

Walter, Helmut

Article

Bemerkungen zum gegenwärtigen Stand der Wettbewerbstheorie

Schmollers Jahrbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Provided in Cooperation with:

Duncker & Humblot, Berlin

Suggested Citation: Walter, Helmut (1969) : Bemerkungen zum gegenwärtigen Stand der Wettbewerbstheorie, Schmollers Jahrbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, ISSN 0036-6234, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 89, Iss. 5, pp. 541-556, <https://doi.org/10.3790/schm.89.5.541>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/291198>

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.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Bemerkungen zum gegenwärtigen Stand der Wettbewerbstheorie

Von Helmut Walter, Köln

I.

Zu den unbestrittenen Aufgaben der positiven Ökonomik gehört es, jene Informationen bereit zu stellen, die den Wirtschaftspolitiker zur Beurteilung der mutmaßlichen Konsequenzen seiner Handlungen befähigen. Die Frage ist, ob die ökonomische Theorie diesem Anspruch stets gerecht zu werden vermag. Nicht zuletzt bezüglich des Wettbewerbsproblems ist sie zuweilen verneint worden, vor allem, was ihre Behandlung in Deutschland angeht. So hat z. B. Ernst Heuss vor einiger Zeit erst wieder bedauert, daß die gegenwärtige theoretische Wettbewerbsdiskussion bei uns noch um Dinge kreist, die „man in der allgemeinen Wettbewerbsliteratur seit dem Zweiten Weltkrieg hinter sich gelassen hat“¹. Allgemein soll damit wohl die Tatsache angesprochen werden, daß man besonders hierzulande allzu oft geneigt ist, auf eine Konzeption zu rekurrieren, die sowohl im Hinblick auf das verwendete theoretische Instrumentarium als auch vom Denkansatz her verfehlt ist. Träfe dieser Vorwurf zu, so hieße das, daß mit der üblichen Behandlung wettbewerbstheoretischer Fragen nicht mehr erreicht würde, als den „empty boxes“ der ökonomischen Modellwelt ein weiteres Käst-

¹ Ernst Heuss: Zum heutigen Stand der Wettbewerbstheorie in Deutschland. *Ordo* 18 (1967), S. 416. Heuss bezieht sich dabei vor allem auf das Buch von Erhard Kantzenbach: *Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs*. Göttingen 1966, 2. Aufl. 1967. Über dieses Buch hat eine teilweise recht scharfe Diskussion stattgefunden, auf die hier jedoch nicht ausdrücklich eingegangen werden soll, wengleich manche der dabei angeschnittenen Fragen auch im folgenden auftauchen werden. Zur Kantzenbach-Diskussion vgl. ferner: Erich Hoppmann: Das Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität. *Jb. f. Nat. u. Stat.* 179 (1966), S. 286 ff. — Erich Kaufer: Kantzenbachs Konzept des funktionsfähigen Wettbewerbs. Ein Kommentar. *Ebda.*, S. 481 ff. — Erhard Kantzenbach: Das Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität. Eine Erwiderung auf den gleichnamigen Besprechungsaufsatz von Erich Hoppmann. *Jb. f. Nat. u. Stat.* 181 (1967/68), S. 193 ff. — Erich Kaufer: Das Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität. Eine Replik. *Ebda.*, S. 242 ff. — Erich Hoppmann: Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs. Bemerkungen zu Kantzenbachs Erwiderung. *Ebda.*, S. 251 ff. — Vgl. auch Ingo Schmidt: Neuere Entwicklung in der Wettbewerbstheorie unter Berücksichtigung wachstumspolitischer Zielsetzungen. *WuW* 16 (1966), S. 699 ff. — Heinrich Grüter: Ein neues wettbewerbspolitisches Leitbild? *Die Aussprache*, 17. Jg. (1967), S. 317 ff.

chen von Leeraussagen hinzuzufügen, von Aussagen, deren Gefahr ja vor allem darin besteht, durch analytische Eleganz und klassifikatorische Ordnung einen Informationsgehalt vorzutäuschen, der nicht nur zweifelhaft, sondern in seinem explikativen Anspruch sogar irreführend und daher schädlich ist.

Im allgemeinen richtet sich diese Kritik zunächst gegen jene Überlegungen, die den vollkommenen oder intensiven Wettbewerb in irgendeiner Weise mit dem Modell der vollständigen Konkurrenz verbinden. In der Tat ist hier die Gefahr eines Mißverständnisses, schon aus rein sprachlichen Gründen, besonders groß. Wenn z. B. von den Prämissen der vollständigen Konkurrenz die Rede ist, so könnte man meinen, hier sei nach den Voraussetzungen und Kriterien gefragt, die einen vollständigen, d. h. einen umfassenden, besonders intensiven Wettbewerbsprozeß konstituieren. Tatsächlich expliziert jener Prämissenkatalog aber nur die Bedingungen, unter denen sich ein ganz bestimmtes Marktgleichgewicht herausbildet. Dieses Gleichgewicht ist bekanntlich dadurch gekennzeichnet, daß unter Zugrundelegung der kurzfristigen Gewinnmaximierungshypothese die Angebotsmengen zu Preisen verkauft werden, die den Grenzkosten entsprechen. Das impliziert eine für den Einzelanbieter völlig elastische Nachfrage, d. h. eine Nachfragekurve, die als Parallele zur Mengenachse verläuft, und dies wiederum deutet auf eine atomistische Angebotsstruktur hin. Langfristig können die Bedingungen der vollständigen Konkurrenz und die Ergebnisse, zu denen sie führen, nur in einem stationären Endgleichgewicht voll erfüllt werden, in dem nicht nur Grenzkosten/Preis-Gleichheit herrscht, sondern darüber hinaus auch die Durchschnittskosten mit dem Preis übereinstimmen. Ist dieser Zustand überall erreicht, so herrscht gesamtwirtschaftliches oder totales Gleichgewicht und damit vollkommene Ruhe. Daher könnte die Frage gestellt werden, was die Marktform der vollständigen Konkurrenz überhaupt mit faktischem Wettbewerb zu tun habe, da doch offensichtlich in dem Maße, wie man sich dem gedanklichen Modell der vollständigen Konkurrenz nähert, die Möglichkeiten und Anreize für tatsächliches und effektives Wettbewerbsverhalten ständig mehr zusammenschrumpfen. Wer überspitzte Formulierungen liebt, der könnte geneigt sein, zu sagen, daß diese Marktform deshalb vollständige Konkurrenz genannt werde, weil aus ihr der Wettbewerb am vollständigsten eliminiert sei. Das Wort von der Schlafmützenkonkurrenz² oder von der „poor“³ (also der armseiligen) anstelle der „pure“ (der reinen oder vollständigen) Konkurrenz deuten in die gleiche Richtung.

² Vgl. Friedrich A. Lutz: Bemerkungen zum Monopolproblem. *Ordo* 8 (1956), S. 32.

³ Vgl. Helmut Arndt: Schöpferischer Wettbewerb und klassenlose Gesellschaft. Berlin 1952. S. 56.

Aber wir sollten uns davor hüten, das Kind mit dem Bade auszuschütten. Der Zustand der vollständigen Konkurrenz könnte sehr wohl etwas mit Wettbewerb zu tun haben, oder genauer gesagt: mit faktischem Wettbewerb zu tun gehabt haben, dann nämlich, wenn man ihn als Endergebnis eines voll abgeschlossenen Wettbewerbsprozesses unter gegebenen statischen (besser: stationären) Bedingungen begreift. Diesem Zustand wäre dann also ein besonders intensiver Wettbewerbsprozeß vorausgegangen, ein Wettbewerb, der nicht nur die Preis-, sondern auch die Kostenstruktur der Anbieter in einer Weise vereinheitlicht hätte, die den einzel- und gesamtwirtschaftlichen Optimumbedingungen voll entspricht. Allerdings müßte dann das technologische Niveau in dieser Modellwirtschaft nicht nur als konstant, sondern auch als vergleichsweise primitiv angenommen werden, da sich sonst möglicherweise kostenoptimale Unternehmensgrößen herausbilden, die mit der atomistischen Anbieterstruktur im Widerspruch stehen. An diesem Problem entzündete sich ja bekanntlich die Diskussion der zwanziger und dreißiger Jahre um die unvollständige Konkurrenz.

Das traditionelle Wettbewerbsmodell der vollständigen Konkurrenz ist also ein durch und durch statisches Konzept, das zur Erklärung faktischer Wettbewerbsprozesse nur insoweit etwas leistet, als es jenen möglichen Endzustand beschreibt, auf den ein Wettbewerbsprozeß hinsteuern könnte, wenn insbesondere die technischen Bedingungen unverändert bleiben, ohne daß dadurch aber der Wettbewerbsimpetus selbst an Kraft verliert. Diese Zusammenhänge sind so offensichtlich und auch so oft dargestellt worden, daß es darüber eigentlich keine Meinungsverschiedenheiten mehr geben sollte.

Umso erstaunlicher mutet es an, wenn es z. B. in der Regierungsbegründung zum deutschen Kartellgesetz heißt, es dürfe „als sichere wissenschaftliche Erkenntnis angesehen werden, daß die Marktverfassung des freien Wettbewerbs das Vorhandensein der Marktform des vollkommenen Wettbewerbs als wirtschaftliche Gegebenheit zur Voraussetzung hat, d. h. die Zahl der Marktteilnehmer auf beiden Marktseiten muß so groß sein, daß der Marktpreis für den Unternehmer eine von seinem Verhalten im wesentlichen unabhängige Größe ist“⁴. Hier wird also noch ausdrücklich auf die Marktform der vollständigen Konkurrenz als einem wettbewerbspolitischen Leitbild Bezug genommen, zumindest auf deren Hauptkennzeichen, nämlich die atomistische oder — sagen wir etwas abgeschwächt — die polypolitische Marktstruktur und die damit verbundene Ohnmacht des Einzelanbieters zur autonomen Preisfestsetzung.

⁴ Begründung zu dem Entwurf eines Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen; abgedr. in: H. Müller-Henneberg / G. Schwartz: Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen. Kommentar. Köln-Berlin 1958. S. 1059.

Es ist kein Wunder, daß dieser Ansatz zu erheblichen Konflikten führt. So heißt es denn auch im Anschluß an die soeben zitierte Stelle der Gesetzesbegründung: „In einer Reihe von Markt Bereichen ist aus den verschiedensten Gründen — historische, technische, strukturmäßige Gegebenheiten — die Marktform des vollständigen Wettbewerbs nicht herzustellen. Da der Wettbewerb nicht Selbstzweck, sondern Mittel zur Leistungssteigerung und Fortschrittsförderung ist, würde sich der Gesetzgeber der Gefahr eines wirklichkeitsfremden Schematismus aussetzen und schwere wirtschaftliche Schäden heraufbeschwören, wenn er eines theoretischen Prinzips wegen auf diesen Märkten den vollständigen Wettbewerb wieder herstellen wollte⁵.“

Der deutsche Gesetzgeber ist also von dem ausgegangen, was Erich Hoppmann die „Dilemma-These“⁶ genannt hat, d. i. die Hypostasierung eines Konflikts zwischen der Marktverfassung des freien Wettbewerbs und der angeblich mit ihr verbundenen Marktform des vollkommenen Wettbewerbs einerseits und den wirtschaftlichen Ergebnissen andererseits, die man qua freien und damit vollkommenen Wettbewerb zu erreichen hofft. Und dabei handelt es sich keineswegs nur um jenen alltäglichen Konflikt, der zwischen einem Idealbild und den Möglichkeiten seiner Realisierung besteht; das Dilemma ist viel einschneidender: Vollkommene Konkurrenz ist nicht nur nicht realisierbar (das wußten wir schon immer), sondern in einer Reihe von Markt Bereichen noch nicht einmal erwünscht, und zwar ist sie deshalb nicht erwünscht, weil ihre Realisierung, selbst *wenn* sie möglich wäre, „schwere wirtschaftliche Schäden heraufbeschwören“ würde. Das Fatale ist nun, daß die „historischen, technischen und strukturmäßigen Gegebenheiten“, von denen in der oben zitierten Gesetzesbegründung gesagt wurde, daß sie die Durchsetzung der Marktform der vollständigen Konkurrenz in manchen Markt Bereichen als inopportun erscheinen lassen, in einer modernen Industriewirtschaft die Regel und nicht etwa die Ausnahme sind. Die Dilemma-These läuft deshalb, überspitzt formuliert, auf die Aussage hinaus: Vollständiger Wettbewerb ist grundsätzlich erwünscht, aber, da kein Selbstzweck, in der Regel unerwünscht. Eine Kontradiktion, wie sie vollkommener wohl kein Advokat gegen die Wettbewerbsordnung hätte erfinden können!

Die Wurzeln dieses Konflikts liegen nicht zuletzt in der Tatsache begründet, daß vor allem *ein* Ergebnis der traditionellen Preistheorie mit dem Wettbewerbsprozeß in Verbindung gebracht wurde. Die Preistheorie hat ja gezeigt, daß in der Marktform der vollkommenen Konkurrenz die Gewinne am vollständigsten eliminiert werden. Umge-

⁵ Müller-Henneberg / Schwartz: a.a.O.

⁶ Vgl. Hoppmann: Das Konzept, a.a.O., S. 291 f.

kehrt kann die entgegengesetzte Marktform, nämlich das Monopol, u. a. charakterisiert werden durch das Ausmaß der positiven Abweichung des Gewinns von der Konkurrenzsituation (vgl. etwa das *Lernersche Monopolmaß*⁷). Nun ist Gewinneliminierung ganz ohne Zweifel eine wichtige Funktion des Wettbewerbs; sie ist zumindest ein Indiz dafür, daß überhaupt Wettbewerb stattfindet und daß insoweit eine Reihe weiterer ökonomischer Ziele, wie z. B. optimale Faktorallokation und optimale Marktversorgung, tendenziell realisiert werden. Es ist daher verständlich, daß man zuweilen etwa folgendermaßen argumentiert hat: Ein Abweichen von den Bedingungen der vollständigen Konkurrenz sei gleichzusetzen mit einer Annäherung an das Monopol; Monopole seien u. a. charakterisiert durch Gewinnkonservierung. Wenn aber dergestalt der Prozeß der Gewinneliminierung behindert wird, so deute das auf ein Weniger an Wettbewerb hin. Unglücklicherweise dreht man sich hier im Kreise: Der gewinnlose Zustand wird einfach mit Wettbewerb identifiziert und umgekehrt die Existenz von Gewinnen — ganz im Sinne von *Lerner* — als Abweichung vom Wettbewerb verstanden.

Nun wissen wir aber, daß der Wettbewerb nicht nur die Aufgabe hat, existierende Gewinnsituationen zu gefährden und sie, zumindest tendenziell, zum Verschwinden zu bringen, sondern daß er zugleich auch den Anreiz und die Möglichkeit eröffnen soll, neue Vorsprungspositionen und damit neue Gewinnsituationen zu schaffen. Jene Nationalökonomien, die diese sog. dynamische Wettbewerbsfunktion in den Vordergrund rücken, sprechen deshalb einer polypolistischen Marktstruktur die Geeignetheit ab, wettbewerbspolitisches Leitbild zu sein. Sie weisen darauf hin, daß Gewinnlosigkeit auch die Ohnmacht zu einem aktiven, aggressiven Wettbewerbsverhalten und insbesondere zur Durchsetzung von Innovationen beinhalte. Dazu bedürfe es vielmehr einer monopolistischen Marktstellung, zumindest aber der begründeten Aussicht, monopolistische Positionen über einen gewissen Zeitraum konservieren zu können. Andernfalls würden die oft risikoreichen und kostspieligen Innovationen gar nicht erst in Angriff genommen werden. Würde man also Monopole allgemein bekämpfen, so würde man zugleich den technischen Fortschritt hemmen und dem aggressiven Wettbewerb den Boden entziehen.

Es bedarf keiner langen Erörterungen, um darzulegen, daß diese Argumentation ebenso einseitig ist wie das Plädoyer für die vollständige Konkurrenz. Die Aussicht, durch Neuerungen — zumindest zeitweise — eine Monopolstellung zu erlangen, mag durchaus fortschrittsfördernd wirken; aber daraus auf die fortschrittsfördernde Funktion

⁷ Vgl. Abba P. *Lerner*: The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power. The Review of Econ. Stud. 1 (1933—34), S. 157 ff.

von Monopolstellungen schlechthin, also auch von bereits etablierten Monopolstellungen zu schließen, ist einfach unzulässig. Die Gewinne, die ein Unternehmen allein qua Monopolstellung erzielt, sind keinerlei Gewähr dafür, daß es mit diesen Gewinnen Neuerungen finanziert und den technischen und wirtschaftlichen Fortschritt vorantreibt. Es wird dazu umso weniger genötigt sein, je unangreifbarer seine monopolistische Marktstellung ist. Die Verwendung von Monopolgewinnen zur Finanzierung des technischen Fortschritts setzt insoweit die potentielle Gefährdung der Monopolstellung und damit die Existenz von Wettbewerb voraus, während Gewinne als solche weder eine notwendige noch eine hinreichende Bedingung für eine automatisch in Gang gesetzte dynamische Fortentwicklung sind.

Somit haben sich beide Auffassungen, die von der gewinneliminierenden Funktion der vollständigen Konkurrenz und die von der fortschrittsfördernden Rolle monopolistischer Marktstrukturen — jeweils für sich genommen — als nicht genügend tragfähig erwiesen, um sichere Anhaltspunkte für die Beurteilung des Wettbewerbsprozesses in der wirtschaftlichen Wirklichkeit zu geben. Allerdings haben sie uns auf die entscheidenden und jedenfalls auf sehr wichtige Tatbestände hingeführt. Denn vereinfachend kann nichtsdestoweniger gesagt werden, daß *Gewinneliminierung und Fortschrittsförderung die zwei wichtigsten Funktionen* sind, die der Wettbewerbsprozeß in einer marktwirtschaftlichen Ordnung zu erfüllen hat. Das Dilemma ist, daß sich beide Funktionen, jedenfalls bis zu einem gewissen Grade, gegenseitig auszuschließen scheinen, genau so, wie die beiden Marktformen, denen diese Funktionen gewöhnlich zugeordnet werden, sich gegenseitig ausschließen.

Das Problem ist daher, ob es möglich ist, Kriterien für einen Wettbewerbsprozeß zu entwickeln, bei dem beide Funktionen gleichzeitig erfüllt werden, und wie diese Kriterien gegebenenfalls aussehen könnten. Wer sich etwas näher mit wettbewerbstheoretischen und -politischen Fragen befaßt hat, weiß um die Schwierigkeiten dieses Unterfangens. Versuche in dieser Richtung sind allerdings weder neu noch selten. Allein schon die verschiedenen Konzepte des funktionsfähigen oder arbeitsfähigen Wettbewerbs, die ja alle mehr oder weniger um dieses Problem kreisen, sind in ihrer Vielgestaltigkeit und Fülle nur noch schwer überschaubar⁸. Die Diskussion hierüber hat zwar eine Reihe von Einzelfragen geklärt, eine grundlegende Lösung des Problems hat sie jedoch nicht erbracht. Soweit die Konzepte des funktions-

⁸ Vgl. die ausgezeichnete Übersicht bei Erich Hoppmann: *Workable Competition als wettbewerbspolitisches Konzept*. In: Hans Besters (Hrsg.): *Theoretische und institutionelle Grundlagen der Wirtschaftspolitik*. Theodor Wessels zum 65. Geburtstag. Berlin 1967. S. 145 ff.

fähigen Wettbewerbs auf einem marktformentheoretischen Strukturansatz basieren, sind sie sowohl formal wie materiell unbefriedigend und prinzipiell den gleichen Einwänden ausgesetzt wie die traditionellen Ansätze der Marktformenlehre. Sie sind formal unbefriedigend, weil statische Modelle — und jene Strukturansätze sind statisch — ungeeignet sind, den Wettbewerbsprozeß zu erklären, und sie sind materiell unbefriedigend, weil aus der Marktstruktur nicht mit Zwangsläufigkeit auf ein bestimmtes — als funktions- oder arbeitsfähig etikettiertes — Wettbewerbsverhalten geschlossen werden kann.

Wichtiger und für unser Problem sehr viel ernstzunehmender ist aber die Tatsache, daß auch der sog. Marktergebnis-Ansatz keine eindeutigen Kriterien für die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs liefert, wobei unter funktionsfähigem Wettbewerb jetzt, zugegebenermaßen stark verengend, ein Wettbewerb verstanden werden soll, der die vorhin genannten Funktionen, nämlich Gewinneliminierung und Fortschrittsförderung, gleichzeitig erfüllt. Zwar kann als sicher angenommen werden, daß die Marktergebnisse nicht unabhängig vom Grad und der Intensität des Wettbewerbs sind, aber ein eindeutiger, zweifelsfreier Schluß von den jeweiligen Marktergebnissen auf den Wettbewerbsgrad ist ebenso sicher nicht möglich⁹. Auf unser Problem angewendet heißt das, daß es nicht genügt, sich z. B. mit Gewinneliminierung und einer angemessenen Fortschrittsrate zufrieden zu geben; diese Ergebnisse sprechen zwar, wenn sie sich einstellen, für die Vermutung, daß Wettbewerb herrscht, aber sie verbürgen in dieser Hinsicht keine Sicherheit.

Sind wir dann aber — so müssen wir jetzt fragen — nicht in einem neuen Dilemma verfangen? Wenn sowohl die Marktstruktur, also etwa Zahl der Wettbewerber und Grad der Vollkommenheit oder Unvollkommenheit des Marktes, als auch die Marktergebnisse, z. B. Gewinneliminierung und Fortschrittsrate, keine eindeutigen Kriterien für die Funktionsfähigkeit oder Intensität des Wettbewerbs liefern, zerrinnt uns dann nicht das Problem wie Sand zwischen den Fingern? Anscheinend besteht dann nur noch der Ausweg, entweder

— den Wettbewerb als ein „Ziel an sich“ zu betrachten, das uns unabhängig von der jeweiligen Struktur und den konkreten Ergebnissen des Marktes als ständige Aufgabe gestellt ist,

oder

— uns auf die letzten Endes triviale Aussage zurückzuziehen, daß funktionsfähiger Wettbewerb dann herrscht, wenn sich die Wirtschaftssubjekte wettbewerbskonform oder wettbewerbsaktiv *verhalten*.

⁹ Vgl. vor allem *Hoppmann: Das Konzept*, a.a.O., S. 290 f.

Was die erste Aussage betrifft, so bringt sie uns keinen Schritt weiter. Natürlich ist dann, wenn die politische Entscheidung für den Wettbewerb gefallen ist, dessen Aufrechterhaltung eine ständige Aufgabe; aber für unsere gegenwärtige Fragestellung ist damit überhaupt nichts gewonnen. Und was die zweite Aussage angeht, so ist sie in dieser Form ebenso richtig wie nichtssagend. Interessant wird sie erst dann, wenn wir versuchen, Kriterien für jenes wettbewerbsaktive Verhalten zu eruieren, wobei wir aber in Rechnung stellen müssen, daß ein solches Verhalten nicht mit Notwendigkeit und in jedem Einzelfalle zu einem besseren Marktergebnis führt als ein — wie auch immer definiertes — wettbewerbspassives Verhalten.

Hinzu kommt, daß der Katalog möglicher Verhaltenskriterien nahezu unbegrenzt groß ist. Aktives Wettbewerbsverhalten ist zunächst und in erster Linie eine Frage des individuellen Wollens eines jeden Marktteilnehmers, durch bestimmte wettbewerbsrelevante Maßnahmen zu persönlichem Erfolg zu kommen. Angesichts dieser Tatsache gerät jeder Versuch, Kriterien eines solchen Verhaltens zu gewinnen, in Gefahr, zu einer bloßen Aufzählung von Beispielen auszuweichen. Dennoch läßt sich in diese Vielfalt eine gewisse Ordnung bringen. So hat z. B. Helmut *Arndt* in dem bereits zitierten Buch „Schöpferischer Wettbewerb und klassenlose Gesellschaft“ schon anfangs der fünfziger Jahre darauf hingewiesen, daß sich der Wettbewerbsprozeß als die gleichzeitige Durchsetzung imitierender und vorstoßender, aggressiver Wettbewerbsverhaltensweisen deuten läßt, wobei die Wirkung dieses Prozesses in einer Veränderung sowohl der Marktstruktur als auch der Marktergebnisse resultiert¹⁰. Insoweit zeigt sich Wettbewerbsverhalten einerseits in der ständigen Anpassung an die zu einem bestimmten Zeitpunkt gegebenen Marktverhältnisse und in einer Einebnung von individuellen Positionsunterschieden, insbesondere Gewinnunterschieden, und andererseits in einer permanenten Zerstörung und Überwindung bestehender Marktkonstellationen, vor allem in Form dessen, was *Schumpeter* die Durchsetzung neuer Kombinationen genannt hat.

Es kann also gefolgert werden, daß der Wettbewerbsprozeß auf die Veränderung der jeweiligen Marktkonstellation gerichtet ist, sei es, daß bestehende Vorsprungspositionen eingeholt, oder sei es, daß neue Vorsprungspositionen erobert werden und daß umgekehrt eine sich konservierende Marktkonstellation, d. h. eine zeitlich und materiell invariante Konfiguration von Marktgegebenheiten, sowohl im struktu-

¹⁰ Dogmengeschichtlich ist es nicht uninteressant, daß die *Arndtsche* Position im Grunde wieder an die alte klassische (insbesondere *Adam Smiths*) Sicht vom Wettbewerb als einem aktiven Prozeß anknüpft; siehe z. B. Paul J. *McNulty*: A Note on the History of Perfect Competition. *Journ. of Pol. Ec.* 75 (1967), S. 397 f.

rellen wie im Marktergebnisse, als Indiz für mangelnden Wettbewerb zu deuten ist¹¹.

Damit wird der traditionelle Ansatz der Wettbewerbstheorie, insbesondere der aus der Marktformenlehre direkt abgeleitete bzw. der mit ihr korrespondierende Strukturansatz, sozusagen auf den Kopf gestellt. Welche Marktstruktur zu irgendeinem gegebenen Zeitpunkt beobachtet werden kann, ist im Grunde unerheblich; wichtig ist vor allem, daß sich die wie auch immer geartete Marktconstellation verändert. Wenn dies nicht geschieht, dann liegt die Vermutung nahe, daß entweder die immanenten Wettbewerbskräfte aus irgendwelchen Gründen zu schwach sind, oder es deutet auf eine Interessenlage der Konkurrenten hin, die auf Konservierung des Bestehenden und damit auf die Ausschaltung des faktischen Wettbewerbs gerichtet ist. In diesem Sinne kann die *Veränderung* der Marktconstellation als ein — zunächst allerdings noch rein formales — Kriterium des aktiven Wettbewerbsverhaltens angesehen werden. Darüber hinaus ist aber zu beachten, daß ein aktives Wettbewerbsverhalten bestimmter Individuen oder Gruppen auch auf die Erlangung von Vorteilen gerichtet sein kann, die sich aus einer *Beschränkung* des Wettbewerbsspielraums anderer Marktteilnehmer ergeben. Das könnte dann zugleich zu einer Verschlechterung der Marktergebnisse führen bzw. einen Verzicht auf potentiell mögliche Verbesserungen des Marktergebnisses implizieren. Aus diesem Grunde muß dem Veränderungssignal also zusätzlich ein Kriterium assistieren, das Auskunft über künstliche Wettbewerbsbeschränkungen (sog. restriktive Praktiken) liefert. Damit soll folgendes gesagt werden: Veränderungen der Marktgegebenheiten deuten, wenn sie nicht extern bestimmt sind, auf dahinter stehende adaptive oder kreative Wettbewerbshandlungen hin. Da die Verfolgung der individuellen Ziele der Marktteilnehmer in der Regel nur über den Weg der besseren Marktleistung möglich ist, kann gefolgert werden, daß solche Veränderungen prinzipiell eine Verbesserung der Marktergebnisse herbeiführen. Das muß jedoch nicht in jedem Einzelfalle so sein, denn die unternehmerischen Ziele können auch durch wettbewerbsbeschränkende Aktivitäten gefördert werden, welche die Vermutung einer Verschlechterung der Marktergebnisse nahelegen. Deshalb sollte das Veränderungskriterium zusätzlich den Restriktionstest passieren.

Die Frage ist nun, wie das bisher rein formal gefaßte Veränderungskriterium mit empirisch faßbarem Inhalt erfüllt werden kann. Damit

¹¹ In Anbetracht des oben Gesagten ist dieses Indiz allerdings nicht völlig zweifelsfrei, m. a. W. auch eine temporäre Marktruhe schließt nicht aus, daß sich die Marktteilnehmer dennoch wettbewerbsaktiv verhalten, die Ergebnisse dieses Prozesses sich aber entweder ausbalancieren oder erst später zu sichtbaren Veränderungen führen.

kommen wir zum Kern des Problems. Vorher soll jedoch noch einmal ganz kurz das Ergebnis der bisherigen Überlegungen zusammengefaßt werden: Es hat sich gezeigt, daß Wettbewerb keine Frage der Definition oder der Umschreibung irgendeines *Zustandes* ist, der sich mit Hilfe bestimmter Strukturmerkmale oder Marktergebnisse zu einem gegebenen Zeitpunkt erfassen ließe, sondern ein *Prozeß*, der auf Wettbewerbsaktionen der Marktteilnehmer zurückgeht. Diese Aktionen sind je nach erreichter individueller Position auf Veränderung oder Konservierung der bestehenden Marktkonstellationen gerichtet. Wir dürfen also das jeweilige Wettbewerbsverhalten nicht unabhängig von der konkreten Marktkonstellation sehen, in der es praktiziert wird. Alle Ansätze, die nur jeweils einen Komplex von Kriterien ins Auge fassen, ganz gleich, ob er sich nun auf das Verhalten, die Marktstruktur oder die Marktergebnisse bezieht, sind daher zumindest unvollständig, wenn nicht sogar irreführend. Insoweit verschließt sich der Wettbewerbsprozeß streng genommen der Erfassung durch vorab gesetzte und für jeden Einzelfall geltende Maßstäbe. Wir sollten deshalb unsere Erwartungen in dieser Hinsicht nicht allzu hoch schrauben.

II.

Unter Beachtung dieser Einschränkungen ergibt sich nun zunächst die Notwendigkeit, das Wettbewerbsverhalten zu differenzieren. Unter Vernachlässigung des inaktiven und immobilen Verhaltenstyps können in Anlehnung an Helmut *Arndt* drei Grundformen des Wettbewerbsverhaltens unterschieden werden, nämlich 1. das kreative, 2. das adaptive und 3. das konsolidierende Wettbewerbsverhalten.

Diesen drei Grundformen sind idealtypisch jeweils unterschiedliche Wettbewerbsparameter zuzuordnen. Darunter sollen jene Größen verstanden werden, in denen sich das jeweilige Wettbewerbsverhalten typischerweise dokumentiert. Die Wirkungen dieser Wettbewerbsparameter wiederum schlagen sich in Veränderungen der Marktergebnisse und der Marktstruktur nieder. Damit der Wettbewerbsprozeß diese Veränderungen tatsächlich herbeiführen kann, sind jedoch gewisse Erfordernisse notwendig, die als solche gegeben sein müssen, die aber teilweise auch selbst wettbewerbspolitischer Einflußnahme zugänglich sind. Diese Zusammenhänge sind jetzt etwas näher zu erläutern:

1. Unter *kreativem Wettbewerbsverhalten* sollen alle unternehmerischen Maßnahmen verstanden werden, die darauf abzielen, sich durch autonome oder nachfrage-induzierte Neuerungen einen Wettbewerbsvorteil vor den Konkurrenten zu verschaffen. Neuerungen oder Innovationen werden damit zum entscheidenden Wettbewerbsparameter. Als solche können sie gerichtet sein auf die Entwicklung

- neuer Produkte,
- neuer Produktionsverfahren,
- neuer Vertriebs- und Absatzmethoden,

wobei diese Maßnahmen in aller Regel durch Neuerungswerbung unterstützt werden.

Damit wird nun eine Veränderung der Marktergebnisse dahingehend herbeigeführt, daß eine Produktions- und Nachfrageumschichtung zugunsten der Neuerer eintritt, die deren Gewinn in aller Regel positiv beeinflußt. Dem entspricht eine, zumindest relative, Umsatzschmälerung in jenen Bereichen, die Nachfrage an die Neuerer verlieren.

Die Marktstruktur verändert sich — wenigstens in dieser kreativen Phase — in Richtung auf eine größere Marktunvollkommenheit und Monopolisierung des Angebots, die davon abhängt, ob und wie lange die Neuerer die Möglichkeit haben, sich gegen ihre Konkurrenten abzusichern. Soweit neue Güter im Spiel sind, muß die Existenz einer relativ hohen Einkommenselastizität der Nachfrage vorausgesetzt werden, d. h. die Neuerer müssen in neue Bedarfsrichtungen vorstoßen können bzw. diese neuen Bedarfe selbst schaffen.

Wesentliche Kennzeichen des kreativen Wettbewerbs sind also: 1. Die Durchsetzung neuer Kombinationen im *Schumpeterschen* Sinne; 2. das Aufbrechen der bestehenden Angebots- und Nachfragestruktur, indiziert vor allem durch individuelle Umsatzänderungen und 3. Tendenz zum Monopol mit Gewinnsteigerung auf dem expandierenden, kreativen Teilmarkt.

2. *Adaptives Wettbewerbsverhalten* ist darauf gerichtet, erfolgreiche Wettbewerbsaktionen der Neuerer nachzuahmen und diese möglicherweise zu überflügeln. Hierbei werden gleichzeitig mit der Übernahme der Neuerungen Produkt- und Verfahrensverbesserungen einhergehen und in aller Regel ein intensiver Preiswettbewerb einsetzen. Damit werden die Vorsprungsgewinne des dynamischen Bereichs aufgezehrt, während infolge der weitergehenden Nachfrageumschichtung die stationären Sektoren Grenzanbieter freisetzen. Die Marktstruktur verändert sich tendenziell in Richtung auf größere Polypolisierung und eine Rückbildung der in der kreativen Phase etablierten Marktunvollkommenheiten. Voraussetzung ist freier Marktzutritt und in der Regel auch eine nicht zu geringe Preiselastizität der Nachfrage.

Wesentliche Kennzeichen des adaptiven Wettbewerbs sind somit: 1. Relative (u. U. auch absolute) Preissenkung; 2. Erhöhung der Anbieterzahl auf weiter expandierendem Markt; und 3. Gewinneliminierung und Erhöhung des Vollkommenheitsgrades.

Konsolidierendes Wettbewerbsverhalten ist durch das Vordringen von Maßnahmen gekennzeichnet, die auf Stabilisierung der einmal erreichten Wettbewerbsposition abzielen. Hierbei wird der Marktpreis als offen in Erscheinung tretender Wettbewerbsparameter in seiner relativen Bedeutung abnehmen und jenen Aktionen Platz machen, die auf Schaffung oder Konservierung nicht direkt preisbezogener Präferenzen, wie Produktqualität, Service, Good Will usw., gerichtet sind, welche man durch Erinnerungswerbung abzusichern versucht. Bei diesem Verhaltenstyp verändern sich die Marktergebnisse nur noch insoweit, als es bestimmten Anbietern nicht gelingt, ihre Präferenzen zu stabilisieren, während die Marktstruktur Tendenzen zu wachsender Unvollkommenheit zeigt. Diese Kennzeichen des konsolidierenden Wettbewerbsverhaltens werden aber nur dann Bestand haben, wenn die Nachfrageelastizitäten, und zwar sowohl die Einkommens- wie auch die Preiselastizität, relativ stabil und im übrigen nicht zu hoch sind und wenn Neuerungen von der Angebotsseite her oder autonome Nachfrageänderungen ausbleiben.

Wesentliche Kennzeichen des konsolidierenden Wettbewerbs sind also: 1. Vorherrschen präferenzbezogener Wettbewerbsmaßnahmen auf einem relativ stagnierenden Markt und 2. Erhöhung des Unvollkommenheitsgrades, wobei die Anbieterzahl vor allem von den Marktzutritts- und -austrittsbedingungen und der Nachfrageelastizität abhängt.

III.

Das zeigt, daß der Veränderungsprozeß erlahmt, wenn kreatives und adaptives Wettbewerbsverhalten fehlen und/oder ein konsolidierendes Verhalten sich über längere Zeit etablieren kann. Der Vorteil des hier nur in wenigen Grundzügen dargelegten Kataloges ist es, daß er es erlaubt, das Wettbewerbsverhalten an Hand von wenigstens prinzipiell faßbaren Tatbeständen und Kriterien zu überprüfen. Dabei stellte sich heraus, daß nicht nur die wettbewerblichen Verhaltensweisen differieren, sondern auch die jeweiligen Marktconstellationen (Marktstruktur und -ergebnisse) recht unterschiedlich und variabel sein können¹². Hohe Gewinne z. B. sind nicht schon deshalb bedenklich, weil sie über-

¹² Der mögliche Einwand, die typischen Strukturmerkmale, z. B. Anbieterzahl und -größe, würden sich auch bei intensivem Wettbewerb nur wenig oder kaum verändern, dürfte in dieser Form nicht zutreffen. Zwar ist die Firmenstruktur in der Tat ziemlich konstant, aber das impliziert keineswegs eine konstante Anbieterstruktur, am wenigsten in dem hier besonders relevanten Bereich der industriellen Großunternehmen. Diese operieren vielmehr in der Regel auf sehr verschiedenen und darüber hinaus wechselnden Märkten. Die Analyse von Diversifikationsprozessen hat gezeigt, daß die Zusammenhänge zwischen Unternehmensgröße, Anbieterstruktur und Wettbewerb sehr viel differenzierter betrachtet werden müssen, als das früher vielfach üblich war.

haupt entstehen können, sondern deshalb und nur dann, wenn sie durch Abwehr des adaptiven Wettbewerbs konserviert werden. Andererseits besagen niedrige Gewinne für sich genommen noch gar nichts, weil sie z. B. durch langdauernde Stagnation des betreffenden Marktes und seinen hohen Vollkommenheitsgrad im marktformentheoretischen Sinne herbeigeführt sein können.

Selbstverständlich wird es nicht immer möglich sein, bestimmte Veränderungen der Marktergebnisse und der Marktstruktur ganz bestimmten wettbewerblichen Verhaltensweisen zuzuordnen, da jene Veränderungen auch durch — vom Standpunkt unserer Analyse aus gesehen — externe Ereignisse beeinflußt werden. Diese Einschränkung gilt jedoch für nahezu jede theoretische Analyse eines aus dem interdependenten Gesamtzusammenhang herausgelösten Teilaspekts der wirtschaftlichen Wirklichkeit.

Im übrigen hat der vorgeführte Katalog selbstverständlich nicht einen einzigen Tatbestand enthüllt, den wir nicht vorher schon gekannt hätten; es wäre absurd, mit ihm den Anspruch auf Originalität verbinden zu wollen. Auch wer nur oberflächliche Kenntnisse der Wettbewerbsliteratur besitzt, wird erkannt haben, daß die dargelegten Zusammenhänge nicht nur mit der *Arndtschen* Analyse des Wettbewerbsprozesses, sondern z. B. auch mit der Marktphaseneinteilung von Ernst *Heuss*¹³ und seiner Zuordnung bestimmter Unternehmertypen zu diesen Marktphasen, zumindest in formaler Hinsicht, eng korrespondieren. Es sollte deshalb auch überflüssig sein, ausdrücklich darauf hinzuweisen, daß es sich hier — genau wie dort — um idealtypische Vereinfachungen und nicht etwa um die Beschreibung streng voneinander getrennter und stets chronologisch aufeinander folgender, irreversibler Ablauf- und Verhaltensmuster handelt; sie treten in der Wirklichkeit vielmehr gleichzeitig und vermischt auf.

Was zum Ausdruck gebracht werden sollte ist nur dies: Wir können uns — angesichts der bis zum Überdruß wiederholten Feststellung, die traditionellen Wettbewerbsmodelle seien ganz und gar ungeeignet, um das, was wir unter Wettbewerb verstehen, adäquat wiederzugeben, — nicht um den Versuch einer positiven Beschreibung von Wettbewerbskriterien herumdrücken, nur weil ein solches Unterfangen möglicherweise (und sogar wahrscheinlich) in einem Katalog von Gemeinplätzen ausmündet. Diese Gemeinplätze haben zumindest so lange eine Funktion, wie es Modelle gibt, die unter dem Etikett des vollkommenen oder funktionsfähigen Wettbewerbs firmieren und damit die Vorstellung erwecken, hier werde etwas zutreffend über den Wettbe-

¹³ Vgl. Ernst *Heuss*: Allgemeine Markttheorie. Tübingen-Zürich 1965. Bes. S. 16 f. und 41 ff.

werbsprozeß ausgesagt. Zwar rennt die Feststellung, daß sie das nicht tun, offene Türen ein, aber allzu oft wird verabsäumt, aus dieser trivialen Aussage die Konsequenzen zu ziehen, meist mit dem Hinweis auf den didaktischen Wert jener Wettbewerbsmodelle, den sie als Beschreibung von gedanklichen Grenzsituationen haben. Dabei wird leicht übersehen, daß dieser didaktische Wert recht teuer erkaufte wird, nämlich damit, daß man den Wettbewerbsprozeß, der durch und durch dynamisch ist, in das Prokrustesbett der statischen Analyse zwingt, womit man ihn aber zugleich völlig denaturiert. Dieser Defekt würde auch dann nicht geheilt werden, wenn man die Wettbewerbsmodelle, z. B. durch Einbau einer mehr oder weniger abstrakten Zeitdimension „dynamisiert“, d. h. formal periodisiert. Denn der Wettbewerbsprozeß zeichnet sich keineswegs nur dadurch aus, daß er sich in der Zeit vollzieht — das tun schließlich alle ökonomischen Vorgänge. Er ist vielmehr in einem ursprünglicheren Sinne dynamisch, nämlich insoweit, als der ihm eigene Wirkungsmechanismus Veränderungen herbeiführt, die das Marktgleichgewicht (wenn es jemals bestanden hat) zerstören und die in ihrer konkreten Gestalt nur schwer vorhersehbar sind. Für die theoretische Analyse des Wettbewerbsprozesses bedeutet das, daß es sich verbietet, z. B. mit konstanten Veränderungsrate der relevanten Größen oder mit eindeutig bestimmten Wirkungen von Parametern und Verhaltenskonstanten zu operieren, weil der Wettbewerb gerade die Bedingungen ständig verändert, unter denen die Wirkungen jener Verhaltensweisen überhaupt erst inhaltlich bestimmt werden können.

Es soll hier keineswegs der Versuch unternommen werden, den alten und recht abgestandenen Streit um die Begriffe Statik und Dynamik neu zu beleben oder gar den verschiedenen Interpretationen dieser Begriffe eine neue Inhaltsbestimmung hinzuzufügen. Dennoch ist es nicht überflüssig und keineswegs nur eine begriffliche Haarspalterei, immer wieder darauf hinzuweisen, daß die statischen Ansätze der Wettbewerbstheorie die Situation eher verdunkeln als einer Klärung näher bringen, und zwar nicht nur deshalb, weil sie vom Zeitablauf abstrahieren, sondern weil sie von gegebenen Bedingungen unter Zugrundelegung konstanter Verhaltensmuster auf eindeutig determinierte Wirkungen schließen und insoweit „geschichtslos“ sind. Das bedeutet nicht, daß jene Bedingungen und Annahmen nicht „richtig“ und die auf ihnen gründende Analyse wertlos sei; ganz im Gegenteil. Die statischen Werkzeuge behalten ihren hohen analytischen Rang, wenn es z. B. um die Bestimmung von Gleichgewichtspreisen und Gleichgewichtsmengen in alternativen Marktsituationen geht. Aber das ist eine Fragestellung, die mit Wettbewerb nur insofern etwas zu tun hat, als sie ihn voraussetzt oder, wie etwa im reinen Monopolfall, negiert. Soll jener Wettbewerb selbst analysiert werden, dann werden

jedoch die Ausgangsbedingungen der jeweiligen Marktkonstellation zu abhängigen Variablen des zu analysierenden Prozesses und verlieren damit ihren Datencharakter, der ihnen in der statischen Analyse legitim zuerkannt werden darf.

Damit erhebt sich zum Schluß die Frage, ob uns das nicht mit einem Scherbenhaufen zurückläßt. Ist es unter diesen Umständen überhaupt möglich, Modelle zu entwickeln, die den Wettbewerbsprozeß adäquat wiedergeben? Wenn man den Modellbegriff in der bisher in der Wettbewerbstheorie üblichen Weise faßt, dann wird man die Frage wohl verneinen müssen. Ein einfaches Erklärungsschema, etwa nach Art der Preisbildungsmodelle, reicht einfach nicht aus. Wahrscheinlich liegt der erfolgversprechende Weg darin, die Probleme des Wettbewerbsprozesses mit der Analyse der (auch kurzfristig zu interpretierenden) strukturellen Wandlungen in einer wachsenden Wirtschaft zu verbinden, denn beide Problemkreise sind im Grunde nur zwei Seiten der gleichen Medaille¹⁴. Nur aus einem solchen Ansatz lassen sich Kriterien entwickeln, die dem dynamischen Charakter des Wettbewerbs gerecht werden.

Summary

Remarks about the Present State of the Theory of Competition

Economists have sometimes been bothered by the apparent contradiction implied in the model of pure or perfect competition indicated by e. g. profit-shrinking and optimal factor allocation on the one hand and total absence of dynamic progress on the other. It is beyond any doubt that competition as a dynamic process must lead (at least) to both, elimination of profits and advances in technical and economic conditions through entrepreneurial innovating activity. The problem is just to find operational criteria for such a competitive process. The concepts of workable competition have generally failed in this respect, for neither market structure nor market performance are unequivocal measures for workable (i. e. profit-eliminating and innovating) behavior or conduct.

In this paper an attempt is made to develop a framework of such measures. Starting from the formal criterion of "change in market conditions" three types of competitive behavior, labelled creative, adaptive and persistent (consolidating) respectively, are employed. It is shown that each type is characterized by varying patterns of behavior and different changes in market structure and market performance. So profit-eliminating polypolization due to imitation and profit-generat-

¹⁴ Nur in Parenthese sei bemerkt, daß ein nicht unwesentlicher Teil der modernen Wachstumstheorie den gleichen prinzipiellen Einwänden ausgesetzt ist, die hier gegen die traditionelle Behandlung der Wettbewerbsprobleme vorgebracht wurden: Die herrschende Wachstumstheorie ist weitgehend pseudo-dynamisch; sie könnte als „statische Analyse auf höherem Niveau“ bezeichnet werden, und zwar deshalb, weil sie konstante (statische) Absolutwerte lediglich durch konstante Wachstumsraten der unabhängigen Variablen ersetzt, die dem System dann einen gleichgewichtigen „Golden Age“-Wachstumspfad aufzwingen.

ing monopolization due to innovations are present at the same time and can be interpreted as different aspects of the same competitive process. If those changes are absent, one may argue that active competition is lacking, probably due to restrictive practices and/or obstacles to economic growth and development. Therefore the theory of competition is inseparately imbedded in the analytical framework of structural change and economic progress.