

Michael Braulke, Konstanz

Contestable Markets – Wettbewerbskonzept mit Zukunft?

Schon lange und bisher vergeblich suchen die Wettbewerbspolitik und das, was sich so vielversprechend und zugleich unscharf als Wettbewerbstheorie bezeichnet, nach ihrem theoretischen Fundament. Die eine Schule, die Wettbewerb als »Entdeckungsverfahren« ansieht und zum Selbstzweck erhebt, weil Entfaltung im Wettbewerb ein Bestandteil der Freiheit sei, bietet dem nicht-gläubigen Betrachter kaum mehr als eine Sammlung von Behauptungen und Hoffnungen. Einer theoretischen Analyse und Kritik hat sie sich weitgehend entzogen, zumal sich über Normen bekanntlich nicht streiten läßt. Aber auch die andere Schule, die im Wettbewerb lediglich ein Mittel zum Zweck sieht und von dieser pragmatischen Warte aus diverse Varianten einer »workable competition« propagiert, hat noch immer keine eigene theoretische Begründung, sondern bestenfalls eine Reihe mehr oder minder plausibler Vermutungen anzubieten. Da sie Wettbewerb in erster Linie als innovationsfördernden dynamischen Prozeß versteht, in dem abwechselnd einzelne Unternehmer vorstoßen und andere nachziehen, und da sie sich eine solche Dynamik in der als schlafmützig verschrienen Welt atomistischer Konkurrenz angeblich nicht vorstellen kann, hat sie bewußt diesem neoklassischen Leitbild abgeschworen¹⁾ und sich dem inzwischen nicht mehr so neuen Leitbild weiter Oligopole zugewandt. So verständlich diese Abkehr auch sein mag, mit ihr ging nicht nur die einzige und dazu hoch entwickelte theoretische Stütze verloren, sondern zugleich blieb auch das mit dem Zustand der vollständigen Konkurrenz eng verbundene Kriterium der statischen Effizienz auf der Strecke. Die immensen Schwie-

1) Auf wann diese Abkehr datiert, ist schwer zu sagen. *Hoppmann* stellt bereits ([1966] S.288) pauschal fest: »Niemand von den Wettbewerbstheoretikern in den USA und auch in Deutschland denkt daran, das »statische Modell des Wettbewerbsgleichgewichts« zur wirtschaftspolitischen Norm zu erheben.«

rigkeiten bei der Analyse von Effizienzaspekten im Rahmen primär dynamisch gemeinter Oligopolmodelle mögen der äußere Grund für die vollständige Verdrängung der Frage nach der statischen Effizienz einer favorisierten Branchenstruktur gewesen sein; aber sie haben diese letztlich doch unverständliche Verdrängung niemals rechtfertigen können. Und sie taugen heute nicht einmal mehr als äußerer Grund, denn mit der rasanten Entwicklung der Theorie der Branchenstruktur in der zweiten Hälfte der Siebziger Jahre kamen Ergebnisse, die die tradierte Vorstellung als weitgehend überholt erscheinen lassen, wonach »vollkommene Konkurrenz« und »statische Effizienz« gleichsam Synonyme darstellen oder Effizienz zumindest nur bei vollkommener Konkurrenz erreicht werden kann. Mit dem Buch »Contestable Markets and The Theory of Industry Structure« haben *Baumol, Panzar* und *Willig* (1982) eine erste Bestandsaufnahme vorgelegt, und dies ist ein willkommener Anlaß, einige der wesentlichen konzeptuellen Bestandteile daraus vorzustellen und zu kommentieren.

Im Vordergrund des Interesses steht natürlich das, was als contestable market bezeichnet wird und hier mehr schlecht als recht mit »bestreitbarem Markt« übersetzt werden soll. Deswegen wird im folgenden Abschnitt zunächst das zentrale Konzept vorgestellt und gezeigt, welche (Effizienz-) Eigenschaften einen bestreitbaren Markt im Gleichgewicht kennzeichnen. Obwohl die Theorie bestreitbarer Märkte und insbesondere auch die hier weniger interessierende Theorie der Branchenstruktur von vornherein für Märkte mit N Gütern konzipiert wurde, werden wir uns dabei auf den einfachsten Fall eines Einproduktmarktes ($N = 1$) beschränken und weder die Komplikationen ansprechen, die bei der Betrachtung von Mehrproduktmärkten entstehen, noch auf die speziell für die Theorie der Mehrproduktunternehmung entwickelten neuen Kostenkonzepte eingehen. Vielmehr soll das der Konstruktion eines bestreitbaren Marktes zugrundeliegende Konkurrenzkonzept ausführlich erörtert werden. Dabei wird es insbesondere um die Frage nach der Brauchbarkeit des speziellen Gleichgewichtsbegriffs und schließlich auch um die Frage nach der Existenz solcher Gleichgewichte gehen, denn dies sind, wie sich noch zeigen wird, die beiden Aspekte, die den praktischen Wert der Theorie bestreitbarer Märkte ganz wesentlich bestimmen.

I. Der bestreitbare (Einprodukt-) Markt

Um die engen Verbindungen zwischen einem bestreitbaren Markt und einem Markt mit vollständiger Konkurrenz sichtbar zu machen, oder – genauer – um zu zeigen, daß ein Markt mit vollständiger Konkurrenz letztlich nur Grenzfall eines bestreitbaren Marktes ist, lohnt es sich kurz zu rekapitulieren, welche Merkmale die Marktform vollständiger Konkurrenz kennzeichnen und was diese zur klassischen Norm gemacht hat. In erster Linie ist natürlich das äußerliche Merkmal »viele Unternehmungen« zu nennen, womit im Grunde nur gemeint ist, daß die einzelne Unternehmung keinen Einfluß auf den Marktpreis hat oder diesen zumindest als Datum ansieht. Gewinnorientiertes Handeln verlangt dann bekanntlich zu jeder Zeit die Egalisierung von Grenzkosten und Produktpreis. Dies allein garantiert aber noch in keiner Weise statische Effizienz. Eine effiziente Allokation wird nämlich erst durch das Zusammenwirken mit dem zweiten zentralen Merkmal gesichert, dem »freien Marktzutritt«, der selbstverständlich auch das freie Ausscheiden einschließt und im langfristigen Branchengleichgewicht Nullgewinne, also das Fehlen supernormaler Profite bewirkt. Nullgewinne bedeuten »Preis gleich Durchschnittskosten«, und zusammen mit der stets geltenden Regel »Preis gleich Grenzkosten« folgt dann, daß sich die einzelne Unternehmung bei vollständiger Konkurrenz in der langen Frist so verhalten muß, als ob sie die Durchschnittsko-

sten minimiert²⁾. Genau dies macht die alloкатive Effizienz der Marktform vollständiger Konkurrenz aus.

Dennoch hat sich die Wettbewerbstheorie mit der Marktform vollständiger Konkurrenz immer schon schwer getan. Zu leicht stößt man auf Branchen mit vergleichsweise kleinem Markt und großer optimaler Betriebsgröße, wo es unrealistisch und einer effizienten Allokation geradezu abträglich wäre, eine Vielzahl von Anbietern erzwingen zu wollen. Hier stellt sich nun die grundlegende Frage, ob es wirklich einer Vielzahl von Anbietern bedarf oder ob nicht schon der freie Marktzutritt ausreicht, um die erwünschten Allokationseigenschaften von Wettbewerb zu sichern. Und in der Tat tut es das, vorausgesetzt der Marktzutritt ist frei in dem Sinne, wie es die Theorie bestreitbarer Märkte erfordert. Dies ist wohl das zentrale Ergebnis der Theorie und soll deshalb eingehender begründet werden.

Obleich *Willig* das Verdienst der Urheberschaft einer ersten Konzeptualisierung eines bestreitbaren Marktes zukommt³⁾, wollen wir hier auf *Baumols* kurze und etwas unscharfe Definition zurückgreifen: »A contestable market is one into which entry is absolutely free, and exit is absolutely costless«⁴⁾. Mit freiem Marktzutritt und -austritt ist dabei die ideale Konstellation gemeint, in der ein potentieller Konkurrent im Vergleich zu den im Markt befindlichen Firmen weder in bezug auf seine Stellung bei den Käufern noch in bezug auf seinen Zugang zur Technologie benachteiligt ist, und wo auch bei dessen Ausscheiden keinerlei Verluste (z. B. bei noch unvollständig abgeschriebenen langlebigen Kapitalgütern und dergleichen) entstehen oder sonstige spezifische Kosten anfallen. Das wesentliche Merkmal eines bestreitbaren Marktes ist deshalb, wie *Baumol* es so plastisch ausgedrückt hat, »... its vulnerability to hit-and-run entry«⁵⁾. Da der Marktzutritt und das Ausscheiden keinerlei spezifische Kosten verursachen, wird der potentielle Konkurrent die Profitabilität seines Eindringens auf der Grundlage der jeweils herrschenden Preise berechnen, und er wird zugreifen, sobald und solange irgendeine etablierte Firma supernormale Profite macht. Auf Dauer lassen sich deshalb in einem bestreitbaren Markt keine übernormalen Profite realisieren.

Was sich in der kurzen Frist in einem bestreitbaren Markt abspielt, läßt sich kaum sagen. Wie die lange Frist aussehen muß, ist jedoch leicht zu überlegen. Im langfristigen Gleichgewicht muß der Prozeß von Zutritten und Abgängen zum Stillstand gekommen sein, und dies bedeutet zweierlei:

1. Keine im Markt befindliche Unternehmung hat Veranlassung auszuscheiden, d. h. alle Firmen arbeiten verlustfrei ($\pi^i \geq 0$, $i = 1, \dots, m$). Eine solche Konfiguration heißt zulässig (feasible).
2. Kein potentieller Konkurrent hat Veranlassung einzudringen, weil es keinen profitablen Marktzutrittsplan gibt. Anders ausgedrückt, das Preissystem muß im Gleichgewicht *tragfähig* (sustainable) sein in dem Sinne, daß es unmöglich ist, den herrschenden Preis (geringfügig) zu unterbieten, damit einer oder mehreren Firmen den Markt ganz oder teilweise wegzunehmen und dennoch die Kosten zu decken.

Diese beiden notwendigen Eigenschaften eines Gleichgewichts in einem bestreitbaren Markt haben nun eine Reihe starker Konsequenzen⁶⁾:

2) Vgl. dazu *Silberberg* (1974).

3) So schreibt jedenfalls *Bailey* in ihrem Vorwort zu *Baumol, Panzar und Willig* (1982), p. XX.

4) *Baumol* (1982), S. 3

5) Op. cit., S. 4.

6) Vgl. zum folgenden *Baumol, Panzar und Willig* (1982), Kap. 2 B.

(1) Alle Firmen im Markt machen Nullgewinne ($\pi^i = 0, i = 1, \dots, m$). Der Beweis ist leicht per Widerspruch zu führen. Angenommen, Firma j realisiere einen positiven Profit. Ein potentieller Konkurrent könnte dann mit der gleichen Angebotsmenge wie Firma j und geringfügig geringerem Preis immer noch einen positiven Profit erwirtschaften. Demnach gäbe es einen profitablen Zutrittsplan. Dies stünde jedoch im Widerspruch zu der Voraussetzung der Tragfähigkeit des Preissystems.

(2) Die Grenzkosten keiner Firma sind größer als der Marktpreis ($p \geq GK^j, j = 1, \dots, m$). Angenommen, $p < GK^j$ gälte für Firma j . Durch geringfügige Zurrücknahme ihrer Angebotsmenge könnte sie ihren Profit erhöhen und somit positiv machen. Folglich gäbe es dann einen profitablen Zutrittsplan.

(3) Sind mindestens zwei Firmen im Markt, so sind die Grenzkosten keiner Firma kleiner als der Marktpreis ($p \leq GK^i, i = 1, \dots, m, m \geq 2$). Der Beweis verläuft analog umgekehrt zu dem von Aussage (2). Nur ist hier die Einschränkung auf mindestens zwei im Markt befindliche Firmen erforderlich, weil im Fall eines Monopols ($m = 1$) ein geringfügig höheres Angebot unter Umständen nur zu einem drastisch geringeren Marktpreis abzusetzen wäre, und somit die Existenz eines profitablen Zutrittsplans nicht mehr schlüssig gefolgert werden könnte.

(4) Die im Markt anzutreffende Firmenkonfiguration produziert den Gesamtoutput zu kleinstmöglichen Kosten. Wäre dies nicht der Fall, so gäbe es eine andere Konfiguration mit geringeren Gesamtkosten und daher in dieser anderen Konfiguration mindestens eine Firma mit positivem Profit. Deren Outputniveau zusammen mit einem geringfügig gesenkten Angebotspreis würden dann jedoch einen profitablen Zutrittsplan darstellen.

Die Aussagen (1) bis (3) zusammengenommen sind sensationell, aber inzwischen sicherlich auch kaum mehr eine Überraschung: in einem bestreitbaren Markt muß schon ab dem Dyopol die Regel »Grenzkosten gleich Preis« befolgt werden; und da gleichzeitig Nullgewinne erwirtschaftet werden müssen, muß darüber hinaus schon ab dem Dyopol jede einzelne Firma im Durchschnittskostenminimum arbeiten. Aber auch noch für den Fall eines Monopols erzwingt die Bestreitbarkeit des Marktes eine beachtliche Effizienz; jedenfalls läßt sich leicht zeigen, daß der Monopolist mit (1) und (2) eine Ramsey-optimale Preispolitik verfolgen muß⁷⁾. Der in einem bestreitbaren Markt bestehende Zwang zur Effizienz schlägt sich schließlich ganz deutlich auch in der notwendigen Bedingung (4) nieder, wonach die Branche insgesamt die Herstellungskosten des Branchenoutputs minimieren muß. Der startbereite potentielle Konkurrent schlägt demnach nicht erst zu, wenn im Markt befindliche Firmen tatsächlich supernormale Profite machen, sondern bereits dann, wenn sie (bei den herrschenden Preisen durch die Wahl eines günstigeren Outputniveaus) solche supernormalen Profite erwirtschaften könnte.

Wenn allein die Bestreitbarkeit eines Marktes diese schönste aller Welten beschert, fragt man sich unwillkürlich, wo die harten Annahmen versteckt sind. Da ist zunächst die Annahme des allgemeinen Zugangs zur besten Technologie zu nennen, die jeglichen Kostenvorteil der etablierten Firmen ausschließt. Und dazu gehört natürlich auch das Homogenitätspostulat, das Markentreue und ähnlich diskriminatorisches Verhalten seitens der Käufer gegenüber den Produzenten ausschaltet. Beide sind jedoch sowohl für die klassische Preistheorie als auch für die Wettbewerbstheorie alte Bekannte, weshalb sie hier nicht weiter diskutiert werden sollen.

7) »Ramsey-optimal« steht hier für wohlfahrtsmaximierend unter Beachtung der Nebenbedingung, daß der Monopolist keinen Verlust macht. Vgl. dazu *Baumol, Panzar und Willig* (1982), Kap. 8, App. II.

Aus dem Blickwinkel der Wettbewerbstheorie dürfte vor allem die Frage von Bedeutung sein, was den potentiellen Konkurrenten so bedrohlich macht und wovon die Wirksamkeit dieses Konstrukts abhängt. Um in der angegebenen Weise zu wirken, muß er sich wie ein Bertrandischer Unternehmer verhalten, d. h. er muß die Profitabilität seines Eindringens allein auf der Grundlage der jeweils herrschenden Preise beurteilen, ohne dabei mit Vergeltungsmaßnahmen der von ihm gegebenenfalls unterbotenen Firmen zu rechnen. In der idealen Welt eines bestreitbaren Marktes hätte er tatsächlich keinerlei Veranlassung, sich vorher Gedanken über die möglichen Reaktionen der etablierten Firmen zu machen, da er ja jederzeit und ohne Kosten wieder ausscheiden kann, wenn der Markt zu eng wird. In der weniger idealen realen Geschäftswelt dürfte jedoch ein derart sorgloses Verhalten des potentiellen Konkurrenten bestenfalls dann angebracht sein, wenn er erstens wirklich mit keinerlei nennenswerten Eintrittskosten oder Liquidationsverlusten beim möglicherweise notwendig werdenden Wiederausscheiden zu rechnen hat, und wenn er zweitens davon ausgehen kann, daß die etablierten Firmen mit ihren Preisen nur sehr langsam reagieren. Auf diese beiden kritischen Voraussetzungen wollen wir im folgenden kurz getrennt eingehen, obgleich zwischen ihnen offensichtlich eine ganz enge Wechselbeziehung besteht. Je träger nämlich die Preispolitik der etablierten Firmen, um so länger die mutmaßliche Überlebensdauer des Eindringlings im Markt, und um so geringer damit auch die Gefahr, daß allfällige langlebige Kapitalgüter zum Zeitpunkt des Ausscheidens nicht schon im laufenden Geschäft amortisiert wurden, sondern gegebenenfalls verlustbringend liquidiert werden müssen.

II. Träge Preise

Wenn es zutreffen soll, daß sich die in einem bestreitbaren Markt operierenden Firmen nur durch die Wahl eines tragfähigen Preissystems gegen die drohende Ausbootung durch einen potentiellen Konkurrenten schützen können, so setzt dies wohl voraus, daß der potentielle Konkurrent wesentlich schneller zu agieren und reagieren in der Lage ist als die bereits etablierten Unternehmen. An dieser Stelle offenbart sich eine fundamentale und unverständliche Asymmetrie in der Konstruktion des potentiellen Konkurrenten: beim Eindringen in den Markt und auch dann, wenn es wegen drohender Verluste um das Ausscheiden geht, handelt er schnell; wenn er jedoch erst einmal im Markt ist und nun seinerseits von neuen Konkurrenten unterboten wird, schaut er träge zu, wie ihm der Markt streitig gemacht wird⁸⁾. Ginge es allein um Ausschreibungen öffentlicher Aufträge oder um Demsetz-Auktionen⁹⁾, so wäre diese Konstruktion nicht einmal eine unrealistische Beschreibung der tatsächlichen Gegebenheiten, denn dort verhindern institutionelle Vorschriften nachträgliche Preiskorrekturen. Der Theorie bestreitbarer Märkte geht es jedoch nicht nur um solche Märkte mit einmaliger Nachfrage, und deswegen sind diese Beispiele kaum überzeugend.

Immerhin stellt sich die Frage, ob nicht auch für Märkte mit kontinuierlich wiederkehrender Nachfrage einfache institutionelle Regelungen gefunden werden können, die die Firmen dazu bringen, tragfähige Preise zu setzen, die also eine Art »Als-ob-Bestreitbarkeit« des Marktes erzeugen. In einer gänzlich stationären Welt wäre eine solche Regel leicht zu finden: den Firmen bräuchte nur vorgeschrieben zu werden, daß sie ihre Preise ein für allemal setzen. Da exogene Nachfragever-

8) Baumol, Panzar und Willig ([1983] S. 495 f.) verwehren sich allerdings gegen jede Art von Kritik, die sich auf ad-hoc-Dynamisierungen ihres als statische Gleichgewichtstheorie entwickelten Konzepts bestreitbarer Märkte stützt.

9) Siehe dazu Demsetz (1968).

schiebungen oder Technologieänderungen in einer solchen Welt nicht vorkommen, gäbe es keinen triftigen Grund zur Bewilligung nachträglicher Preisänderungen und damit insbesondere auch für den potentiellen Konkurrenten Bertrand-scher Prägung keinerlei Veranlassung, mit Vergeltungsaktionen seitens der etablierten Firmen zu rechnen. In der nicht-stationären Wirklichkeit ist diese einfache Regel jedoch nicht praktikabel. *Baumol* (1979) propagiert deshalb ersatzweise die Vorschrift der »Quasipermanenz von Preissenkungen«, die darauf hinausläuft, daß die etablierten Firmen auf das Eindringen eines neuen Konkurrenten nur einmal mit einer Preissenkung reagieren dürfen und anschließend solange zu ihren (gegebenenfalls) gesenkten Preisen stehen müssen, bis entweder erneut ein Konkurrent in den Markt eindringt oder exogene Änderungen der Nachfrage oder der Technologie eine Preiskorrektur rechtfertigen. Schon die zuletzt genannten Einschränkungen lassen an der Praktikabilität dieser Vorschrift zweifeln. Aber selbst wenn sie imstande wäre, ruinösen Preiswettbewerb seitens der etablierten Firmen auszuschalten, so vermag doch auch sie nicht das Ausmaß an Preisträgheit zu garantieren, das die Konstruktion eines potentiellen Konkurrenten Bertrand-scher Prägung voraussetzt. Sobald jedoch der potentielle Konkurrent mit Preiskorrekturen der etablierten Firmen rechnen muß, die die auf der Grundlage herrschender Preise errechnete Profitabilität seines Eintrittsplans gefährden, reicht aber die bloße Existenz supernormaler Profite nicht mehr aus, um seinen Markteintritt tatsächlich und immer auszulösen. Und damit verliert sich dann auch der von ihm ausgehende Disziplinierungsdruck auf die etablierten Firmen.

In der Literatur ist die Konstruktion des Bertrand-schen Konkurrenten und die mit dem Konzept eines tragfähigen Preissystems verbundene Gleichgewichtsvorstellung in einem anderen Aspekt und vor einem etwas anderen Hintergrund kritisiert worden. Gleichsam als Reaktion auf die Flut von Arbeiten, die sich mit den wettbewerbstheoretisch durchaus relevanten und später noch aufzugreifenden Problemen der möglichen Nicht-Existenz eines tragfähigen Preissystems auseinandersetzen, haben *Brock* und *Scheinkman* (1981) den Gleichgewichtsbegriff selbst in Frage gestellt: wenn der potentielle Konkurrent schon von einer gewissen Reaktionsträgheit der etablierten Firmen ausgeht, warum dann bezüglich der Preise und nicht bezüglich der angebotenen Mengen? Mit ebenso viel oder wenig gutem Grund könnte man statt vom Bertrand-schen vom Cournot-schen Typus des potentiellen Konkurrenten ausgehen, der mit einem konstanten Angebot der etablierten Firmen rechnet. Gleichgewicht wäre in diesem Fall bereits dann erreicht, wenn die im Markt befindlichen Firmen ein tragfähiges Mengensystem gefunden haben. Es liegt auf der Hand, daß es für einen potentiellen Konkurrenten im allgemeinen und abgesehen von exotischen Konstellationen auf der Nachfrageseite wie etwa dem Giffen-Fall ungleich schwieriger ist, einen profitablen Marktzutrittsplan zu finden, wenn die etablierten Firmen ihre bisherigen Angebotsmengen im Markt stehen lassen statt an ihren bisherigen Preisen festzuhalten. Deshalb geht auch von einem potentiellen Konkurrenten Cournot-scher Prägung ein ungleich geringerer Druck zur Disziplinierung der etablierten Firmen aus; eine effiziente Allokation ist durch ihn jedenfalls nicht mehr gewährleistet. Die Cournot-sche Verhaltenshypothese ist ihrerseits sicherlich nicht sehr plausibel, aber an ihr zeigt sich beispielhaft und bereits sehr deutlich, daß sich über die Effizienz des endgültigen Marktergebnisses praktisch nichts mehr sagen läßt, sobald die Profitabilität eines Marktzutritts maßgeblich vom strategischen Verhalten der etablierten Firmen nach dem Eindringen abhängt.

III. Versenkte Kosten

In dem Maße, in dem ein Marktzutritt oder auch ein Wiederausscheiden spezielle Kosten verursacht, die nur den potentiellen Konkurrenten und nicht (mehr) die schon etablierten Firmen belasten, lockert sich für letztere der Zwang, durch geeignet niedrige Preise und damit letztlich durch eine effiziente Allokation gegen neue Konkurrenz geschützt zu sein. Diese unerwünschte Entlastungswirkung haben aber nicht nur die unmittelbar mit dem Zutritt oder dem Ausscheiden verbundenen Kosten, wie z. B. Gerichts- und Anwaltsgebühren bei der Gründung oder Zulassung oder die Kosten von Sozialplänen bei der Schließung von Unternehmungen, sondern ganz generell alle sogenannten versenkten Kosten (sunk costs). Damit sind zusätzlich zu den schon genannten Kostenarten insbesondere die Verluste gemeint, die im Falle einer nur endlichen Verweildauer im Markt am Ende bei der Verwertung noch vorhandener realer oder immaterieller Kapitalgüter anfallen können. Zwar sind solche Liquidationsverluste sicherlich die bei weitem bedeutendste Quelle versenkter Kosten; umgekehrt wäre es aber völlig verfehlt, alle mit dem Betreiben einer Unternehmung verbundenen Ausgaben für langlebige Kapitalgüter als potentielle Kandidaten für versenkte Kosten ansehen zu wollen¹⁰⁾. Wie das inzwischen beliebt gewordene Beispiel der Transportindustrie augenfällig demonstriert, wo ein bedeutender Teil des Maschinenparks im doppelten Wortsinne Kapital auf Rädern oder Flügeln darstellt, das sich ohne nennenswerten Aufwand von einem (lokalen) Markt abziehen und in einem anderen einsetzen läßt¹¹⁾ müssen fixe Kosten nicht unbedingt auch versenkt sein. *Baumol, Panzar und Willig* betonen deshalb zu Recht, daß im Gegensatz zu einer in der Literatur verbreiteten Ansicht die Existenz selbst hoher fixer Kosten per se noch keine Zutrittsbarriere darstellt. Die Notwendigkeit, Kosten zu versenken, kann den potentiellen Konkurrenten dagegen sehr wohl vom Marktzutritt abhalten und damit zur wesentlichen Ursache eines ineffizienten Marktergebnisses werden¹²⁾.

Der Umfang der versenkten Kosten wird damit neben oder zusammen mit dem Grad der Preisträgheit der etablierten Firmen zum eigentlichen Prüfstein für die Bestreitbarkeit eines Marktes. Soweit versenkte Kosten auf administrativen oder gesetzlichen Regelungen für den Marktzutritt oder -austritt beruhen, sind sie prinzipiell ausräumbar. In diesem Fall bleibt es letztlich eine Frage der Güterabwägung, ob der jeweilige Zweck derartiger Regelungen tatsächlich die Inkaufnahme des resultierenden Effizienzverlustes rechtfertigt. Im Gegensatz dazu läßt sich natürlich die vermutlich bedeutsamere Gruppe versenkter Kosten, die auf technologische Gegebenheiten oder auch auf praktisch unvermeidbare Marketingkosten wie Einführungswerbung zurückzuführen sind, nicht einfach durch Federstrich beseitigen. Für die Wettbewerbspolitik stellt sich damit die Frage, was sie in diesem Fall tun soll oder kann. *Baumol, Panzar und Willig* denken hier an die Förderung von Forschung über neue Technologien, die eine Verringerung des Umfangs versenkter Kosten versprechen, oder auch an die wohl fragwürdige steuerliche Begünstigung von Umrüstungsinvestitionen. Auf den ersten Blick einleuchtend, letztlich aber auch noch einer eingehenden Diskussion würdig ist die folgende Empfehlung der drei Autoren, die auf Überlegungen von *Elizabeth Bailey* zurückgeht: wo versenkte Kosten nicht alle Bereiche der wirtschaftlichen Aktivitäten einer Branche durchziehen, sondern sich im wesentlichen auf einen engen Teilbereich konzentrieren – wie z. B. bei Flughäfen und Verladeanlagen im Transportwe-

10) Eine saubere formale Unterscheidung zwischen fixen und versenkten Kosten scheint schwierig zu sein. Vgl. dazu *Baumol und Willig* (1981) und *Baumol, Panzar und Willig* (1983), S. 492f.

11) Siehe hierzu auch *Bailey und Friedlaender* (1982).

12) Vgl. *Baumol, Panzar und Willig* (1982), Kap. 10.

sen oder bei Satelliten im Fernmeldewesen –, könnte man diesen Teilbereich abtrennen und einer regulatorischen Kontrolle unterwerfen, während die übrigen Aktivitäten der Branche dem freien Markt überlassen bleiben. Daß dabei weder die nur institutionelle Abtrennung eines solchen Teilbereichs ohne Auflagen für dessen jeweiligen Betreiber noch die Verhinderung supernormaler Profite in diesem Bereich genügen, um ein überlegenes Marktergebnis zu garantieren, ist offensichtlich. Erst im Verbund mit Regelungen, die etablierten wie potentiellen Benutzern gleichen Zugang zu den Leistungen des abgetrennten Bereichs garantieren und so die Voraussetzung für die Bestreitbarkeit bei den übrigen Aktivitäten der Branche schaffen, läßt sich auf ein überlegenes Marktresultat hoffen. Gerade auf diesem Gebiet ist aber in der Vergangenheit häufig und unnötigerweise gesündigt worden, wie *Bailey* (1981) anhand einer Reihe sehr instruktiver Beispiele aus der US-amerikanischen Praxis zeigt.

IV. Die Kehrseite der Bestreitbarkeit

Wenn die Bestreitbarkeit eines Marktes im Gleichgewicht mit einer ineffizienten Branchenkonfiguration unverträglich ist und sie sich von daher als strahlendes wettbewerbspolitisches Leitbild präsentiert, so heißt dies allerdings noch nicht, daß Bestreitbarkeit allein schon genügt, um das Zustandekommen eines effizienten Marktergebnisses zu garantieren. Mehr noch, die Bestreitbarkeit eines Marktes kann unter ungünstigen Umständen sogar selbst zur eigentlichen Ursache für ein ineffizientes Marktergebnis werden und so die Wettbewerbspolitik in die widersinnig anmutende oder jedenfalls zweischneidige Lage bringen, den Marktzutritt beschränken zu müssen. Angesprochen ist damit die Frage nach der Existenz oder Nicht-Existenz eines tragfähigen Preissystems. Existiert für eine effiziente Branchenkonfiguration kein tragfähiges Preissystem, kann sie also kein Preissystem finden, das sie vor (technisch nicht überlegener) Konkurrenz schützt, so kann der Marktmechanismus allein kein effizientes Gleichgewicht zuwegebringen. In der Literatur hat dieses grundlegende Problem der Theorie besteitbarer Märkte insbesondere im Zusammenhang mit der scheinbar paradoxen Frage für Aufsehen gesorgt, unter welchen Umständen ein natürliches Monopol tatsächlich ein Monopol ist. Sehr deutlich wird der Kern des Problems in *Faulhabers* berühmtem Beispiel¹³⁾. Dort geht es um die Wasserversorgung von drei benachbarten Ortschaften, und es wird angenommen, daß der Anschluß jeweils einer Ortschaft Kosten in Höhe von 300 verursacht, der gemeinsame Anschluß von zwei Ortschaften Kosten von insgesamt 400, und der Anschluß von allen drei Ortschaften zusammen schließlich Kosten in Höhe von 650. Man sieht leicht, daß Wasserversorgung in diesem Beispiel ein sogenanntes natürliches Monopol darstellt, denn die Kostenfunktion ist subadditiv; d. h. es ist nicht möglich, die Nachfrage von einer, zwei oder drei Ortschaften kostengünstiger zu bedienen als durch einen einzigen Anbieter. Ebenso offensichtlich ist aber auch, daß dieser natürliche Monopolist keinen kostendeckenden Preis finden kann, zu dem er den gesamten Markt versorgt und der ihn vor duplizierender Konkurrenz schützt. Er muß ja von jeder der drei Ortschaften etwas mehr als 200 pro Anschluß verlangen, um seine Kosten in Höhe von 650 zu decken, und damit mehr als ein »Rosinen pickender« Konkurrent, der nur zwei Ortschaften versorgt und dadurch auf günstigere Durchschnittskosten kommt.

Die Wettbewerbspolitik steht in diesem und in weniger durchsichtig gelagerten Fällen der Nicht-Existenz eines tragfähigen Preissystems vor dem Dilemma, entweder nicht einzugreifen und damit ein instabiles und ineffizientes Marktergebnis

13) Vgl. zum folgenden *Faulhaber* (1975), S. 974.

in Kauf zu nehmen, oder den Marktzutritt zu beschränken und dadurch dem Mißbrauch der garantierten Exklusivität Vorschub zu leisten sowie innovatorische Konkurrenz zu verhindern. Als dritte Option wäre schließlich auch an ein geeignetes System korrekativer Steuern (oder Subventionen) zu denken, das der immer noch erforderlichen Konkurrenz die Lust und die Möglichkeit zum Nur-Rosinen-Picken nimmt. So genügte beim gerade erwähnten Faulhaber-Beispiel schon eine allgemeine Steuer in Höhe von $33\frac{1}{3}$ auf die Versorgung von genau zwei Ortschaften (und Steuerfreiheit auf die Versorgung von einer oder drei Ortschaften), um das Existenzproblem zu beseitigen und den natürlichen Monopolisten ein tragfähiges Preissystem finden zu lassen. Allerdings ist nicht zu übersehen, daß diese marktkonforme Art des Eingreifens ein ungemein hohes Ausmaß an Information voraussetzt. Nicht nur die für die Branche relevante Nachfrage, auch die Kostenfunktion der potentiellen Anbieter müssen bekannt sein, um das geeignete Steuersystem festlegen zu können. Es ist deswegen fraglich, ob diese dritte Option wirklich einen praktikablen Ausweg aus dem genannten Dilemma darstellt.

V. Hat das Konzept bestreitbarer Märkte Zukunft?

Aus der Sicht der theoretischen Nationalökonomie kann kein Zweifel daran bestehen, daß die Theorie bestreitbarer Märkte einen wesentlichen Fortschritt darstellt. Das Konzept eines bestreitbaren Marktes schließt die für die neoklassische Theorie zentrale Marktform der vollständigen Konkurrenz als Spezialfall ein und ist damit das eindeutig allgemeinere Konzept. Hinzu kommt – worauf hier nicht näher eingegangen wurde –, daß erst die Theorie bestreitbarer Märkte Ansätze zu einer fundierten endogenen Erklärung der Branchenstruktur liefert und daß sie von vornherein als Theorie für Mehrproduktmärkte konzipiert wurde. Dies hat bereits zur Entwicklung mehrerer neuer und interessanter Kostenkonzepte geführt, wie beispielsweise dem Konzept der *Economies of Scope*, das ein auf die Breite der Produktpalette bezogenes Analogon zum klassischen, auf die Produktionsmenge bezogenen Konzept der *Economies of Scale* darstellt. Andererseits ist aber auch nicht zu übersehen, daß einige zentrale konzeptuelle Probleme noch auf ihre Lösung warten. So fehlt bisher insbesondere das theoretische Kriterium, das einen Mehrproduktmarkt von einem anderen abgrenzt. Absolut unbefriedigend bleibt auch die Modellierung der für den Mehrproduktmarkt relevanten Gesamtnachfrage, wenn einzelne Produzenten günstige Preise setzen, aber nicht die gesamte Nachfrage bedienen. *Baumol, Panzar* und *Willig* lösen dieses zugegeben schwierige Problem schlicht dadurch, daß sie die zu erwartenden Spillover-Effekte solcher Mengenerationierungen einfach vernachlässigen¹⁴). Weitgehend ungeklärt ist schließlich auch die Frage, welche Auswirkungen preispolitische Maßnahmen in einem bestreitbaren Markt auf Gleichgewicht und Branchenstruktur haben. Für die theoretische Analyse verbleibt also noch ein weites und vermutlich fruchtbares Betätigungsfeld, und dies allein dürfte bereits genügen, um dem Konzept bestreitbarer Märkte auch noch in der Zukunft das Interesse theoretischer Nationalökonomien zu sichern.

Wettbewerbstheoretiker und mehr noch Wettbewerbspolitiker könnten dagegen versucht sein, das Konzept bestreitbarer Märkte als Sammlung längst bekannten Wissens in nur neuer Einkleidung abzutun. So ist insbesondere die zentrale Einsicht, daß potentielle Konkurrenz genauso wirksam sein kann wie tatsächliche, absolut nicht neu¹⁵) und wohl auch nie ernsthaft in Frage gestellt worden. Und eben-

14) Siehe *Baumol, Panzar* und *Willig* (1982), S. 193.

15) Vgl. etwa *Demsetz* (1968), der seinerseits auf *Chadwick* (1859) als frühen Vertreter dieser Auffassung hinweist.

so selbstverständlich werden Marktzutrittsschranken seit eh und je als wesentliches Hemmnis für einen wirksamen Wettbewerb angesehen. Nun beansprucht die Theorie bestreitbarer Märkte in keiner Weise für sich, die wettbewerbstheoretische Bedeutung der potentiellen Konkurrenz oder von Marktzutrittsbarrieren als erste gesehen zu haben. Ihre Leistung besteht vielmehr darin, deren bislang eher erahnte als durchschaute Wirkungen präzise formuliert und analysiert zu haben. Es ist nicht irgendeine Form von potentieller Konkurrenz, es ist allein der potentielle Konkurrent Bertrand'scher Prägung, der die etablierten Firmen zur Effizienz zwingt. Und nicht alles, was wie eine Marktzutrittsbarriere aussieht, ist für ihn eine wirkliche Hürde; es sind die sogenannten versenkten Kosten, die seine Wirksamkeit untergraben. Das Konzept bestreitbarer Märkte revolutioniert also die Wettbewerbstheorie nicht; es verschiebt jedoch die Akzente und lenkt die Aufmerksamkeit auf Aspekte, die bislang nur beiläufig mitbeachtet wurden. Insbesondere bei der Beurteilung von Fusionen wird in Zukunft stärker als bisher der Frage nachgegangen werden müssen, wie einfach in der jeweiligen Branche der Markteintritt (und auch der Austritt) ist. Ist er einfach in dem Sinne, daß ein potentieller Konkurrent nur mit unbedeutenden versenkten Kosten zu rechnen hat, so ist das bislang im Vordergrund stehende Kriterium der Marktanteile für die Beurteilung der geplanten Fusion irrelevant und möglicherweise sogar schädlich, weil es im Zweifel die Grundlage für eine falsche Entscheidung bildet.

Lieferte die traditionelle neoklassische Theorie mit dem Konzept der vollständigen Konkurrenz die für die praktische Wettbewerbspolitik zu enge Aussage »small is beautiful«, so ergänzt nun die moderne neoklassische Theorie diese Aussage mit dem Konzept bestreitbarer Märkte zu der umfassenderen Feststellung: »... even though small may be beautiful, big isn't necessarily bad«¹⁶⁾.

16) *Bailey und Friedlaender* (1982), S. 1042.

Literaturverzeichnis

- Bailey, Elizabeth E.*, »Contestability and the Design of Regulatory and Antitrust Policy«, *American Economic Review, Papers and Proceedings*, 71 (May 1981), 178–183.
- and *Ann F. Friedlaender*, »Market Structure and Multiproduct Industries«, *Journal of Economic Literature*, 20 (September 1982), 1024–1048.
- Baumol, William J.*, »Quasi-Permanence of Price Reductions: A Policy for Prevention of Predatory Pricing«, *Yale Law Journal*, 89 (November 1979), 1–26.
- »Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure«, *American Economic Review*, 72 (March 1982), 1–15.
- *John C. Panzar* and *Robert D. Willig*, *Contestable Markets and The Theory of Industry Structure*, San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1982.
- , – and –, »Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure: Reply«, *American Economic Review*, 73 (June 1983), 491–496.
- and *Robert D. Willig*, »Fixed Cost, Sunk Costs, Entry Barriers, and Sustainability of Monopoly«, *Quarterly Journal of Economics*, 96 (August 1981), 405–431.
- Brock, William A.* and *José A. Scheinkman*, »Free Entry and the Sustainability of Natural Monopoly: Bertrand Revisited by Cournot«, Center for Mathematical Studies in Business and Economics, University of Chicago, Report 8118 (April 1981).
- Chadwick, Edwin*, »Results of Different Principles of Legislation and Administration in Europe; of Competition for the Field, as Compared with the Competition within the Field of Service«, *Journal of the Royal Statistical Society*, 22 (1859), 381–420.
- Demsetz, Harold*, »Why Regulate Utilities?«, *Journal of Law & Economics*, 11 (April 1968), 55–65.
- Faulhaber, Gerald R.*, »Cross-Subsidization: Pricing in Public Enterprises«, *American Economic Review*, 65 (December 1975), 966–977.
- Hoppmann, Erich*, »Das Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität«, *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, 179 (1966), 286–323.
- Silberberg, Eugene*, »The Theory of the Firm in »Long Run: Equilibrium«, *American Economic Review*, 64 (September 1974), 734–741.