

Wettbewerbsregulierung oder Markt?



HENRIQUE SCHNEIDER * • Februar 2014

Wettbewerbsregulierungen werden seit jeher in einer freiheitlichen Ordnung kontrovers diskutiert. Einerseits muss der Markt frei sein, doch andererseits scheint es einen Bedarf nach Regeln für diese Freiheit zu geben. Im Folgenden soll gezeigt werden, dass die Regeln, die heute als Wettbewerbsregulierung gelten, nicht geeignet sind, den Markt in seiner Vielfalt zu schützen oder zu fördern. Im Gegenteil: Wettbewerbsregulierung schaltet den Markt aus.

I. Die Parabel vom Markt für Cola-Fröschli

Es geschah am helllichten Tag: Karin betritt einen Kiosk; sie geht an die Kasse, nimmt sich ein Cola-Fröschli und fragt nach dem Preis. Die Verkäuferin verlangt 10 Rappen. Die Transaktion wird vollendet. Karin verlässt zufrieden das Geschäft, die Verkäuferin lächelt und wünscht einen guten Tag.

Doch Karin ist nicht nur eine Kundin, sondern auch eine Kartellrechtlerin – und als sie noch am Fröschli labt, beisst sie ihr Gewissen: Wurden in diesem Geschäftsfall nicht gleich mehrere Grundsätze des schweizerischen Kartellrechts und der abendländischen Wettbewerbsordnung verletzt? War sie, Karin die Kartellrechtlerin, eben in eine wirtschaftskriminelle Missetat verwickelt? Wurde sie zur schändlichen Mittäterin in einer Absprache mit verheerenden ökonomischen Folgen? Sie legt sich auf die Parkbank und überlegt. Sie studiert die rechtlichen Erlasse, Präjudizen und Lehrbücher und kommt demütig zur einzig möglichen Antwort: Ja!

Was ist denn der Sinn des Kartellgesetzes? Ursprünglich dachte sich die Schweiz, dass Kooperationen in einem effizienten Markt üblich und notwendig sind. Lediglich schädliche Abschottungen und Absprachen gehörten geahndet.

* Der Autor ist Ökonom und Ressortleiter im Schweizerischen Gewerbeverband.

Wettbewerbsjuristen tendieren heute aber dazu, jede Absprache und Kooperation – möglicherweise sogar das Wünschen eines guten Tags – untersagen zu wollen. Die Politik wird unermüdlich bearbeitet, endlich ein Verbot von Kartellen zu statuieren.

Und die Cola-Fröschli im Kiosk sind ohnehin verdächtig. Man muss es sich schon kartellrechtlich folgerichtig – ja essentialistisch – überlegen: Als Karin den einen Cola-Frosch begutachtete, offerierte ihr niemand anders einen Alternativfrosch. Schlimmer noch, in jenem Kiosk bietet kein anderer an als eben dieser Kiosk selbst; es treten ja nicht mehrere Anbieter auf der gleichen Fläche gegeneinander an. Für Karin die Kartellrechtlerin ist dies bereits eine Gebietsabschottung! Im Übrigen ist Karin nicht minder schuld. Sie machte kein öffentliches Angebot, schrieb ihre Lust auf colahaltige Süßigkeiten nicht aus und sie sprach sogar mit der Verkäuferin über Preise, ohne vorher bei der Kartellbehörde anzufragen, ob sie dies dürfe. Noch nie wurden so viele wettbewerbliche Ungeheuerlichkeiten auf Erde vollbracht. Die Kartellrechtsordnung ist im Markt für Cola-Fröschli aus den Fugen geraten, oder: Sie ist am Markt für Cola-Fröschli gescheitert.

Wie stellen sich unsere Wettbewerbsjuristen den Markt für Cola-Fröschli denn vor? Etwa so: Sollte Karin Lust auf Zuckerfrösche verspüren, muss sie über verschiedene Medien – Internet, Zeitungsannonce, Rundschreiben – ihr Bedürfnis kundtun und die Konditionen eines allfälligen Kaufwunsches ausschreiben. Colafrösch-Verkaufswillige sollen sich einen Bauchladen umschnallen und einen Kreis um Karin bilden. Jeder Verkaufswillige muss dabei Cola-Frösche mindestens dreier verschiedener Provenienzen im Angebot haben, ansonsten wird er der Sünde der Exklusiv- oder Vorzugsverträge mit Lieferanten angeklagt und wegen der Beweislastumkehr automatisch in die kartellrechtliche Verdammnis verbannt. Karin gibt nun ihren Appetit, die Zuschlagskriterien und ihre Erwartungen bekannt. Ein Froschverkaufender erhält den Zuschlag – ohne Höflichkeitsfloskeln jedoch, denn es geht um eo ipso Absprachen, die für den Wettbewerb gemeingefährlich sind. Ein Mitglied der Kartellbehörde überwacht die Transaktion und genehmigt sie – falls kein weiteres Anzeichen von Kollusion entdeckt worden ist.

Eine irrwitzige Wahnvorstellung? Vielleicht – aber eben auch essentialistisch die Logik von Kartellverboten und Wettbewerbsregulierungen.

II. Die drei Überforderungen

Zugegeben: Diese Parabel ist überzogen. Aber in ihrer Diktion werden nicht nur mögliche Gefahren einer essentialistisch gedachten Wettbewerbsregulierung angerissen, sondern auch drei Probleme einer jeden Wettbewerbsregulierung blossgestellt. Diese lassen sich letztlich auf drei Überforderungen zurückführen: Erstens überfordert die Wettbewerbsregulierung den Markt an sich, zweitens überfordert sie die ökonomische Theorie und drittens überfordert sie die Regulatoren persönlich und institutionell. Überforderung bedeutet dabei, dass die Wettbewerbsregulierung in der Regel zuviel voraussetzt und sich selbst eine zu hohe Qualität einräumt. Daher auch die liberale Skepsis gegenüber dieser Art des staatlichen Eingriffs. Diese drei Problemfelder sollen im Folgenden dargelegt werden.

1. Die Überforderung des Marktes

Der Gegenstand der Wettbewerbsregulierung ist der Wettbewerb – und nicht der Markt. Lehrbücher wie Neef 2008, Zäch 2005 oder Motta 2004 sind Zeugen dieser definitorischen Festsetzung. Oft werden beide Begriffe nonchalant als Synonyme verwendet, zumindest aber als nicht konträr. Doch der Markt ist anders als der Wettbewerb. Dieser ist nämlich aus gängiger Sicht ein Zustand, und zwar jener konkurrierender Nachfrager und Anbieter, welche sich selbst und einander herausfordern, um besser, günstiger oder beides zu werden.¹ Der Markt hingegen ist ein Prozess, der viele Zustände zulässt. Unter diesen Zuständen ist der Wettbewerb sicher einer, aber genauso lässt der Markt freiwillige Kooperationen, Monopole² oder gar Zusammenbrüche zu. Ja, es gibt Marktzustände, die nicht einmal unter einen Begriff fallen, beispielweise die monopolistische Konkurrenz, die genossenschaftliche Kooperation oder surrogate Wettbewerbe.

Es ist daher gewissermassen dem Markt-als-Prozess-Begriff inhärent, dass kein Zustand statisch ist und demzufolge kein Zustand garantiert oder gar präferiert werden kann. Solange der Markteintritt nicht gesetzlich oder

¹ Selbstverständlich ist dies nicht die einzige Definition von Wettbewerb, doch es ist die, auf der die Lehre der Wettbewerbsregulierung aufbaut. Alternativ kann Wettbewerb als Entdeckungsverfahren und Handlungsfreiheit verstanden werden, indem er nicht bewusst zwischen Wettbewerbern stattfindet, sondern aus (weitgehend unvorhersehbaren) technologischen Innovationen und unternehmerischer Initiative erfolgt.

² Unter freien Marktbedingungen sind Monopole extrem instabile Zustände. Missbraucht ein Monopolist seine Stellung unter Marktbedingungen, wird er sie nicht lange halten können (im Gegenteil zu einem staatlichen, gesetzlich geschützten Monopol).

missbräuchlich unterbunden wird, sind alle Zustände einwandfrei. Was heute als Monopol anfängt, kann, je nachdem wie sich die anderen Marktakteure verhalten, morgen bereits dem Wettbewerb unterstehen oder auch nicht mehr am Markt sein, weil die Nachfrage Substitute findet oder schlicht nicht am Produkt interessiert ist. Freier Markt bedeutet dabei nicht ein Zustand möglichst intensiven Wettbewerbs, sondern die Freiheit der Akteure im Markt, sich anzupassen. Dass diese Anpassung im dynamischen Verhältnis der Akteure unter einander geschieht, ist die notwendige Bedingung dafür, dass Märkte richtig funktionieren und gute Ergebnisse erbringen. Daher werden Märkte auch als Lernprozesse oder Entdeckungsverfahren bezeichnet (siehe vor allem Kirzner 1996 und sekundär Mises 1949 und 1927).

Es ist sogar möglich, dass der Wettbewerb im Allgemeinen der natürliche Zustand des freien Marktes ist. Doch daraus folgert nicht, dass ein bestimmter Wettbewerb zu einer bestimmten Zeit für einen bestimmten Markt der natürliche, geschweige denn der ideale Zustand ist, noch dass dieser Zustand ex ante feststellbar wäre. Wenn Märkte Lern- oder Entdeckungsprozesse sind, dann ist ihnen ihr Idealzustand nicht bekannt, was wiederum bedeutet, dass dieser vermeintliche Idealzustand auch den Marktakteuren nicht bekannt ist. Daraus folgt axiomatisch, dass der ideale Zustand eines Marktes auch nicht der Regulierung oder den Regulatoren bekannt sein kann. Falls dieser Zustand ex ante bekannt wäre, bräuchte es den Markt nicht, sondern das Erreichen dieser Zustände könnte effizienter der zentralen Planung überlassen werden.

Wettbewerbsregulierung überfordert also den Markt, weil sie voraussetzt, dass jemand, mindestens aber die Regulatoren, mehr weiss als der Markt selbst; damit macht sie den Markt als Instrument obsolet.

Doch überfordert die Wettbewerbsregulierung auch sich selbst. Als Ziele der Wettbewerbsregulierung werden üblicherweise die Steigerung der Wohlfahrt der Konsumenten, die Steigerung der sozialen Wohlfahrt und die Erhöhung der Effizienz des Wettbewerbs genannt (paradigmatisch in Motta 2004 17ff.). Damit bürdet sich die Wettbewerbsregulierung auf, nicht nur mehr zu wissen als der Markt, sondern auch mehr zu wissen als jene Akteure, die sich entschieden haben, sich nicht am in Frage kommenden Markt zu beteiligen. Diese Entscheidung erfolgt in der Form des Konsums von Substituten oder des Nicht-Konsums. Märkte offenbaren Informationen über die Präferenzen und die

Handlungen der Akteure, doch wenn sich einige Akteure nicht am spezifischen Markt beteiligen, fehlen diese Informationen, weil sie vielleicht gar nicht existieren. Und trotzdem mutet die Wettbewerbsregulierung dem Regulator das Wissen über Nicht-Existentes zu.

Mehr noch: Unter der Maxime der sozialen Wohlfahrt müssen Wettbewerbsregulierungen gesamtgesellschaftliche Zustände entwickeln, vorwegnehmen und beurteilen. Spätestens hier kommt es zu einer weiteren Überforderung. Nicht selten steht die Wohlfahrt der Kunden im Widerspruch zur sozialen Wohlfahrt im Allgemeinen. In einem kapitalistischen System kann überdies noch davon ausgegangen werden, dass eine Vielzahl der Kunden auch Eigentümer jener Unternehmen sind, die vermeintliche Wettbewerbsverminderung herbeiführen. Dann wäre noch zu berücksichtigen, dass just der Staat sich das Recht nimmt, Wettbewerbsverzerrungen im Namen der sozialen Wohlfahrt herbeizuführen.

Mit anderen Worten: Die Wettbewerbsregulierung überfordert auch sich selbst, weil sie nicht nur für den Wettbewerb sorgen muss, sondern auch noch für gesellschaftliche und individuelle Wohlfahrten, welche wiederum ausserhalb der Kategorien des Wettbewerbs zu beurteilen sind – und damit ausserhalb der Reichweite der Wettbewerbsregulierung. Sie möchte auch dort den Wettbewerb verstärken, wo Wettbewerb potenziell kein erwünschter Zustand ist.

2. Überforderung der ökonomischen Theorie³

Die Selbstüberforderung der Wettbewerbsregulierung zeigt an, dass sie nicht nur auf das Falsche fokussiert, sondern auch Probleme in ihrer theoretischen Grundkonstruktion hat.

Wettbewerbsregulierung hat eine wohlfahrtstheoretische Fundierung, welche sich an einem Pareto-Kriterium orientiert: Ein Optimum ist erreicht, wenn man keine Person besser stellen kann, ohne eine andere schlechter zu stellen (z.B. Reetz 2005). Obschon einleuchtend, ist selbst dieser Grundsatz mehrfach angreifbar; erstens ist er statisch, zweitens atomistisch, drittens nimmt er eine konstante Grenzrate der (Faktor-)Substitution an (auch intertemporal) und viertens auch die gleiche Grenzproduktivität aller Faktoren (auch intertemporal).

³ Dieses Kapitel entspricht der Argumentation von Schneider 2013a (Rechte bei sic!)

Die Idee des vollständig atomistischen Wettbewerbs genauso wie das Theorem der konstanten Faktorsubstitution (Homogenitätsgebot) gehören zur mikroökonomischen Theorie der Marktgleichgewichte. Genauer gesagt sind es jene Vorbedingungen, welche die Herausbildung eines einzigen Gleichgewichts im Markt ermöglichen (Arrow und Hahn 1971). So bekannt beide Annahmen sind, beschränkt sich ihre Anwendung auf die einführende Lehre der Ökonomie; wenige Wirtschaftswissenschaftler würden die Wirksamkeit dieser Annahmen in der Realwirtschaft unkritisch entgegennehmen. Finanzmärkte, in denen eine höhere Effizienz zu beobachten ist, nähern sich diesen Annahmen besser an als Realmärkte. Dies hat aber damit zu tun, dass die Aktionen auf den Finanzmärkten auf mathematischen Modellen basieren, welche ihrerseits jene zwei Ausgangsgrößen voraussetzen. Mit anderen Worten, Finanzmärkte sind auf diesen Grundlagen basierende autopoietische Systeme (Brodbeck 1991).

Bei den Realmärkten hingegen greifen diese Annahmen zu kurz. Erstens entstehen Transaktionskosten, um eine wettbewerbliche, kommerzielle oder rechtliche Beziehung einzugehen, aber auch, um sie aufzulösen; zweitens entstehen nochmals Kosten, wenn Produktionsfaktoren ausgetauscht werden. Diese Kosten wirken jeweils weniger stark, wenn sie auf eine grössere Struktur umverteilt werden können, denn je grösser die Umlagebasis, desto kleiner der Durchschnittskostensatz. Mit anderen Worten, Grossunternehmen können diese zusätzlichen Kosten auf ihre Strukturen besser verteilen und durch diese Absorption kommen sie dem Homogenitätsgebot näher. KMU gelingt dies nicht. Damit ist auch gesagt, dass jede Regelung, welche die Transaktionskosten nicht bedenkt beziehungsweise sie gleich Null voraussetzt, gleichzeitig eine strukturelle Verzerrung des Marktes zu Gunsten einiger Akteure bewirkt (siehe Williamson 1979 und Amstutz und Reinert 2004).

Gerade die Annahme der atomistischen Konkurrenz basiert darauf, dass die Marktteilnehmer weder Transaktions- noch Substitutionskosten tragen. Doch diese Kosten fallen real an und gerade um sie zu verringern, können sich Marktteilnehmer – Anbieter und Nachfrager – in Gemeinschaften zusammenschließen, beispielsweise als Einkaufsgenossenschaft, Vertriebsgemeinschaft, Vertikalstrukturen und so weiter. Um dem Homogenitätsgebot näher zu kommen und damit die Vorteile der ökonomischen Kostensenkungen zu geniessen, welche sich später in den tieferen Preisen zeigen, geben die Marktakteure die

atomistische Konkurrenz punktuell auf, ohne auf sie als Option insgesamt zu verzichten. Wettbewerb ist ein Institut, das Zusammenarbeit erlaubt und diese dadurch diszipliniert, dass sie jederzeit unilateral aufgekündigt werden kann.

Es ist also festzustellen, dass das sich hinter der Wettbewerbsregulierung verbergende Marktverständnis weder einer ausgereiften Ökonomie entspricht noch der Realwirtschaft angepasst ist. Genauso wie es Transaktionskosten gibt (welche gleich Null gesetzt werden), kann die Kooperation zwischen den Wettbewerbern (Anbieter und Nachfrager) dazu führen, dass Marktpreise gesenkt werden, weil durch die Kooperation allgemeine Kosten, insbesondere Transaktionskosten auf Strukturen umgelegt werden, welche diese Kosten absorbieren und sie demzufolge verringern. Die Vorlage hingegen ist der Ansicht, dass in einer Welt ohne Transaktionskosten jede Kooperation die Insider gegenüber den Outsidern besserstellt. Dies ist aber die falsche Schlussfolgerung aus den falschen Annahmen.

Zuletzt: Selbst wenn die herangezogenen theoretischen Modelle stimmen würden, werden sie in unzulässiger Weise reduziert, indem Wettbewerb nur anhand von Preisen (und in wenigen Fällen von Mengen) überprüft wird. Doch die verschiedenen Facetten des Wettbewerbs bleiben insgesamt, auch in ihren gegenseitigen Ergänzungen und in ihren Effekten theoretisch und praktisch unberücksichtigt. Es gibt Wettbewerb zwischen Preisen, Standorten, Qualitäten, Service-Levels, Marken und innerhalb von Marken, zwischen Risiken, Informationen und ihren Auswertern...

3. Überforderung der Wettbewerbsregulatoren

Regulatoren – als Institutionen und Personen – regeln Märkte: Sie greifen in Märkte ein und verändern deren Zustände sowie die Ergebnisse. Dass sie sich dabei von den oben erwähnten Zielen leiten lassen, sei einmal unterstellt.

Es sind die Ziele selbst, welche den Grundstein für die Überforderung des Regulators legen. Nicht nur, dass sich dieser jener Modelle bedienen muss, die, wie oben erwähnt, der Marktrealität nicht gerecht werden, sondern es werden ihm auch Aufgaben auferlegt, denen er epistemisch nicht gewachsen sein kann. Das zeigt sich in mindestens drei Zusammenhängen.

Erstens: Der Regulator muss sich für die Fälle entscheiden, denen er

nachgehen muss oder will, d.h., aus einer Vielzahl potenzieller Fälle selektiert er einige, die zum Gegenstand seiner Analyse und Intervention werden. Diese Fälle können von aussen an ihn herangetragen werden, doch der Regulator muss auch von sich aus tätig werden. Freilich gibt es in der Realität genügend Hinweise und ein Regulator wird schon institutionenökonomisch darum besorgt sein, möglichst viele Hinweise zu erkennen. Doch dies setzt voraus, dass entweder der Regulator den Zustand aller möglichen Märkte kennt, oder dass er in der Lage ist, jeden Markt analysieren und den jeweiligen Zustand erkennen zu können. Selbst wenn man wohlwollend das erste konzedieren kann, ist das zweite logisch schwieriger. Epistemisch muss der Regulator dem Wissensstand des Marktes nahe kommen, um den Zustand aller Märkte zu kennen, was nichts anderes bedeutet, als dass sich der Regulator in seinen natürlichen Ressourcen asymptotisch der Anzahl der Marktakteure nähern muss. Wenn nun aus der Praxis eingewendet wird, der Regulator fokussiere auf die wichtigsten Fälle, so wird indirekt zugegeben, dass er die ihm auferlegten Ziele gar nicht erfüllen kann, weil er eben nicht die soziale Wohlfahrt als etwas aggregates vergrößert, sondern die individuelle Wohlfahrt von Akteuren in Teilmärkten. Warum sollte der Markt für Handcreme höherrangiger als der Markt für Erdnüsschen sein? Es ist in der Umsetzung der Wettbewerbsregulierung, dass die Wettbewerbsbehörden überfordert werden.

Zweitens: Die Herausforderung für den Regulator wird nicht kleiner, wenn er auf einen Fall fokussiert. Um einen Markt zu verstehen, müssen seine Informationsaustauschprozesse nachvollzogen und mitgetragen werden (im Sinne von Kosten und Nutzen). Aus der dritten Person lassen sich Märkte beschreiben, aber kaum verstehen. Nun kann der Regulator nicht an jedem Markt teilnehmen – er würde den Markt, den er untersuchen will, verzerren – und um diesem Problem zu entkommen, greift er zu einer methodischen Vorgehensweise: Märkte phänotypisch zu analysieren.

Verschiedene Märkte, die jeweils anders funktionieren und in ihrer Beschreibung als Markt bereits Modelle sind, werden unter noch abstraktere Konstrukte subsumiert. Es wird postuliert, dass unter den verschiedenen bereits abstrahierten Marktbeschreibungen eine Struktur- sowie Funktionsähnlichkeit besteht. Damit ist es nicht mehr notwendig, den Markt für Telefonie als Telefonie zu verstehen, sondern er kann abstrakt gleich behandelt und beurteilt werden wie der Markt für Rosenkohl. Weil die Marktmodelle für Telefonie und für Rosenkohl

gleiche Strukturen aufweisen, wird angenommen, dass die Märkte realiter gleich funktionieren – und dass sich ihre jeweiligen Idealzustände in dieser Abstraktion feststellen lassen.

Um diese Vorgehensweise noch zu untermauern, greifen Wettbewerbsbehörden dazu, möglichst viele Informationen über die zu untersuchenden Märkte einzuholen, und zwar derart viele, dass die Informationen erstens die Subsumtion unter dem Abstrakten überhaupt erschweren, so dass zweitens jene Informationen, die der Subsumtion widersprechen nicht genügend beachtet werden. Diese sich selbst erfüllende Logik kreiert sogar die epistemische Illusion, den „richtigen“ Markt erkannt zu haben, ihn zu verstehen, seinen Idealzustand vorwegnehmen und die notwendigen Korrekturen einleiten zu können. In Wirklichkeit handelt es sich um die Applikation eines Modells zweiter Ordnung auf eine Realität, deren Empirie zweifelhaft wird. Martenet und Heinemann 2012 sind ein gutes Beispiel für diese Art der Überforderung. Zunächst geben sie zu, dass der Markt für sie kein Ordnungsprinzip ist, sondern das Modell des Wettbewerbs. Dann sagen sie ganz explizit, dass vom Regulator nicht der lückenlose Nachweis eines Verstosses gegen den Wettbewerb als Ordnungsprinzip verlangt werden kann, sondern dieser mit der nötigen „souplesse“ zu erfolgen hat.

Das dritte Problem der Überforderung der Wettbewerbsbehörden ist ein praktisches: Es ist interessant, dass sich Wettbewerbsbehörden dem Wettbewerb verschreiben, weil er vermeintliche Effizienzen zu Tage fördert, doch sie selbst mit einem absoluten Gebiets-, Mengen-, und Preismonopol ausgestattet werden. Wettbewerbsbehörden sind selbst Monopolisten. Wenn es stimmt, dass Akteure nur im Wettbewerb effizient sind, folgt daraus, dass Wettbewerbsbehörden notwendigerweise ineffizient sind (siehe Schneider 2013b).

III. Lösungen? Freiheit!

Gibt es also aus liberaler Warte nichts zu Gunsten von Wettbewerbsregulierungen zu sagen? Es gibt mindestens viel zu Gunsten des Wettbewerbs als einen Marktzustand unter vielen zu sagen. Dass der Wettbewerb dabei Effizienzen zu Tage fördert und sich wohlfahrtvermehrend auswirkt, soll auch nicht bestritten werden. Doch wenn vor Augen geführt wird,

dass der Wettbewerb selbst das Ergebnis von Monopolstreben seitens der Marktakteure ist, wird klar, dass der Wettbewerb ein Zustand des Marktes ist, von dem ex ante nur wenig zu erkennen ist. Nicht einmal als Marktakteur kann gesagt werden, wann, unter welchen Bedingungen und mit welchen Auswirkungen sich in einem spezifischen Markt Wettbewerb etablieren wird. Ebenso wenig kann erahnt werden, wie beständig dieser Zustand sein wird.

Wettbewerb kann im Markt ein starkes – und wir vermuten im Allgemeinen: das stärkste – Ordnungsprinzip sein, wenn er als Entdeckungsverfahren und Handlungsfreiheit verstanden wird, indem er nicht bewusst zwischen Wettbewerbern stattfindet, sondern aus (weitgehend unvorhersehbaren) technologischen Innovationen und unternehmerischer Initiative erfolgt.

Wettbewerbsregulierung setzt zuviel Wissen über den Markt voraus. Soviel Wissen, dass es nicht mehr rational wäre, trotz des umfassenden Wissens noch Märkte zuzulassen. Sollte das vorausgesetzte Wissen tatsächlich vorhanden sein, wird es besser als zentrale Planwirtschaft umgesetzt. Nur: Soviel Wissen gibt es nicht – es ist epistemisch nicht möglich.

Gerade aus liberaler Warte ist hier deshalb ein Laissez-faire-Ansatz zu bevorzugen. Es sind die kapitalistischen Institutionen wie Handels- und Gewerbefreiheit, Eigentumsgarantie, Vertragsfreiheit und letztlich auch Lauterkeit, die (seitens des Staates) zu garantieren sind. Der freie Markt wird seinerseits Ergebnisse hervorbringen, die unter den gegebenen Umständen bestmöglich sind – nie aber perfekt, denn der Markt ist ein Lernprozess, und kein Lernprozess ist anfänglich oder insgesamt frei von Friktionen.

Bibliografie

- Arrow, Kenneth J. und Hahn, Frank (1971). General Competitive Analysis, Holden-Day, San Francisco.
- Brodbeck, Karl-Heinz (1991). Wirtschaft als autopoietisches System? Anmerkungen zu N. Luhmanns Buch "Die Wirtschaft der Gesellschaft", Zeitschrift für Politik 38, 317-326.
- Martenet, Vincent und Heinemann, Andreas (2012). Droit de la concurrence, Quid iuris?, Genf, Zürich, Basel.
- Mises, Ludwig von (1949). Human Action: A Treatise on Economics, Yale University Press, New Haven.
- Mises, Ludwig von (1927). Liberalismus, Verlag von Gustav Fischer, Jena.
- Motta, Massimo (2004). Competition Policy. Theory and Practice, Cambridge University Press, Cambridge.
- Neef, Andreas (2008). Kartellrecht, C.F. Müller Verlag, Heidelberg.
- Kirzner, Israel (1996). The Meaning of Market Process. Essays in the Development of modern Austrian Economics. Routledge, London.
- Reetz, Norbert (2005). Grundlagen der mikroökonomischen Theorie (13. Auflage), Surbir, St. Gallen.
- Amstutz, Marc und Reinert, Mani (2004). „Vertikale Preis- und Gebietsabreden – Eine kritische Analyse von Art. 5 Abs. 4 KG“, Jusletter (online weblaw).
- Schneider, Henrique (2013a). „Änderung des Schweizerischen Kartellgesetzes: eine Kritik“, sic! 1, 17-24.
- Schneider; Henrique (2013b). „Wettbewerb der Wettbewerbsbehörden?“, sic! 11, 690-698.
- Williamson, Oliver E. (1979). „Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations“, Journal of Law and Economics 22(2), 233-261.
- Zäch, Roger (2005). Schweizerisches Kartellrecht (2. Auflage), Stämpfli, Bern.



LIBERALES INSTITUT

Impressum

Liberales Institut
Rennweg 42
8001 Zürich, Schweiz
Tel.: +41 (0)44 364 16 66
Fax: +41 (0)44 364 16 69
libinst@libinst.ch

Alle Publikationen des Liberalen Instituts finden Sie im Internet unter www.libinst.ch.

Disclaimer

Das Liberale Institut vertritt keine Institutspositionen. Alle Veröffentlichungen und Verlautbarungen des Instituts sind Beiträge zu Aufklärung und Diskussion. Sie spiegeln die Meinungen der Autoren wider und entsprechen nicht notwendigerweise den Auffassungen des Stiftungsrates, des Akademischen Beirates oder der Institutsleitung.

Die Publikation darf mit Quellenangabe zitiert werden.
Copyright 2014, Liberales Institut.