

**Dr. Faik:**

## **Coopetition und funktionsfähiger Wettbewerb**

– Nürtingen, 29.03.2004 –

### **Gliederung:**

1. Einleitung
2. Wettbewerbskonzepte
3. Kantzenbachs Konzept der weiten Oligopole
4. Empirie am Beispiel des Telekommunikationsmarktes
5. Schlussbetrachtung

### **1. Einleitung**

Ich freue mich, dass Sie mir die Gelegenheit geben, Ihnen in den kommenden 30 Minuten meine Gedanken zum Thema „Coopetition und funktionsfähiger Wettbewerb“ vorzutragen. Angesichts der Komplexität des Themas und der Kürze der mir zur Verfügung stehenden Zeit bin ich gezwungen, das Thema einzugrenzen. Dies geschieht in der Weise, dass ich mich dem Thema vorrangig an Hand ausgewählter, beispielhafter Aspekte widme.

Nach einer recht grundsätzlichen Klärung des Wettbewerbsbegriffes werde ich mich – wie Sie der Gliederung entnehmen können – mit dem eigentlichen Thema dieser Veranstaltung beschäftigen, d. h. mit Charakteristika von Coopetition und funktionsfähigem Wettbewerb. Das Konzept des funktionsfähigen Wettbewerbs werde ich durch ein theoretisches Anwendungsbeispiel veranschaulichen. Hierbei handelt es sich um Kantzenbachs Modell der weiten Oligopole. Nach den eher theoretischen Erörterungen werde ich den Praxisbezug der diskutierten Wettbewerbskonzepte herstellen. Dies geschieht am Beispiel des Telekommunikationsmarktes.

Diese Erörterungen sollen fließend in die Diskussion mit Ihnen übergehen. Sehen Sie sich aber auch eingeladen, mir während meiner Ausführungen ruhig ins Wort zu fallen, wenn sich Widerspruch in Ihnen regt bzw. wenn Sie Verständnisfragen haben.

## 2. Wettbewerbskonzepte

### 2.1 Zum Wettbewerbsbegriff

Zunächst erfolgt eine Klärung des Wettbewerbsbegriffes. Eine Reihe von erkenntnisleitenden Fragestellungen in diesem Zusammenhang sind folgende:

- Was ist Wettbewerb?
- Warum ist Wettbewerb „gut“ für eine Volkswirtschaft?
- Was sind die typischen Annahmen des klassischen Wettbewerbskonzepts und wie realistisch sind sie?
- Welche alternativen Wettbewerbsleitbilder gibt es?

Allgemein – und damit komme ich zur Beantwortung der ersten Leitfrage – äußert sich wirtschaftlicher Wettbewerb in den Elementen

- der Gewerbefreiheit,
- der Freizügigkeit und
- des Freihandels sowie
- in der Übernahme persönlicher Verantwortung bzw. unternehmerischer Risiken.

Wirtschaftlichem Wettbewerb kommen folgende Funktionen zu:

- Zum einen hat er *statische Funktionen* im Sinne der Maximierung der sozialen Wohlfahrt über eine bestmögliche Aufteilung der wirtschaftlichen Ressourcen, Verbraucherefreiheit und eine leistungsgerechte Einkommensverteilung.
- Zum anderen sind *dynamische Wettbewerbsfunktionen* wie die Förderung von Innovationen – also wirtschaftlichen Neuerungen –, von technischem Fortschritt und Anpassungsflexibilität zu nennen.

Theoretisches und politisches Ideal in der Wettbewerbsdebatte war lange Zeit die vollständige Konkurrenz. Dieses Ideal ist durch eine Reihe von z. T. höchst problematischen Annahmen gekennzeichnet. Die wichtigsten Annahmen sind:

- Sehr viele Teilnehmer auf beiden Marktseiten,
- die Gleichartigkeit der Güter,
- fehlende örtliche,
- zeitliche und
- persönliche Präferenzen sowie
- eine vollkommene Markttransparenz.

Durch das Konzept der vollständigen Konkurrenz werden primär statische Wettbewerbsgesichtspunkte berücksichtigt. Der analytische Einbezug auch dynamischer Wettbewerbsfunktionen führt hingegen zu einer veränderten Sicht.

Wirtschaftlicher Wettbewerb zwingt nämlich in dynamischer Sicht die Unternehmen zu ständigen Innovationen, was mit Kosten verbunden ist. Hierdurch sind die einzelwirtschaftlichen Gewinnpositionen beständigen Bedrohungen ausgesetzt. Daher bestehen aus einzelwirtschaftlicher Sicht ökonomische Anreize zur Beseitigung von Wettbewerb. Typischerweise ist folglich der Wettbewerb in einer Marktwirtschaft eben nicht vollständig (wie dies das Ideal der vollständigen Konkurrenz nahe legt), sondern mit Unvollkommenheiten verbunden. Dies zeigt sich daran, dass in den meisten Marktwirtschaften Anbieter-Oligopole vorherrschen, d. h. Marktstrukturen mit wenigen Anbietern.

**Schaubild 1:** Mikroökonomische Marktformenlehre

<b>Anzahl der Anbieter</b>	<b>Anzahl der Nachfrager</b>		
	<b>Ein Nachfrager</b>	<b>Wenige Nachfrager</b>	<b>Viele Nachfrager</b>
<b>Ein Anbieter</b>	Zweiseitiges Monopol	Beschränktes Angebotsmonopol	Angebotsmonopol
<b>Wenige Anbieter</b>	Beschränktes Nachfragemonopol	Zweiseitiges Oligopol	Angebotsoligopol
<b>Viele Anbieter</b>	Nachfragemonopol	Nachfrageoligopol	Polypol (Vollständige Konkurrenz)

Diese Gegebenheiten anerkennend, hat sich in der Rechtsprechung und Rechtsetzung in Bezug auf das wettbewerbspolitische Leitbild ein Wandel ergeben. Galt in Deutschland bei der Konzeption des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) in den 1950er Jahren noch der vollständige Wettbewerb als Leitbild, so wandelte sich dies in den 1970er Jahren: Die entsprechenden GWB-Novellierungen sind stark durchdrungen von den Vorstellungen des funktionsfähigen Wettbewerbs, welche nachher noch ausführlich erörtert werden. Hinzu kommt, dass im Zuge der Globalisierungsdebatte internationale Unternehmensallianzen als unternehmerische Handlungsoptionen politisch verstärkt anerkannt wurden. Dies geschah natürlich innerhalb der durch das Wettbewerbsrecht abgesteckten Grenzen. Die vorstehenden Ausführungen leiten über zur Wettbewerbskonzeption der Coopetition.

## 2.2 Coopetition

*Coopetition* ist ein Kunstwort, welches die vermeintlich widersprüchlichen Konzepte von Kooperation (englisch: cooperation) und Wettbewerb (englisch: competition) in sich vereinigt. Unternehmen gehen Bündnisse

- zur Risikoaufteilung (“burden sharing“),
- Kompetenzkoordination und
- Markterschließung

ein.

Bei grundsätzlich bestehenden Konkurrenzbeziehungen kooperieren demnach Unternehmen in Teilbereichen. Beispielsweise können Konkurrenten am Absatzmarkt auf Beschaffungsmärkten kooperieren. Coopetition kann daher mit „Kooperation im Wettbewerb“ übersetzt werden.

Spieltheoretisch ausgedrückt, sind Kooperationen tendenziell dann als positiv zu beurteilen, wenn es sich um so genannte Win-win-Situationen handelt. Win-win-Situationen sind dadurch gekennzeichnet, dass sich für alle beteiligten Wirtschaftssubjekte Wohlfahrtsvorteile ergeben. Haben demgegenüber nur die beteiligten Unternehmen Wohlfahrtzugewinne, der „Rest“ der Volkswirtschaft aber höhere Wohlfahrtsverluste, sind Unternehmenskooperationen abzulehnen und wettbewerbsrechtlich zu ahnden. Die Kooperationsvor- und -nachteile sind also stets genau gegeneinander abzuwägen.

## 2.3 Funktionsfähiger Wettbewerb

Eng verwandt, wenngleich nicht deckungsgleich mit Coopetition ist das Konzept des funktionsfähigen Wettbewerbs. Unter *funktionsfähigem Wettbewerb* wird allgemein eine Markt- und Wettbewerbsform verstanden, welche die statischen und dynamischen Wettbewerbsfunktionen zwar nicht vollständig, aber immerhin „halbwegs“ erfüllt. Dahinter steckt die Vorstellung, dass sich nicht jede Marktunvollkommenheit negativ auf den wirtschaftlichen Wettbewerb auswirken muss.

Das Konzept funktionsfähigen Wettbewerbs baut auf dem SVE-Prinzip auf. Hierunter wird verstanden, dass sich aus einer bestimmten Marktstruktur (S) ein bestimmtes

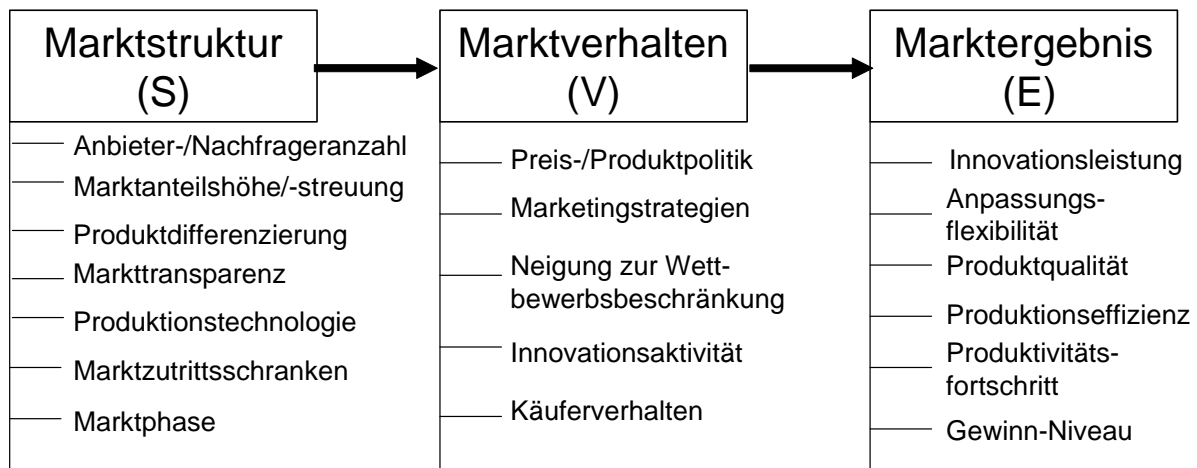
Verhalten der Marktteilnehmer (V) ableiten lässt, welches wiederum bestimmte Marktergebnisse (E) hervorbringt.

Der Wettbewerbspolitik kommt in diesem methodischen Rahmen eine aktive Rolle zu. Um gewünschte Ergebnisse zu realisieren, soll sie – auf der Grundlage der Verhinderung und Kontrolle von Marktmacht – auf optimale Marktstrukturen hinwirken.

Es ist in der Literatur umstritten, wie eng und wie vollständig die SVE-Sequenz ist bzw. sein sollte. Gewarnt wird in diesem Zusammenhang auch vor einseitigen Interpretationen des SVE-Konzepts; d. h. es wird auf gegenseitige Abhängigkeiten zwischen den SVE-Elementen hingewiesen.

**Schaubild 2:**

### **Das SVE-Prinzip:**



Wie Schaubild 2 verdeutlicht, setzen sich die SVE-Elemente der Marktstruktur, des Marktverhaltens und der Marktergebnisse ihrerseits aus sehr zahlreichen Komponenten zusammen.

Daraus folgt, dass das SVE-Konzept wesentlich breiter angelegt ist als das typischerweise in der Mikroökonomik angenommene und vorhin besprochene Marktmodell der vollständigen Konkurrenz. Dies liegt daran, dass das Modell der vollständigen Konkurrenz ausschließlich auf Preiswettbewerb ausgerichtet ist – d. h. auf die Preispolitik als Marktverhaltensvariable.

Folglich hat funktionsfähiger Wettbewerb aber auch eine Reihe recht anspruchsvoller Voraussetzungen:

- Innovationsfähige/-willige Unternehmer,
- imitationsfähige/-willige Unternehmer
- die Reaktionsverbundenheit der Unternehmer,
- die Beweglichkeit der Güternachfrager,
- Reservekapazitäten bei den Güteranbietern.

Dass derartig anspruchsvolle Anforderungen an das Konzept funktionsfähigen Wettbewerbs mit Problemen verbunden sind, soll nachfolgend beispielhaft dargelegt werden.

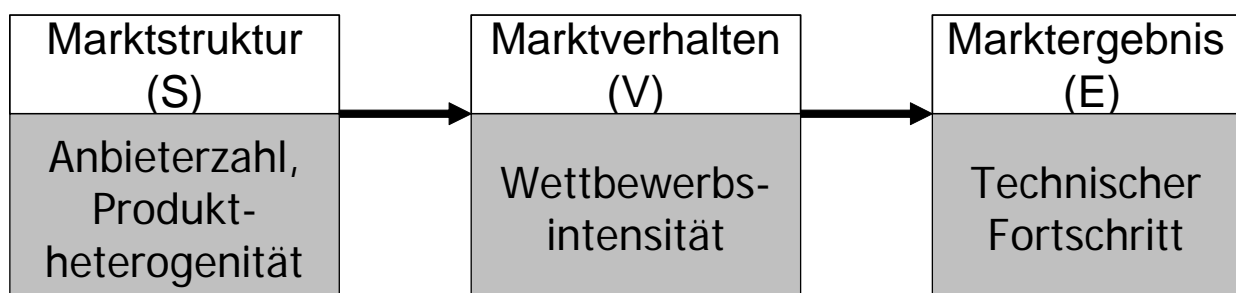
### 3. Kantzenbachs Konzept der weiten Oligopole

Konkret wird dies an Hand des Kantzenbach'schen Ansatzes der weiten Oligopole geschehen.

Das Kantzenbach'sche SVE-Modell betrachtet lediglich die Wettbewerbsintensität als Verhaltensvariable und den technischen Fortschritt als Ergebnisvariable. Grundsätzlich ist Wettbewerbsintensität bei Kantzenbach als die Geschwindigkeit definiert, mit der – z. B. durch Innovationen entstandene – Extragewinne wegkonkurriert werden. Kantzenbach geht zudem davon aus, dass eine optimale Wettbewerbsintensität einen optimalen technischen Fortschritt bedinge.

Schaubild 3:

### Kantzenbachs Anwendung des SVE-Modells:

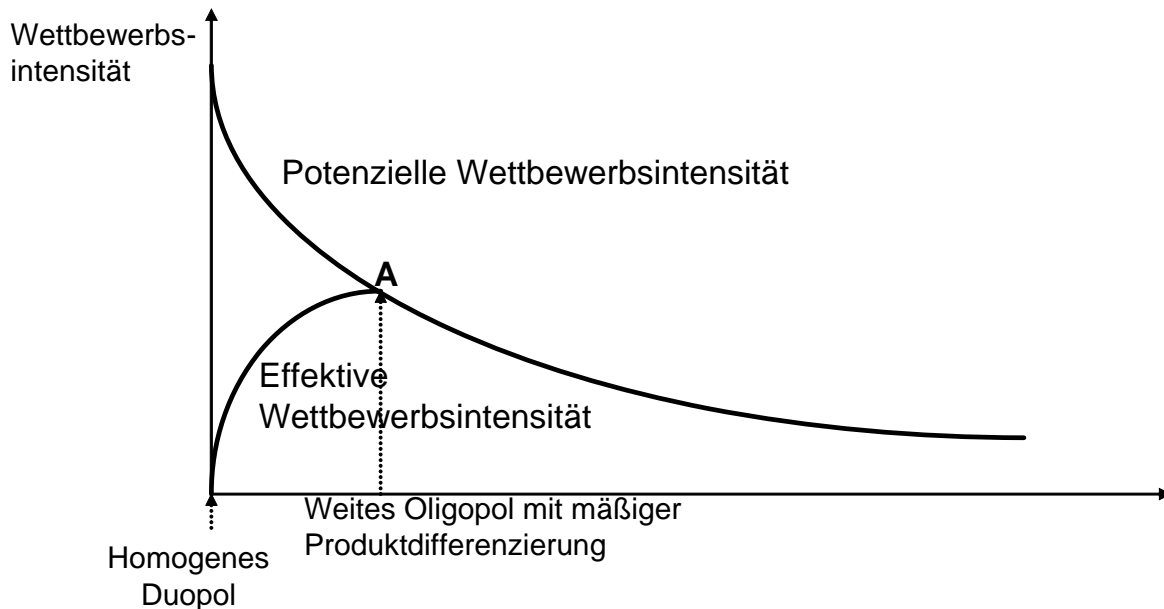


*Leitfrage:* Welche Marktstruktur ergibt sich bei optimaler Wettbewerbsintensität und damit optimalem technischen Fortschritt?

Auf Basis dieses Zusammenhangs stellt sich Kantzenbach die Frage nach der optimalen Marktstruktur. Hierbei verwendet er als Marktstrukturvariablen lediglich die Anbieteranzahl und den Grad der Unterschiedlichkeit der Güter.

**Schaubild 4:**

### Potenzielle versus effektive Wettbewerbsintensität:



Bei Abwesenheit von Kooperationen sinkt die Wettbewerbsintensität laut Kantzenbach potenziell mit steigender Anzahl der Anbieter sowie mit steigendem Heterogenitätsgrad der Produkte. Im Umkehrschluss gilt im Kantzenbach-Modell, dass eine Verminderung der Anbieteranzahl sowie eine Erhöhung der Produkthomogenität zu einem intensiveren Wettbewerb führen. Faktisch ist aber davon auszugehen, dass die Wettbewerbsintensität ab einem Punkt A abnimmt. Dies ist dadurch bedingt, dass ab diesem Punkt schädliches kooperatives Verhalten der Unternehmen die Wettbewerbsintensität schrittweise abschwächt. Im homogenen Duopol – also bei zwei Güteranbietern – ist die potenzielle Wettbewerbsintensität maximal. Demgegenüber ist die effektive Wettbewerbsintensität in dieser Marktform – wegen maximaler Kooperationsmöglichkeiten – gleich Null. Die optimale Wettbewerbsintensität liegt folglich im Punkt A – d. h. bei der Marktform weites Oligopole mit mäßiger Produktdifferenzierung, wie sie Kantzenbach genannt hat.



Kantzenbachs Anwendung des SVE-Modells ist aus verschiedenen Gründen höchst problematisch:

1. Der Markteintritt zusätzlicher Unternehmen wird eventuell negativ beurteilt, obwohl dies gegebenenfalls innovationsfördernd ist.
2. Nichtberücksichtigung der statischen Allokationseffizienz,
3. Unabhängigkeit vom Produktlebenszyklus,
4. Nichtberücksichtigung der Kostensituation,
5. Unschärfe des Begriffs „Weites Oligopol mit mäßiger Produktdifferenzierung“.

Der gewichtigste Einwand gegen das Kantzenbach-Modell scheint mir der fünfte Einwand zu sein, dass der Begriff „weites Oligopol mit mäßiger Produktdifferenzierung“ sehr unscharf und daher einer wirtschaftspolitischen Verwertbarkeit nur sehr schwer zugänglich ist. Dies ist ein sehr grundlegendes Problem des Konzepts funktionsfähigen Wettbewerbs. Es ist in der Praxis nämlich alles andere als einfach zu ermitteln, welche Marktstruktur optimal ist. Daran kranken letztlich alle Ansätze funktionsfähigen Wettbewerbs.

#### **4. Empirische Befunde zu Coopetition und funktionsfähigem Wettbewerb am Beispiel des Telekommunikationsmarktes**

Lassen Sie mich nun – nach den bisherigen, recht theorielastigen Erörterungen – einige praxisbezogene Ausführungen zu Coopetition und funktionsfähigem Wettbewerb machen. Dies geschieht am Beispiel des Telekommunikationsmarktes.

Dieser ist – in internationalem Maßstab – ein sehr gutes Beispiel für cooperative Strukturen. Keine der umsatzstärksten Telefongesellschaften mit internationalen Ambitionen traut es sich nämlich zu, den Weltmarkt im Alleingang aufzurollen. Alle suchen Bündnisse, um Risiken zu teilen, um Kompetenzen zu koordinieren und um Märkte zu erschließen.

In internationaler Perspektive liegt also Coopetition auf dem Telekommunikationsmarkt vor. In unserem thematischen Zusammenhang ist zusätzlich jetzt noch zu prüfen, ob bzw. inwieweit dies mit funktionsfähigem Wettbewerb einhergeht.

Funktionsfähiger Wettbewerb auf dem Telekommunikationsmarkt setzt voraus, dass jeder Anbieter sowohl die technischen als auch die wirtschaftlichen Möglichkeiten hat, zu gleichen Bedingungen alle im Markt üblichen Dienste anzubieten.

Für Deutschland kann festgehalten werden, dass ein entsprechend definierter funktionsfähiger Wettbewerb auf dem Telekommunikationsmarkt derzeit nur in den Bereichen nationale und internationale Ferngespräche gegeben ist. Kein funktionsfähiger Wettbewerb liegt demgegenüber im Orts-/Nahgesprächsbereich vor, weil dort die Deutsche Telekom AG unverändert ein *De-facto-Monopol* besitzt.

Vereinfachend gesagt, besteht die Ursache dafür in Folgendem: Der Preis für die Teilleistung der Überlassung der Teilnehmer-Anschlussleitungen durch die Telekom an die Mitbewerber ist grundsätzlich um fast 20 % höher als der Preis für die volle Leistung, d. h. für die monatliche Telekom-Grundgebühr für einen Teilnehmeranschluss.

Eine m. E. gute und zugleich recht einfache Lösung dieses Problems lässt sich dadurch erzielen, dass die Netze der Deutschen Telekom AG in eine separate, von der Telekom unabhängige Gesellschaft ausgegliedert werden und diese Netze jedem Anbieter zu gleichen Bedingungen zur Verfügung stehen. Zwar steht zu vermuten, dass die Deutsche Telekom AG diese Vorgehensweise als „Enteignung“ bezeichnen würde. Es ist aber zu bedenken, dass die Zwangskunden der Deutschen Bundespost und der Deutschen Telekom AG die entsprechenden Netze jahrzehntelang durch überhöhte Preise sozusagen mehrfach „überbezahlt“ haben.

## **5. Schlussbetrachtung**

In den vorherigen Ausführungen wurden Beispiele für Coopetition bzw. für funktionsfähigen Wettbewerb gegeben. Es wurde deutlich, dass diese Konzepte zwar wesentlich realitätsnäher als das traditionelle Konzept vollständiger Konkurrenz sind. Sie sind aber auch komplexer. Hiermit ist dann eine Reihe von Problemen verbunden.

Akzeptiert man Coopetition bzw. funktionsfähigen Wettbewerb als wettbewerbspolitische Leitbilder, so ist man nämlich einer steten Gratwanderung unterworfen. Ausgewählte Fragen sind:

- Wie viel Kooperation kann letztlich geduldet werden?
- Wie genau ermittelt man eigentlich die optimale Marktstruktur (etwa die Struktur „weiter Oligopole“)?
- Was genau sind denn die Kriterien, die einen funktionsfähigen Wettbewerb ausmachen?

Und schließlich:

- Schadet eine aktive Wettbewerbspolitik nicht vielleicht sogar dem wirtschaftlichen Wettbewerb?

Mit diesen Fragen möchte ich gerne die Diskussion eröffnen.

#### **Ausgewählte Literatur:**

- Feess, Eberhard: Mikroökonomie. Eine spieltheoretisch- und anwendungsorientierte Einführung, 2. Auflage, Marburg 2000.
- Littig, Peter: Coopetition: Die Klugen vergrößern den Kuchen, Marktstudie zur Kooperation zwischen Wettbewerbern, Stuttgart 1999.
- Nalebuff, Barry/Brandenburger, Adam: Coopetition – kooperativ konkurrieren. Mit der Spieltheorie zum Unternehmenserfolg, Frankfurt am Main/New York 1996.