparungen gegenüberzustellen. Williamson (1968) zeigt im Rahmen einer statischen Partialanalyse, daß bei einem Zusammenschluß zweier oder mehrerer Unternehmen zu einem Monopol verhältnismäßig geringfügige Kostensenkungen ausreichen, um - selbst bei einer erheblichen Zunahme an Marktmacht - gesamtwirtschaftliche Wohlfahrtsgewinne zu erzielen. Farrell, Shapiro (1990) betrachten den Fall, daß nicht sämtliche Unternehmen einer Industrie fusionieren. Positive Wohlfahrtswirkungen sind demnach dann zu erwarten, wenn sich Unternehmen mit geringen Marktanteilen zusammenschließen.

Ebenso wie Unternehmenszusammenschlüsse können auch Vereinbarungen zwischen rechtlich selbständig bleibenden Unternehmen auf horizontaler Ebene sowohl darauf gerichtet sein, größere Marktmacht zu Lasten unbeteiligter Unternehmen oder Konsumenten auszuüben, als auch auf eine Leistungssteigerung der beteiligten Unternehmen abzielen. Die Koordination ökonomischer Aktivitäten kann dabei zahlreiche Formen annehmen, die von stillschweigenden Vereinbarungen über formelle Kartellabsprachen bis hin zur engen Zusammenarbeit zwischen Unternehmen (z.B. Bildung von Gemeinschaftsunternehmen oder strategischen Allianzen) reichen. Wesentliches Merkmal ist, daß die beteiligten Unternehmen ihren Handlungsspielraum freiwillig einengen. Dadurch wird zwar der Wettbewerb nach innen beschränkt, der Wettbewerb nach außen, d.h. zwischen den beteiligten Unternehmen und den Außenseitern, muß jedoch nicht beeinträchtigt werden.¹⁴

Über die wettbewerbspolitische Beurteilung eines harten Kerns kollektiver Verhaltensweisen wie Preis-, Mengen- oder Marktabsprachen herrscht unter den Ökonomen dennoch Einigkeit in dem Sinne, daß solche Vereinbarungen in der Regel weniger eine Kosteneinsparung versprechen als vielmehr den Wettbewerb zu Lasten der Nachfrager reduzieren bzw. ausschalten und so zu unerwünschten Marktergebnissen führen. Unternehmenskooperationen, z.B. bei Forschung und Entwicklung, werden im allgemeinen weniger argwöhnisch betrachtet, auch sie sind jedoch nicht völlig unproblematisch. So beinhaltet die Vermeidung von Doppelforschung nicht nur eine Ressourcenersparnis, sondern möglicherweise auch eine Verringerung des Innovationswettbewerbs. Zudem

14 Spricht man allgemein von Wettbewerb, so meint man gewöhnlich den Wettbewerb nach außen.

können F&E-Kooperationen zwischen etablierten Anbietern die Markteintrittsbarrieren für potentielle Konkurrenten erhöhen. Auch darf nicht übersehen werden, daß Kooperationen u.U. kollusives Verhalten (z.B. Preisabsprachen) der beteiligten Unternehmen begünstigen.

Zu befürchten ist außerdem, daß Unternehmen ihre Marktmacht dazu mißbrauchen, andere Unternehmen in unangemessener Weise zu behindern. Auf horizontaler Ebene sind hier vor allem Verhaltensweisen wie eintrittshemmende Niedrigpreise gegen potentielle Konkurrenten oder Kampfpreisunterbietungen gegen aktuelle Konkurrenten zu nennen. Solche aggressiven Praktiken lohnen sich für ein Unternehmen dann, wenn es gelingt, die zunächst auftretenden Verluste durch spätere Gewinne mehr als wettzumachen. Natürlich handelt es sich dabei um ein sehr riskantes Vorgehen, bei dem das angreifende Unternehmen auch seine Wettbewerbsfähigkeit einbüßen könnte. Selten (1978) weist sogar überzeugend nach, daß "räuberisches Preisverhalten" eine vollkommen irrationale Strategie darstellt, wenn die Unternehmen einen endlichen Planungshorizont besitzen und jederzeit vollständig über die Aktionen ihrer Konkurrenten informiert sind.¹⁵

Hebt man die Annahme vollständiger Information auf, kann räuberisches Preisverhalten hingegen sehr wohl eine rationale Unternehmensstrategie darstellen. Die Arbeiten von Milgrom, Roberts (1982) sowie Kreps, Wilson (1982) zeigen, daß es sich für Unternehmen durchaus lohnen kann, durch Niedrigpreise in einem Markt (in der Gegenwart) den Ruf eines aggressiven Wettbewerbers aufzubauen, um so in anderen Märkten (in der Zukunft) höhere Preise durchzusetzen. Dieses Vorgehen dürfte in erster Linie dann erfolgsversprechend sein, wenn die Verdrängungsstrategien mit Gewinnen aus anderen (monopolisierten) Märkten finanziert werden.¹⁶ Gelingt es einem Unternehmen, seine Konkurrenten durch eine aggressive Preispolitik vom Markt zu verdrängen, und ist es anschließend in der Lage, auf Dauer höhere Gewinne zu erzielen, ohne daß neue Wettbewerber angelockt werden, drohen nachteilige gesamtwirtschaftliche Folgen. Ein genereller Ver-

15 Als Beispiel wählt Selten eine Handelskette, die an mehreren Orten eine Monopolstellung besitzt. An jedem Ort existiert ein potentieller Konkurrent. Nacheinander versuchen diese Unternehmen in den jeweiligen lokalen Markt einzudringen. Es ist einleuchtend, daß ein Preiskampf für die Handelskette in der letzten Periode nicht sinnvoll sein kann, weil bei friedfertigem Verhalten (größere) Gewinne anfallen. In der vorletzten Periode würde eine aggressive Preispolitik nur lohnen, wenn sich dadurch der Markteintritt in der Endperiode verhindern ließe. Da die Marktteilnehmer bei vollständiger Information aber wissen, daß in der letzten Periode kein Preiskampf stattfindet, wird sich die Handelskette auch in der vorletzten Periode friedlich verhalten. Diese Argumentation läßt sich bis zur ersten Periode fortschreiben. Vgl. hierzu Selten (1978, S. 127).

16 Ansonsten handelt es sich beim räuberischen Preisverhalten um ein reines Informationsproblem.

zucht auf wettbewerbspolitische Gegenmaßnahmen muß insofern nicht die beste Lösung darstellen.

Schließen sich Unternehmen aufeinanderfolgender Wirtschaftsstufen zusammen und stehen diese Unternehmen in einem Käufer-Verkäufer-Verhältnis, spricht man von vertikaler Unternehmensintegration.¹⁷ Normalerweise ist es für Unternehmen günstiger, nicht sämtliche Aktivitäten selbst durchzuführen, sondern zum Teil anderen Unternehmen zu überlassen. Die Wahl zwischen den Alternativen "Markt" und "Hierarchie" wird letztendlich von der Höhe der Transaktionskosten (bei Abwicklung über den Markt) und der Höhe der Organisationskosten (bei hierarchischer Abwicklung innerhalb eines Unternehmens) bestimmt. Durch vertikale Bindungen können rechtlich selbständig bleibende Unternehmen Einfluß auf das Verhalten der Geschäftspartner nehmen, die Entscheidungen aufeinander abstimmen und so ein Ergebnis erreichen, das weitgehend dem bei vertikaler Integration entspricht. Die gleichen Argumente, die zur Erklärung vertikaler Zusammenschlüsse in der Literatur zu finden sind, lassen sich deshalb auch zur Begründung vertikaler Bindungen heranziehen.

Bei den vertikalen Bindungen wird zwischen Inhalts- und Abschlußbindungen unterschieden.¹⁸ Zu den Inhaltsbindungen zählen u.a. Preis- und Konditionenbindungen, Vorschriften über die Anwendung bestimmter Kalkulationsmethoden oder sog. Meistbegünstigungsklauseln, die es dem Vertragspartner untersagen, anderen Marktteilnehmern günstigere Bedingungen zu gewähren als dem Festleger solcher Klauseln. Zu den Abschlußbindungen zählen insbesondere Ausschließlichkeitsbindungen, Vertriebsbeschränkungen, Verwendungsbeschränkungen und Koppelungsverträge. Vertikale Bindungen engen den Handlungsspielraum vor- oder nachgelagerter Unternehmen ein, wobei sie Gegenstand von Verhandlungen sein und somit freiwillig erfolgen können. Müssen die gebundenen Unternehmen die Einschränkung ihrer Handlungsfreiheit dagegen unfreiwillig hinnehmen, spricht man auch von vertikalen Behinderungen.

Die ökonomischen Auswirkungen vertikaler Bindungen lassen sich am Beispiel der Geschäftsbeziehungen zwischen Herstellern und Händlern veranschaulichen. Hersteller vertreiben ihre Produkte selten selbst, sondern beauftragen damit häufig eigenständige Händler. Um die Interdependenz zwischen den Entscheidungen vor- und nachgelagerter

17 Von vertikaler Integration spricht man auch dann, wenn Unternehmen ihre Geschäftstätigkeit auf vor- oder nachgelagerte Produktions- bzw. Handelsstufen ausdehnen.

18 Das GWB verwendet an Stelle von Abschlußbindungen den Begriff Ausschließlichkeitsbindungen. Vgl. hierzu Herdzina (1993).

Unternehmen besonders deutlich zu machen, empfiehlt es sich, die Existenz von Konkurrenten auf der jeweiligen horizontalen Ebene zunächst auszuschließen. Wir gehen also von dem einfachen - wenn auch unrealistischen - Fall aus, daß ein Hersteller, der eine Monopolstellung besitzt, sein Produkt über einen Händler vertreibt, der ebenfalls eine Monopolstellung besitzt. Dabei sei angenommen, daß der Händler den Abgabepreis des Herstellers als gegeben hinnimmt. Stimmen Hersteller und Händler ihre Preisentscheidungen nicht aufeinander ab, sind sowohl Gewinneinbußen der Unternehmen als auch gesamtwirtschaftliche Effizienzverluste zu erwarten.¹⁹

Ein Hersteller, der Marktmacht gegenüber einem Händler besitzt, wird einen Abgabepreis wählen, der über seinen Grenzkosten liegt. Besitzt der Händler Marktmacht gegenüber den Konsumenten, wird er einen Endpreis fordern, der über dem Abgabepreis des Herstellers liegt und somit von dessen Grenzkosten noch weiter entfernt ist. Dadurch sinkt die Absatzmenge und bei gegebenem Abgabepreis auch der Gewinn des Herstellers, so daß es im Interesse des Herstellers liegt, ein Wohlverhalten des Händlers - etwa die Einhaltung einer Preisbindung - durch einen geringeren Abgabepreis zu belohnen. Da durch die Vermeidung doppelter Preisaufschläge eine größere Produktmenge zu einem geringeren (End-)Preis angeboten wird, nützt ein gemeinsames Vorgehen von Herstellern und Händlern in diesem Fall auch den Konsumenten.

Wird das Produkt eines Herstellers über mehrere Händler vertrieben, können vertikale Bindungen darauf abzielen, Trittbrettfahrerverhalten auf der Handelsstufe auszuschalten. Die Gefahr des Trittbrettfahrerverhaltens ist dann gegeben, wenn einzelne Händler von den absatzfördernden Aktivitäten anderer Händler profitieren, ohne dafür eine Gegenleistung erbringen zu müssen. Zu denken ist etwa an die Durchführung von Werbekampagnen, an die Bereitstellung von Ausstellungsräumen oder an die Schulung von Verkaufspersonal. Bei Vorliegen positiver Externalitäten werden einzelne Händler wenig geneigt sein, die Kosten entsprechender Aktivitäten allein zu tragen. Auch aus der Sicht des Herstellers wird die Absatzförderung auf der Handelsstufe zu gering ausfallen. Für beide Seiten kann es folglich sinnvoll sein, durch vertikale Bindungen - z.B. regionale Vertriebsbeschränkungen in Verbindung mit Preisbindungen - auf der Händlerebene Anreize für die Bereitstellung positiver Externalitäten zu schaffen. Dabei besteht durchaus die

19 Der Ausschluß von Wettbewerb auf horizontaler Ebene erlaubt eine gedankliche Trennung von vertikalen und horizontalen Unternehmensbeziehungen. Die isolierte Betrachtung vertikaler Beziehungen ist ähnlich "realitätsfern" wie die isolierte Betrachtung horizontaler Beziehungen, bei denen angenommen wird, daß die Hersteller ihre Produkte selbst vertreiben.

Möglichkeit, daß auch die Konsumenten von den Unternehmensvereinbarungen profitieren.

In ähnlicher Weise lassen sich im Prinzip auch Ausschließlichkeitsbindungen rechtfertigen, die etwa Händlern vorschreiben, nur Produkte eines Herstellers zu vertreiben. Sie können bezwecken, Trittbrettfahrerverhalten auf der Herstellerebene auszuschalten. So wird ein Hersteller nur dann bereit sein, absatzfördernde Dienstleistungen zu erbringen, die z.B. dazu führen, daß Konsumenten sich für ein Produkt interessieren und/oder ein bestimmtes Geschäft aufsuchen, wenn er davon entsprechend profitiert. Greifen die Konsumenten auf eine andere Marke zurück (die zu einem niedrigeren Preis angeboten wird und/oder eine höhere Händlermarge aufweist, weil der konkurrierende Hersteller keine verkaufsfördernden Aktivitäten unternimmt), schwindet dieser Anreiz. Ausschließlichkeitsbindungen lassen sich dann als ein Mittel ansehen, das dem Hersteller ein Eigentumsrecht an seinen absatzfördernden Aktivitäten einräumt (Marvel 1982).

Verwendungsbeschränkungen, die den Käufer oder Mieter von Investitionsgütern dazu verpflichten, beim Betrieb der Geräte nur vom Verkäufer oder Vermieter selbst angebotene Zusatzgeräte und Materialien zu verwenden, können ebenfalls sowohl aus einzel- als auch gesamtwirtschaftlicher Sicht sinnvoll sein. So besteht die Gefahr, daß die Funktionsfähigkeit eines Produktes durch den Einbau von inkompatiblen oder fehlerhaften Ersatzteilen beeinträchtigt wird. Der Konsument zweifelt dann möglicherweise an der Qualität des Produktes, wodurch das Markenimage des Herstellers in Gefahr gerät. Insofern können Hersteller ein berechtigtes Interesse haben, daß in die Produkte, die ihren Namen tragen, nur solche Einzelteile eingebaut werden, welche durch ihre eigene Qualitätskontrolle gegangen sind.

Die Beispiele zeigen, daß vertikale Bindungen zwischen vor- und nachgelagerten Unternehmen durchaus allokativen Ineffizienzen verringern und die gesamtwirtschaftliche Wohlfahrt steigern können. Tirole (1988) weist demgegenüber darauf hin, daß insbesondere Ausschließlichkeitsbindungen auch den Verzicht auf die Realisierung möglicher Größenvorteile bedeuten können. So ist zu erwarten, daß die Auslastung der Händler zunimmt und sich die Suchkosten der Konsumenten verringern, wenn Händler gleichzeitig die Produkte mehrerer Hersteller vertreiben. Zudem besteht die Gefahr, daß vertikale Bindungen von den Unternehmen dazu benutzt werden, ihre Marktmacht zu vergrößern. So können Ausschließlichkeitsbindungen, die den Händlern vorschreiben, nur Produkte eines Herstellers zu vertreiben, ein selektives Distributionssystem schaffen, das konkurrierenden Herstellern den Vertrieb ihrer Produkte erschwert und zudem die Marktein-

trittskosten potentieller Konkurrenten erhöht. Durch Verwendungsbeschränkungen oder ähnliche Praktiken sichern sich die bindenden Unternehmen den Markt der notwendigen Komplementärgüter und blockieren dort ebenfalls aktuelle und potentielle Konkurrenten.²⁰

Insgesamt sind vertikale Bindungen (und Zusammenschlüsse) ähnlich ambivalent zu beurteilen wie horizontale Unternehmensvereinbarungen (und Zusammenschlüsse). Sie können einerseits eine Antwort der Unternehmen auf Marktunvollkommenheiten darstellen, eine Steigerung der technischen und allokativen Effizienz beinhalten und infolgedessen mit positiven gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen verbunden sein. Andererseits können sie zur Ausweitung von Marktmacht führen, indem sie aktuelle Konkurrenten vom Markt verdrängen, Marktzutrittsschranken für potentielle Konkurrenten erhöhen und so die Durchsetzung von Kartellvereinbarungen erleichtern. Eine eindeutige Beantwortung der Frage, ob bestimmte wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen negativ zu beurteilen sind, ist daher pauschal kaum möglich und auch im Einzelfall vermutlich problematisch.

3. Wettbewerbswirkungen der Handelsliberalisierung

Üblicherweise wird angenommen, daß der internationale Handel den Wettbewerb intensiviert und so die Wohlfahrt in allen beteiligten Ländern erhöht. Durch die Liberalisierung des Handels verbessern sich demzufolge die Exportmöglichkeiten der Unternehmen. Dies erlaubt den Unternehmen, im Binnenhandel noch nicht genutzte Größenvorteile weiter auszuschöpfen, d.h. die technische Effizienz steigt. Zudem verringert sich die Konzentration auf den Inlandsmärkten und die Marktmacht der Unternehmen, so daß weltweit die Preise fallen, Gewinnmargen schrumpfen und allokativen Ineffizienzen vermindert werden. Auch aus dynamischer Sicht ist mit positiven Wirkungen zu rechnen, falls der zunehmende Konkurrenzdruck die Unternehmen dazu anhält, Kosten zu senken, Innovationen zu tätigen oder sich an veränderte ökonomische Rahmenbedingungen anzupassen. Im Idealfall wirken somit alle Kräfte in die gleiche (positive) Richtung.

Die Unternehmen könnten ihre Anstrengungen jedoch auch darauf richten, dem zunehmenden Konkurrenzdruck durch Wettbewerbsbeschränkungen zu entgehen und ihre

20 Mit der Errichtung von Marktzugangsbarrieren durch die Unternehmen steigen gleichzeitig die Erfolgsaussichten von Kartellen. Darüber hinaus können vertikale Bindungen, insbesondere Preisbindungen, dazu geeignet sein, kollusives Verhalten abzusichern, indem sie die Möglichkeiten der Unternehmen einschränken, Preisabsprachen unbemerkt zu unterlaufen Vgl. u.a. Telser (1960).

Marktmacht - allein oder im Verbund mit anderen Unternehmen - zu erhalten bzw. auszuweiten. So schließt der Abbau staatlicher Handelsschranken keineswegs aus, daß Importe durch horizontale oder vertikale Behinderungspraktiken heimischer Unternehmen zurückgedrängt werden. Ebenso wenig stellt die Öffnung nationaler und regionaler Binnenmärkte sicher, daß die Exporteure ihre verbesserten Marktzugangsmöglichkeiten auch tatsächlich nutzen. Statt dessen könnten sie ihre Exporte freiwillig begrenzen. Darüber hinaus könnten sich in- und ausländische Unternehmen darauf verständigen, die Weltmärkte durch Gebietsabsprachen zu segmentieren. Nicht zuletzt besteht die Möglichkeit, daß Unternehmen versuchen, ihre Konkurrenten auf den Exportmärkten durch Dumpingstrategien oder andere restriktive Praktiken zu verdrängen.

Es stellt sich die Frage, welchen Einfluß der Abbau staatlicher Handelsschranken auf das Wettbewerbsverhalten der Unternehmen hat. Zu berücksichtigen ist dabei, daß Regierungen grundsätzlich andere Ziele verfolgen als Unternehmen. Ungeachtet der vorherrschenden Meinung, daß Politiker vor allem darum bemüht sind, wiedergewählt zu werden, und weniger danach streben, die nationale Wohlfahrt zu maximieren, besteht Grund zu der Annahme, daß sich Regierungen bei ihren Entscheidungen eher von gesamtwirtschaftlichen Interessen leiten lassen als Unternehmen, bei denen einzelwirtschaftliche Interessen dominieren. Insofern ist davon auszugehen, daß der Anreiz, den internationalen Handel zu beschränken, bei Unternehmen im allgemeinen stärker ausgeprägt ist als bei Regierungen. Demgegenüber dürfte es den Staaten leichter fallen, handelsbeschränkende Maßnahmen auch durchzusetzen. Deshalb ist staatlichen Handelsbeschränkungen größere Bedeutung als privaten Wettbewerbsbeschränkungen beizumessen.

Im Gegensatz zu den staatlichen Instanzen besitzen die Unternehmen eines Landes ein Interesse daran, den Markteintritt potentieller Konkurrenten nach Möglichkeit zu verhindern. Aus diesem Grund könnten etablierte Produzenten etwa versuchen, die heimischen Distributionskanäle mit Hilfe vertikaler Bindungen zu kontrollieren. Solche Unternehmenspraktiken, die potentiellen inländischen Konkurrenten den Markteintritt erschweren und gleichzeitig Marktzugangsbarrieren für ausländische Anbieter beinhalten, werden nicht erst durch den Abbau staatlicher Handelsschranken angeregt, da es für die etablierten Produzenten letztendlich unerheblich ist, ob ihre Konkurrenten aus dem In- oder Ausland kommen. Sie gewinnen mit dem Abbau staatlicher Importbeschränkungen jedoch an Gewicht und könnten die Vorteile der Handelsliberalisierung gefährden.

Sind die Produzenten eines Landes in der Lage, den heimischen Markt durch vertikale Bindungen weitgehend abzuschotten, führt der Abbau staatlicher Handelsschranken nicht zu den erwarteten Wohlfahrtsgewinnen. Allerdings kann das Importland - durch die von

privater Seite errichteten Marktzugangsbarrieren - u.U. höhere Wohlfahrtsgewinne auf Kosten des Auslandes erzielen. Während nämlich der Abbau staatlicher Handelsschranken den ausländischen Konkurrenten kaum Exporterleichterungen bringt, vergrößern sich durch den verbesserten Zugang zu den Auslandsmärkten die Absatzchancen der inländischen Hersteller. Bei sinkenden Durchschnittskosten können einseitige Marktzugangsbarrieren zusätzliche Wettbewerbsvorteile im Export schaffen und zur Umlenkung von Renten in Richtung Inland führen, indem die geschützten Unternehmen ihre Marktmacht auf das Ausland ausweiten.²¹

Während Hersteller kein Interesse daran haben, daß Produkte ihrer Konkurrenten auf dem Heimatmarkt vertrieben werden, ergibt sich aus Sicht der Importeure ein anderes Bild.²² Ist es Importeuren möglich, Marktmacht gegenüber ausländischen Exporteuren zu entfalten, werden sie ihre Nachfrage reduzieren, um die Güter zu einem niedrigeren Preis importieren zu können. Dadurch werden zum einen dem Ausland Renten entzogen, die den inländischen Importeuren und importkonkurrierenden Herstellern zufallen, zum anderen steigt durch den Angebotsrückgang der Marktpreis im Inland, so daß die inländische Konsumentenrente sinkt. Zu dem gleichen Ergebnis führen gewöhnlich auch Importzölle, so daß zu erwarten ist, daß die Gewinnaussichten der Importeure mit steigenden Zolleinnahmen des Staates schrumpfen. Entsprechend erhöht der Abbau von Importzöllen den Anreiz für die Importeure, sich zu einem Kartell zusammenzuschließen. Natürlich haben Importkartelle nur dann Aussicht auf Erfolg, wenn den ausländischen Exporteuren keine alternativen Vertriebswege offenstehen.

Umgekehrt besteht die Möglichkeit, daß sich die Produzenten eines Landes zu einem (nationalen) Exportkartell zusammenschließen und dadurch Marktmacht gegenüber den Importeuren erlangen. Die Beseitigung von Importzöllen vergrößert - bei normalem Verlauf der Nachfragekurve - den Preissetzungsspielraum der Unternehmen und somit den Anreiz zur Bildung von Exportkartellen. Da der Preis, den die Exporteure erzielen, von ihrer Ausfuhrmenge abhängt, werden sie bestrebt sein, ihr Angebot zu reduzieren, um durch höhere Exportpreise ihre Gewinne zu steigern. Ob die Exporteure wirklich von einer Beschränkung ihrer Ausfuhrmenge profitieren, ist allerdings fraglich. So könnten konkurrierende Hersteller in den Importländern durch die Exportbeschränkungen in die Lage versetzt werden, ihre Produktion auszuweiten und höhere Gewinne zu erzielen.

21 Das Argument von der exportsteigernden Wirkung nationaler Importbeschränkungen geht zurück auf Krugman (1984).

22 Die Unterscheidung zwischen Herstellern und Importeuren schließt natürlich nicht aus, daß Hersteller auch als Importeure fungieren können.

Zudem wird die Durchsetzung der Exportkartelle dadurch erschwert, daß es den Importeuren durch den Zollabbau in aller Regel leichter fällt, die Kartellabsprachen durch Direktimporte zu unterlaufen.

Die mögliche Umgehung der Exportbeschränkungen durch Direktimporte spricht dafür, daß nationale Exportkartelle durch die Liberalisierung des Handels eher an Bedeutung verlieren. Gelingt es allerdings den Exporteuren, durch eine Beschränkung der Angebotsmenge einen höheren Preis zu erzielen, sind die Wohlfahrtswirkungen im Importland negativ. Wohlfahrtsgewinne sind für das Importland aber insofern nicht auszuschließen, als Exportkartelle auch mit Kosteneinsparungen verbunden sein können. Aus Sicht des Exportlandes können Exportkartelle ebenfalls sowohl von Vorteil als auch von Nachteil sein. Zum einen besteht die Möglichkeit, durch die Kartellabsprachen Monopolgewinne zu erzielen. Zum anderen ist zu befürchten, daß die Wettbewerbsbeschränkungen auf die Inlandsmärkte übergreifen und die Konsumenten dabei mehr verlieren als die Produzenten gewinnen.

Stehen sich Export- und Importkartelle gegenüber, lassen sich ebenfalls keine eindeutigen Aussagen über die nationalen Wohlfahrtswirkungen machen. Naheliegend ist aber, daß beide Seiten miteinander in Verhandlungen treten, um zu einer Einigung über Preise und Mengen zu gelangen. Die allokativen Ineffizienzen, die zu Lasten der Konsumenten im Importland gehen, werden dadurch jedoch nicht beseitigt, da sowohl Importeure als auch Exporteure ein Interesse daran haben, die Nachfrage bzw. das Angebot zu reduzieren. Ob es aufgrund der Kartellbildung im Importland zu Wohlfahrtsgewinnen kommt, hängt davon ab, inwieweit es den Importeuren gelingt, Monopolgewinne der Exporteure abzuschöpfen. Teilen sich beispielsweise Exporteure und Importeure die Monopolgewinne, werden die Wohlfahrtsverluste im Importland und die Wohlfahrtsgewinne im Exportland geringer ausfallen.

Monopolgewinne werden den exportierenden Unternehmen eines Landes allerdings nur dann zufallen, wenn sie keine ernsthaften Konkurrenten aus anderen Ländern zu fürchten haben. Für die Produzenten dürfte sich durch die Liberalisierung des Handels deshalb in erster Linie der Anreiz verstärken, *internationale* Kartelle zu bilden und Preis-, Mengen- oder Marktabsprachen zu treffen.²³ Dies bedeutet zwar den Verzicht auf die Ausnutzung möglicher Größenvorteile, sichert den Unternehmen im Erfolgsfall jedoch größere Marktmacht und somit höhere Gewinne. Während die Hersteller von grenzüberschrei-

23 Mögliche Kosteneinsparungen aufgrund der Handelsliberalisierung nützen den Unternehmen nämlich wenig, wenn sie gleichzeitig an Marktmacht einbüßen.

tenden Vereinbarungen profitieren, entstehen den Konsumenten dadurch Nachteile. Für die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen in den einzelnen Ländern ist somit entscheidend, wie sich die Konsumenten- und Produzenteninteressen verteilen.

Um die möglichen nationalen Wohlfahrtseffekte aufzuzeigen, ist es sinnvoll, von der (hypothetischen) Situation auszugehen, daß ein inländisches und ein ausländisches Unternehmen unter gleichen Kostenbedingungen ein identisches Gut herstellen, welches ausschließlich in ein Drittland exportiert wird. Durch Preis- oder Mengenabsprachen zwischen den beiden Anbietern entstehen dem Drittland dann eindeutig Wohlfahrtseinbußen. Im In- und Ausland ergeben sich hingegen auf Kosten des Drittlandes Wohlfahrtsgewinne infolge der höheren Produzentenrente. Nimmt man hingegen an, daß das betreffende Gut in allen Ländern nachgefragt wird, kann die Wohlfahrt im In- und Ausland infolge der Unternehmensabsprachen auch sinken, da dem Zuwachs an Produzentenrente dann ein Rückgang der Konsumentenrente gegenübersteht.

Die Stabilität von nationalen und internationalen Kartellen wird wesentlich von den Marktgegebenheiten beeinflußt. Setzt sich eine Industrie aus zahlreichen Unternehmen zusammen, kann es bei großen Kostenunterschieden zwischen den Unternehmen schwierig sein, Vereinbarungen zu treffen, von denen alle Kartellmitglieder profitieren. Aber selbst wenn dies möglich ist, bleibt immer noch das Problem, die Absprachen auch tatsächlich durchzusetzen. Durch den Abbau von Einfuhrzöllen erhöht sich nicht nur die Attraktivität von Kartellen, sondern es wächst für einzelne Unternehmen auch der Anreiz, die Außenseiterposition einzunehmen bzw. formelle Kartellabsprachen oder stillschweigende Vereinbarungen zu unterlaufen. Mit steigender Anbieterzahl und zunehmender Produktdifferenzierung sinkt zudem die Markttransparenz, so daß sich die Wahrscheinlichkeit erhöht, daß ein Ausscheren aus einem Kartell unentdeckt bleibt.²⁴ Erfolgsaussichten dürften Kartelle in erster Linie dort haben, wo wenige Unternehmen mit verhältnismäßig einheitlicher Technologie weitgehend homogene Produkte herstellen.

Mengenmäßigen Handelsbeschränkungen werden ähnliche Auswirkungen wie Importzöllen nachgesagt. Allerdings fallen die aus der künstlichen Verknappung des Angebotes entstehenden Renten - anders als bei Importzöllen - nicht zwangsläufig an den Staat.²⁵

24 Der Einfluß von Wechselkursschwankungen auf die Nachfrage kann dabei die Stabilität von grenzüberschreitenden Kartellvereinbarungen zusätzlich beeinträchtigen.

25 Auch eine Versteigerung der Einfuhrlizenzen stellt bei oligopolistischen Angebotsstrukturen nicht sicher, daß die aus der künstlichen Verknappung des Angebotes resultierenden Renten vollständig im Inland verbleiben. Inwieweit diese Renten vom Inland abgeschöpft werden können, ist Gegen-

Verzichtet der Staat auf die Abschöpfung der sogenannten Quotenrenten, fließen sie den inländischen Importeuren (und Produzenten) oder den ausländischen Exporteuren zu, wobei die Verteilung der Quotenrenten im wesentlichen von der relativen Marktmacht der beteiligten Unternehmen abhängt. Insofern können die Unternehmen im Falle von staatlichen Mengenbeschränkungen ohnehin ein Interesse daran haben, ihre Marktmacht durch Kartellierung zu verstärken, d.h. Anreize zur Bildung von Import- oder Exportkartellen entstehen nicht erst durch die Beseitigung staatlicher Mengenbeschränkungen. Unsicher ist, wie sich die Erfolgsaussichten von Kartellen ändern, wenn Mengenbeschränkungen abgebaut werden.

Die Liberalisierung des Handels beeinflusst auch die Attraktivität von *Dumpingstrategien*. Vom Dumping ist im internationalen Handel die Rede, wenn Produkte zu einem Preis unterhalb ihres Normalwertes exportiert werden. Dabei wird gewöhnlich zwischen Preisdumping und Kostendumping unterschieden. Beim Preisdumping handelt es sich um eine Form internationaler Preisdiskriminierung, bei der ein Gut im Ausland zu einem niedrigeren Ab-Werk-Preis als im Inland verkauft wird. Der Normalwert entspricht in diesem Fall dem Produzentenpreis (und nicht dem Konsumentenpreis) im Ursprungsland. Kostendumping liegt vor, wenn der Exportpreis eines Gutes die Durchschnitts- oder Grenzkosten unterschreitet. Beide Dumpingkriterien sind durchaus miteinander vereinbar, so daß Kostendumping und internationale Preisdiskriminierung gleichzeitig auftreten können.

Notwendige Voraussetzung für Preisdumping sind segmentierte Märkte, d.h. die Unternehmen müssen verhindern können, daß für den Export bestimmte Produkte zum gleichen Produzentenpreis auf ihrem Heimatmarkt vertrieben werden. Damit internationale Preisdiskriminierung für die Unternehmen auch lohnend ist, muß außerdem auf den Märkten unvollkommene Konkurrenz herrschen. Ausgehend von segmentierten Märkten und unvollkommener Konkurrenz zeigen zahlreiche Arbeiten, daß Preisdumping aus Sicht der Unternehmen eine sinnvolle Strategie darstellen kann, wenn beispielsweise die Nachfragebedingungen im In- und Ausland voneinander abweichen oder beim Export Handelskosten anfallen.²⁶ Da zu den Handelskosten auch Importzölle zählen, besteht die Möglichkeit, daß der Abbau staatlicher Handelsschranken die Anreize der Unternehmen verringert, internationale Preisdiskriminierung zu betreiben.

stand einer Reihe von Arbeiten. Erwähnenswert sind insbesondere die Darstellungen von Helpman, Krugman (1989, S. 69 ff.) und Krishna (1993).

26 Vgl. z.B. Caves, Jones (1973), Brander, Krugman (1983) und Weinstein (1992).

Auch beim Kostendumping kann es sich um eine rationale Unternehmensstrategie handeln, die nicht notwendigerweise darauf abzielt, Märkte zu monopolisieren, sondern möglicherweise dazu dient, Anpassungskosten bei Nachfrageschwankungen zu vermeiden.²⁷ “Räuberisches” Dumping, bei dem die Unternehmen ihre Konkurrenten durch Niedrigpreise vom Markt verdrängen wollen, um anschließend ihre marktbeherrschende Stellung zu Preiserhöhungen zu mißbrauchen, könnte durch die Liberalisierung des Handels an Bedeutung gewinnen. Der Abbau staatlicher Handelsschranken vergrößert den Verhaltensspielraum von Unternehmen, erhöht deren Gewinnaussichten auf den Exportmärkten und verstärkt somit den Anreiz, Marktmacht auf den Exportmärkten zu erlangen bzw. auszuweiten. Dem steht gegenüber, daß “räuberische” Dumpingstrategien bei offenen Märkten mit einem weitaus höheren Unternehmensrisiko behaftet sind als bei abgeschotteten Märkten.²⁸

Dumpingeinfuhren müssen dem Importland keinen Schaden zufügen, denn von einer Intensivierung des Preiswettbewerbs durch ausländische Billiganbieter profitieren die Nachfrager. Dies können sowohl Haushalte als auch nachgelagerte Produktionszweige sein. Richtig ist allerdings, daß heimische Produzenten, die mit den Einfuhren konkurrieren, in der Regel Gewinneinbußen hinnehmen müssen und insofern geschädigt werden.²⁹ Ob sich insgesamt Wohlfahrtsgewinne ergeben, wenn Unternehmen Preis- oder Kostendumping betreiben, ist nicht sicher. So kann die Intensivierung des Wettbewerbs durch Preisdumping mit einer Verschwendung von Ressourcen einhergehen, wenn beim Export Transportkosten anfallen. Beim Kostendumping sind Wohlfahrtseinbußen vor allem dann nicht auszuschließen, wenn Dumpingstrategien die Marktmacht leistungsschwacher Unternehmen fördern oder verfestigen.

Insgesamt ist festzuhalten, daß der Abbau staatlicher Handelsschranken die Durchsetzung privater Wettbewerbsbeschränkungen in vielen Fällen erschwert. Gleichwohl können durch die Liberalisierung des Handels Wettbewerbsbeschränkungen begünstigt (und im Extremfall sogar erst lohnend) werden. Dies beinhaltet die Gefahr, daß multilaterale GATT-Vereinbarungen entwertet werden, denn hinsichtlich der ökonomischen Auswir-

27 Vgl. z.B. Ethier (1982), Davies, McGuinness (1982) und Bernhardt (1984).

28 Mit einer Zunahme “räuberischer” Dumpingpraktiken ist in erster Linie dann zu rechnen, wenn in einzelnen Ländern gravierende staatliche, strukturelle oder unternehmensstrategische Marktzugangsbarrieren existieren, welche die Möglichkeit eines Reimports der Waren behindern. Neven, Seabright (1997) zeigen, daß durch die Liberalisierung des Handels “räuberisches” Preisverhalten auch aus Sicht heimischer Unternehmen an Attraktivität gewinnen kann.

29 Eine Schädigung heimischer Produzenten ist jedoch auch dann zu erwarten, wenn überlegene ausländische Anbieter auf internationale Preisdiskriminierung verzichten und kostendeckende Preise fordern.

kungen ist es von untergeordneter Bedeutung, ob staatliche Importrestriktionen oder wettbewerbswidrige Unternehmenspraktiken die internationale Arbeitsteilung beeinträchtigen. Hieraus jedoch den Schluß zu ziehen, daß staatliche Handelsschranken beibehalten werden sollten, wäre verfehlt. Vielmehr stellt sich die Frage nach den wettbewerbsspolitischen Implikationen der Handelsliberalisierung und zunehmender Integration der Märkte.

4. Wettbewerbspolitische Implikationen

Der Abbau staatlicher Handelsschranken macht Wettbewerbspolitik sicherlich nicht überflüssig. Das Vordringen ausländischer Konkurrenten verringert zwar die Marktmacht heimischer Unternehmen auf den Inlandsmärkten, jedoch führt die Internationalisierung des Wettbewerbs allein nicht zwangsläufig zu optimalen Marktergebnissen. So könnten ausländische Unternehmen an die Stelle etablierter inländischer Anbieter treten und ihrerseits Marktmacht gewinnen. Setzen sich dabei Unternehmen mit geringerer technischer Effizienz durch, stellt dies aus wettbewerbspolitischer Sicht sogar eine Verschlechterung dar. Weitaus größer ist allerdings die Gefahr, daß in- und ausländische Unternehmen versuchen, dem erhöhten internationalen Konkurrenzdruck durch gemeinsame Absprachen oder die Errichtung von Marktzugangsbarrieren zu entgehen. Daher kann Wettbewerbspolitik weiterhin notwendig sein, um die Vorteile der Internationalisierung des Wettbewerbs zu sichern.

Eine nationale Wettbewerbspolitik, die den Wettbewerb auf den Inlandsmärkten betont, kann dabei in Konflikt mit industriepolitischen Interessen geraten. Gelten z.B. im Falle von Zusammenschlüssen im Inland strengere Maßstäbe als im Ausland, besteht die Gefahr, daß inländischen Unternehmen in geringerem Maße als ausländischen Unternehmen die Möglichkeit gestattet wird, Größen- und Verbundvorteile zu realisieren. Hieraus ist jedoch nicht zu schließen, daß zwischen Wettbewerb auf den Inlandsmärkten und der internationalen Wettbewerbsfähigkeit heimischer Unternehmen immer ein Widerspruch besteht. So können wettbewerbspolitische Maßnahmen, die kollusives Verhalten auf den Inlandsmärkten verhindern, die Unternehmen auch zu Leistungssteigerungen zwingen. Das gleiche gilt für Maßnahmen, die sich gegen eine Diskriminierung ausländischer Konkurrenten durch inländische Unternehmen richten.³⁰

30 Die Ansicht, daß eine restriktive nationale Wettbewerbspolitik die internationale Wettbewerbsfähigkeit heimischer Unternehmen in aller Regel verbessert, wird z.B. von Bliss (1996) vertreten.

Obwohl eine "restriktive" nationale Wettbewerbspolitik die internationale Wettbewerbsfähigkeit heimischer Unternehmen steigern kann, ist zu befürchten, daß mit fortschreitender Öffnung der Inlandsmärkte Beeinträchtigungen des Wettbewerbs durch heimische Unternehmen geringere Bedeutung beigemessen wird. Der Anreiz, eine Ausweitung der Marktmacht in Kauf zu nehmen und Wettbewerbsbeschränkungen weniger rigoros zu verfolgen, ist vor allem dann gegeben, wenn die negativen Folgen größerer Marktmacht weitgehend von ausländischen Konsumenten und Produzenten getragen werden. Aus dem gleichen Grund könnten nationale Wettbewerbsbehörden Praktiken tolerieren, welche die Wettbewerbsfähigkeit ausländischer Unternehmen schwächen und dadurch die Position heimischer Unternehmen stärken.

Dulden alle Länder Wettbewerbsbeschränkungen, welche die Allokation der Ressourcen verschlechtern, wird der Wohlstand weltweit sinken. Dennoch verspürt möglicherweise kein Land einen Anreiz, im Alleingang auf den Mißbrauch der Wettbewerbspolitik zu strategischen Zwecken zu verzichten. Zudem liegt es nahe, daß einzelne Länder einseitige Maßnahmen ergreifen, um gegen den Mißbrauch anderer Länder vorzugehen und die eigenen Vorstellungen von fairen Wettbewerbsbedingungen durchzusetzen. Auf Dauer erscheint eine befriedigende Lösung grenzüberschreitender Wettbewerbsprobleme deshalb nur im Rahmen internationaler Vereinbarungen möglich, die den Handel vor wettbewerbs- und handelspolitischem Mißbrauch schützen.

Streben alle Länder danach, die weltwirtschaftliche Allokation der Ressourcen zu verbessern, und besteht Einigkeit darüber, welche Unternehmenspraktiken diesem Ziel dienen, sind keine wettbewerbspolitischen Konflikte auf internationaler Ebene zu befürchten. Eine internationale Wettbewerbsordnung ist in diesem Fall nicht erforderlich. Um das Problem der mangelnden Reichweite nationaler Wettbewerbspolitik zu beheben, würden Rechtshilfeabkommen mit anderen Ländern ausreichen. Tatsächlich jedoch gehen die Meinungen oftmals auseinander, ob ein wettbewerbspolitisches Eingreifen im Einzelfall zu befürworten ist. Darüber hinaus bildet die weltwirtschaftliche Wohlfahrt nicht den Maßstab, an dem die Länder ihre Entscheidungen ausrichten.

Bei der Identifizierung von Wettbewerbsbeschränkungen, die aus weltwirtschaftlicher Sicht Wohlfahrtseinbußen implizieren und somit Handlungsbedarf begründen, sind vor allem deren Auswirkungen auf die technische Effizienz und die Marktmacht von Unternehmen zu prüfen. Unbedenklich sind Unternehmenspraktiken, die zu Kosteneinsparungen oder Qualitätsverbesserungen führen, aber die Marktmacht einzelner Unternehmen nicht erhöhen. Sie verstärken die Vorteile der Handelsliberalisierung und steigern die

Wohlfahrt in allen Ländern. Umgekehrt ist ein Marktverhalten, das die technische Effizienz der Unternehmen nicht verbessert, sondern nur deren Marktmacht verstärkt, mit einer Minderung der weltwirtschaftlichen Wohlfahrt verbunden. Solche aus wettbewerbsspolitischer Sicht unproblematischen Fälle finden sich vermutlich selten.

Schwierigkeiten ergeben sich bei der Beurteilung von Wettbewerbsbeschränkungen, welche einerseits Marktunvollkommenheiten beseitigen bzw. die technische Effizienz der beteiligten Unternehmen erhöhen, andererseits zu einer Ausweitung von Marktmacht führen. Herrscht weder wissenschaftlicher noch politischer Konsens, ob bestimmte Unternehmenspraktiken die weltwirtschaftliche Allokation der Ressourcen verbessern oder verschlechtern, läßt sich die Auffassung vertreten, lieber den Wettbewerb der Wettbewerbspolitiken als Entdeckungsverfahren zu nutzen als sich auf einheitliche internationale Wettbewerbsregeln festzulegen. Bilaterale oder plurilaterale Abkommen mit dem Ziel, eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen den Wettbewerbsbehörden verschiedener Länder herbeizuführen, wären auch in diesem Fall vollkommen ausreichend.

Eine Beseitigung von Unterschieden in der Konzeption und Durchführung der Wettbewerbspolitik zwischen den Ländern ist anzustreben, wenn so internationale Konflikte vermieden werden, die am Ende allen Ländern schaden. Theoretisch läßt sich sehr leicht zeigen, daß das Nebeneinander nationaler Wettbewerbsregelungen die weltwirtschaftliche Wohlfahrt verringern kann.³¹ Ob durch die Beseitigung wettbewerbsspolitischer Unterschiede zwischen den Ländern allerdings Wohlfahrtseinbußen verhindert werden, hängt davon ab, wie die vereinheitlichten Regelungen aussehen. Das Beispiel der Antidumpingbestimmungen im Rahmen der Welthandelsorganisation (WTO) macht deutlich, daß multilaterale Regelungen nicht unbedingt einen Fortschritt darstellen. Dort wo kein wissenschaftlicher Konsens über die Wohlfahrtswirkungen privater Wettbewerbsbeschränkungen besteht, sollte daher vorerst auf die Schaffung einheitlicher internationaler Regelungen verzichtet werden. Vorrang sollte der weitere Abbau staatlicher Handelschranken bzw. handelspolitischer Förderinstrumente haben.

31 Vgl. hierzu Levinsohn (1996).

Literaturverzeichnis

Baumol, W.J.; Panzar, J.C.; Willig, R.D. (1982)

Contestable markets and the theory of industry structure, New York

Bernhardt, Dan (1984)

Dumping, adjustment costs and uncertainty (1984), in: Journal of Economic Dynamics and Control, 8, 349-370

Bliss, Christopher (1996)

Trade and competition control, in: Bhagwati, J.; Hudec, R.E. (eds.): Fair trade and harmonization. prerequisites for free trade?, Vol. 1, Economic Analysis, Cambridge, MA, S. 313-328

Brander, James A.; Krugman, Paul R. (1983)

A 'reciprocal dumping' model of international trade, in: Journal of International Economics, 15, 313-321

Caves, Richard E.; Jones, Ronald W. (1973)

World trade and payments, Boston

Davies, Stephen W.; McGuinness, Anthony J. (1982)

Dumping at less than marginal cost, in: Journal of International Economics, 12, 169-182

Demsetz, Harold (1992)

How many cheers for antitrust's 100 years?, in: Economic Inquiry, April, S. 207-217

Deneckere, Raymond; Davidson, Carl (1985)

Incentives to form coalitions with Bertrand competition, in: Rand Journal of Economics, Vol. 16, S. 473-486

Ethier, Wilfred (1982)

Dumping, in: Journal of Political Economy, 90, 487-506

Farrell, Joseph; Shapiro, Carl (1990)

Horizontal mergers: An equilibrium analysis, in: American Economic Review, Vol. 80, No. 1, S. 107-126

Helpman, E.; Krugman P. (1989)

Trade policy and market structure, Cambridge

Herdzina, Klaus (1993)

Wettbewerbspolitik, 4. Aufl., Stuttgart

Kreps, D.J.; Wilson, R. (1982)

Reputation and imperfect information, in: Journal of Economic Theory, Vol. 27, S. 253-279

Krishna, Kala (1993)

The case of the vanishing revenues: Auction quotas with oligopoly, in: Ethier, W.J.; Helpman, E.; Neary, J.P. (eds.): Theory, policy and dynamics in international trade, Cambridge, S. 157-172

Krugman, Paul (1984)

Import protection as export promotion: International competition in the presence of oligopoly and economies of scale, in: Kierzkowski, H. (ed.): Monopolistic Competition and International Trade, Oxford, S. 180-193

Levinsohn, James (1996)

Competition policy and international trade, in: Bhagwati, J.; Hudec, R.E. (eds.): Fair trade and harmonization. Prerequisites for free trade?, Vol. 1, Economic Analysis, Cambridge, MA, S. 329-356

Marvel, Howard P. (1982)

Exclusive dealing, in: Journal of Law and Economics, Vol. 25, S. 1-26

Milgrom, Paul R.; Roberts, J. (1982)

Predation and entry deterrence, in: Journal of Economic Theory, Vol. 27, S. 280-312

Milgrom, P.; Roberts, J. (1990)

Bargaining costs, influence costs, and the organization of economic activity, in: Alt, J.; Shepsle, K. (eds.): Perspectives on positive political economy, Cambridge

Neven, Damien; Seabright, Paul (1997)

Trade liberalization and the coordination of competition policy, in: Waverman, L. et al. (eds.): Competition policy in the global economy, London, New York, S. 407-438

Perry, Martin K.; Porter, Robert H. (1985)

Oligopoly and the incentive for horizontal merger, American Economic Review, Vol. 75, No. 1, S.219-227

Richter, Rudolf; Furubotn, Eirik (1996)

Neue Institutionenökonomik, Tübingen

Salant, Stephen W.; Switzer, Sheldon; Reynolds, Robert J. (1983)

Losses from horizontal merger: The effects of an exogenous change in industry structure on cournot-nash equilibrium, in: Quarterly Journal of Economics, Vol. 48, S. 185-199

Schmidt, Ingo (1993)

Wettbewerbspolitik und Kartellrecht, 4. Aufl., Stuttgart, Jena, New York

Selten, R. (1978)

The chain-store paradox, in: Theory and Decision, Vol. 9, S. 127-159

Sohmen, Egon (1971)

Wettbewerbskonzeptionen und Wirtschaftspolitik, in: Verstehen und Gestalten der Wirtschaft, Festgabe für Friedrich A. Lutz, Tübingen

Telser, L. (1960)

Why should manufacturers want fair trade?, in: Journal of Law and Economics, Vol. 3, S. 86-105

Tirole, Jean (1988)

The theory of industrial organization, Cambridge, Massachusetts

UNCTAD (1997)

Transnational corporations, market structure and competition policy, World Investment Report 1997, New York, Geneva

Weinstein, David E. (1992)

Competition and unilateral dumping, in: Journal of International Economics, 32, 379-388

Williamson, Oliver E. (1968)

Economies as an antitrust defense: The welfare tradeoffs, in: American Economic Review, Vol. 18, S. 18-36