

1. Von „vollständiger Konkurrenz“ zum dynamischen Wettbewerb

Bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts machte man die Intensität des Wettbewerbs vor allem an der Zahl der Marktteilnehmer fest. Es galt als unstrittig, dass Monopole stets von Übel sind und dass der Wettbewerb umso besser funktionieren würde, je mehr Anbieter sich auf den Märkten um die Gunst der Nachfrager streiten. Bald ging man auch daran, dieses Ergebnis in Form von mathematischen Modellen zu erhärten. Es entstand die Modellvorstellung der sogenannten vollständigen Konkurrenz. Dabei unterstellte man vollständig rational handelnde Individuen, die auf idealen Märkten Güter anboten und nachfragten. Insbesondere sollten sie mit unendlicher Reaktionsgeschwindigkeit auf jede Veränderung reagieren können, sodass auch nicht eine Sekunde lang ein höherer als der Normalgewinn entstehen konnte. Vor allem der Cambridger Ökonom Alfred Marshall (1842–1924) und sein Lausanner Kollege Leon Walras (1834–1910) haben sich um die mathematische Beschreibung des Marktgeschehens verdient gemacht. Das Ergebnis sollte man später als das neoklassische Modell bezeichnen.

Schon bald kamen jedoch Zweifel an der Sinnhaftigkeit dieses Modells auf. Sicher ermöglichte die Mathematisierung der Ökonomie manche Einsichten in Zusammenhänge, die den Klassikern mit ihrem hausbackenen Instrumentarium noch verborgen geblieben waren. So konnte Walras zeigen, dass sich unter bestimmten Umständen tatsächlich ein vollkommenes Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage auf allen Märkten einstellen würde. Dieses sogenannte mikroökonomische Totalgleichgewicht hatte außerdem die angenehme Eigenschaft, dass dabei alle Produktionsfaktoren vollbeschäftigt sein würden und keinerlei Verschwendung knapper Güter mehr zu beobachten wäre. Damit war gewissermaßen der mathematische Beweis für Adam Smiths Theorem der unsichtbaren Hand des Marktes erbracht worden.

Aber der Preis dafür war hoch. Was hatte dieses Modell noch mit der Wirklichkeit zu tun? Beobachtete man nicht ständig, dass einzelne Märkte im Ungleichgewicht waren und daher mindestens zeitweise „anomale“ Gewinne oder Verluste entstanden? Und war der rationale, nur auf Gewinn- und Nutzenmaximierung ausgerichtete homo oeconomicus nicht in Wirklichkeit ein Monstrum, das weder den simpelsten moralischen Ansprüchen noch der Realität gerecht wurde? Das neoklassische Modell schien also für die Erklärung

der Wirklichkeit nicht viel zu taugen. Wo aber lag dann noch die Rechtfertigung für eine marktwirtschaftliche Wirtschaftsordnung?

Offensichtlich hatte die neoklassische Ökonomie ein Eigentor geschossen. An die Stelle von Adam Smiths differenziertem Menschenbild war plötzlich der sogenannte „homo oeconomicus“ getreten, wie man später das Zerrbild eines vollkommen rationalen und rein egoistisch agierenden Individuums bezeichnete. Dabei war diese Kunstfigur eigentlich nur geschaffen worden, um bestimmte Verhaltensweisen quasi wie im Reagenzglas ökonomisch analysieren zu können. Auch in den Naturwissenschaften arbeitet man ja oft unter realitätsfernen Laborbedingungen, um bestimmten Phänomenen wie z.B. dem Wirken der Schwerkraft auf den Grund zu gehen. Schon John Stuart Mill (1806–1873), der an der Schwelle zwischen Klassik und Neoklassik stand, hatte davon Gebrauch gemacht. Er betonte aber ausdrücklich, dass man den hoho oeconomicus nicht mit dem wirklichen Menschen gleichsetzen dürfe. Leider ist dieser wichtige Hinweis später oft in Vergessenheit geraten.

So wich Smiths realistische Beschreibung des Verhaltens von Produzenten und Konsumenten im 20. Jahrhundert allmählich einer blutleeren mathematischen Analyse, die zudem von keinem Politiker mehr verstanden wurde. Schlimmer noch: Wenn man die Maßstäbe des neoklassischen Modells anlegte, so war es ein Leichtes, an allen Ecken und Enden sogenanntes Marktversagen festzustellen. Denn das Modell diente eben nur der mathematischen Beschreibung gewisser Grundzusammenhänge und konnte mit der Wirklichkeit gar nicht exakt übereinstimmen. Daraus wurden nun aber neue Gründe gerade für solche staatliche Interventionen abgeleitet, die Adam Smith so vehement bekämpft hatte.

Die ökonomische Theorie bemühte sich in der Folgezeit, wieder ein realistischeres Bild des Wettbewerbs zu zeichnen. Joan Robinson (1903–1983) und Edward Chamberlin (1899–1967) entwarfen 1933 unabhängig voneinander das Modell der sogenannten unvollständigen bzw. monopolistischen Konkurrenz. Es wurde jetzt berücksichtigt, dass jeder Anbieter in der Regel einen gewissen Preissetzungsspielraum hat, auch wenn es Konkurrenten gibt. Beispielsweise hat ein Smartphone der Firma Samsung zwar ähnliche Funktionen wie ein I-Phone der Firma Apple, was sogar zu einem Patentstreit geführt hat. Aber es handelt sich eben trotzdem nicht um vollständig identische Produkte, jedenfalls nicht in den Augen der Konsumenten. Auch wird ein Kunde möglicherweise dem etwas teureren Handwerker den Auftrag geben, wenn er mit ihm schon einmal gute Erfahrungen gemacht hat. Er kann ja nicht sicher sein, ob der preiswertere Anbieter genauso gut und zuverlässig arbeitet. Daher ist es durchaus möglich und sogar wahrscheinlich, dass auch sehr ähnliche Produkte und Dienstleistungen auf dem Markt zu unterschiedlichen Preisen gehandelt werden.

Auch das Monopol wurde jetzt mit etwas anderen Augen angesehen. Der österreichische Ökonom Josef Schumpeter (1883–1950) wies in seiner „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ 1911 darauf hin, dass im Grunde jeder Erfinder eines neuen Produktes zunächst einmal eine Monopolstellung gewinnt. Darin besteht nach Schumpeter gerade der wesentliche Anreiz, als sogenannter Pionierunternehmer überhaupt neue Güter und Verfahren auf den Markt zu bringen. Im Laufe der Zeit werden allerdings zunehmend Imitatoren auftreten, sodass die anfänglichen Vorsprungsgewinne im Konkurrenzkampf wieder abgeschmolzen werden. Diese dynamische Abfolge von Innovation und Imitation macht

nach Schumpeter erst den eigentlichen Sinn des Wettbewerbs aus. Dazu gehört auch, dass immer wieder neue Unternehmen und Produkte die alten vom Markt verdrängen. Schumpeter bezeichnete den Wettbewerb daher auch anschaulich als einen Prozess der schöpferischen Zerstörung.

Sein österreichischer Kollege Friedrich August von Hayek (1899–1992), Nobelpreisträger des Jahres 1974, ging noch einen Schritt weiter. Auch für ihn ist der Wettbewerb in erster Linie ein Entdeckungsverfahren, aber nicht nur in bezug auf die Entwicklung neuer Produkte und Produktionsverfahren. Nach Hayek ist nämlich schon die Vielfalt der bereits am Markt befindlichen Güter und Konsumwünsche viel zu komplex, als dass sie etwa von einer staatlichen Planungsbehörde überschaut werden könnte. Heute wollen die Konsumenten zum Beispiel Rindersteaks essen, morgen dagegen Pizza und übermorgen vielleicht Chinesische Küche oder Biokost. Bei anderen Gütern sind die Konsumwünsche nicht weniger vielfältig und wechselhaft, wie man beispielsweise in der Modebranche jede Saison beobachten kann.

Wie soll eine staatliche Planungsbehörde angesichts dieser Komplexität wissen können, welche Güter wann, in welcher Menge und an welchem Ort nachgefragt werden? Wie sollte sie die konkrete Befriedigung dieser Nachfragevielfalt bewerkstelligen? Nur das dezentralisierte Wissen Hunderttausender von Unternehmern, Kaufleuten und Managern, die alle ihren Vorteil suchen, kann dieses „Suchproblem“ lösen. Wer jemals die Versorgungsengpässe und die Beschränktheit des Güterangebotes in planwirtschaftlich organisierten Wirtschaftsordnungen erlebt hat, wird diesem zentralen Gedanken Hayeks sicher zustimmen.

2. Wettbewerbspolitik: Harvard gegen Chicago

Für die praktische Wettbewerbspolitik ergaben sich aus dieser modernen Interpretation des Wettbewerbs einige Probleme. Offenbar kommt es für die Intensität des Wettbewerbs eben nicht nur darauf an, dass möglichst viele Anbieter am Markt sind. So wurde zum Beispiel argumentiert, dass der Wettbewerb gerade dann besonders intensiv sein kann, wenn nur wenige große Anbieter am Markt zu finden sind; man spricht in diesem Fall auch von einem Oligopol. Ein gutes Beispiel dafür ist der Benzinmarkt, auf dem ja nur wenige, große Ölkonzerne als Anbieter auftreten. Kaum senkt etwa Shell die Preise, folgen BP, Jet und alle anderen auch schon nach, um nur ja keine Kunden zu verlieren.

Auch auf dem Automobilmarkt beobachten sich die Hersteller gegenseitig mit Argusaugen, um etwa Sondermodelle eines Konkurrenten sofort mit eigenen Sonderangeboten kontern zu können. Andererseits ist gerade bei Oligopolen auch die Gefahr wettbewerbsbeschränkender Kartelle besonders groß. Es kommt daher sehr auf den Einzelfall an, ob ein Oligopol den Wettbewerb wirklich gefährdet.

Die alleinige Betrachtung der Marktstruktur ist also wenig aussagekräftig, wenn es um die Beurteilung der Wettbewerbsintensität geht. Alternativ dazu wurde vorgeschlagen, die Marktergebnisse zum Kriterium der wettbewerbspolitischen Beurteilung eines Marktes zu machen. Dies ist das Konzept der sogenannten *Workable-Competition*, des funktionsfähigen Wettbewerbs. Es wurde vor allem in den USA entwickelt, namentlich von John Mau-

rice Clark (1884–1963). Nach Clark soll beispielsweise die Zulässigkeit eines Monopols vor allem daran gemessen werden, ob es seine Produkte zu angemessenen Preisen verkauft.

In der Praxis erwies es sich aber als äußerst schwierig zu bestimmen, wie hoch ein angemessener Preis zu sein hat. Da es an vergleichbaren Produkten anderer Anbieter naturgemäß mangelt, ist man dabei ganz auf die Analyse der Kosten des Monopolisten angewiesen. Diese Kosten wiederum kann der Monopolist aber leicht manipulieren, indem er beispielweise den eigenen Angestellten hohe Gehälter oder luxuriöse Büroräume gewährt und dies als unvermeidbaren Aufwand hinstellt. Augenfällige Beispiele dafür sind in Deutschland die Energieunternehmen, aber auch Post und Eisenbahn. Als Netzbetreiber haben sie so etwas wie ein natürliches Monopol, da mehrere Stromleitungen nebeneinander offenbar wenig Sinn machen. Daher könnten sie ihre Preise beliebig anheben, wenn es keine staatliche Aufsicht gäbe. Aber auch mit staatlicher Aufsicht leben sie im Allgemeinen nicht schlecht. Unter den Managern und Aufsichtsräten dieser Unternehmen findet man übrigens viele ehemalige Politiker. Oft sind es dieselben, die zuvor für die Genehmigung der Monopolpreise zuständig waren.

Früher hatten auch die kommunalen Stadtwerke in Deutschland sogenannte Gebietsmonopole, die ihnen sogar gesetzlich garantiert waren. Man konnte also z.B. als Einwohner von Essen keinen Strom bei den benachbarten Stadtwerken Bochum kaufen, selbst wenn er dort billiger war. Heute gibt es diese Gebietsmonopole nur noch bei den Wasserwerken, während die Strom- und Gasmärkte 1998 liberalisiert wurden.

Selbst die echten Kosten eines Monopols werden meist schon deswegen überhöht sein, weil es eben am heilsamen Druck des Wettbewerbs fehlt. Der amerikanische Ökonom Harvey Leibenstein (1922–1993) führte für diesen Effekt den Begriff der sogenannten X-Ineffizienz ein. Sie kommt zu den überhöhten Gewinnen als weiterer Nachteil des Monopols noch hinzu. Wie soll man aber unter solchen Umständen noch so etwas wie einen angemessenen Marktpreis bestimmen können? Viele der sogenannten Anti-Trust-Verfahren in den USA, mit denen marktbeherrschende Unternehmen zur Entflechtung gezwungen werden sollten, sind denn auch an dem Problem des konkreten Nachweises schlechter Marktergebnisse gescheitert.

Die sogenannte Harvard-Schule der Wettbewerbspolitik hat deshalb vorgeschlagen, neben der Marktstruktur und den Marktergebnissen auch das Marktverhalten der Anbieter zu prüfen. Es gibt für marktbeherrschende Unternehmen ein beinahe unerschöpfliches Arsenal an diskriminierenden Verhaltensweisen gegenüber Kunden, Lieferanten oder Wettbewerbern. Beispielsweise kann ein marktbeherrschender Computerhersteller hingehen und seine Produkte nur an solche Kunden abgeben, die gleichzeitig auch seine miserable Software kaufen. Oder ein Getränkehersteller beliefert nur solche Kaufhäuser, die nicht gleichzeitig auch Konkurrenzprodukte anderer Getränkefirmen anbieten, selbst wenn diese den Kunden besser schmecken sollten. Und schließlich gibt es noch das weite Feld von gegenseitigen Preisabsprachen und anderen Kartellen, das vor allem im Falle von Oligopolen immer wieder zu beobachten ist.

Auch eine Marktverhaltenskontrolle durch die Kartellämter ist in der Praxis allerdings nicht einfach zu bewerkstelligen. Nehmen wir zum Beispiel den Fall der Benzinpreise an den Tankstellen. Wenn Aral, Shell und BP ihre Preise gleichzeitig erhöhen, so muss keineswegs eine Kartellabsprache dahinterstecken, wie das die Kunden meist vermuten. Tatsäch-

lich sind die Kartellbehörden immer wieder mit dem Versuch gescheitert, den Ölmultis missbräuchliche Preisabsprachen nachzuweisen. Genausogut kann nämlich auch ein steigender Ölpreis oder ein höherer Dollarkurs die Ursache für eine allgemeine Benzinpreiserhöhung sein. Wenn man den Benzinmarkt genau beobachtet, wird man auch wirklich feststellen, dass die Preise fallen, wenn der Dollarkurs sinkt.

Außerdem wäre gerade auch im Falle vollständiger Konkurrenz zu erwarten, dass die Preise homogener Güter bei allen Anbietern stets gleich hoch sind! Denn gerade dann könnte es sich kein Anbieter leisten, einen höheren Preis als seine Konkurrenz zu verlangen. Der Marktpreis würde sich vielmehr einheitlich so einstellen, dass er die normalen Kosten gerade deckt. Ein einheitlicher Preis aller Anbieter sagt für sich genommen daher noch gar nichts darüber aus, ob Wettbewerb herrscht oder nicht.

Die sogenannte Chicago-Schule der Wettbewerbstheorie hat aus all diesen Problemen einen radikalen Schluss gezogen. Wenn weder die Marktstruktur noch die Marktergebnisse oder das Marktverhalten letztlich brauchbare Kriterien für eine Wettbewerbskontrolle sind, dann sollte man am besten ganz die Finger davon lassen. Weder Anti-Trust-Gesetze noch eine Missbrauchsaufsicht über marktbeherrschende Unternehmen können letztlich funktionieren. Stattdessen komme es allein darauf an, den jederzeitigen Marktzutritt neuer Konkurrenten zu ermöglichen. Denn jeder Missbrauch von Marktmacht sei ja darauf ausgerichtet, übernormale Gewinne zu erzielen und werde daher von selbst andere Anbieter anlocken.

Sogar ein Monopol kann aus dieser Sicht zumindest zeitweise volkswirtschaftlich sinnvoll sein. Soweit es nämlich lediglich den natürlichen Vorsprungsgewinn eines besonders findigen Unternehmens widerspiegelt, geht sein Extragewinn durchaus in Ordnung. Er ist ja gerade der Anreiz, ständig nach neuen Produkten und besseren Produktionsverfahren zu suchen. Es muss nur gewährleistet sein, dass andere Unternehmen dabei nachziehen können und nicht etwa auf Dauer vom Markt ausgeschlossen bleiben. Das Monopol sollte deshalb im Prinzip jederzeit angreifbar sein, wie die Chicago-Ökonomen sagen. Ein solches, sogenanntes morphologisches Monopol sei wettbewerbspolitisch unproblematisch, weil es sich früher oder später von selbst erledige.

Ein frühes Beispiel dafür ist die Geschichte der elektrischen Orgeln. Sie wurden zuerst von der amerikanischen Firma Hammond auf den Markt gebracht, die dafür ein Patent innehatte. Noch heute spricht man allgemein von Hammond-Organen, selbst wenn sie von anderen Firmen stammen. Die ursprüngliche Monopolstellung brachte Hammond hohe Gewinne ein, begann aber schon vor Auslaufen des Patentschutzes zu wackeln. Inzwischen war nämlich das von Hammond verwendete elektromagnetische Tonerzeugungsverfahren technisch überholt, und der unverwechselbare Klang ließ sich mithilfe der weitaus billigeren Elektronik immer besser kopieren. Man erkennt daran, dass die Monopolstellung eines Anbieters unter Umständen sogar den technischen Fortschritt beflügeln kann. Hammond selbst verschlief übrigens unter dem scheinbaren Schutz seines Patentes diese Entwicklung lange Zeit und wurde schließlich vom Markt verdrängt.

3. Natürliche Monopole und staatliche Marktzugangsschranken

In der Praxis würde das Chicago-Konzept bedeuten, dass man vor allem jede Art von gesetzlichen Marktzutrittsgrenzen abzubauen hätte. Das betrifft zum Beispiel die teilweise unsinnigen Vorschriften, die auch heute noch den Wettbewerb im Handwerk beschränken. So darf der Hausmeister selbst nach der teilweisen Liberalisierung dieser Ordnung zwar Raufasertapeten kleben, aber schon für das Anbringen von Mustertapeten muss man einen eingetragenen Handwerksbetrieb mit Meisterbrief beauftragen. Und nicht nur für Wasserwerke, sondern auch für Notare gibt es nach wie vor einen gesetzlichen Gebietschutz, wofür keine vernünftige Begründung zu erkennen ist.

Zudem wäre dafür zu sorgen, dass Konkurrenten aus dem Ausland nicht durch Zölle oder andere protektionistische Maßnahmen diskriminiert werden. Und natürlich sollte auch der Staat selbst möglichst nicht als Monopolanbieter auftreten, wie er dies beispielsweise im Falle von Post und Eisenbahn lange Zeit getan hat und in vielen Ländern noch heute tut.

Damit war die Wettbewerbstheorie wieder sehr nahe bei den Überlegungen angelangt, die schon Adam Smith angestellt hatte. Die Hauptvertreter der Chicago-Schule waren denn auch überzeugte Liberale, allen voran George Stigler (1911–1991), Nobelpreisträger des Jahres 1982. Tatsächlich gibt es viele Beispiele dafür, dass einst übermächtig erscheinende Monopole durch den Marktzutritt von Newcomern geknackt wurden. Eines dieser Beispiele war die erfolgreiche Herausforderung von IBM durch Firmen wie Apple und Microsoft, die ursprünglich nur die Größe einer Doppelgarage gehabt hatten. Aber auch andere Giganten wie General Motors, AEG oder Coca Cola mussten unter dem Druck neuer Konkurrenten schließlich ihre marktbeherrschende Stellung räumen oder sind gar ganz vom Markt verschwunden.

Beispiele für Monopole, die sich auf Dauer halten konnten, sind viel schwerer zu finden. Und wenn, dann handelt es sich meistens um Fälle, in denen der Staat selbst den Marktzutritt beschränkte. Zu nennen sind hier beispielsweise das Zündholzmonopol des Ivar Kreuger von 1926 oder auch das deutsche Postmonopol, welches ursprünglich die Fürsten von Thurn und Taxis innehatten und das bis 1989 praktisch unverändert galt. Noch heute hat die Post in Deutschland das alleinige Recht, normale Briefe zuzustellen.

Im Falle von Post und Eisenbahn wurde lange Zeit argumentiert, hier handele es sich um sogenannte natürliche Monopole, die einen sinnvollen Wettbewerb prinzipiell nicht zulassen. Von einem natürlichen Monopol spricht man, wenn der Gesamtmarkt am kostengünstigsten von einem einzigen Anbieter bedient werden kann. Man stelle sich etwa vor, mehrere Eisenbahnlinien würden auf einer Strecke – sagen wir zwischen San Francisco und New York – miteinander konkurrieren. Vermutlich wären sie alle nicht voll ausgelastet, und so käme es offenbar zu einem verschwenderischen Angebot überflüssiger Kapazitäten. Unter dem Druck des Wettbewerbs könnte schließlich doch nur eine einzige Eisenbahnlinie übrigbleiben, während alle anderen vom Markt verschwinden müssten. Also, so schloss man aus dieser Überlegung, sollte der Staat in solchen Fällen lieber von vornherein nur einem Anbieter erlauben, die Strecke zu bedienen. Meist lief dies darauf hinaus, dass er dies gleich selber übernahm, nicht zuletzt, um auch die Monopolgewinne einstreichen zu können. So hat etwa die Deutsche Reichsbahn bis in die 1930er Jahre hin-

ein dem Staat so hohe Gewinne erbracht, dass daraus ein Großteil der Reparationszahlungen aus dem Ersten Weltkrieg bezahlt werden konnten.

Aber dieser Weg erwies sich mit der Zeit als äußerst verhängnisvoll. Daran war wiederum nicht zuletzt der technische Fortschritt schuld. So wurden die Eisenbahnen schon bald durch das Automobil unter Konkurrenzdruck gesetzt, später auch durch das Flugzeug. Man spricht in diesem Fall von sogenannter Substitutionskonkurrenz, die auch einem natürlichen Monopol schwer zu schaffen machen kann. Letztlich ist es ja kaum ein Unterschied, ob die Eisenbahn Kunden an eine parallel verlaufende Konkurrenzlinie verliert oder dadurch, dass diese auf Substitutionsgüter wie Auto oder Flugzeug umsteigen.

Bereits die Deutsche Reichsbahn geriet dadurch zunehmend in die Verlustzone, und ihre Nachfolgerin, die Deutsche Bundesbahn, entwickelte sich gar zu einem Subventionsfahrrad ohne Boden mit zweistelligen Milliardenverlusten pro Jahr. Die Subventionen wiederum ließen trotz der Konkurrenz durch andere Verkehrsträger wenig Anreize zu effizientem und kundenfreundlichem Wirtschaften bei der Bahn aufkommen. Wettbewerb mit staatlicher Verlustausgleichsgarantie ist eben kein wirklicher Wettbewerb.

In den 80er Jahren setzte schließlich eine allgemeine Liberalisierungsdebatte ein, die auch vor den „natürlichen“ Monopolen nicht mehr Halt machte. Man hielt zwar noch an der Überlegung fest, dass die Parallelverlegung mehrerer konkurrierender Schienenwege, Telefonnetze oder Gas- und Wasserleitungen wenig sinnvoll wäre. Aber warum sollten nicht mehrere Eisenbahngesellschaften auf dem gleichen Schienennetz miteinander in Wettbewerb treten? Warum sollte dasselbe nicht auch bei Telefongesellschaften und anderen netzgebundenen Versorgungsleistungen möglich sein? Im Zeitalter des Computers machte es keine Schwierigkeiten mehr, dies ohne größere technische Probleme zu organisieren und den Kunden dadurch mehr Wahlmöglichkeiten zu verschaffen. Außerdem waren beispielsweise mit den Mobiltelefonen inzwischen sowieso ganz neue Konkurrenzgüter aufgekommen. Und was die reinen Endgeräte wie Telefone, Faxgeräte und Router betraf, ist ohnehin nicht einzusehen, warum sie den Kunden nicht von mehreren, miteinander konkurrierenden Anbietern angeboten werden sollten.

Als dann Ende der 80er Jahre allmählich tatsächlich private Konkurrenz für die Post zugelassen wurde, konnten die deutschen Kunden endlich auch mobile Telefone, Handys und all die anderen technischen Neuerungen erwerben, die in den USA längst gang und gäbe waren. Bis dahin war ein blaues Tastentelefon mit Wahlwiederholungstaste der Gipfel des Komforts gewesen. Und auch bei der Brief- und Paketzustellung ging man vorsichtig daran, den Markt zu öffnen. Jetzt mussten sich auch die staatlichen Monopole plötzlich anstrengen, um nicht zu viele Kunden zu verlieren.

Trotz dieser positiven Erfahrungen hat die Liberalisierung der natürlichen Monopole vor allem in Europa noch mit politischen Widerständen zu kämpfen. Man muss auch einräumen, dass damit mancherlei technische und ökonomische Probleme im Detail verbunden sind, die wir hier nicht im Einzelnen behandeln können. In Europa vertraut man dabei stärker auf Gesetze und staatliche Kontrollen als auf die Macht des Wettbewerbs. Den betroffenen Unternehmen ist das oft gar nicht so unrecht. Unter dem Schutz gesetzlich genehmigter Preise lässt es sich meist trefflich leben, vor allem dann, wenn dadurch der unbequeme Wettbewerb vermieden werden kann. Dreist werden mitunter sogar auch noch Subventionen gefordert, um angebliche Nachteile aus der gesetzlich regulierten

Preisgestaltung auszugleichen. Leicht entsteht auf diese Weise ein regelrechter Sumpf aus Misswirtschaft, Filz und Bürokratie, der offenbar nur durch eine radikale Marktöffnung für neue Wettbewerber ausgetrocknet werden kann.

Man muss zwar einräumen, dass dieses Chicagoer Rezept auch unter Ökonomen keineswegs unumstritten ist. Ein Restbestand von leitungsgebundenen Monopolen ist vielleicht nicht ganz zu vermeiden, und damit könnte auch eine entsprechende Missbrauchsaufsicht über ihre Preisgestaltung notwendig bleiben. Viel wäre aber schon gewonnen, wenn die Kartellämter sich mit dem gleichen Eifer um staatliche Beschränkungen des Wettbewerbs kümmern würden, mit dem sie gegen tatsächliche oder vermeintliche Missbräuche von Marktmacht im privaten Sektor vorgehen. Vor allem jedoch sollten sie sich der Grenzen ihrer Urteilskraft bewusst sein, wenn es um marktgerechte Preise geht. Wettbewerbspreise lassen sich weder simulieren noch errechnen, sondern letztlich eben nur im Wettbewerb bestimmen.

4. Hinweise zum Weiterlesen

Eine umfassende Darstellung der Modelle vollständiger und unvollständiger Konkurrenz bietet das Standardwerk von J. Schumann, U. Meyer, W. Ströbele, „Grundzüge der mikroökonomischen Theorie“, 8. Aufl., Berlin u.a. 2007.

„Die Entwicklung des neuklassischen Wettbewerbskonzepts“, Bayreuth 1996, ist ein kleines, aber feines Buch von K. Heine zur neueren Geschichte der Wettbewerbstheorie.

J. Weimann, „Wirtschaftspolitik. Allokation und kollektive Entscheidung“, 5. Aufl. Berlin u.a. 2009 beschreibt mit einfachen formalen Mitteln den aktuellen Stand von Wettbewerbstheorie und Wettbewerbspolitik.

Einen kurzgefassten und instruktiven Überblick gibt der Beitrag „Wettbewerbspolitik“ von H. Berg in: D. Bender u.a. (Hg.), „Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik“, 9. Aufl., München 2007.



<http://www.springer.com/978-3-642-31307-3>

Die unsichtbare Hand
Ökonomisches Denken gestern und heute
van Suntum, U.
2013, XIV, 316 S., Hardcover
ISBN: 978-3-642-31307-3