

Blum, Ulrich; Veltins, Michael A.

Working Paper

Wettbewerbsleitbilder für die Cyber-Ökonomie

Dresden Discussion Paper Series in Economics, No. 05/02

Provided in Cooperation with:

Technische Universität Dresden, Faculty of Business and Economics

Suggested Citation: Blum, Ulrich; Veltins, Michael A. (2002) : Wettbewerbsleitbilder für die Cyber-Ökonomie, Dresden Discussion Paper Series in Economics, No. 05/02, Technische Universität Dresden, Fakultät Wirtschaftswissenschaften, Dresden

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/48130>

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.

Wettbewerbsleitbilder für die Cyber-Ökonomie

Ulrich Blum^{*}
Michael Veltins^{**}

Dresden, 26. 02. 2002

* Lehrstuhl für Wirtschaftspolitik der TU Dresden und CRDE der Université de Montréal

** PricewaterhouseCoopers Veltins, Frankfurt

Die ideelle und finanzielle Unterstützung durch die Dresdner Bank, insbesondere die Kofinanzierung einer Gastprofessur des erstgenannten Autors an der Universität Montreal wird dankbar anerkannt.

Zusammenfassung:

Wir untersuchen die Bedingungen, unter denen infolge der Globalisierung, insbesondere des Verfalls der (Informations-) Transaktionskosten Wettbewerbspolitik möglich ist. Zunächst zeigen wir in einem theoretischen Abschnitt die Folgen der veränderten Transaktionskosten auf institutionelle Arrangements und unterscheiden zwischen kontinuierlichem und schubhaftem Wandel. Dann werden vor diesem Hintergrund die Institute der Wettbewerbspolitik, insbesondere der Mißbrauchsaufsicht sowie der Kontrolle von Kartellen und Fusionen untersucht.

Wir zeigen, daß die abstrakte Struktur des deutschen Kartellrechts hinreichend ist, daß eine vermehrte Theorieabwägung, welche wettbewerbspolitischen Bedingungen im einzelnen vorliegen, erforderlich wird, um zu wirtschaftlichen befriedigenden Ergebnissen zu kommen. Damit erhält die wettbewerbspolitische Abwägung neues Gewicht mit der Gefahr voluntaristischer Anwendungen.

Abstract:

We examine the conditions under which a competition policy can be carried through in a global environment characterized by the decline of (information-) transaction costs. We first show in a theoretical section the consequences of reduced transactions costs on institutional arrangements and distinguish between continuous and discrete change. Against this background the institutes of competition policy, especially the control of market power, cartels and mergers, will be examined.

We show that the abstract structure of the German anti-trust law is adequate. However, the analysis of the specific conditions must be improved from a theoretical view in order to arrive at satisfactory results. A danger remains that this leads to a voluntaristic application of anti-trust law.

Inhalt

1.	Aufgabe und Begriffe.....	5
1.1	Aufgabe und Relevanz der Fragestellung	5
1.2	Begriffe	6
1.3	Hypothesen.....	7
1.4	Wettbewerbsleitbilder	8
1.4.1	Grundlegende Anforderungen.....	8
1.4.2	Werthaltung, Ethik und Moral	9
1.4.3	Leitbilder der deutschen Wettbewerbspolitik	9
1.5	Gang der Untersuchung	10
2.	Eigenheiten der Internetökonomie aus Sicht der Transaktionskostentheorie	11
2.1	Das physische und das virtuelle Netz	11
2.1.1	Das Internet als Kommunikationsplattform.....	11
2.1.2	Folgen – eine erste Sicht	12
2.2	Veränderung der Transaktionskosten und Folge für institutionelle Arrangements	12
2.2.1	Transformation und Transaktion.....	12
2.2.2	Corporate governance und Transaktionskosten	12
2.3	Kontinuierlicher und schubweiser Wandel.....	14
2.3.1	Inertia in Netzwerkstrukturen	14
2.3.2	Reversibilität und Trajektorien	14
2.3.3	Sprunghafter Wandel und Wettbewerbsaufstellung	15
2.4	Folgen sinkender Transaktionskosten.....	15
2.4.1	Preis- und Mengenpolitik.....	15
2.4.2	Risiko, Irreversibilität und Institutionen	16
2.4.3	Informationsasymmetrien	17
2.4.4	Hybride Organisationsformen.....	17
2.4.5	Unternehmen als Ordnungsrahmen für Wettbewerb	17
2.4.6	Normen, Standards und versunkene Kosten	18
2.4.7	Forschung, Entwicklung und die Absorptionsfähigkeit von Wissen.....	19
2.4.8	Intellektuelle Eigentumsrechte als neuer Kerngehalt der modernen Ökonomie.....	20
2.4.9	Ethik und Moral	20
3.	Wirkungen des Internets auf Institute der Wettbewerbspolitik	22
3.1	Institute der Wettbewerbspolitik.....	22
3.2	Mißbrauchsaufsicht.....	24
3.2.1	Die Problematik der Abgrenzung des relevanten Markt.....	24
3.2.2	Marktmacht und Marktbeherrschung.....	26
3.2.3	Mißbrauchsaufsicht.....	28
3.3	Antworten und offene Positionen zur Mißbrauchsaufsicht.....	30
3.3.1	Marktabgrenzung und der relevante Markt.....	30

3.3.2	Marktbeherrschung: Nachfrage- und Angebotsmacht	30
3.3.3	Schutz des Geheimwettbewerbs.....	31
3.4	Kartellrechtlich relevante Kooperationen: Kartellverbot, Verbot abgestimmten Verhaltens und Zusammenschlußkontrolle	32
3.4.1	Kooperationsstrukturen.....	32
3.4.2	Vorwettbewerbliche Kooperation	32
3.5	Antworten und offene Positionen kartellrechtlich relevanter Kooperationen	33
4.	Folgen	34
4.1	Wettbewerbspolitik	34
4.1.1	Ausgangslage	34
4.1.2	Antworten der Wettbewerbspolitik.....	34
4.2	Ergänzung des Wettbewerbsleitbilds.....	35
4.3	Die Anfangsthesen – eine Antwort	36
5.	Opportunismus und Beliebigkeit	37
	Literatur.....	38

1. Aufgabe und Begriffe

1.1 Aufgabe und Relevanz der Fragestellung

Wissenschaft und Politik vermuten, die zunehmende Integration der Weltwirtschaft werde die Möglichkeiten staatlicher Wirtschaftspolitik, insbesondere auch Wettbewerbspolitik, reduzieren. Zusammenschlüsse großer Unternehmen als „interessante Kartellfälle“ besitzen Auswirkungen, die weit über den heimatlichen Standort hinausgehen, sie wirken sich sogar in Märkten aus, in denen die Beteiligten vielleicht noch nicht einmal mit Niederlassungen vertreten sind.

Drei zentrale Fragestellungen sollen in diesem Zusammenhang betrachtet werden:

- (1) Theoretische Grundlagen: Wie verändert der dramatische Verfall der Transaktionskosten die institutionellen Arrangements und welche Folgen hat dies aus wettbewerbstheoretischer Sicht?

Vor allem der Verfall der Informationskosten infolge neuer Informationssysteme, insbesondere eingeleitet durch das Internet, wird als herausragende Triebfeder dieses Prozesses angesehen, der aber nicht kontinuierlich, sondern eher schubweise abläuft. Es scheint, als habe für lange Zeit die Veränderung bestimmter Kostenstrukturen kaum Auswirkungen auf die institutionellen Arrangements, bis eine Schwelle erreicht ist, die dann das System zum Kippen bringt, also einen neuen Aufbau erzwingt.

- (2) Gültigkeit eines allgemeinen Wettbewerbsleitbildes: Sind die Wettbewerbsleitbilder, die in hohem Maße die Wettbewerbspolitik leiten, noch angemessen, insbesondere auch für die Bereiche der new economy, speziell für digitale Güter?

Verschiedene Traditionen begründen bereits heute die Unterschiedlichkeit der Wettbewerbsleitbilder Deutschlands, der EU und der USA. Die jüngste Zeit zeigt aber auch am Fall Microsoft deutlich, daß sich in der Kartellpraxis Leitbilder innerhalb eines Verfahrens ändern bzw. auch ein erhebliches Maß an wettbewerbspolitischen Voluntarismus.

- (3) Kriterien der Kartellrechtsprechung: Sind die zentrale Institute des Kartellrechts, die sich mit der Frage des Mißbrauchs von Marktmacht sowie den Formen der Kooperation und Integration von Unternehmen befassen, noch angemessen einzusetzen?

Das Verfahren um die Fusion von General-Electric und Honeywell-Bull machte deutlich in wie hohem Maße Kartellpolitik auch ein Element der strategischen Außenhandelspolitik darstellen kann.

Können diese Fragen nicht befriedigend beantwortet werden, dann ist zu vermuten, daß konsistente Kartellpolitik nicht möglich ist und somit das Risiko besteht, daß sie zu einer ad-hoc Politik verkommt. Dies würde über die Unterschiedlichkeit internationaler Wettbewerbsauffassungen hinaus zusätzlich ihre Durchsetzungsfähigkeit belasten. Damit entstünden ordnungsökonomische Probleme in dem Sinne, daß eine akzeptierte Ethik verschwände, die ökonomisch richtiges (moralisches) Handeln leitet.

1.2 Begriffe

Unter einem **Wettbewerbsleitbild** wird hier ein Bündel wettbewerbspolitischer Ziele verstanden, das konsistent aus einer Wettbewerbstheorie abgeleitet ist.

Unter **e-commerce** wird hier die Nutzung der technischen Informationsinfrastruktur des Internets zur Zwecke von Transaktionen (Informationsbeschaffung, Verpflichtung und Organisation von Verfügungen usw.) bezeichnet. Im spezifischeren Sinne wird von **e-business** gesprochen, wenn unternehmerische Aktivitäten angesprochen sind.

Als **new economy** wird der Teil der Wirtschaft bezeichnet, der in erheblichem Maße das Internet als Grundlage der Geschäftsmodelle nutzt. Er unterscheidet sich von der old economy, die vorwiegend Kosten im Anlagenbereich versenkt, dadurch, daß hier vor allem Kosten der Markterschließung versenkt werden. Insbesondere handelt es sich dabei um Kosten der Marktintegration, insbesondere auch Markennamen aufzubauen und durchzusetzen.

Als **Internetökonomie** wird der Teil der Ökonomie verstanden, der sich mittels Internet Wettbewerbsvorteile schaffen will.

Als **Wettbewerbsintensität** wird die Geschwindigkeit bezeichnet, mit der Vorsprungsgewinne (durch Imitatoren usw.) „weggefressen“ werden.

Wettbewerb besteht aus zwei Phasen: In der ersten Phase erfolgt die **Innovation**, also das erfolgreiche Durchsetzen „neuer Kombinationen“ am Markt. In der zweiten Phase gehen im **Transferprozeß** Marktanteile von den nicht innovativen an die innovativen Unternehmen über.

Ein Markt heißt **bestreitbar**, wenn Markteintritts- und/oder Marktaustrittskosten null sind. Fehlende Bestreitbarkeit ist häufig auf politische Regelungen oder natürliche Monopole oder auf versunkene Kosten zurückzuführen. Versunkene Kosten ergeben sich infolge durch Irreversibilitäten im ökonomischen Prozeß.

Als **Preisdiskriminierung** bezeichnet man eine Preissetzung, die nicht der Summe aus Grenzkosten und Differenzierungskosten entspricht.

Als **Ethik** bezeichnet man eine wissenschaftliche Disziplin, die Moral begründet und die Frage nach der Verbindlichkeit derselben für den einzelnen stellt. Ethik ist ein Kompaß, der zeigt, wie der richtige Weg ermittelt werden kann, nicht, wie er aussieht. Sie stellt den Versuch dar, Moral kritisch zu analysieren, im einfachsten Fall, zwischen "Gut" und "Böse" zu unterscheiden.

Moral ist eine Anschauung von der sittlichen Qualität konkreter menschlicher Handlungen, die zeitlich und räumlich begrenzt und somit historisch und soziokulturell bedingt ist. Moral regelt da-

her das menschliche Zusammenleben durch Normung von Verhaltensweisen; die daraus gerinnenden wahrnehmbaren Sachverhalte besitzen sittliche Qualität.

1.3 Hypothesen

Im folgenden soll eine Reihe von Hypothesen expliziert werden, die im Rahmen dieser Untersuchung zu prüfen sind. Dies erscheint insbesondere vor dem Hintergrund paradoxaler Effekte, die bereits aus dem klassischen structure-conduct-performance-Ansatz bekannt sind, von erhöhter Bedeutung. So kann eine monopolistische Marktstruktur positiv – wegen eines Innovators – oder negativ – wegen eines staatlichen Schutzes beurteilt werden; Analoges gilt dann für das Auftreten von Renten.

Insbesondere drei Paradoxien werden über die oben genannte Problemstellung der fehlenden Eindeutigkeit des Struktur-Verhaltens-Ergebnis-Ansatzes hinaus für den Bereich der Cyber-Ökonomie bedeutsam:

- Stellt die neue Technologie tatsächlich einen Effizienzvorteil für die Unternehmen dar; wenn dem so ist, weshalb ist die Teilnahme so ungleich verteilt und weshalb ziehen sich einige Unternehmen wieder zurück (beispielsweise bei elektronischen Vertriebsmodellen)?
- Ist der zusätzliche Gewinn an Informationen tatsächlich ein Wettbewerbsvorteil oder beschleunigt er nur ein Überschwemmen der Entscheidungsträger? Fehlen dann insbesondere die erfolgsorientierten Filter?
- Sind die Produktivitätsvorteile, die beispielsweise der amerikanischen Wirtschaft infolge der neuen Technologien zugesprochen wird, tatsächlich existent und dauerhaft oder sind sie eher zyklischer Natur, also Folge des ausgelösten Innovationszyklus mit einhergehenden „Übertreibungen“, vor allem bei Unternehmenswerten?

Die zu überprüfenden Thesen lauten:

These zur Wettbewerbsleitbildern:

(1a) Etablierte dynamische Wettbewerbsleitbilder können die neue Wirklichkeit der Internetökonomie nicht ausreichend beschreiben, weil die vorhandenen Theorien zur Erklärung ausreichen und die betrachteten Strukturen nicht grundsätzlich von bisher Bekanntem abweichen.

Die Gegenthese lautet:

(1b) Etablierte dynamische Wettbewerbsleitbilder können die neue Wirklichkeit der Internetökonomie ausreichend beschreiben, weil die vorhandenen Theorien zur Erklärung nicht ausreichen und die betrachteten Strukturen erheblich von bisher Bekanntem abweichen.

Welche Theorien bilden die Grundlagen klassischer Wettbewerbsleitbilder? Ist diese Basis ausreichend, muß man zusätzlich (bekannte) Theorien einbeziehen oder ist eine theoretische Lücke festzustellen?

These zur corporate governance:

(2a) Unternehmen passen ihre interne Organisation und ihre „corporate governance“ den neuen Transaktionskostenstrukturen kontinuierlich an.

Die Gegenthese lautet:

(2b) Unternehmen passen ihre interne Organisation und ihre „corporate governance“ den neuen Transaktionskostenstrukturen in Schüben an.

Über die Erfordernis der Anpassung von Organisationsstrukturen an sich verändernde Rahmenbedingungen braucht nicht gestritten werden. Die Frage ist nur, inwieweit im System erhebliches Beharrungsvermögen vorhanden ist und auf welche Gründe dies zurückgeführt werden kann.

These zur Wettbewerbsintensität:

(3a) Die Wettbewerbsintensität auf den durch das Internet beeinflussten Märkten steigt in der Internet-Ökonomie und diese werden zunehmend bestreitbar. Die potentielle Konkurrenz nimmt zu.

Die Gegenthese lautet:

(3b) Die Kosten des Markteintritts liegen sehr hoch und erfordern ein Versenken von erheblichen Kosten, so daß die Wettbewerbsintensität abnimmt.

Es besteht die Möglichkeit, daß beide Thesen Stadien eines Prozesses ausdrücken: Die Entwicklung der vergangenen Jahre zeigt, daß beispielsweise in der Internetökonomie Neueintritte infolge der geringen Fixkostenbelastung (scheinbar) einfach sind, so daß zunächst die Wettbewerbsintensität steigt. Die Frage der langfristigen Marktpräsenz war dabei aber noch nicht beantwortet, denn sie erfordert hohe laufende Investitionen in den Markennamen und die Bekanntheit. Mit dem Abflachen des ersten Wachstumszyklus erzwingt die gegenwärtige Konsolidierungsphase den Marktaustritt vieler, oft mit der Folge einer Oligopolisierung der Märkte.

1.4 Wettbewerbsleitbilder

1.4.1 Grundlegende Anforderungen

Realitätsbezogene Wettbewerbsleitbilder müssen einer Reihe von Anforderungen genügen:

- Sie müssen die **Dynamik** des Wettbewerbs erfassen, also den Prozeß der zeitlichen Veränderungen und die vom System verursachenden und selbst wieder in das System zurückgegebenen Impulse. Der Gesichtspunkt der **Unsicherheit** (KNIGHT 1921), der sich in **Ungewißheit** und in **Risiko** manifestiert, tritt damit besonders hervor. Während Ungewißheit ökonomisch schwer zu handhaben ist, kann Risiko statistisch einbezogen und damit bewältigt werden.
- Ungleiche Informationsverteilungen zwischen Marktparteien, also Informationsasymmetrien, müssen dem Leitbild immanent sein. Die Theorie macht deutlich, daß Informationsasymmetrien nicht zwingend negativ für den Wettbewerb sein müssen, wie dies zunächst zu vermuten ist und im Modell von AKERLOF (1970) ausgeführt wird, in dem die informatorische Schlechterstellung des Gebrauchtwagenkäufer letztlich sogar Märkte zum Verschwinden bringt. So zeigen MILGROM und ROBERTS (1982), daß der Monopolist, der den Markteintritt eines Konkurrenten

befürchtet, dessen Kostenstrukturen aber nicht kennt, weniger als den COURNOT-Preis nimmt, um den Eintrittswilligen abzuschrecken, d.h. **potentieller Wettbewerb** bezähmt Marktmacht.

- Der **Raum** in all seinen Dimensionen muß Berücksichtigung finden, denn er erzeugt Kosten der Raumüberwindung. Bei geographischen Räumen sind dies die **Transportkosten**, bei Produkträumen die Aufwendungen für die **Diversifizierung**. Räume erzeugen eine neue Form des Wettbewerbs: die der **monopolistischen Konkurrenz**. Hier stehen die Firmen nur an ihren Substitutionsrändern im Wettbewerb.
- **Externe Ökonomien** müssen erfaßt werden; sie treten in drei Erscheinungsformen auf, nämlich
 - **Skalenökonomien** (economies of scale), insbesondere durch Größenproduktionsvorteile und Lernkurveneffekte,
 - **Verbundeffekte** (economies of scope), insbesondere durch „mix-und-match“-Effekte,
 - **Netzwerkökonomie**, insbesondere durch den überproportionalen Nutzenzuwachs sich vergrößernder Netzwerke.

Treten diese Effekte mit räumlicher Dimension auf, so spricht man von „spill-overs“. Auch ihre Wirkung auf den Wettbewerb ist uneindeutig. So führen Größenproduktionsvorteile zu Vorteilen der (erfolgreichen) Pioniere, aber ohne der durch sie erzeugten Marktdurchsetzung wären spätere Generationen von Substituten oder komplementären Produkten nicht eintrittsfähig. In der Tat läßt sich die Janusköpfigkeit von Gütern und Regeln, die Externalitäten auslösen, deutlich zeigen.

1.4.2 Werthaltung, Ethik und Moral

Ethik stellt ein zentrales Element dar, um Transaktionskosten zu senken. Ziel ist es, dem Wirtschaftssystem eine Ordnungsethik („Spielregeln“) dergestalt zu geben, daß möglichst wenige Interventionen des Staats in den Wirtschaftsablauf erforderlich sind. Im Wettbewerbsbereich definiert das Kartellrecht die Spielregeln (Ethik), legt damit die marktwirtschaftlich moralischen Verhaltensweisen fest und bestimmt, welche Rechte der Schiedsrichter, d. h. die Kartellgerichtsbarkeit besitzt, der damit moralisches Verhalten überwacht. Das Beispiel macht auch deutlich: Schlechte Spielregeln können nicht durch gute Schiedsrichter kompensiert werden.

1.4.3 Leitbilder der deutschen Wettbewerbspolitik

Im Jahr 1923 entstand das erste deutsche Kartellgesetz im formellen Sinne mit der Kartellverordnung, die Kartelle einer staatlichen Aufsicht unterstellte und die Möglichkeit vorsah, Kartellverträge für unwirksam zu erklären. Die durch die Kartellnotverordnung des Jahres 1933 erzwungene Kartellierung der deutschen Wirtschaft wurde nach dem Krieg im Potsdamer Abkommen und entsprechenden Dekartellierungsgesetzen aufgehoben. Im Jahr 1957 wurde das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom Parlament verabschiedet, das sich stark an der neoliberalen Vorstellung von Wettbewerb, die Konzentration als schädlich ansah, beeinflußt war – trotzdem aber keine hinlängliche Fusionskontrolle besaß. Ihm vorgelagert sind einschlägige Verordnungen des EG-Kartellrechtes, nämlich

- der Vertrag über die Europäische Gemeinschaft für Kohle und Stahl (EGKS-Vertrag, 1951) für den Montanbereich,
- der Vertrag über die Europäische Gemeinschaft (EG), der Kartellfragen regelt (Art. 81 und 82 des EG-Vertrages), soweit diese den EG-Binnenhandel betreffen.

Die Überarbeitung des GWB im Jahre 1973 war infolge der Veränderung des Wettbewerbsleitbilds wesentlich:

- (1) Sie brachte eine Hinwendung des GWB zum Konzept des funktionsfähigen Wettbewerbs.
- (2) Sie enthielt die Aufnahme der Fusionskontrolle in das Kartellrecht.
- (3) Die Mißbrauchsaufsicht gegenüber marktbeherrschenden Unternehmen wurde verschärft.
- (4) Es erfolgte eine Beseitigung der Preisbindung der zweiten Hand zugunsten von "unverbindlichen Preisempfehlungen".
- (5) Die mittelständische Industrie erhielt die Möglichkeit, zusätzliche Kooperationsformen auszunutzen um erforderlichenfalls Gegenmacht zu erzeugen.

Im Jahr 1998 trat die sechste Kartellnovelle in Kraft, die vor allem auch eine stärkere Abstimmung mit dem europäischen Kartellrecht bewirkte:

- (1) Es wurde der Abschluß von Kartellen verboten und nicht erst ihre Praktizierung.
- (2) Die Ausnahmen vom Kartellverbot wurden gestrichen (Verkehr) bzw. reduziert. Weiterhin verbleiben aber nicht genannte Zwangssysteme wie die Sozialversicherung oder die Arbeitsmärkte ebenso unberührt wie der Staat, da sich das Gesetz nur an Private wendet.
- (3) Der Mißbrauch von Marktmacht ist „per se“ verboten, d. h. eine Behörde muß nicht vorher tätig werden, um dies nachzuweisen, was die direkte Zivilklage der Geschädigten ermöglicht.
- (4) In der Fusionskontrolle gilt künftig das Präventivprinzip, d. h. Zusammenschlüsse dürfen erst nach der Genehmigung vollzogen werden.
- (5) Einkäufe unter Einstandpreis sind verboten.
- (6) Anonyme Verfahren sind möglich, vor allem dann, wenn Nachfragemacht vorliegt und die Unternehmen es nicht wagten, „Roß und Reiter“ zu nennen.
- (7) Die Vergaberichtlinien der öffentlichen Hand wurden beigezogen.

1.5 Gang der Untersuchung

Der Fragestellung folgend erfolgt im zweiten Kapitel zunächst eine transaktionskostentheoretische Betrachtung, die das Ziel hat herauszuarbeiten, welche Impulse Anpassungsreaktionen der corporate governance auslösen und ob dies kontinuierlich oder schubweise erfolgt, um wettbewerbstheoretischen Folgen aufzubereiten. Im dritten Kapitel werden dann die speziellen wettbewerbspolitischen Folgen betrachtet, um dann im vierten Kapitel die Frage beantworten zu können, welche Eigenschaften ein „internetgerechtes“ Wettbewerbsleitbild besitzen muß. In einem Epilog wird darauf verwiesen, daß voluntaristische Elemente in Kartellurteilen eine bedeutende Rolle spielen, und hier findet die Relevanz von Wettbewerbsleitbildern gelegentlich ihre Grenze.

2. Eigenschaften der Internetökonomie aus Sicht der Transaktionskostentheorie

2.1 Das physische und das virtuelle Netz

2.1.1 Das Internet als Kommunikationsplattform

Das Internet bzw. die damit zusammenhängenden, darauf aufbauenden und darüber abgewickelten weiteren Kommunikationssysteme und -dienste basiert auf einem physischen Netz, von dem es aber infolge hoher Netzdichte und technischer Redundanz weitgehend unabhängig ist. Daher existieren für die Kommunikation auch keine vorab bekannten Transportwege. Die Leistungsfähigkeit des Netzes ist durch weitgehende Standardisierung von Schnittstellen, Sprachen und Adressen sowie Abmachungen zwischen den verschiedenen Anbietern der virtuellen und der physischen Infrastruktur gegeben.

Das Internet hat sich sukzessive zu einem Substitut klassischer Kommunikationsformen entwickelt: Stand am Anfang die einfache Kommunikation, ob schriftlich als Ersatz eines Briefes (physisch oder per Fax übermittelt) oder eines Gesprächs (anstelle des Telefongesprächs), so ist es heute die Fähigkeit zur schnellen Übermittlung großer Datenmengen, welche eine Interaktions- und Bildfähigkeit ermöglicht mit der Folge, daß damit personale Dienste in hohem Umfang ersetzt werden können.

Das Rückgrat des Internet, also die physische Netzinfrastruktur, erfordert das Versenken immenser Kosten; allerdings wurde dies historisch vor allem durch militärische Erfordernisse gestützt, so daß die inkrementellen Verstärkungen wettbewerbspolitisch derzeit als weniger bedeutsam erscheinen. Da der Markt der Anbieter entsprechender Anlagen weltweit ist, besteht derzeit wohl kein wettbewerbspolitisches Problem.

Anders stellt sich die Frage bei Rechnern (inkl. der Vermittlungstechnologie), bei denen die Modernisierungsschritte und Architekturen in Abstimmung mit der Software erfolgen. Damit entsteht ein steter Zwang zur Neubeschaffung unter völliger Entwertung der Altanlagen, der für junge Märkte typisch ist. Da die führenden Technologien – ob bei der Hardware oder auch der Software – nicht gegen Produkte älteren Datums substituiert werden können (wie beim Pkw), eröffnen sich für die Erstanbieter monopolistische Spielräume dann, wenn erhebliche technologische Sprünge vorliegen; spätere Anbieter sind hohen Risiken ausgesetzt (vgl. *INTEL* vs. *AMD*). In diesen „Ausrüsterindustrien“ existieren auch bedeutende Skalenökonomien, weshalb oligopolistische Strukturen vorherrschen. Die bereits erwähnte schnelle Veralterung führt dazu, daß sich mit der Einführung einer konkurrierenden Nachahmungsinnovation sofort *cut-throat-competition* ergibt, weshalb Marktmacht nur dort vorhanden ist, wo kontinuierlich Innovations sprünge erzeugt werden, so daß Forschung und Entwicklung strategische Bedeutung besitzen.

2.1.2 Folgen – eine erste Sicht

Vier Folgen sind aus ökonomischer Sicht besonders bedeutsam:

1. Die unternehmensinterne Kommunikation kann weitgehend standortunabhängig organisiert werden.
2. Neue Vertriebsformen entstehen, die vor allem ein Substitut für den Versandhandel darstellen.
3. Elektronische Marktplätze verändern die Wettbewerbsbedingungen auf Teilmärkten.
4. Individuelle Informationen, die bisher nicht kostendeckend synthetisiert werden konnten, werden nun auf entsprechenden Seiten (Diskussionsforen,...) zusammengetragen und verringern die konstitutionelle Unwissenheit des Systems. War dies zunächst eine Methode privater Aktivisten, Produkt- und Servicemängel, aber auch Unzufriedenheit als *stakeholder* auszudrücken, so entwickelt sich dies immer stärker zu einem kreativen Informationspool für Unternehmen jenseits eines effizienten Beschwerdemanagements.

2.2 **Veränderung der Transaktionskosten und Folge für institutionelle Arrangements**

2.2.1 Transformation und Transaktion

In einer Volkswirtschaft werden die Gesamtkosten aus Transaktion und Transformation (Produktion) über den Wettbewerb der institutionellen Arrangements minimiert. Sobald also Transaktionskosten existieren, werden institutionelle Arrangements relevant. In dem Maße, in dem die Internetökonomie Einfluß auf die Höhe und die Struktur einzelner Transaktionskosten (und auch Transformationskosten) nimmt, ergeben sich organisatorische Anpassungszwänge. Allerdings müssen diese nicht zwingend kontinuierlich verlaufen.

2.2.2 Corporate governance und Transaktionskosten

Erstmalig durch COASE (1937) und später durch WILLIAMSON (1975) wurde der Zusammenhang zwischen Transaktionskosten und Transformationskosten (Produktionskosten) einerseits und institutionellen Arrangements andererseits präzisiert, um zu erklären, weshalb Unternehmen überhaupt existieren. Folgende Organisationsstrukturen und relevante Transaktionskosten werden genannt:

- Marktliche Koordination (atomistische Struktur, verteiltes Netz): Anbahnungskosten, Vertragskosten, Überwachungskosten, Durchsetzungskosten;
- Hierarchische Koordination (vertikale Organisation, zentralistisches Netz): Unternehmenserichtung, going concern;
- Hybride Koordination (horizontale Organisation, verteiltes Netz): Mischung der beiden oben genannten Strukturen.

Diese drei Typen lassen sich präzisieren: BLUM und DUDLEY (1999a, 1999b und 2000) zeigen im Kontext eines Principal-Agent-Modells, daß zwischen spezifischen (relativen) Informationskosten und institutionellen Arrangements eindeutige Beziehungen bestehen. Dabei spielen die externen Ökonomien der Ballung der Produktion in einer Organisation und die Erfordernis der Überwachung

der Untergebenen durch die Vorgesetzten eine wichtige Rolle. Große Unternehmen benötigen schnelle Kommunikationskanäle, Überwachung wird einfacher, wenn ein eindeutiges Verifikationssystem existiert, was bedeutet, daß hinreichende Speichersysteme vorhanden sein müssen. In zunehmend komplexen Situationen ist Kontrolle kaum mehr zu leisten und Vorteile der Ballung werden geringer. Dann muß die Fähigkeit zu dezentralem Handeln gegeben sein, was es wiederum erforderlich macht, autonom Wissen aus Information zu generieren. Allgemein gilt dann:

- Sinken die Informationstransportkosten relativ zu den Kosten der Informationsspeicherung und der Wissensgenerierung, dann ergibt sich eine Tendenz zu vertikalen (hierarchischen) Arrangements.
- Sinken die Informationsspeicherkosten relativ zu den Kosten des Informationstransports und der Wissensgenerierung, dann ergibt sich eine Tendenz zu horizontalen (hierarchischen) Arrangements.
- Sinken die Wissensgenerierungskosten relativ zu den Kosten des Informationstransports und der Informationsspeicherung, dann ergibt sich eine Tendenz zu atomistischen (marktlichen) Arrangements.

Diese Unterscheidung macht unmittelbar deutlich, unter welchen Einflüssen sich die moderne Ökonomie entwickelt hat: Die sinkenden Transportkosten ab dem 18. Jh., beginnend mit dem Dampfschiff, der Eisenbahn und schließlich den Telegraphen, leiteten das Zeitalter des Imperialismus auf staatlicher Ebene, das der weltumspannenden Großunternehmen auf der privatwirtschaftlichen Ebene ein. Der Verfall der Kosten der Informationsspeicherung gab der Verflachung der Staatsorganisation – föderativer Sozialstaat – und der Unternehmen einen wichtigen Schub. Die Möglichkeit, durch moderne Technologien Wissen aus Informationen zu generieren, gibt aktuell Gründern mit kleinen Betriebsgrößen eine herausragende Chance.

Tabelle 2.2.2: Eigenschaften von institutionellen Arrangements

Einteilung	Vertikal	Horizontal	Atomistisch
phys. Eigenschaft	Leichtigkeit	Haltbarkeit	Dekodierbarkeit
Transaktionskosten	Transport	Speichern	Reproduktion
Externalität	Skalenvorteil	Verbundvorteil	keiner
Information	privates Gut	Clubgut	öffentliches Gut
Ethik	Individualethik	Nomadenethik, Altruismus	Minimalethik
Opfer	Gehorsam, Investition für Prinzipal	Teilen, Investition für andere	keines, höchstens Freiheit
Risikoträger	Prinzipal	Gemeinschaft	Individuum

Es ist einfach möglich, diesen drei „Typen“ weitere, für die Betrachtung wichtige Eigenschaften zuzuordnen, die sich in nachfolgender Tabelle finden. Insbesondere die ethischen Fundamente der jeweiligen Arrangements erscheinen als besonders wichtig: Die vertikale Institution beruht auf den

Wertvorstellungen des Prinzipals, die horizontale ist durch ein Versprechen auf Gegenseitigkeit, sog. reziproken Altruismus, gebunden. Die Marktgesellschaft des atomistischen Arrangements benötigt nur eine Minimaethik, der den Tausch absichert.

2.3 Kontinuierlicher und schubweiser Wandel

2.3.1 Inertia in Netzwerkstrukturen

Wie flexibel können sich Institutionen veränderten Transaktionskostenstrukturen anpassen? Offensichtlich spielt die Frage der Irreversibilität als Unmöglichkeit, eine vollzogene Handlung rückgängig zu machen, eine wichtige Rolle. Irreversibilität stellt zunächst ein naturwissenschaftliches Konzept dar (vgl. die Gesetze der Thermodynamik), dem sich die Wirtschaftswissenschaften früh angenommen haben, weil die Übertragung der Ergebnisse der neoklassischen Preistheorie auf reale Märkte wesentlich von deren kostenfreier Nutzung abhängt. In der Neuen Industrieökonomik wird Irreversibilität mit versunkenen Kosten begründet, die damit am Anfang eines Entwicklungsprozesses stehen, dem die Evolutionsökonomik eine Pfadgebundenheit zuerkennt.

2.3.2 Reversibilität und Trajektorien

Auch ohne versunkene Kosten sind Trajektorien denkbar, wenn Systeme eine hohe Anpassungsflexibilität besitzen und daher erst ab einem bestimmten Punkt, wenn also die Transaktionskosten unerträglich geworden sind, „kippen“. BLUM und DUDLEY (2001c) zeigen dies in einem einfachen Modell, das von WATTS und STROGATZ (1998) beeinflusst ist. Dabei wird zwischen den für eine Netzwerkökonomie typischen drei Konstruktionsstrukturen unterschieden nämlich

- der zentralen (radialen) Netzstruktur,
- der dezentralen Netzstruktur,
- der verteilten Netzstruktur.

Drei Kosten sind in Analogie zum oben genannten Modell von Bedeutung, nämlich

- Transportkosten, die von der Länge des Transportweges abhängen,
- Koordinationskosten am Standort der Verteilung der Güter,
- fixe Produktionskosten.

Bei in bezug auf die anderen Kosten geringen Transportkosten erfolgt die Produktion zentral mit der Folge einer radialen Netzwerkstruktur. Liegen die Distributionskosten vergleichsweise niedrig, dann ergibt sich eine dezentrale Netzwerkstruktur. Relativ niedrige Produktionskosten begünstigen ein verteiltes Netz.

In dem Modell läßt sich nun zeigen, daß die Kosten des Transports, der Distribution und der Produktion über weite Strecken verändert werden können, ohne daß die Vorteilhaftigkeit der vorhandenen Netzstruktur gefährdet ist – bis zu einer Grenze, an der die Struktur dann zugunsten einer anderen Netzstruktur kippt. Dies bedeutet zweierlei:

- Eine kleine technologische Veränderung kann völlig ohne Folgen bleiben, kann aber auch grundlegende Transformationen in Netzwerken erzeugen, wenn sie das System über den Umkipppunkt stößt.
- Wenn sich die Struktur eines Netzwerks ändert, ändert sich auch dessen Gehalt, d. h. es treten Rückkopplungen auf das Informationssystem auf.

Dies hat dramatische Konsequenzen für die internetaffinen Wirtschaftsstrukturen: Sie zeigen angesichts der veränderten Transaktionskosten über lange Zeit keinen Anpassungsbedarf, bis plötzlich eine Reorganisationswelle ausgelöst wird.

2.3.3 Sprunghafter Wandel und Wettbewerbsaufstellung

Die klassischen Instrumente der Strategieanalyse gehen insbesondere auf die SWOT-Analyse (Strength-Weakness-Opportunities-Threats), die Branchenstrukturanalyse und die Erfolgsfaktorenanalyse (PORTER 1986) zurück. Sie dienen im wesentlichen dazu, die Wettbewerbsaufstellung eines Unternehmens dem rationalen Kalkül zugänglich zu machen, wohlwissend, daß erhebliche theoretische Probleme vor allem in dem zugrundeliegenden *structure-conduct-performance*-Ansatz (MASON 1939; BAIN 1968) liegen. Insbesondere setzt diese Analyse in hohem Maße stabile Umfeldbedingungen voraus, also Branchen, die in reife Marktphasen hineinwachsen oder in diesen bereits verhaftet sind.

Wenn Diskontinuitäten auftreten, wie oben theoretisch begründet wurde, und wenn diese tatsächlich vorhanden sind, wie dies die Anschauung zeigt, dann müssen sich die Unternehmensstrategie und schließlich auch das Wettbewerbspolitik anpassen. Insbesondere wachsen strategische Möglichkeiten, weil Märkte expandieren und sich viele Prozesse, vor allem der Ablauf des Innovationszyklus, beschleunigen. Dann gewinnt die Aufgabe, nicht auf ein Umfeld zu reagieren sondern es zu gestalten, eine bedeutende Perspektive. Wettbewerbspolitik wird dann weniger ein Problem der optimalen Steuerung sondern ein spieltheoretischer Prozeß.

2.4 Folgen sinkender Transaktionskosten

2.4.1 Preis- und Mengenpolitik

In der neoklassischen Theorie und den klassischen Monopol- und Oligopolmodellen treten Preise und Mengen als zentrale Parameter auf. Durch das Ausblenden von Zeit und Raum, aber auch Irreversibilität oder Geschmacksdifferenzierung entsteht ein System mit hohem normativen Anspruch, das aber als Basis eines Wettbewerbsleitbilds untauglich ist.

Wenn Transaktionskosten fallen, dann sinken die Kosten des Ausschlusses bei Gütern, weshalb der Bereich der Güter, der in der Klasse der privaten Güter oder der Clubgüter einzuordnen ist, zunehmen dürfte, was die Allokationsbedingungen verbessert. Weiterhin ist evident, daß sich Marktgrenzen ausweiten bzw. diese leichter zu überwinden sind. Zwei Folgen werden deutlich:

- (1) Kundenspezifische Preissetzung: Die Preissetzungsspielräume der Unternehmen sollte theoretisch fallen, weil die Marktstruktur scheinbar polypolistischer werden müßte. Dem steht aber entgegen, daß auch im Internetzeitalter Preisvergleiche Zeit benötigen (beispielsweise als Suchkosten) und Kunden bestimmte marktbekannte Einkaufsplattformen bevorzugen könnten.
- Vor allem bei den Preissetzungsstrategien dürften sich neue Möglichkeiten für die Internetökonomie ergeben. Neben der Durchführung eigener Markttests¹ entstehen neue Potentiale, aber auch Gefahren bei unterschiedlichen Preisstrategien, die diskriminatorisch wirken sollen. In dem Maße, in dem potentielle Kunden bekannt sind, werden sich monopolistische Preissetzungen verringern, um Limitpreisen Raum zu geben. Wenn technologische Strukturen transparenter werden, dann wird es möglich, Verdrängungspreise gezielt zu setzen. Die verbesserte Kenntnis konkreter Kundengruppen ermöglicht es auch, Ausbeutungspreise zu nehmen.
- (2) Erosion räumlicher, teilweise auch sachlicher Grenzen: Durch die Einbeziehung des Raums kann monopolistische Konkurrenz, d.h. Konkurrenz an Substitutionsrändern bei gleichzeitig monopolistischer Macht im Zentrum erklärt werden. Dies stellt eine wesentliche Erweiterung dar, weil in entwickelten Gesellschaft eine hohe Produktdifferenzierung und (räumlich-geographische) Marktintegration tatsächlich zu beobachten ist. Die Marktintegration für internetaffine Güter wird vor allen Dingen räumliche Marktgrenzen erodieren.
- (3) Erosion zeitlicher Beschränkungen: Die Fähigkeit, jederzeit Informationen beschaffen zu können und auch ökonomisch tätig werden zu können, reduziert monopolistische Bereiche bei zeitlichen Grenzen (z. B. auch durch Ladenschlußzeiten).

Das Verschwinden räumlicher und zeitlicher Barrieren läßt neue Grenzen wichtig werden: Dazu zählt einmal die Sprache, zum anderen das Rechtssystem. Bei letzterem sind zunächst Regulierungsfragen zu beachten (Aufsicht über Finanzmärkte, Garantie- und Gewährleistungsbedingungen usw), allerdings können auch Fragen staatlicher bzw. nationaler Moral eine Rolle spielen, beispielsweise in Form eines Vertriebsverbots für bestimmte Güter. Die Frage der Durchsetzbarkeit hängt hier vor der Glaubhaftigkeit nationaler Drohungen, Sanktionen auch durchsetzen zu können, ab.

2.4.2 Risiko, Irreversibilität und Institutionen

Zeit erzeugt Unsicherheit in Form von Ungewißheit und Risiko. Freie Märkte sind fähig, die dadurch auftretenden unterschiedlichen Informationsstände (Informationsasymmetrien) zu verringern, die konstitutionelle Unwissenheit zu beheben (HAYEK 1945). Damit gewinnt der Markt an Vollkommenheit und der Wettbewerb an Intensität. Freie Märkte stellen damit eine wesentliche Einrichtung dar. Risiko zu verringern, ebenso wie andere Institutionen, die die Möglichkeiten des Handelns

¹ Der Preis wird bei einer bestimmten Quote der Käufer eines homogenen Guts variiert, um die Reaktion zu testen; damit kann eine eigene Marktforschung betrieben werden.

einschränken, beispielsweise eine Börse, die um der Handelsplattform willen den Verkauf auf einen Ort bezieht. Damit dies glaubhaft ist, muß Irreversibilität erzeugt werden; diese ist ebenfalls ein zeitliches Phänomen: Kosten, die heute entstanden sind, können morgen nicht mehr zurückgeholt werden. Sie geben starke Signale an andere Marktteilnehmer (CORTEZ-Syndrom) und schaffen Selbstverpflichtung (AGAMEMNON-Syndrom)². Je höher die versunkenen Kosten sind, desto stabiler sind sie gegen eine Veränderung – auch der Transaktionskosten. Je niedriger Transaktionskosten liegen, desto stärker erleichtern sie das Neuaufstellen institutioneller Arrangements.

2.4.3 Informationsasymmetrien

Sinkende Transaktionskosten der Information sollten auch den Abbau von Informationsasymmetrien begünstigen, so daß Fehlanreize in Gestalt von *moral hazard* oder *adverse selection* abnehmen. Dies muß aber, wie im Modell der potentiellen Konkurrenz gezeigt wurde, nicht zwingend die Qualität des Wettbewerbs verbessern. Schließlich besteht durchaus auch die Möglichkeit, das Internet zur Schaffung von Informationsasymmetrien strategisch zu nutzen.

Bezogen auf gutstechnische Eigenschaften müßte das Sinken der Transaktionskosten eine Verschiebung von den Vertrauensgütern über die Erfahrungsgüter zu den Inspektionsgütern ergeben. Denn Märkte mit erhöhter Vollkommenheit infolge gesunkener Transaktionskosten erlauben es auch, erkannte Eigenschaften von Gütern der Allgemeinheit zugänglich zu machen³.

2.4.4 Hybride Organisationsformen

In dem Maße, in dem Externalitäten auftreten, die nicht nur intern bezüglich des Unternehmens sind, beispielsweise in Form von Lernkurveneffekten oder Massenproduktionsvorteilen, sondern extern zum Unternehmen, beispielsweise durch Verbundvorteile oder Netzwerkekonomien, können hybride⁴ Strukturen von Unternehmen, die in unterschiedlichen Elementen gleichzeitig verschiedene institutionelle Arrangements besitzen, auftreten. Die Entwicklung zu derartigen Systemen wird deutlich, wenn Unternehmen gleichzeitig zentralisieren und dezentralisieren: Ersteres geschieht oft mit Forschung und Entwicklung, letzteres häufig mit der Produktion.

2.4.5 Unternehmen als Ordnungsrahmen für Wettbewerb

Die Ausführungen der Abschnitte 2.2 und 2.3 haben deutlich gemacht, daß drei unterschiedliche institutionelle Arrangements (auch) für Unternehmen existieren. Das Internet hat vor allem atomistischen Gründern neue Wettbewerbschancen eröffnet, die sich oft mit anderen internetbasierten Unternehmen zu virtuellen Verbänden zusammenschließen.

² HERNÁN CORTEZ verbrannte seine Schiffe, um sein Verbleiben und seine Kampfbereitschaft glaubhaft zu machen. Wegen der ansonsten umsonst Gestorbenen sah es AGAMEMNON als Pflicht der Griechen an, Troja zu erobern.

³ Jedem Nutzer von Rechnern einer neuen Generation, die nicht funktionieren, ist dies bekannt: Die beste Hilfe erhält man nicht vom Hersteller, sondern auf einer offenen „Chatseite“.

⁴ Dieser Begriff wird hier anders verstanden als bei WILLIAMSON (1975), bei dem das Hybrid zwischen Markt und Hierarchie angesiedelt ist; hier ist es eine Integration der drei Arrangements.

Interessant ist dabei, daß zunehmend Unternehmen versuchen, diese Vorteile der Dezentralisierung und der Atomisierung zu nutzen, indem sie bestimmte transaktionskostentheoretisch geeignete Bereiche, vor allem auf der Produktions- und Serviceebene, als *profit-centers* organisieren oder diese sogar ausgliedern. Dann werden Aufgaben seitens der Zentrale unter den unabhängigen Töchtern ausgelobt und wettbewerblich vergeben. Innerhalb der nun unabhängigen Betriebe herrscht dann häufig eine Wettbewerbsintensität, die über der zur Konkurrenz liegt⁵. Der Unternehmensleitung als Rest der Hierarchie obliegt es nun, den Wettbewerb in eigenen Haus zu ordnen.

Schließlich erleichtert es das Internet auch, Märkte zu organisieren und zu integrieren, so wie dies die großen Handelshäuser gezeigt haben, indem Marktplätze aufgebaut werden, die eigene Produkte, aber auch fremde Güter aufnehmen können. Im Konsumbereich (B2C) ist das Beispiel der Buchhändler typisch, die eigene Produkte absetzen, aber auch Dritten Zugang geben. Im Bereich der industriellen Beschaffung (B2B) verläuft die Entwicklung dramatischer, weil Marktplätze auf vertikaler und auf horizontaler Ebene konkurrierende Unternehmen – beispielsweise in der Automobilindustrie, einbinden. Damit sind Verlagerungen der Marktmacht verbunden, die später noch zu diskutieren sind.

2.4.6 Normen, Standards und versunkene Kosten

Ohne die Einigung auf Normen und Standards wäre das Internet in seiner Effizienz nicht denkbar. Diese Standards selbst stellen in erheblichem Maße versunkene Kosten dar, die Entwicklungskorridore aufgespannt haben, zugleich aber den Systemwettbewerb einschränken. Diese Janusköpfigkeit der Normung (BLUM et al., 2001) zählt zu den bestimmenden Merkmalen der im Internet verwendeten Technologien.

Zunächst ergeben sich über *mix-and-match*-Strukturen als klassische Verbundvorteile spezifische technologische Nachfrageballungen, die auf die Angebotsseite dann durchschlagen können, sobald die zugrundeliegenden Güter bestimmten Unternehmen exklusiv zuzuordnen sind. So wird die der Plattformstrategie von *Microsoft* deshalb kritisiert, weil sie auf der Basis des Windows-Betriebssystems bestimmte Anwendungsprogramme bevorzugt.

Netzwerkvorteile ergeben sich dann, wenn in großem Umfang mit komplementären, d. h. kommunikationsfähigen Systemen gearbeitet wird. Die Strategie, Software so lange zu verschenken bzw. billig zu verkaufen, bis eine kritische Marktpenetration erreicht ist, auf Grundlage derer dann Marktmacht ausgeübt werden kann, weil für die Anwender ein „point of no return“ überschritten ist, findet hier ihren wirtschaftlichen Sinn – und ihre wettbewerbspolitische Problematik.

Es sind vor allem die Wechselkosten, die als versunkene Kosten Irreversibilität beim Anwender und korrespondierend Marktmacht beim Anbieter erzeugen. Dieses Problem ist typisch für Systeme mit

⁵ Ein gutes Beispiels dürften die Produktionsstätten von Opel und Volkswagen sein; aber auch Asean-Brown-Boveri oder Siemens (hier vor allem die Konkurrenz ausländischer Töchter auf Drittmärkten) wären zu nennen.

hohem Gehalt an Normung und Komplementaritäten, weil dadurch zunächst Innovation, schließlich Wettbewerb unterbunden wird und technologisch ineffiziente Systeme am Leben erhalten werden (sog. *lock-in* Phänomen). Da auch der Staat aufgrund des Informationsproblems kaum in der Lage ist, nun das Problem zu lösen, kommt dem wettbewerbspolitisch zeitlich richtig bestimmten Eingriff eine große Bedeutung zu⁶.

Die Fähigkeit, über das Versenken von Kosten eine derartige Pfadunumkehrbarkeit einzuleiten, bedeutet auch, daß die dies veranlassenden Unternehmen starke Marktsignale geben können. Wenn die entsprechende Technologie installiert ist, dann muß ein Kunde gefunden werden – dies gilt gleichermaßen für *pay-TV* wie für UMTS (vgl. das oben angesprochene *Cortez-Syndrom*)

2.4.7 Forschung, Entwicklung und die Absorptionsfähigkeit von Wissen

Vor allem die Forschung und Entwicklung im vorwettbewerblichen Bereich gilt in vielen Fällen als öffentliches Gut, weshalb über den Patentschutz ein zeitlich befristetes Innovationsmonopol geschaffen wird. In dem Maße, in dem dies nicht möglich ist, stellt sich die Frage der öffentlichen Förderung an Private, weil infolge der hohen positiven Effekte diese Einrichtungen Kosten tragen, denen später infolge der allgemeinen Nutzungsmöglichkeit nicht zwingend die entsprechenden Erträge gegenüberstehen.

Die zunehmende Komplexität von Forschungs- und Entwicklungsprozessen wirft aber die Frage auf, ob Unternehmen ohne eigene F&E-Kapazität überhaupt fähig sind, Ergebnisse zu absorbieren, wenn sie nicht in ähnlichen Strukturen gearbeitet haben⁷. In diesem Fall dürfte die verbesserte Kommunikation im Internet in erheblichem Maße Clubstrukturen befördern, also die technologische Kompetenz der *insider* stärken. Es stellt sich dann die Frage, inwieweit sich verstärkende Clubstrukturen im vorwettbewerblichen Bereich die schließliche Konkurrenz im Markt beeinflussen werden.

Wenn Patentschutz zugleich einen ersten Schritt im Technologietransfer darstellt und das Abgreifen des Wissens über das Internet international möglich ist, dann muß sich das Unternehmen bzw. der individuelle Patentinhaber sehr wohl überlegen, ob er diese Kosten und das Risiko eingehen will. Denn es besteht die Gefahr, gerade in der Auseinandersetzung kleiner Unternehmen oder Individuen, die Patente halten, mit großen Unternehmen, die diese benötigen, in Patentstreitigkeiten verwickelt zu werden, die finanziell nicht durchzuhalten und schwer justitiabel sind, und Wissen preiszugeben, das für andere eine Basis der Weiterentwicklung darstellt.

Das Patentieren muß daher ein wesentliches und wohldurchdachtes Element der Unternehmensstrategie darstellen. Die auch durch das Internet beförderte Möglichkeit, Verfahren, Produkte und Ser-

⁶ Dies ist letztendlich die Kernfrage im Kartellverfahren um *Microsoft*.

⁷ Die Frage nach öffentlicher Förderung würde sich dann erledigen, denn den F&E-treibenden Unternehmen flöße damit auch der externe Ertrag zu, den die öffentlichen Forschungseinrichtungen erzeugen.

vice miteinander zu verschmelzen, macht es zunehmend möglich, auch Geschäftsmodelle zu patentieren, was auch geschieht und Monopolstrukturen in Dienstleistungsmärkten erzeugt⁸.

2.4.8 Intellektuelle Eigentumsrechte als neuer Kerngehalt der modernen Ökonomie

Wenn die Generierung von Wissen zu einer der zentralen Eigenschaften der atomistischen Organisation zählt, dann wächst die Bedeutung intellektueller Eigentumsrechte (*intellectual property rights*, IPRs) in der Wirtschaft. In der Tat hat die BAYERISCH-SÄCHSISCHE-ZUKUNFTSKOMMISSION (1998) konstatiert, daß Wissen und Kapital die höchsten Einkommenszuwächse in Ausgang des 20. Jahrhunderts erfahren haben. Diese Rechte müssen nicht zwingend von Unternehmen gehalten werden, sondern auch von Individuen, die sie Unternehmen zur Verfügung stellen und damit die Vergütung direkt auf sich ziehen. Drei Aspekte sind dabei bei IPRs, die in digitaler Form vorliegen, von besonderer Bedeutung:

1. Bei manchen IPRs wird auf einen Schutz explizit verzichtet, um sie im offenen Netzwerk nutzen und verbessern zu können. Damit entsteht ein öffentliches Gut. Die Erfahrung lehrt aber, daß ab einem gewissen Zeitpunkt ein gewisser Zwang zur Standardisierung besteht, die dann entweder das öffentliche Gut vernichtet oder eine Parallelität der Entwicklungen erzeugt⁹.
2. Manche IPRs lassen sich kaum mehr schützen, weil die Verbreitungskanäle nicht zu kontrollieren sind, will man nicht die Offenheit des Gesamtsystems „Internet“ gefährden. Dies gilt umso mehr, je dezentraler Angebot und Nachfrage organisiert sind. Nur unter Bedingungen starker Konzentration auf einer der beiden Marktseiten, die es erlaubt, glaubhafte Drohungen zu organisieren und Sanktionen notfalls mittels der Gerichte durchzusetzen, läßt sich ein Schutz erzwingen¹⁰. Damit wird aber deutlich, daß die Machtfreiheit im Internet, seine Anarchie also, vor allem für den Innovationsprozeß dann Probleme bereitet, wenn dieser Schutzrechte aus Anreizgründen benötigt.
3. Es ist auch möglich, Schutzrechte in Systeme einzubauen, die über die (aus Anreizgründen) ökonomisch zu rechtfertigenden Schutzbedürfnisse hinausgehen. Hier wächst der Rechtsordnung ein neues Aufgabengebiet zu¹¹.

2.4.9 Ethik und Moral

Im Wettbewerb der Systeme, intensiviert durch die Integration der Weltmärkte, gilt das von HAYEK über Märkte Gesagte auch für Werthaltungen: Diejenige Ethik setzt sich durch, die die besten institutionellen Voraussetzungen für wirtschaftlichen Erfolg besitzt. Allerdings impliziert dies nicht, daß nicht Rationalitätsfallen auftreten, weil einzelne die Chance sehen, das System auszubluten. Sie zu

⁸ Vgl. hierzu auch ECONOMIST (2001) und FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG (2001), insbesondere der Fall *IMS-Health*.

⁹ An diesem Übergang befindet sich derzeit das Betriebssystem Linux.

¹⁰ Der Musikaustausch ist ein schönes Beispiel; findet er dezentral statt, sind Kontrollen annähernd aussichtslos. Erst der börsenmäßige Handel eröffnete der oligopolistischen Musikindustrie den Zugriff.

¹¹ Deutlich wird dies an den regionalen DVD-Codes, die es nicht erlauben, DVDs aus den USA auf in Deutschland gekauften Geräten abzuspielen, aber auch am Kopierschutz bei CDs.

vermeiden kann einmal durch die Akzeptanz der Ethik sichergestellt werden – also eine Frage von Moral – oder muß durch abschreckende Bestrafung erzwungen werden.

3. Wirkungen des Internets auf Institute der Wettbewerbspolitik

3.1 Institute der Wettbewerbspolitik

3.1.1 Kartellrecht im globalen Umfeld

Das Internet ist einer der Wegbereiter der Globalisierung¹² im Sinne eines Verfalls der Transaktionskosten und damit auch der Einebnung der komparativen Standortvorteile. Damit werden auch klassische Fragen, wie ein Land Wohlstand erzeugt, zu diskutieren sein; wenn letztlich der Tausch auf Basis komparativer Vorteile, also der klassische Ansatz, weniger trägt, dann bleiben die Externalitäten (BLUM 2001).

Dieser Gedanke wirft eine Problematik auf: Tausch stellt historisch einen nationalökonomisch einzuordnenden Sachverhalt dar, den der Nationalstaat als Förderer oder Behinderer mit seiner nationalen Wirtschaftspolitik beeinflussen konnte. Globalisierung erzeugt wettbewerbspolitische Spannungen für das nationale (oder europäische) Kartellrecht, die auch mit einer extraterritorialen Anwendung nicht zu lösen sind; dies verlagert das Problem nur auf die Frage, welche nationalstaatlichen Auseinandersetzungen politisch tragbar und durchgehalten werden können¹³, also das Risiko von Handelskriegen und evtl. sogar Konflikten, die darüber hinaus gehen.

3.1.2 Der relevante Markt

Das Spannungsverhältnis von Internet und Wettbewerbspolitik soll an drei großen Instituten, nämlich

- dem Kartellverbot und dem Verbot abgestimmten Verhaltens,
- der Mißbrauchsaufsicht über marktbeherrschende Unternehmen und
- der Zusammenschlußkontrolle

aufgezeigt werden. Damit spielt die Struktur- und die Verhaltenskontrolle eine herausragende Rolle in dieser Analyse, wohlwissend, daß beide auf schwachen Füßen stehen, weil eindeutige Beziehungen zwischen Marktstruktur einerseits und Wettbewerbsqualität andererseits (bzw. zwischen Marktverhalten einerseits und Wettbewerbsqualität andererseits; gleiches gilt auch für Marktergebnisse) nicht hergeleitet werden können (BLUM 2000, S. 464 ff). Allerdings besteht Einigkeit darin, daß mit zunehmender Konzentration die Offenheit von Märkten abnimmt, es muß nur gelingen, diesen Markt sinnvoll abzugrenzen. Hierzu bedient man sich des

1. Homogenitätskonzepts, demzufolge gleichartige Güter zusammenzufassen sind (beispielsweise Kraftstoffe verschiedener Anbieter).

¹² Globalisierung ist damit mehr als Internationalisierung, die sich durch den Austausch von Kapital, Arbeit und Gütern manifestierte.

¹³ Deutlich macht dies die Fusion von *Boeing* und *McDonald-Douglas* oder die Fusionsgespräche zwischen *General Electric* und *Honeywell-Bull*. Mit Hilfe kartellrechtlicher Mindeststandards, also einer globalen Minimaethik der Wettbewerbspolitik, ließe sich das Problem lösen.

2. Industriekonzepts, demzufolge Güter aus gleichen Industrien zu einer Gruppe gehören (beispielsweise Erzeugnisse der Stahlindustrie).
3. Substitutionskonzepts, bei dem die Bedarfsmärkte so aufgeteilt werden, daß ihre Güter eine hohe interne Substituierbarkeit aufweisen, aber gegenüber anderen Bedarfsmärkten sehr unterschiedlich sind, d.h. eine Substitutionslücke aufweisen; ähnliche Bedarfsmärkte sind dann nicht substitutiv, wenn sie rechtlich, sprachlich oder beispielsweise logistisch faktisch getrennt sind. Als Beispiel kann der Pkw-Markt verwendet werden, in dem mindestens eine Luxusklasse sauber vom Rest abgegrenzt werden kann. Eine logistische Trennung ergibt sich daraus, daß Hersteller nicht alle Länder beliefern.
4. Produktionsflexibilitätskonzepts, bei dem solche Bedarfsmärkte zusammengefaßt bzw. eingeschlossen werden, auf denen ein Hersteller aufgrund seiner Technologie in kurzer Zeit anbieten kann; ex post kann dies über Kreuzpreiselastizitäten des Angebots erfaßt werden. In diesem Zusammenhang interessieren auch Anbieter, die aktuell noch nicht in einem bestimmten räumlichen Markt vertreten sind (d. h. die Technologie schließt auch die Logistik ein; vgl. die Distribution von Fahrzeugen). Die Frage der Umstellungsflexibilität besitzt im Zusammenhang mit der Nachfragemacht eine Bedeutung, weil hier zu prüfen ist, welche Bedarfsmärkte zugänglich sind (kann beispielsweise ein Hersteller von no-name Schokolade, die er an einen Filialisten liefert, unter Druck gesetzt werden, weil er keinen anderen Absatzweg besitzt?).

Aus räumlicher Sicht ist schließlich noch festzulegen, welche geographische Ausdehnung der relevante Markt besitzen soll.

3.1.3 Prüfung von Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis

Der Marktstrukturtest besitzt den Charme einer leichten Anwendbarkeit, soweit die Kooperationsstrukturen der Wirtschaft eindeutig sind. Marktverhalten ist weniger leicht zu prüfen, beim Marktergebnis hat bisher die Kartellpolitik weitgehend versagt.

Die wettbewerbsqualifizierende Einordnung von Verhaltensweisen, die weitgehend aus der Marketingstrategie bekannt sind¹⁴, erscheint kaum möglich, so daß sich folgende vier wettbewerbsbeschränkende Charakteristika in der Diskussion herausgebildet haben:

- Absprachen und Abstimmungen,
- Bindungen,
- Behinderungen,
- Zusammenschlüsse.

¹⁴ also der Mengen-, Preis-, Sortimentspolitik Ziele und Methoden der Preis- und Mengenfestsetzung (Preissetzung und -veränderung, Preisübernahme vom Produktführer, Preisabsprache, Kampfpriis, Preisdifferenzierung), Art der Produktpolitik (Qualitätsanhebung und -verringerung, Ausweiten oder Vermindern der Produktpalette), Art der Absatzpolitik (Marketing, Rabatte, Absprachen), Art der gewählten Instrumente zur Koordination der Preis-, Produkt- und Absatzpolitik gegenüber konkurrierenden Unternehmen (Erwerb und Verkauf von Lizenzen, Patenten; Einkaufsverbände).

Die EU bedient sich im Rahmen ihrer Wettbewerbsaufsicht einer Mischung aus Marktstruktur- und Marktverhaltenskriterien (WALL STREET JOURNAL EUROPE 2000):

1. Marktwachstum – mit zunehmender Reife des Markts nimmt der Hang zu Kollusion zu.
2. Homogenität der Produkte – Ähnlichkeit erzeugt Dominanz.
3. Markttransparenz – Kollusion wird wahrscheinlicher, wenn die Marketingpolitik, insbesondere die Preispolitik durchschaubar ist.
4. Handelsbeziehungen und strukturelle Verknüpfungen – mit zunehmender Kooperation steigt die Wahrscheinlichkeit von Kollusion.
5. Markteintrittsbarrieren – wenige Neugründungen lassen leicht Oligopole entstehen.
6. Symmetrische Kostenstrukturen – sie basieren oft auf gleichartigen Technologien („*best practice*“) und erzwingen geradezu Parallelverhalten.
7. Gegenmacht der Kunden – wenn diese abnimmt, steigt die Gefahr der Kollusion.
8. Technologische Entwicklung – stagniert diese und ist die Innovationsdichte gering, dann steigt die Wahrscheinlichkeit der Kollusion.

3.2 Mißbrauchsaufsicht

3.2.1 Die Problematik der Abgrenzung des relevanten Markt

Die Mißbrauchsaufsicht beruht im ersten Schritt darauf, einen relevanten Markt abzugrenzen, um dann den Tatbestand der Marktbeherrschung zu konstatieren; daran schließt sich der Mißbrauchsachweis an.

Die deutschen und die europäischen Kartellbehörden gehen von eher eng ausgelegten Markt- abgrenzungen aus. Grundlage dabei ist ein Bedarfsmarktkonzept, das fragt, welche Austauschmöglichkeiten beim Bedarfsträger, also dem Kunden, bestehen. Diese Struktur ist dann leistungsfähig, wenn

- das Produkt und der Vertrieb unterschieden werden können und letzterer weitgehend eindeutig ist: Dann nämlich besteht die Möglichkeit, eindeutige Gesamtstrukturen abzugrenzen.
- die Diversifikationsmöglichkeit des Produkts eher eng ist: Dann nämlich sind Substitutionslücken zu identifizieren.
- Anbieter bekannt sind und Marktgleichgewichte wenigstens näherungsweise erreicht werden

Vor allem der zunehmende Informationsgehalt – im Extremfall das digitale Gut – verändert diese Bedingungen erheblich. Die gleiche Software kann beim Händler gekauft, beim Hersteller heruntergeladen oder nur genutzt werden. Der Informationsgehalt ist leicht zu variieren – Software mit Handbuch, mit Beschreibung auf Datei oder ohne jegliche Hilfen. Schließlich ist nicht immer klar, wer zu den Anbietern zählt, weil die Systemvernetzung Substitutionsketten aufbauen kann, die zwar früher auch existierten, nun aber mit hoher Geschwindigkeit zum Durchbruch kommen¹⁵.

¹⁵ Dies wird vor allen Dingen bei Softwareprodukten deutlich. Für eine Textverarbeitung mit integrierter Tabellenkalkulation (1) und für ein ökonomisches Programm mit Tabellenstruktur (2) stellt ein Tabellenkalkulationsprogramm (3) jeweils ein partielles Substitut dar, obwohl erstere [also (1) und (2)] voneinander unabhängig sind. Wird der Preis von (1) verändert, dann kann dies über (3) auf (2) durchschlagen.

Wenn in klassischer Tradition durch Innovationen Marktgleichgewichte aufgebrochen werden, dann erfolgt ein Transfer der Marktanteile von den Altanbietern zu dem Hersteller des substitutiven neuen, erfolgreicherer Produkts, es ergeben sich Nachahmungs- und Anschlußinnovationen innerhalb des relevanten Markts. Genau dieser Ablauf wird als Wettbewerb bezeichnet. Tatsächliche und potentielle Konkurrenten sind weitgehend zu identifizieren. Was aber geschieht, wenn ein Isopol infolge der ständigen Dynamik nicht mehr erreicht wird, wenn also Substitute mit erheblichen Fortschrittsraten auf den Markt kommen, die ein Nachstoßen kaum mehr erlauben, weil der mögliche STACKELBERG-Verfolger keine Chancen besitzt, seine Kosten zu verdienen? Dann stellt sich die Marktentwicklung als Abfolge von Monopolen auf Zeit dar – möglicherweise gehalten von einem einzigen Monopolisten, dem es gelungen ist, seinen Innovationsprozeß zu versteigen. Die Kommunikationsmärkte zeichnen sich bis heute dadurch aus, daß jeder Innovationsschub die bisherigen Anlagen fast völlig entwertet – ganz anders als beim Pkw-Markt. Beim PC ist der historisch nach wenigen Jahren zu beobachtende Übergang von der Innovation, der wenige eher fanatischen und experimentierfreudigen Anwender folgen (Anfang der achtziger Jahre), über die Diffusion verbesserter Produkte bei drastisch sinkenden Preisen und stark steigenden Absatzvolumen in die Sättigungsphase, bei der auch ältere Produkte einen Wert besitzen, ausgeblieben (GREENSTEIN 1995). Der Wettbewerb im Markt wird durch einen Wettbewerb um einen Markt mit oft unbekannter Größe ersetzt, wie dies eigentlich nur aus abgegrenzten Märkten, die ein natürliches Monopol beinhalten, bekannt ist. In einer solchen Situation kommt der Wettbewerb zum Erliegen, weil es keinen Transfer mehr gibt – nur noch einen Marktsassen, der entscheidet, wann die nächste Runde der Produktentwertung eingeleitet wird. Dieser Prozeß der ständigen, schubweisen Produktentwertung hat bisher vor allem die Hardware getroffen, schlägt aber auch auf Software zunehmend durch.

Handelsplattformen als „relevante Märkte“ gewinnen in der digitalen Ökonomie zunehmend an Bedeutung. Neben den Plattformen, die Endkunden bedienen (B2C), gilt es vor allen Dingen den Austausch zwischen Unternehmen (B2B) zu untersuchen. Diese Marktplätze erlauben es, Kauf- und Verkaufangebote zu bündeln, Auktionen durchzuführen¹⁶. Zunächst erhöht sich durch den Abbau von Suchkosten und eine Erleichterung beim Vergleich der Güter die Transparenz der Märkte, was eine Intensivierung des Wettbewerbs einleitet.

Diese Erhöhung der Wettbewerbsintensität ist jedoch strukturell gefährdet. Dabei gilt es in der Marktabgrenzung zwischen neutralen und nicht-neutralen Marktplätzen zu unterscheiden. Auf neutralen Marktplätzen wird der Betreiber der Plattform selbst nicht als Nachfrager oder Anbieter tätig¹⁷. Durch nicht-neutrale Marktplätze organisiert der Betreiber dagegen eine Teil seiner Beschaffung oder seines Absatzes¹⁸. Bedeutsam ist weiterhin, ob über die Plattform branchenspezifische

¹⁶ vgl. hierzu *Ebay* oder *Amazon* im Bereich B2C sowie *Covisint* im Bereich B2B als gemeinschaftlicher Marktplatz von DaimlerChrysler, Ford, General Motors und Nissan.

¹⁷ beispielsweise *emaro*.

¹⁸ Beispielsweise *Covisint*, *MyAircraft.com*, *Chemplorer*, *ec4ec*, *cc-market*, *RubberNetwork.com*.

Produkte gehandelt werden, oder ob die Plattformen der Beschaffung von Primärprodukten oder nur von beispielsweise Ausstattungsgegenständen dienen. Zahlreiche Plattformen werden im Internet auch für die Abwicklung von Reparatur- und Wartungsarbeiten, den sogenannten MROs¹⁹, betrieben (Chemplorer, CC-market, RubberNetwork.com). In diesen Fällen ist eine sehr viel weitere Marktabgrenzung vorzunehmen und es sind auch Plattformen mit einem allgemeinen Leistungsangebot in die Untersuchung mit einzubeziehen, will man eine Wettbewerbspolitisch sinnvolle Bewertung vornehmen.

3.2.2 Marktmacht und Marktbeherrschung

Die Vermutungskriterien des Kartellrechts (§ 19 Abs. 3 GWB) bei gegebener Marktabgrenzung besagt noch nicht, daß eine Marktbeherrschung tatsächlich vorliegt und ein Eingriff (§ 19 Abs. 4 GWB) erforderlich ist, insbesondere Untersagungen auszulösen sind (§ 23 GWB). Dabei spielen vier miteinander verwobene Effekte eine wichtige Rolle: interne und externe Skalenvorteile (*economies of scale*) als Effekte, die die vertikale Integration im Unternehmen oder die Integration in einer Branche begünstigen; versunkene Kosten, die Irreversibilität begründen und eine Beziehung zu den internen Skalenvorteilen einerseits, der Neigung zu Kooperation um Risiko zu mindern andererseits besitzen; Verbund- und Netzwerkeffekte, die das Erreichen einer kritischen Absatz- oder Kundenzahl implizieren, um das Überleben zu sichern, dann aber Marktmacht ermöglichen; Normung und Standardisierung, um entweder allgemein zugänglich oder in einer Gruppe eine Wettbewerbsplattform zu legen.

Skalenvorteile führen im Extremfall dazu, daß nur ein Anbieter den Markt effizient bedient; im Sonderfall liegt ein natürliches Monopol vor. Wenn Konzentration derartige interne *economies of scale* erzeugt, dann kann sie unter bestimmten Bedingungen wohlfahrtssteigernd sein. Gerade unter diesen Bedingungen steht die staatliche Politik vor einem Informationsproblem, weil sie die möglichen Produktiveffekte des Zusammenschlusses gegen die Folgen eines Verlustes an Wettbewerb abwägen muß. Derartige Skalenvorteile sind häufig eine Folge hoher versunkener Kosten. Bei der Normung und der Standardisierung werden erhebliche Kosten versenkt, und es entstehen erhebliche Verbund- und Netzwerkeffekte: Oft sind diese auch nur zu erreichen, wenn sich nur ein Standard durchsetzt, weil der Markt für mehrere zu eng ist.

Die überbetriebliche Normung kann als Normenkartell nach § 2 Abs. 1 GWB von dem Kartellverbot des § 1 GWB freigestellt werden. Diese Freistellung erscheint aber vor dem Hintergrund der Erkenntnis, daß im Rahmen der Vorbereitung der Normung die „interessierten“ Kreise“ marktrelevantes Wissen austauschen und damit ein nicht allgemein zugängliches Clubgut erzeugen sowie in jedem Fall einen Informationsvorsprung besitzen, durchaus als problematisch (vgl. hierzu auch die späteren Aussagen zum Geheimwettbewerb). Der (aktuell) hohe Zeitbedarf der überbetrieblichen Normung von etwa fünf Jahren von einer Interessensbekundung bis zur Festschreibung weist aber

¹⁹ MRO = maintenance, repair, operating

darauf hin, daß dieser Sachverhalt für die dynamischen Märkte der neuen Hochtechnologien wenig relevant ist²⁰.

Die Standardisierung durch Unternehmen bzw. Unternehmensverbände oder –netzwerke kann schnell kartellrechtlich relevante Tatbestände erzeugen, weil hierdurch Dritte vom Markt ausgeschlossen werden. Durch Standardisierungsübereinkünfte unter verschiedenen Unternehmen werden schließlich auch kartellrechtlich relevante Kooperationen begründet (vgl. Abschnitt 3.4) deren Beurteilung wiederum janusköpfig ist, weil sie ebenso wettbewerbsfördernd (als allgemeine Plattform) wie schädigend (als Möglichkeit des Ausschlusses von Wettbewerbern) wirken können. Eine derartige Entwicklung führt immer zu Marktmacht, auch wenn diese ursprünglich nicht vorhanden war. Denn die insbesondere im Bereich Hochtechnologien des Kommunikationssektors hohen Investitionskosten und –risiken setzen Unternehmen mit ähnlicher Marktposition unter Druck, sich auf gemeinsame Standards zu einigen, die dann faktisch auf eine Monopolisierung hinauslaufen.

Hier ist wieder auf die Bedeutung der Marktplätze zurückzukommen. Plattformen erlauben es nun, Transaktionen und dabei auch Gütergruppen zu bündeln, indem sie einen einheitlichen Standard für Zugang, Oberfläche, Präsentation, Ablaufprozesse usw. festlegen. Mit zunehmender Anzahl der Teilnehmer steigt die Leistungsfähigkeit des Systems im Sinne der Netzexternalitäten, so daß der Marktplatz zu dem relevanten Markt für bestimmte Güter wird und dabei eine marktbeherrschende Stellungen entstehen kann. Im Extremfall ist es nicht mehr möglich, ein gegebenes Gut woanders zu handeln. Unterstützt wird diese Monopolisierung durch Wechselkosten („*switching costs*“), die als versunkene Kosten zu identifizieren und damit ein Markteintrittshemmnis für einstiegswillige künftige Konkurrenten darstellen. Das Entstehen derartiger marktbeherrschender Stellungen kann durch die zwangsweisen Sog- und Netzexternalitäten mit Überschreiten der kritischen Masse kaum unterbunden werden.

Neben den Marktbeherrschungstatbeständen, die sich auf die Handelsplattform beziehen, sind auch Wettbewerbsgefährdungen bei den auf diesen Marktplätzen gehandelten Gütern zu betrachten. Betrachtet man – in der Tradition HAYEKS (1945) – Märkte als wesentliche Institute des Informationsaustausches und unterstellt man, daß sich langfristig eine oligopolistische Struktur ergibt, dann dürfte die Interdependenz schnell zu Parallelverhalten der Anbieter führen, weil die Handlungsparameter abzugreifen und zu analysieren sind; dies gilt insbesondere dann, wenn Großunternehmen Plattformen dominieren oder sogar betreiben. Dann stellt sich die Frage, in welchem Umfang – bei gegebenen Gütern – Wettbewerb zwischen Handelsplattformen überhaupt möglich ist. Die Kartellbehörde steht vor dem grundsätzlichen Problem, auf Informationen angewiesen zu sein, um „richtig“ handeln zu können, die genau in dieser Lage sehr schwer zu erhalten sind, weshalb dann das Leitbild als Abstraktum eine herausragende Bedeutung gewinnt.

²⁰ Hier stellt sich ohnehin die Frage nach den Grenzen der überbetrieblichen Normung. Der Versuch, Beschleunigungen zu erreichen über vorläufige Normen (sog PAS = *publicly available specification*) war bis heute auch nicht von Erfolg gezeichnet.

3.2.3 Mißbrauchsaufsicht

Im letzten Schritt muß aus dem Tatbestand der Marktbeherrschung auf den Mißbrauch geschlossen werden. Dies ist um so einfacher möglicher, je klarer tatsächliche oder potentielle Wettbewerber und die Einschränkung ihrer Handlungsspielräume identifiziert werden können.

Eine erste Möglichkeit des Mißbrauchs einer herausragenden Marktstellung besteht in speziellen Verfahren der Preisdiskriminierung, insbesondere dem Setzen von Limitpreisen, Verdrängungspreisen und einer zunehmend perfekten Preisdiskriminierung.

- Bei Limitpreisen wird das Preisniveau durch den Marktsassen so bestimmt, daß dem Eintrittswilligen die Gewinnmöglichkeiten und damit der Anreiz genommen wird, einzutreten. Unter Bedingungen der Informationsasymmetrie kann dies wohlfahrtssteigernd dann sein, wenn der Marktsasse die Kostenstrukturen des Eintrittswilligen nicht kennt und damit stark unter das Monopolniveau abgesenkte Preise setzt²¹. Potentielle Konkurrenz leistet dann mehr, als nur das Monopol zu bändigen. Es ist aber unter den Bedingungen des Internets zunehmend fraglich, ob derartige Informationsasymmetrien aufrecht erhalten werden können.
- Bei Verdrängungspreisen liefern sich Unternehmen einen Preiskampf mit dem Ziel, den Konkurrenten vom Markt zu verdrängen. Da viele internetbasierte Technologien über sehr geringe Grenzkosten verfügen, kann dies auch für den Sieger zu einem Pyrrhussieg werden.
- Durch Preisdiskriminierung versuchen Unternehmen, den maximalen Preis, letztlich den Reservationspreis beim Kunden zu erzielen. Dies wird zunehmend dadurch erleichtert, daß das Internet zunehmend feinere Möglichkeiten eröffnet, Märkte zu separieren, weil im Rahmen der Transaktionen ein größeres Volumen an speziellen Kundendaten verfügbar wird. Dies steht im Gegensatz zu der Aussage, die Preisunterschiede würden geringer werden, was sogar bei relativ homogenen Gütern wie Büchern bisher nicht zu beobachten ist. Eine Differenzierung und fixe Grundpreise und variable Leistungspreise vertiefen dieses Problem.

Netzwerkeffekte können solange als kartellrechtlich unproblematisch gelten, wie die Netzwerkvorteile beim Anbieter selbst internalisiert werden. Ein klassisches Beispiel ist das monopolistisch aufgebaute Telefonnetz, bei dem der Nutzen überproportional mit den Kunden wächst. Da hier kein Anreiz besteht, alle Kunden anzuschließen, muß die Regulierungsbehörde hier Preis- und Service-regeln vorgeben. In einem späteren Schritt ist sogar, wie die jüngste Geschichte zeigt, eine wettbewerbliche Öffnung weitgehend reibungsfrei möglich.

Weit komplizierter gestaltet sich der Fall dann, wenn die Netzwerkexternalitäten allen als öffentliches Gut zugänglich sind, die Kosten der Bereitstellung des Netzwerk-guts aber privat zu tragen sind. Dann besitzt das Unternehmen kein Interesse daran, in diesen Markt einzutreten, wenn es keine Aussicht besitzt, die kritische Masse zu überwinden. Läßt die Wirtschaftspolitik die mögliche Marktbeherrschung von vorne herein nicht zu, dann wird der Markt nicht entwickelt; läßt sie diese

²¹ Dies ist der Kern des Modells von MILGROM und ROBERTS (1982).

zu, dann erntet sie später Wettbewerbsprobleme, weil die marktbeherrschende Stellung als Anreiz, Kosten zu versenken, die Mißbrauchsaufsicht herausfordert. Historisch war die Alternative oft eine öffentliche Bereitstellung.

Dominante Marktplätze liefern ihren Betreibern problemlos Daten über Anbieter und Kunden; hier werden spezifische Verhaltensverbote erforderlich sein, um Aktionsparameter geheim zu halten, das Diskriminieren einzelner Kunden zu verhindern. Damit ist als letztes noch die Frage zu diskutieren, wie mit dem Problem umzugehen ist, diese Stellung mit marktwirtschaftlich erträglichen Mitteln zu bereinigen. Hier bietet es sich zum einen an, Netz und Betrieb zu trennen (sog. vertikale Separierung) oder den Ausbau eines zweiten Netzes dadurch zu stützen, daß dem Monopolisten der Zwang auferlegt wird, den Konkurrenten Leitungskapazität zur Verfügung zu stellen und ihm das Netz zugänglich zu machen²².

In dem Maße, in dem der Netzwerkeffekt auf einen Standard zurückzuführen ist, muß geprüft werden, ob dieser nicht offengelegt und in eine überbetriebliche Norm überführt werden bzw. eine (Zwangs-) Lizenzierung erfolgen kann. Das Wissen um die Möglichkeit einer Zwangslizenzierung, die beispielsweise das amerikanische Kartellrecht vorsieht, setzt aber den Anreiz, den Markt über die kritische Schwelle hinweg zu entwickeln, herab. Insgesamt ergibt sich also daß paradoxe Ergebnis, daß mit zunehmender Wahrscheinlichkeit eines Einschreitens der Mißbrauchsaufsicht der Grund, ein Netzwerkgut bereitzustellen und über die kritische Schwelle hinweg zu entwickeln, sinkt.

3.2.4 Essential Facilities

Eine besondere Bedeutung für die Mißbrauchsaufsicht stellt das Konstrukt der *essential facilities*, also wesentlicher Einrichtungen dar, weil hier über externe Ökonomien monopolistische Strukturen erzeugt werden. Die Rechtsdoktrin stammt aus der US-Rechtsprechung. Ein Kläger, der Zugang zu einer derartigen „*facility*“ durch Gerichtsentscheidung sucht, muß nachweisen, daß

1. die Einrichtung in der Kontrolle einer (i.d.R. juristischen) Person liegt, die auch Monopolist ist,
2. es dem Wettbewerber bzw. Markteintrittswilligen nicht zuzumuten ist, die entsprechende Einrichtung zu duplizieren,
3. der Zugang zu dieser Einrichtung durch die kontrollierende Person blockiert bzw. nicht ermöglicht wird,
4. eine vernünftige Regelung bzgl. des Zugangs zur Einrichtung durchaus möglich ist.

Offen ist, inwieweit die Nichtzurverfügungstellung der Einrichtung mit geschäftlichen Gründen begründet werden kann. Insbesondere Telekomnetze, Stromnetze, Bahnnetze, Computersysteme (Reservierungssysteme) gelten als „*essential facilities*“.

²² Der erste Weg wird vor allem bei Transport- und Energieinfrastrukturen vorgeschlagen; der zweite Weg wurde mit der Deregulierung des Telefonnetzes begangen, als der staatliche Monopolist gezwungen wurde, dem privaten konkurrierenden Mobilfunkanbieter sowohl die Ein- und Auswahl zu gestatten, als auch Leitungskapazität verfügbar zu machen, um die anfänglichen „Versorgunginseln“ zu verbinden.

3.3 Antworten und offene Positionen zur Mißbrauchsaufsicht

3.3.1 Marktabgrenzung und der relevante Markt

Insbesondere für die Prüfung des Mißbrauch einer marktbeherrschenden Stellung (§ 19 GWB, Art. 82 EG) und für die Fusionskontrolle (§ 36 Abs. 1 GWB, Art. 3 FKVO) ist der relevante Markt in sachlicher und räumlicher Hinsicht abzugrenzen. Die Abgrenzungskriterien des deutschen und des europäischen Kartellrechts sind nahezu identisch.

Für den Produktmarkt ist zu unterscheiden zwischen dem Markt für Produkte, die über das Internet vertrieben werden und dem Markt für die im Internet angebotenen Dienste. Den Internetmarkt, also den Bereich der über das Internet vertriebenen Produkte und Dienstleistungen wird man grundsätzlich nicht als gesonderten sachlichen Markt abgrenzen können. Über Internetdienste wird auch kein eigener Vertrieb der Produkte durchgeführt; das Internet stellt vielmehr ein weiteres Kommunikations- und gegebenenfalls auch Vertriebssystem für nach herkömmlichen Kriterien abzugrenzende Märkte zur Verfügung. Für den Markt der im Internet angebotenen Dienste (z. B. Portale, elektronische Marktplätze) ist dagegen auf vergleichbare Dienste im Internet abzustellen, die nach dem Bedarfsmarktkonzept austauschbar (substituierbar) sind.

Bestimmt man den räumlichen Markt nach der Ausbreitung des worldwideweb, so wäre der relevante räumliche Markt für alle Internet gestützten wirtschaftlichen Aktivitäten der Weltmarkt. Diese Gleichsetzung hat aber wohl nur für den Vertrieb von Dienstleistungen und Daten unmittelbar über das Internet Bestand, also digitale Güter wie der Vertrieb von Software. Bei allen anderen über das Internet gehandelten Produkten und Dienstleistungen bestehen durch Transportkosten, Zölle, Sprachbarrieren, Steuern, Devisenbeschränkungen, Ausfuhrverbote und Kapitalmarktregelungen Marktzutrittsschranken. Dies führt für diese im Internet angebotenen Dienste zu einer sehr viel engeren räumlichen Marktabgrenzung. Können im Internet angebotene Produkte und Dienstleistungen nur auf bestimmten Märkten auch tatsächlich zugänglich gemacht werden, so bestehen auf der Nachfrageseite keine Ausweichmöglichkeiten. Die Nutzung des Internet erfordert daher weder neue Marktabgrenzungskriterien noch führt sie zu einer Beseitigung bestehender Kriterien. Die bestehenden Marktabgrenzungskriterien können vielmehr auch auf kartellrechtlich bedeutsame Sachverhalte im Internet angewendet werden. Bei digitalen Gütern ist davon auszugehen, daß der Weltmarkt die relevante Abgrenzung darstellt, es sei denn, es existierten relevante sprachliche oder rechtliche Grenzen.

3.3.2 Marktbeherrschung: Nachfrage- und Angebotsmacht

Kooperieren mehrere Unternehmen im Internet, so besteht die Möglichkeit, die Nachfrage dieser Unternehmen nach identischen Produkten zu bündeln, um einen Preisvorteil zu erlangen.

Nachfragebündelung ist unter bestimmten Umständen ökonomisch durchaus sinnvoll. Der Anbieter erhält dadurch Rationalisierungsvorteile; nach der *economies of scale* kann er größere Mengen auf

einmal absetzen und dadurch seine Kosten reduzieren. Auf der anderen Seite wird durch die Nachfragebündelung der freie Einsatz der Wettbewerbsparameter eingeschränkt. Auch wird den Anbietern die Möglichkeit genommen, zwischen mehreren Nachfragern auszuwählen. Durch den gemeinsamen Einkauf steht den Anbietern eine starke Marktmacht gegenüber.

Nach europäischem Recht ist eine solche Nachfragebündelung nach den Leitlinien der Kommission für horizontale Absprachen nur bei einem Marktanteil von unter 15 % auf den Einkaufs- als auch auf den Verkaufsmärkten zulässig (ABl. 2001, Nr. C 3/2, Rz. 130). Liegt der Marktanteil über dieser Schwelle, so verstößt ein solches Vorgehen gegen Art. 81 Abs. 1 EG. Nach deutschem Recht liegt ein Verstoß gegen § 1 GWB auch dann vor, wenn kein Bezugszwang besteht. Allerdings sind Einkaufsgemeinschaften nach § 4 Abs. 2 GWB zulässig, wenn es sich bei den beteiligten Unternehmen um kleine oder mittlere Unternehmen handelt.

Die Nachfragebündelung auf Internet-Marktplätzen und deren monopolistische Macht kann dadurch begrenzt werden, daß Ausschließlichkeitsbindungen und ähnliche Praktiken als wettbewerbswidrige Verhaltensnormen identifiziert werden (vor allem bei dominanten Marktplätzen) und die Offenheit der Plattformen durchgesetzt wird. Marktbeherrschung bei Internet-Marktplätzen läßt sich auch durch vertikale Separation, insbesondere bei *essential facilities*, bereinigen. Dies gilt dann, wenn über die klassischen Verhaltensverbote hinaus der diskriminierungsfreie Zugang nicht gewährleistet werden kann.

Das Patentieren von Geschäftsmodellen wird zunehmend in Konflikt mit der Offenheit der Märkte gelangen. Die Möglichkeit, vom Einreicher „*prior art*“, also frühere Tätigkeit in diesem Gebiet zu verlangen, kann verhindern, daß wettbewerbswidrige Strukturen entstehen.

3.3.3 Schutz des Geheimwettbewerbs

Das Internet ermöglicht einen hohen Informationsfluß, der als kartellrechtlich bedenklich angesehen wird, wenn er zu einer Beeinträchtigung des geschützten Geheimwettbewerbs führt (§ 1 GWB, Art. 81 Abs. 1 EG). Eine solche Beeinträchtigung ist beispielsweise gegeben, wenn Informationen über Preise, erfolgte Angebote oder Lieferbedingungen zwischen Wettbewerbern durch Marktinformationssysteme ausgetauscht werden. Bei Kooperationen von Wettbewerbern im Netz (z.B. Gründung von elektronischen Marktplätzen) wird daher dringend empfohlen, den Austausch von Informationen durch Verschlüsselungstechniken und *firewalls* zu begrenzen.

Der Schutz des Geheimwettbewerbs dient dem Ausgleich von Informationsasymmetrien. Marktinformationssysteme stellen Informationen nur der einen Marktseite zur Verfügung, während sie vor der anderen Seite verborgen bleiben. Hebt man nun aber den Geheimwettbewerb auf und läßt einen ungehinderten Informationsfluß über das Internet zu, so hätten alle Teilnehmer Zugang zu allen wettbewerbsrelevanten Informationen. Marktprozesse wären für die Anbieter- wie für die Nachfrageseite absolut transparent und würden rationales Verhalten auf der Grundlage aller bestehenden

Informationen erlauben. Damit käme man dem wettbewerbpolitischen Leitbild des idealen Marktes sehr nahe. Hierbei handelt es sich allerdings nur um eine Idealvorstellung. Vorschriften mit übergeordneten Zielsetzungen, die einen freien Informationsaustausch normativ beschränken, wie zum Beispiel Datenschutzbestimmungen, stehen einer Realisierung eines solchen idealen Marktes entgegen.

3.4 Kartellrechtlich relevante Kooperationen: Kartellverbot, Verbot abgestimmten Verhaltens und Zusammenschlußkontrolle

3.4.1 Kooperationsstrukturen

Im Kartellrecht wird deutlich zwischen Kooperation als Zusammenarbeit auf Dauer und Fusion als Zusammenarbeit auf immer unterschieden. Ersteres wird durch das Kartellverbot bzw. die Freistellungsmöglichkeiten erfaßt, zweiteres durch die Fusionskontrolle. Dies setzt voraus, daß

- institutionell abzugrenzende Unternehmen existieren.
- Kooperationspartner bekannt sind.

Wenn, wie weiter oben dargestellt, in Unternehmen verschiedene institutionelle Arrangements gleichzeitig existieren können, beispielsweise in Gestalt von zentralen Headquarter- und Forschungseinrichtungen und dezentralen bzw. atomistischen Produktions- und Distributionseinrichtungen, dann verschwimmt zunächst die Grenze zwischen den Kooperationsformen. Eine solche Zusammenarbeit unterliegt aber nur dann der Fusionskontrolle, wenn ein Vermögens-, Kontroll- oder Anteilerwerb vorliegt, ein Gemeinschaftsunternehmen gegründet oder eine sonstige Verbindung eingegangen wird, durch die ein Unternehmen wettbewerblich erheblichen Einfluß auf ein anderes Unternehmen ausüben kann.

Die Kartellbehörden haben bisher die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit von internetgestützten Aktivitäten allein unter fusionskartellrechtlichen Aspekten bei der Anmeldung von Gemeinschaftsunternehmen zum Betrieb von elektronischen Marktplätzen geprüft. Bei der Prüfung des Entstehens oder der Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung durch die Zusammenarbeit haben die Behörden darauf hingewiesen, daß der Markt durch eine dynamische Entwicklung gekennzeichnet sei und bisher nur sehr geringe Marktzutrittsbarrieren bestehen. Insoweit befände sich der Markt in einer Gründungs- und Findungsphase ohne daß sich bisher verfestigte Strukturen oder Konturen abgezeichnet hätten (Bundeskartellamt, 5. Beschlußabteilung, 25.9.2000, Covisint, WuW 2000, 1237, 1238). Die Kartellbehörden haben daher konsequenterweise bisher keinen Zusammenschluß untersagt. Sie haben aber angekündigt, wegen der Gefahr von Absprachen und der Ausnutzung marktbeherrschender Stellungen die weitere Entwicklung in diesem Bereich genau zu beobachten.

3.4.2 Vorwettbewerbliche Kooperation

Wenn durch sinkende Transaktionskosten vorwettbewerbliche Forschungs- und Entwicklungskooperationen erleichtert werden, und die Ergebnisse immer stärker nur von denen absorbiert werden

können, die ein dezidiertes fachliches Verständnis dafür besitzen, dann entstehen Bereiche, bei denen Konkurrenten am Markt zunehmend F&E-Clubgüter im vorwettbewerblichen Bereich erzeugen. Oft werden seitens des Staates solche Kooperationen besonders gefördert, bei denen „Systemführer“ partizipieren.

Es stellt sich dann die Frage, inwieweit hierdurch Märkte künstlich verengt und auch technologische Entwicklungen verzögert werden, um bisherige Produkte so lange wie möglich absetzen zu können.

3.5 Antworten und offene Positionen kartellrechtlich relevanter Kooperationen

Offen ist, inwieweit einzelne Marktplätze oder gar das Internet selbst als *essential-facilities* angesehen wird. Der deutsche Gesetzgeber hat die *essential-facilities*-Doktrin ausdrücklich in § 19 Abs. 4 GWB normiert. Der EuGH hat in seiner Entscheidung "Magill" ihre Anwendbarkeit unter Art. 82 EG ausdrücklich anerkannt (Sammlung 1995, I-808, I-822ff.). Allerdings bleibt zu berücksichtigen, daß der EuGH die Anwendbarkeit der *essential-facilities*-Doktrin auf bloße Vertriebseinrichtungen stark eingeschränkt hat ("Oskar Bronner", Sammlung 1998, I-7817, I-7831). Insoweit bleibt abzuwarten, ob jede Zugangsverweigerung einen Mißbrauch einer marktbeherrschenden Stellung begründet oder ob nicht nur ein Anspruch auf diskriminierungsfreien Zugang zu Marktplätzen und anderen Einrichtungen des elektronischen Geschäftsverkehr besteht.

4. Folgen

4.1 Wettbewerbspolitik

4.1.1 Ausgangslage

Die neuen Rahmenbedingungen können auf folgenden Nenner (stylisierte Fakten) gebracht werden:

1. In der Internetökonomie nimmt der tertiären Gehalt, insbesondere der „**digital content**“ und damit die Standortunabhängigkeit stetig zu.
2. Grundlagen nachhaltiger **Wettbewerbsvorteile** sind immer stärker IPRs und externe Ökonomien, die eine inhärente Tendenz zur Konzentration und damit der Wettbewerbsgefährdung bergen.
3. Märkte integrieren sich in räumlicher, sachlicher oder zeitlicher Hinsicht infolge sinkender **Transaktionskosten**. Dies impliziert aber nicht mehr „neoklassischen“ Wettbewerb.
4. Die Grenzen zwischen Unternehmen verschwimmen, weil sich die Kooperationsmöglichkeiten ausweiten und insbesondere **virtuelle Strukturen** bedeutsam werden.
5. Preise werden in höchstem Maße flexibel aufgrund konkreter Angebots-Nachfrage-Situationen gesetzt; Preissetzungsstrategien verlieren nicht, sie gewinnen an Bedeutung.
6. Nachfrager (ob private Kunden oder Unternehmen) erhalten zusätzliche Optionen, die solange aufrechterhalten werden können, wie eine Vermachtung vermieden bzw. unterbunden wird.

4.1.2 Antworten der Wettbewerbspolitik

Die Instrumente der Wettbewerbspolitik erscheinen als ausreichend, ihre vorhandenen Regeln sind aber möglicherweise anders einzusetzen; die Erkenntnisse der Netzwerkökonomik aus der Energie- und Verkehrspolitik müssen beispielsweise auf die Internetökonomie angewendet werden, was es erforderlich macht, netzwerktheoretische Unterschiede und Gemeinsamkeiten seitens der Theorie stärker zu systematisieren.

Auch in der Netzwerkökonomie lassen sich relevante Märkte in den meisten Fällen problemlos abgrenzen. In dem Maße, in dem die Netzwerkökonomie allerdings vollständig digitale Güter vertreibt, können Probleme auftreten, und dies vor allem dann, wenn diese immer kundenspezifischer ausgerichtet werden. Hier steht die Wettbewerbsaufsicht aber vor einem historisch bekannten Problem, die Folgen einer (zu) engen und die einer (zu) weiten Marktabgrenzung abwägen zu müssen.

Erhebliche Probleme treten dort auf, wo das Institut des Unternehmens Gegenstand des Wettbewerbsrechts ist, weil seine Grenzen verschwimmen. Parallelverhalten, Absprachen, Kartelle und Fusionen beginnen, ein Kontinuum zu bilden. Die vergleichsweise abstrakten Regeln des Kartellrechts erlauben es jedoch, hier entsprechende Ansatzpunkte zu finden. Möglicherweise wird man hier auch neue Wege gehen müssen, Mißbrauch ex post zu ahnden, wie dies die Kronzeugenregelung auf europäischer Ebene tut, während das Kalkül der Unternehmen durch hohe Strafen im Sinne eines Abschreckungseffekts beeinflußt.

4.2 Ergänzung des Wettbewerbsleitbilds

Unter den Bedingungen der globalen Ökonomie und damit auch der Internetökonomie steigen die Optionen, was es nahelegt, die Sicherstellung des Wettbewerbs mit weniger engen Doktrinen als beispielsweise der des funktionsfähigen Wettbewerbs zu betrachten. Die hohen Fortschrittsraten machen es insbesondere erforderlich, evolutorische Gesichtspunkte stärker zu fokussieren. Damit wird sich das Wettbewerbsleitbild stärker den Vorstellungen der Chicago-Schule, die vor allem Absprachen und Ressourcenkontrolle fokussiert, annähern, ergänzt um evolutionsökonomische Konstrukte, vor allem die Pfadabhängigkeit der Entwicklungen und die Wettbewerbsfreiheit der Agenten. Es wird vor allen Dingen auch das Denken in Alternativen unterstützen müssen, weil die Realität eben theoretisch nicht eindeutig identifiziert werden kann. Hierzu im einzelnen:

- (1) Die Fähigkeit des Staates, „richtig“ und „angemessen“ zu intervenieren, wird in der Tradition v. HAYEKS (1945) von liberalen Ökonomen grundsätzlich in Zweifel gezogen. Durch falsches Handeln kann ein prosperierendes Unternehmen zerstört werden. Die Lehre der Chicago-Schule sieht daher für den Staat weniger Eingriffskompetenzen vor als die diversen Konzeptionen des funktionsfähigen Wettbewerbs (MASON 1939; BAIN 1968; KANTZENBACH 1967) oder die ordoökonomische Schule von ERHARD, MÜLLER-ARMACK oder EUCKEN (1952) mit ihrer stark ethischen Ausrichtung und der Betonung der Wettbewerbsfreiheit (HOPPMANN 1968).
- (2) Eine Ordnungsethik ist grundsätzlich erforderlich, um zu verhindern, daß nicht fundierte ad-hoc-Entscheidungen gefällt werden – aber die Entscheidungsträger in der Wirtschaftspolitik müssen sich dieser auch unterwerfen, denn die Spielregeln des Wettbewerbs leiden oft mehr unter der Wirtschaftspolitik als unter den Praktiken der Unternehmen. Sie sichert letztlich im Rahmen eines gesellschaftlichen Kooperationsmodells den eine Stufe niedriger angesiedelten Wettbewerb, der durch Anreize gesteuert wird, die aus der Kooperationsstruktur abgeleitet sind.
- (3) Die Chicago-Schule als Leitbild greift in der Regel deshalb zu kurz, weil sie letztendlich von bestreitbaren Märkten, d. h. der stabilisierenden Kraft tatsächlicher oder potentieller Konkurrenz ausgeht. Aber genau diese Bestreitbarkeit (contestability) ist häufig nicht gegeben, so daß Preis- und Qualitätsdiskriminierungen in hohem Maße möglich werden sowie der Markteintritt von Konkurrenten verhindert werden kann. Insbesondere die Netzwerkökonomien verbinden Märkte und Unternehmen, eröffnen damit neue Formen der Einflußnahme, die bereits weiter oben angesprochen wurden. Insbesondere betrifft dies die Identifikation von „essential facilities“, welche die entscheidende Determinante der Qualität des Wettbewerbs darstellen.
- (4) Das Evolutorische im Wirtschaftsablauf sollte zunehmend zur Kenntnis genommen werden. In einer Periode technologischer Schübe, wie sie die Informationsökonomie und hier insbe-

sondere die Internetökonomie bringt, befindet sich ein wichtiger Teil der Wirtschaft im stetigen Übergang. Die Entwicklungslinien werden in erheblichem Maße durch Irreversibilitäten begrenzt, d.h. die aus einer Basisinnovation entstehenden Möglichkeiten werden wahrgenommen und ausgeschöpft, bis die Entwicklung in eine stabilere Reifephase einmündet, für die das „klassische Kartellrecht“ eigentlich gemacht ist. Gerade die theoretischen Erkenntnisse über die Bedeutung von Informationsasymmetrien, von Signalen, von versunkenen Kosten und von externen Ökonomien erlauben es aber, relevante Ansatzpunkte eines Leitbildes zu identifizieren, daß man als „freien Zugang zu *essential facilities*“ bezeichnen mag.

- (5) Konzentrationswellen in der Wirtschaft folgen den technologischen Schüben und regulierungspolitischen Initiativen. Neben der netzwerkökonomisch relevanten Problematik der „kritischen Masse“ in dynamischen Märkten, die oben besprochen wurde, ist auf die Folgen politischer Deregulierung zu verweisen, die einen „*new deal*“ in ausgewählten Branchen einleitet, zunächst neue Markteintritte begünstigt, womit die Zahl der Anbieter steigt, woraus sich dann schließlich ein durch sinkende Preise induziertes Wachstum ergibt, dem dann eine Konsolidierungsphase folgt. Gleichmaßen können spezifische Technologien den Markt aufrütteln, weil beispielsweise *economies of scale* der Produktion zerfallen, wodurch Neueintritte möglich sind, Synergieeffekte entstehen, die eine Bündelung erforderlich machen, Nachfrage macht auftritt, die zu kompensieren ist usw. Derartige Interdependenzen sind aber nichts Neues und benötigen daher kein anderes Instrumentarium als hinreichend abstraktes Kartellrecht.

4.3 Die Anfangsthesen – eine Antwort

Es ist nicht sicher, daß das Internet die Wettbewerbsbedingungen der Wirtschaft nachhaltig verbessert, weil es alle Elemente in sich trägt, die das Entstehen enger Märkte wahrscheinlich werden läßt: Versunkene Kosten und externe Ökonomien.

Sicher ist, daß die institutionellen Arrangements der Wirtschaft einem starken Wandel, der sich in Schüben durchsetzt, unterworfen ist. Diese Veränderungen sind zugleich eine Chance für den Wettbewerb, weil sie den Markteintritt erleichtern.

Die Wettbewerbsleitbilder der Zukunft müssen den ökonomischen Evolutionsprozessen stärker Rechnung tragen. Damit erfolgt eine Hinwendung zu Fragen der Pfadabhängigkeit von Entwicklungen – auch im Sinne alternativer, sich ausschließender Pfade – und institutionell reduzierten Handlungsmöglichkeiten.

5. Opportunismus und Beliebigkeit

Wenn Abwägen wichtiger und Denken in alternativen Modellen bzw. Entwicklungspfaden eine Erfordernis werden, wie wird dann verhindert, daß letztlich die Exegese des Kartellrechts zur Beliebigkeit verkommt?

Deutlich wird diese Fragestellung aktuell an den Problemen des „*US-District Courts for the District of Columbia*“, den Fall Microsoft zu bewältigen. Die ursprüngliche Vorstellung einer Aufspaltung des Unternehmens, um der Marktbeherrschung entgegenzuwirken, fordert zu folgenden Fragen heraus:

1. Welches Wettbewerbsleitbild wird zugrunde gelegt?
2. Was sagt dieses über Marktmacht aus und welche Folgerungen sind daraus zu ziehen? Kann die Aufspaltung daraus abgeleitet werden?
3. Ist auf Basis dieses Leitbildes der Erfolg von Microsoft als problematisch zu empfinden?
4. Hätte Microsoft die Klage durch „richtiges“ Handeln auf Basis des zugrunde liegenden Wettbewerbsleitbildes verhindern können?
5. Warum wird zwischenzeitlich von der Aufspaltung?

Die fünfte Frage läßt sich leicht beantworten: Die neue Regierung unter George W. Bush sieht sich eher in der Tradition der Chicago-Schule als des *structure-conduct-performance*-Ansatzes der alten Industrieökonomik. Zugleich haben die Verhandlungen vor dem Gericht deutlich gemacht, daß auch innerhalb des alten Leitbildes die Handlungsanweisungen eher dubios sind, solange solide Sachkenntnisse fehlen. Ein Aspekt ist sicher, daß eine Folgerung aus der Quasi-Monopolstellung des Betriebssystems Windows als „*essential facility*“ nicht gezogen wurde: Die Forderung nach offenen Schnittstellennormen. Dies würde es nämlich erlauben, Anwendungspakete auf dieser Basis zu optimieren, aber gäbe auch Konkurrenten die Chance zum Markteintritt bei Betriebssystemen. Ob die aktuell erstrebte Offenlegung des vollständigen Quellcodes die richtige, d. h. die gleichermaßen aus Sicht des Wettbewerbs und der Innovationsanreize angemessene Antwort ist, darf in Zweifel gezogen werden.

Literatur

AKERLOF, G., 1970, The Market for Lemmons: Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism, *Quarterly Journal of Economics* 84, 488 – 500.

BAIN, J.S., 1968, *Industrial Organization*. John Wiley, New York - London – Sydney.

BAYERISCH-SÄCHSISCHE-ZUKUNFTSKOMMISSION (Ulrich Beck, Ulrich Blum, Roland Berger, Johannes Gross, Herbert Henzler, Meinhard Miegel, Georg Obermaier, Heinrich Oberreuther, Etta Schiller), 1998, *Erwerbstätigkeit und Arbeitslosigkeit in Deutschland (Employment and Unemployment in Germany)*, Olzog-Verlag.

BLUM, U., 2000, *Volkswirtschaftslehre*, Oldenbourg-Verlag, München

BLUM, U., 2001, S. 21####

BLUM, U.; DUDLEY, L., 1999a, ROLF: Rational Organisations and the Longevity of Firms, in: *Soft Factors in Spatial Dynamics* (Rothengatter, Kowalski Hrsg.), Nomos Baden-Baden, 98-112.

BLUM, U.; DUDLEY, L., 1999b, The Two Germanies: Information Technology and Economic Divergence, 1949-1989, *Journal of Institutional and Theoretical Economics* Vol. 155, No. 4, 710-737.

BLUM, U.; DUDLEY, L., 2000, Blood, Sweat, Tears: Rise and Decline of the East German Economy, 1949 – 1988, *Zeitschrift für Nationalökonomie und Statistik – Journal of Economics and Statistics*, Vol. 220/4, 438-452.

BLUM, U.; DUDLEY, L., 2001, *Transport and Economic Development*, European Ministers of Transport, Paris, forthcoming.

BLUM, U.; TÖPFER, A.; EICKHOFF, G.; JÄHNCHEN, I., 2001, Nutzen der Normung, *DIN-Mitteilungen* Nr. 5, 350-361.

COASE, R., 1937, The Nature of the Firm, *Economica*, No. 4, 386 - 405.

ECONOMIST, 2001, Patently Absurd, *The Economist Technology Quarterly*, 3rd June, S. 42 – 44.

EUCKEN, W., 1952, *Grundsätze der Wirtschaftspolitik*. J.C.B. Mohr, Tübingen - Zürich (1960).

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG, 2001, Wettbewerbsrecht kann Urheberrecht Grenzen ziehen, 7. Juli, S. 22.

- GREENSTEIN, S., 1995, Diamonds are Forever, Computers are not, IEEE, S. 4-5.
- HAYEK, F. A. v., 1945, The Use of Information in Society, *American Economic Review* 35, 519 – 530.
- HOPPMANN, E., 1968, Zum Problem der wirtschaftlich praktikablen Definition des Wettbewerbs. Grundlagen des Wettbewerbs, Berlin, S. 9 - 49.
- IMMENGA, F.; LANGE, K., W., 2000, Elektronische Marktplätze: Wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen im Internet?, RIW, S. 733 - 739.
- JESTAEDT, T., Funktionalität, Effizienz und Wettbewerb: B2B-Marktplätze und das Kartellrecht, BB 2001, S. 581-588.
- KANTZENBACH, E., 1967, Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. Vandenhoeck und Rupprecht, Göttingen.
- KNIGHT, F., 1921, Risk, Uncertainty, and Profit, Houghton-Mifflin, Boston.
- KÖHLER, H., Gründung und Nutzung von Internet Marketplaces – die Rahmenbedingungen des europäischen und deutschen Kartellrechts, K&R, S. 569-581.
- LANGE, K.W., 2000, Unternehmenskooperation im Internet und EG-Kartellrecht, EWS, S. 291-297.
- MASON, E. S., 1939, Price and Production Policies of Large Scale Enterprises: *American Economic Review*, S. 61ff.
- MILGROM, P.; ROBERTS, J., 1982, Predation, Reputatoipn, and Entry Deterrence, *Journal of Economic Theory* 27, 280 – 312.
- PORTER, M. E., 1986, Wettbewerbsvorteile. Frankfurt a. M.
- WATTS, D. J.; STROGATZ, S. H., 1998, Collective Dynamics of Small-World Networks, *Nature*, 393, 440-442.
- WALL STREET JOURNAL EUROPE, 2000, European Commission Aims to Improve Merger Regulation, 15.-16. September, S. 3.
- WILLIAMSON, O., 1975, Markets and Hierarchies. Analysis and Antitrust Implications, The Free Press, New York.