

Schriften des Vereins für Socialpolitik

Band 292

Wettbewerb in der Internetökonomie

Von

Jochen Becker, Per Christiansen, Ralf Däinghaus,
Barbara Franke, Dominik K. Heger,
Arnold Picot, Klaus Urbat

Herausgegeben von

Peter Oberender



Duncker & Humblot · Berlin

Schriften des Vereins für Socialpolitik

Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Neue Folge Band 292

SCHRIFTEN DES VEREINS FÜR SOCIALPOLITIK
Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Neue Folge Band 292

Wettbewerb in der Internetökonomie



Duncker & Humblot · Berlin

Wettbewerb in der Internetökonomie

Von

Jochen Becker, Per Christiansen, Ralf Däinghaus,
Barbara Franke, Dominik K. Heger,
Arnold Picot, Klaus Urvat

Herausgegeben von

Peter Oberender



Duncker & Humblot · Berlin

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen
Wiedergabe und der Übersetzung, für sämtliche Beiträge vorbehalten

© 2003 Duncker & Humblot GmbH, Berlin

Fremddatenübernahme und Druck:

Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin

Printed in Germany

ISSN 0505-2777

ISBN 3-428-11060-9

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☞

Vorwort

Das Internet hat ein rasantes Wachstum hinter sich und war daher in den vergangenen Jahren eine dominante Größe im Wirtschaftsleben. Viele erwarteten, daß das Internet die Geschäftsprozesse von etablierten Branchen und Unternehmen grundlegend verändern werde. Darüber hinaus versprach man sich, mit Hilfe von Internetanwendungen völlig neue Märkte erschließen zu können, die von nie gekannten Wachstumsraten geprägt wären. Die hoch gesteckten, vielfach euphorischen Erwartungen hinsichtlich der Wirkungen dieses Medium sind aber mittlerweile einem nüchternen Realismus gewichen. Viele der Neugründungen im Zuge des Internetbooms mußten mittlerweile wieder ihre Pforten schließen; von „Neuer Ökonomie“ ist nur noch vereinzelt die Rede.

Dennoch wäre es falsch, den Einfluß des Internets auf die Wirtschaftsprozesse völlig zu negieren. Sowohl die Internet-Gründungswelle als auch die anschließende Korrekturphase sind Ausdruck eines „Wettbewerbs als Entdeckungsverfahren“. Nur tatsächlich ablaufende Markt- und Wettbewerbsprozesse sind in der Lage herauszufinden, welche sinnvoll zu nutzende Möglichkeiten der Internettechnologie bestehen und wo die richtige Balance zwischen „alter“ und „neuer“ Ökonomie liegt.

Das Thema „Internet“ weist daher nach wie vor zahlreiche Aspekte auf, die eine wirtschaftswissenschaftliche Analyse lohnenswert erscheinen lassen. Die *Arbeitsgruppe Wettbewerb im Wirtschaftspolitischen Ausschuss des Vereins für Socialpolitik* hat ausgewählte Aspekte im Rahmen ihrer Jahrestagung 2002 in Linz aufgegriffen und zusammen mit Praktikern diskutiert. Ziel der Tagung war es, einen Eindruck davon zu gewinnen, wie die Wirtschafts- und Wettbewerbsprozesse in der Internetökonomie ablaufen, welche Besonderheiten es gibt und ob ein spezieller wettbewerbspolitischer Regelungsbedarf besteht. Die in diesem Band veröffentlichten Vorträge legen die Schlußfolgerung nahe, daß es eine Internetökonomie mit eigenen ökonomischen Gesetzmäßigkeiten nicht gibt, sondern daß die sogenannte „alte“ und „neue“ Ökonomie immer mehr zu einer nicht mehr unterscheidbaren Einheit verschmelzen.

Aus wissenschaftlicher Sicht führen Prof. Dr. Dres. h. c. *Arnold Picot* und sein Mitarbeiter Dipl.-Kfm. *Dominik K. Heger*, Institut für Unternehmensentwicklung und Organisation an der Ludwig Maximilian Universität München, in die Thematik ein. Sie zeigen mögliche wettbewerbspolitische Probleme auf, die aus dem Einsatz von Internettechnologien und ihren Besonderheiten erwachsen.

Dr. *Per Christiansen* MSc (LSE), Justiziar bei AOL Deutschland, befaßt sich mit den Aspekten der Regulierung und Selbstregulierung der Wirtschaftsprozesse

im Internet. Ein besonderes Schwergewicht seiner Ausführungen liegt auf der Rolle der Provider.

Zu Beginn der Internet-Euphorie waren viele Experten davon ausgegangen, daß das Internet den Handel revolutionieren werde. Wie sich die Situation tatsächlich entwickelt hat und welche Möglichkeiten die Zukunft bietet, referiert *Barbara Franke*, Geschäftsführerin der Firma PrimusToyzzone.de, einer Tochter des Internet-händlers PrimusOnline.de. Speziell setzt sie sich mit Powershopping auseinander.

Medien und Internet sind das Thema von *Jochen Becker*, Vorsitzender der Geschäftsführung der Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH. Er zeigt auf, wie sich das Verhältnis von traditionellen Medien – insbesondere der Tageszeitung – und Internet entwickeln könnte.

Den Einfluß von internetgestützten Handelsformen auf die Beziehungen zwischen Automobilzulieferern und Automobilherstellern untersucht Dr. *Klaus Urbat*, Sprecher der Arbeitsgemeinschaft Zuliefererindustrie. Auktionen und elektronische Marktplätze bilden den Schwerpunkt seiner Betrachtungen.

Das Internet diene und dient als Katalysator für manche Geschäftsidee. Ein hervorragendes Beispiel hierfür ist die Versandhandelsapotheke 0800DocMorris, die von den Niederlanden aus für erhebliche Unruhe auf dem deutschen Apotheken-Markt sorgt. *Ralf Däinhaus*, Gründer dieses Unternehmens, berichtet über seine Erfahrungen.

Der Herausgeber dankt den Referenten und seinen Kollegen für ihre Teilnahme sowie ihre Diskussionsbereitschaft. Seinem Mitarbeiter, Herrn Diplom-Volkswirt *Jochen Fleischmann*, dankt er für seine Unterstützung bei Vorbereitung und Durchführung der Tagung sowie bei der Herausgabe des Tagungsbandes. Schließlich gilt sein Dank auch Herrn Kollegen *Friedrich Schneider*, Vizerektor der Kepler-Universität Linz, für die vorbildliche örtliche Organisation der Tagung und seine Gastfreundschaft an der Universität Linz.

Bayreuth, im August 2002

Univ.-Prof. Dr. *Peter Oberender*

Inhaltsverzeichnis

Braucht das Internet eine neue Wettbewerbspolitik? Von <i>Arnold Picot</i> und <i>Dominik K. Heger</i> , München	9
Internet Governance Von <i>Per Christiansen</i> , Hamburg	39
Powershopping. Strategische Implikationen und Zukunftsperspektiven am Beispiel von PrimusOnline.de Von <i>Barbara Franke</i> , Köln	65
Auswirkungen des Internets auf die deutsche Medienlandschaft aus Sicht einer über- regionalen Tageszeitung Von <i>Jochen Becker</i> , Frankfurt am Main	81
Die Rolle vorgelagerter Wirtschaftszweige angesichts der Nachfragebündelung auf elektronischem Wege – dargestellt am Beispiel der Automobilindustrie Von <i>Klaus Urbat</i> , Düsseldorf	89
Internet-Versandhandel und die Strukturen des Arzneimittelmarktes – Ein Erfahrungs- bericht aus Sicht von 0800DocMorris Von <i>Ralf Däinghaus</i> , Landgraaf	97

Braucht das Internet eine neue Wettbewerbspolitik?

Von *Arnold Picot* und *Dominik K. Heger*, München

A. Einleitung

Zwischen dem Internet und dem Wilden Westen können viele Parallelen gezogen werden. Der Goldrausch lässt sich mit dem Aktienrausch an den neuen Märkten und der Euphorie um die Internet-Entwicklung vergleichen, die geplatze Internet-Bubble mit dem Ende des Goldrausches. In beiden Fällen dürften überwiegend die Hersteller von Werkzeugen, d. h. von Hilfsmitteln zum Goldschürfen bzw. von Hardware- und Software viel verdient haben. Auch bei den Regeln sind Parallelen festzustellen. Zum Teil fehlen Regeln und bei vorhandenen Regeln mangelt es an Durchsetzungskraft. Fakten werden von der Praxis geschaffen, was der im Wilden Wesen typischen Durchsetzung mittels Faustrecht entsprechen mag.

Vor diesem Hintergrund soll die Frage nach der Notwendigkeit der Anpassung der Wettbewerbspolitik beleuchtet werden. Hierzu sollen zunächst mit der Betrachtung des Marktes und seiner Funktionen die eigentlichen Ziele des Wettbewerbs dargelegt und unterschiedliche Wettbewerbsansätze skizziert werden. Danach wird der deutsche Wettbewerbsansatz – das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen – eingehender hinsichtlich seiner Eignung zur Sicherstellung des Wettbewerbs im Internet untersucht.

B. Markt und Wettbewerbspolitik

I. „Der Markt“

Als Markt wird der ökonomische Ort bezeichnet, an dem Anbieter und Nachfrager zusammentreffen. Dass auf Märkten Güter bzw. Dienstleistungen getauscht werden, ist eine relativ unscharfe Beschreibung des Gegenstandes der Transaktion. Auf Warenterminmärkten findet z. B. ein Tausch im physischen Sinnen überhaupt nicht statt. In erster Linie werden auf Märkten Verfügungsrechte (Property Rights)¹ getauscht.

¹ Vgl. hierzu z. B. *De Alessi* (1980), *Demsetz* (1967), *Dietl* (1991), *Picot* (1991), *Picot/Dietl/Franck* (1999), *Schneider* (1987).

Verfügungsrechte können mehr oder weniger frei definiert werden. Hierbei bestimmt jedoch der Staat häufig Rahmenregelungen, die diese Vertragsfreiheit eingrenzen. Die Aufgabe des Staates ist die Schaffung und die Überwachung der Einhaltung der Rechte. Markt und Staat bilden somit keinen Gegensatz, sondern stehen in einem komplementären Verhältnis. Schon Adam Smith betonte, dass „die drohende Hand des Rechts“ gut sichtbar sein muss, damit „die unsichtbare Hand des Marktes“ auch funktioniert.²

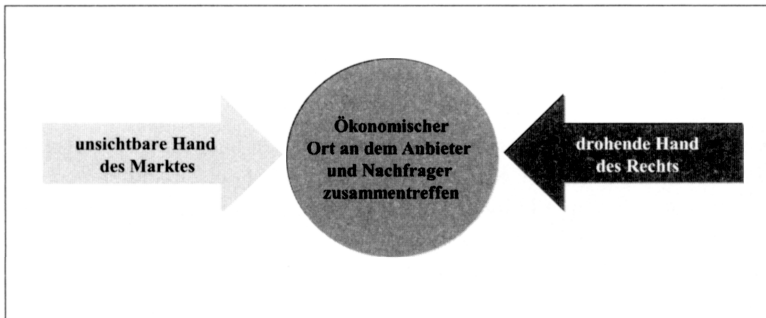


Abbildung 1: Der Markt in Anlehnung an Adam Smith (1776)

Um jedoch klären zu können, ob und in welchem Umfang der Staat in den Markt eingreifen soll, d. h. um festzustellen, was wettbewerbspolitisch notwendig bzw. sinnvoll ist, ist zunächst zu klären, was der Markt eigentlich leisten soll und was die Erklärung für die Existenz von Markt und Wettbewerb ist.

Wettbewerb beinhaltet die Existenz von Märkten mit mindestens zwei Anbietern oder Nachfragern, die sich nicht kooperativ verhalten, d. h. die durch Einsatz eines oder mehrerer Aktionsparameter ihren Zielerreichungsgrad ohne Rücksicht auf die Situation anderer Wirtschaftssubjekte zu verbessern versuchen. Ein funktionsfähiger Wettbewerb sollte hierbei nachfolgende Funktionen in zufriedenstellender Weise erfüllen:³

- Verteilung des Markteinkommens entsprechend der Leistung.
- Erstellung und Verteilung des Angebotes an Waren und Dienstleistungen gemäß den Konsumentenpräferenzen.
- Optimale Ressourcenallokation.
- Anpassung an veränderte Rahmenbedingungen.
- Förderung von technischem Fortschritt bei Produkten und Produktionsmethoden.

² Vgl. *Smith* (1776).

³ Vgl. z. B. *Schmidt* (1999), S. 2, *Fritsch/Wein/Ewers* (1998), S. 14 f. und *Herdzina* (1999).

Zu welchen konkreten Ergebnissen der Marktprozess führt, hängt von zahlreichen Umständen ab, die der Staat durch entsprechende wirtschaftspolitische Maßnahmen zu beeinflussen versucht. Zu nennen sind:⁴

- Regelungen, welche die Ausübung wirtschaftlicher Aktivitäten determinieren (z. B. Kartell-, Gesellschafts-, Umwelt-, Arbeitsrecht).
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen, unter denen einzelne Akteure agieren (z. B. Infrastruktur, Geldversorgung, Steuergesetzgebung).
- Fähigkeiten der Akteure (z. B. Qualifikationen, Finanzausstattung).
- Handlungsziele der Akteure.

Es wird dabei davon ausgegangen, dass die wirtschaftspolitischen Eingriffe zwar das Marktergebnis verändern, nicht aber den Marktmechanismus in seiner Funktionsfähigkeit beeinträchtigen. Insbesondere mit dem Medium Internet und der zunehmenden Globalisierung gewinnt die Fragestellung an Bedeutung, ob und in welchem Umfang einzelnen Staaten Eingriffe durchzusetzen vermögen. Derzeit sind jedoch für eine übernationale Wirtschaftspolitik praktisch noch keine Voraussetzungen geschaffen, weshalb Staaten diese Problematik nur vor dem Hintergrund ihrer eigenen Gesetzgebung und zwischenstaatlicher Verhandlung in Angriff nehmen können. Die Lösung von länderübergreifenden Problemen erfolgt deshalb derzeit durch individuelle Abstimmung der jeweiligen Kartellbehörden der betroffenen Länder. Somit ist die Einzelfallregelung derzeit die Regel.

Aus diesem Grund soll nachfolgend exemplarisch die deutsche Perspektive der Wettbewerbspolitik betrachtet und der Fragestellung nachgegangen werden, ob das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen den Besonderheiten des Internet gerecht wird oder ob dieses Medium eine Revision dieses Gesetzes erfordert.

II. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen

Mit dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) wurde mitunter in Anlehnung an das Leitbild des freien Wettbewerbs der Neoklassik im Jahre 1957 „... eine eigenständige deutsche Gesetzgebung zur Grundlegung der Wettbewerbspolitik geschaffen.“⁵ Die zentralen Überlegungen des GWB können unter drei wettbewerbstheoretischen Aspekten gesehen werden, aus denen sich wettbewerbspolitischer Handlungsbedarf ergibt:⁶

- Verschlechterung der Marktstruktur (z. B. Fusionen und Kartelle, die eine nicht-kompetitive Marktstruktur zur Folge haben).

⁴ Vgl. *Fritsch/Wein/Ewers* (1998), S. 16.

⁵ *Neumann* (2000), S. 45.

⁶ Vgl. *Schmidt* (1999), S. 166 f.