

Irrwege der Preistheorie

Von Helmut Arndt, Berlin

Die Diskussion um die herkömmliche Preistheorie ist in jüngster Zeit wieder lebhafter geworden. Auch kritische Stimmen waren hierbei zu hören. So hat z. B. Gottfried Bombach auf der Tagung der List Gesellschaft im Jahre 1969 in seinem Referat „Technischer Fortschritt und Konzentration“ folgende Bemerkung gewagt: „Man schlage in einem unserer Lehrbücher nach und versuche, die entwickelten analytischen Instrumente auf die großen Wettbewerbsprobleme unserer Zeit anzuwenden: Oligopol, Preisbindung der zweiten Hand, Nachfragemonopole im Handel; man wird sehr enttäuscht sein. Kaum etwas ist zu gebrauchen¹.“ Für eine ausführliche Stellungnahme ist im Rahmen eines Aufsatzes kein Raum. Die Ausführungen dieses Artikels werden sich daher auf eine kurze Begründung folgender acht Thesen beschränken:

1. Das Prinzip der Unterschiedslosigkeit schließt Preisdifferenzierung aus.
2. Die Differenzierung des Angebots nimmt mit der Intensität der Konkurrenz zu und mit der Monopolisierung ab.
3. Das Modell des „unvollkommenen Marktes“ ist unbrauchbar, weil es nur als Gegensatz eines Grenzbegriffs definiert ist.
4. Die Behauptung, daß sich Dimensionen wie Zeit, Raum, Qualität, zwischenmenschliche Beziehungen u. dgl. auf Preis und Menge zurückführen resp. in Preis und Menge ausdrücken lassen, ist nicht haltbar.
5. Ein Gleichgewicht besteht nicht, solange der Preis nicht die vollen durchschnittlichen Stückkosten deckt. In Prozessen, in denen die Wirtschafter kurzfristig Änderungen erwarten, gibt es keinerlei Untergrenze.
6. Die Prämissen der statischen (oder komparativ-statischen) Theorie sollten nicht mit sonstigen Modellprämissen verwechselt (oder auf empirische Ergebnisse übertragen) werden.

¹ Gottfried Bombach: Technischer Fortschritt und Konzentration. In: Edgar Salin, Jacques Stohler, Peter Paulowsky (Hrsg.): Notwendigkeit und Gefahr der wirtschaftlichen Konzentration in nationaler und internationaler Sicht. Frankfurter Gespräch der List Gesellschaft vom 10.—12. März 1969. Basel, Tübingen 1969. S. 65.

7. Ökonomische und aökonomische „Nutzenmaximierung“ sind nicht identisch und führen zu unterschiedlichen Ergebnissen.
8. Weder die statische (resp. komparativ-statische) noch die dynamische Analyse (i. S. von Ragnar Frisch) ist geeignet, um wirtschaftliche Prozesse zu erfassen.

1. Das Prinzip der Unterschiedslosigkeit schließt Preisdifferenzierung aus

In der neueren Literatur wird vielfach angenommen, daß Preisdifferenzierung trotz Homogenität des Gutes möglich ist. In der Preistheorie von Alfred E. Ott heißt es wörtlich: „Preisdifferenzierung setzt demnach, um es nochmals zu wiederholen, die gleiche Ware, den gleichen Zeitpunkt, den gleichen Ort und verschiedene Preise voraus².“ Nach W. Stanley Jevons, der bekanntlich das „Gesetz der Unterschiedslosigkeit“ aufstellte, schließt umgekehrt die Homogenität des Gutes die Preisdifferenzierung aus. So sagt W. Stanley Jevons wörtlich:

„Wenn ein Gut vollständig einförmig oder homogen seiner Beschaffenheit nach ist, so kann jeder Teil unterschiedslos an Stelle eines gleichen Teiles gebraucht werden: deshalb müssen sich auf dem gleichen Markte und zur selben Zeit alle Teile in dem gleichen Verhältnisse austauschen. Es kann keinen Grund geben, warum eine Person die genau gleichen Dinge verschieden behandeln sollte, und der geringste Überschuß, welcher für ein Gut über das andere verlangt wird, wird sie veranlassen, das letztere an Stelle des ersteren zu nehmen. Bei fein abgewogenen Tauschhandlungen ist es ein sehr kleiner Ausschlag, welcher die Skala bewegt und die Wahl bestimmt. Ein kleiner Qualitätsunterschied in einem Gute kann so der Anlaß für eine Bevorzugung werden und eine Änderung des Tauschverhältnisses verursachen. Aber wo kein Unterschied überhaupt vorhanden ist, oder man von keinem vorhandenen Unterschiede etwas weiß, kann kein Grund für irgendeine Bevorzugung bestehen. Wenn ein Kaufmann beim Verkaufe einer Menge von vollständig gleichen und einförmigen Tonnen Mehl willkürlich verschiedene Preise für sie festsetzte, so würde ein Käufer natürlich die wohlfeileren wählen; und wenn überhaupt kein Unterschied in dem gekauften Gegenstand vorhanden wäre, so würde schon ein Mehrpreis von einem Pfennig bei einem tausend Pfund werten Gegenstände ein zureichender Grund zur Wahl sein. Hieraus folgt, was bei richtiger Auslegung unzweifelhaft wahr ist, nämlich daß auf demselben offenen Markte, zu irgendeinem Zeitpunkte, nicht zwei Preise für die gleiche Art von einem Gegenstande vorhanden sein können³.“

Es ist angebracht, sich darüber klar zu werden, weshalb Jevons das „Law of indifference“ aufstellte. Er suchte den „vollkommenen Markt“, an dem es nur einen Preis gibt, wobei zunächst dahingestellt bleiben kann, ob eine solche Fragestellung ökonomisch sinnvoll ist.

² Alfred E. Ott: Grundzüge der Preistheorie. Göttingen 1968. S. 189.

³ W. Stanley Jevons: Die Theorie der Politischen Ökonomie (deutsche Übersetzung nach der vierten Auflage von Otto Weinberger). Jena 1924. S. 87 f.

Ott bringt nun nicht nur Beispiele, sondern ein System von Fällen, in denen, wie er sagt, „Preisdifferenzierung ... die gleiche Ware, den gleichen Zeitpunkt, den gleichen Ort und verschiedene Preise“ voraussetzt⁴:

1. die **personelle** Preisdifferenzierung („wenn nach personellen Gesichtspunkten ... differenziert wird“),
2. die **räumliche** Preisdifferenzierung, wobei er Preisunterschiede zwischen zwei Orten meint, die „nicht allein auf den unterschiedlichen Transportkosten beruhen dürfen“. Zur räumlichen Preisdifferenzierung gehört auch das Dumping⁵,
3. die **zeitliche** Preisdifferenzierung (hier wird ein und dasselbe Gut zu zwei verschiedenen Zeitpunkten zu verschiedenen Preisen verkauft),
4. die **quantitative** Preisdifferenzierung, bei der die Preissetzung mit der gekauften Menge variiert, und
5. die **qualitative** Preisdifferenzierung, bei der der Preis je nach dem Verwendungszweck differiert.

In keinem dieser Fälle ist freilich Jevons' Gesetz der Unterschiedslosigkeit erfüllt: Es gibt Unterschiede personeller, räumlicher, zeitlicher, quantitativer und qualitativer Art, und nur, weil es diese Unterschiede gibt, können unterschiedliche Preise bestehen. In der Behauptung von Ott: „Preisdifferenzierung setzt demnach, um es nochmals zu wiederholen, die gleiche Ware, den gleichen Zeitpunkt, den gleichen Ort und verschiedene Preise voraus“⁶ liegt ein logischer Widerspruch. Ott ist daher auch nicht in der Lage, einen einzigen Fall der Preisdifferenzierung zu nennen, in dem nicht Jevons' „Law of indifference“ verletzt ist⁷.

⁴ Ott: Grundzüge, a.a.O., S. 189 f.

⁵ Vgl. hierzu Heinrich von Stackelberg (Grundlagen der Theoretischen Volkswirtschaftslehre. Bern 1948. S. 223—225), der nicht nur das Dumping erwähnt, sondern auch ausdrücklich betont, daß es sachliche, räumliche und zeitliche Differenzierungen sind, die Preisverschiedenheiten bei Gütern desselben Produzenten ermöglichen.

⁶ Ott: Grundzüge, a.a.O., S. 189; sowie A. E. Ott: Über einige Prämissen wissenschaftlichen Arbeitens. Zugleich eine Antwort auf Helmut Arndts Besprechungsauf- satz: Die Preistheorie von Alfred E. Ott und ihre Prämissen. Finanzarchiv, Bd. 29 (1970), S. 286—304.

⁷ Ott verwendet allerdings zwei verschiedene Begriffe von Homogenität und Heterogenität nebeneinander. Im Gegensatz zu Jevons, *Sraffa*, *Joan Robinson*, *Edward H. Chamberlin* u. a. gehört nach der einen Begriffsbestimmung das Fehlen persönlicher Präferenzen wie das Fehlen räumlicher und zeitlicher Differenzierungen nicht zur Homogenität (Ott: Grundzüge, a.a.O., S. 32; vgl. Ott: Über einige Prämissen, a.a.O., S. 298). Der andere Begriff findet sich auf S. 33 seiner „Grundzüge“ in der von ihm auf *Gutenberg* zurückgeführten „Homogenitätsbedingung“. Er ist der übliche.

2. Die Differenzierung des Angebots nimmt mit der Intensität der Konkurrenz zu und mit der Monopolisierung ab

Der Ansatz, einen Markt dann als „vollkommen“ zu definieren, wenn nur ein Preis vorhanden ist, hat sich für die Entwicklung der Preistheorie in mancherlei Hinsicht als verhängnisvoll erwiesen. Er hat zu dem Begriff der „vollkommenen Konkurrenz“ geführt, dem definitionsgemäß der Umsatz eines homogenen Gutes an einem (vollkommenen) Markt durch eine Vielzahl von Anbietern bei gegebenem Einheitspreis entspricht. Wird von dem vollkommenen Markt ausgegangen, so ergibt sich, daß es nicht die konkurrierenden Anbieter sind, die in ihrem Angebot auf die vielfältigen Wünsche der Haushalte Rücksicht nehmen, sondern daß erst der Monopolist das Angebot differenziert. So findet sich z. B. die These, daß die Unwirtschaftlichkeit der monopolistischen Konkurrenz als Preis für ein differenziertes Güterangebot anzusehen sei. Wörtlich heißt es bei Ott: „Daraus hat man die Folgerung gezogen, die monopolistische Konkurrenz führe zur Unwirtschaftlichkeit, da eben die Kapazitäten nicht ausgelastet seien und der für die Gesamtwirtschaft optimale Punkt, das Betriebsoptimum, nicht erreicht werde. Das Ausmaß dieser Abweichung kann jedoch bei sehr flachem Verlauf der dd' -Kurve recht geringfügig sein, und ferner kann man die Unwirtschaftlichkeit als den Preis ansehen, den wir für ein differenziertes Güterangebot bezahlen müssen⁸.“

Tatsächlich verhält es sich jedoch umgekehrt⁹. Konkurrenten sind auf die Gunst ihrer Kunden angewiesen und daher bereit, auf individuelle Kundenwünsche einzugehen. Ein Monopol, das einen Bedarfsmarkt beherrscht, braucht diese Rücksicht nicht zu nehmen. Es wird daher, wenn es sich rational verhält und seinen Gewinn maximieren will, die individuelle Kundenbetreuung wie die Produkt- oder Typendifferenzierung reduzieren, um auf diese Weise Kosten zu sparen, die nach der Beseitigung der Konkurrenz vom Standpunkt eines marktbeherrschenden Unternehmens nicht mehr notwendig sind. Wird also nicht von einem „vollkommenen Markt“, an dem nur Einheiten eines homogenen Gutes umgesetzt werden, sondern von einem „Bedarfsmarkt“¹⁰ ausgegangen, an dem heterogene Güter, die den gleichen Bedarf decken, gehandelt werden, so zeigt sich somit folgendes: An einem

⁸ Ott: Grundzüge, a.a.O., S. 175; hierzu Helmut Arndt: Die Preistheorie von Alfred E. Ott und ihre Prämissen. *Finanzarchiv* Bd. 28 (1969), S. 495. — Nach Ott ist die Konkurrenz auch „... um so intensiver, je geringer die Zahl der Marktteilnehmer ist“ (Ott: Grundzüge, a.a.O., S. 67.) Vgl. hierzu Arndt: Die Preistheorie, a.a.O., S. 479 f. und in einer Besprechung im *Kyklos* Vol. 23 (1970), S. 666 ff., insb. S. 668 und 670.

⁹ Vgl. Helmut Arndt: *Mikroökonomische Theorie*. 1. Bd. Tübingen 1966. S. 188 ff.

¹⁰ Vgl. hierzu Helmut Arndt: Anpassung und Gleichgewicht am Markt. *Jb. f. Natök. u. Stat.*, Bd. 170 (1958), S. 222 ff.

Bedarfsmarkt — z. B. einem Markt für Automobile — ist das Angebot um so differenzierter, je intensiver der Wettbewerb ist. Umgekehrt nimmt die Differenzierung ab, je mehr sich am Markt eine Monopolisierung durchsetzt.

3. Das Modell des „unvollkommenen Marktes“ ist unbrauchbar, weil es nur als Gegensatz eines Grenzbegriffes definiert ist

Der „vollkommene Markt“ wie die zum vollkommenen Markt gehörende „vollkommene Konkurrenz“ sind Grenzbegriffe. Ein vollkommener Markt setzt logisch nicht nur das Fehlen jeglicher sachlicher und personeller Präferenzen, sondern auch Zeit- und Raumlosigkeit voraus. Der vollkommene Markt ist ein Punktmarkt (*v. Stackelberg*)¹¹: Es gibt keine räumliche Ausdehnung, keine Vergangenheit und Zukunft, daher auch keinerlei Unternehmens- oder Haushaltspolitik und — infolge des Fehlens sachlicher und personeller Unterschiede — auch keinerlei zwischenmenschliche Beziehungen. Einen solchen Markt gibt es in der Realität nicht. Es gibt in der Realität keinen Markt außerhalb von Zeit und Raum, und es gibt keinen Markt, an dem nicht irgendwelche personellen oder sachlichen Unterschiede und damit zwischenmenschliche oder sonstige qualitative Beziehungen eine Rolle spielen.

Die herrschende quantitative Theorie verwendet freilich nicht nur den Begriff eines vollkommenen, sondern auch den Begriff eines „unvollkommenen Marktes“¹². Unvollkommen ist jeder Markt, der in irgendeiner Beziehung nicht der Voraussetzung der vollkommenen Unterschiedslosigkeit entspricht. Ein Markt ist infolgedessen „unvollkommen“, wenn zeitliche Unterschiede bestehen, also z. B. das eine Gut sofort, das andere erst später lieferbar ist, wenn räumliche Unterschiede vorhanden sind, also das eine Gut in Bonn und das andere in Moskau angeboten wird, wenn sachliche Unterschiede eine Rolle spielen, also das eine Gut ein Ford und das andere Gut ein Opel ist, oder irgendwelche zwischenmenschlichen Beziehungen das Verhalten von Anbieter und Nachfrager beeinflussen. Unvollkommen ist ein Markt daher z. B. auch dann, wenn Anbieter unterschiedlich vertrauenswürdig oder zuverlässig sind, wenn Anbieter unterschiedliche Zielsetzungen (z. B. Mußemaximierung statt Gewinnmaximierung) verfolgen oder wenn sie ihre wirtschaftliche Macht gegenüber ihren Kunden unterschiedlich einsetzen. Jede Verbesserung eines Gutes und jede Entwicklung eines billigeren — und daher Preissenkungen ermöglichen — Produk-

¹¹ *von Stackelberg*: Grundlagen, a.a.O., S. 219 ff., insb. S. 220.

¹² *von Stackelberg*: Grundlagen, a.a.O., S. 219 ff., insb. S. 221.

tionsverfahrens hebt die Vollkommenheit ebenso auf wie örtliche Monopole. Ist aber jeder Markt, der unter realen Bedingungen überhaupt denkbar ist, unvollkommen, so ist der Begriff „unvollkommener Markt“ vollkommen unbestimmt. Er ist ein Leerbegriff. Logisch ist er eine Mißgeburt. Das Modell des unvollkommenen Marktes erlaubt daher auch keine Aussagen, es sei denn, es werde in jedem Fall exakt angegeben, welche der sog. „Unvollkommenheiten“ der Modellanalyse zugrunde gelegt werden soll. Dies erklärt zugleich, warum die mit Hilfe des „vollen“ oder „unvollen“ Marktes gefundenen Ergebnisse „kaum ... zu gebrauchen“ (Bombach) sind.

4. Die Behauptung, daß Dimensionen wie Zeit, Raum, Qualität, zwischenmenschliche Beziehungen u. dgl. sich auf Preis und Menge zurückführen resp. in Preis und Menge ausdrücken lassen, ist nicht haltbar

Obschon der Begriff „unvollkommener Markt“ ohne jeglichen Aussagewert ist (weil er alle überhaupt denkbaren Marktkonstellationen umfaßt, die in der Realität möglich sind), ist es üblich geworden, mit diesem Begriff zu operieren. Dabei geschieht in der Regel folgendes: Die Ergebnisse, die unter den heroischen Annahmen eines zeit- und raumlosen sowie von zwischenmenschlichen Beziehungen freien „vollen“ Marktes gefunden wurden, werden — ohne längere Diskussion — einfach auf den unvollkommenen Markt übertragen. Bei Ott heißt es z.B.: „Nach diesen Überlegungen über die Nachfragesituation des Dyopolisten auf dem unvollkommenen Markt wenden wir uns den traditionellen Lösungen zu. Bei Mengenfixierung lassen sich nun die im vorigen Kapitel für das Oligopol auf dem vollkommenen Markt entwickelten Lösungen (Cournot, v. Stackelberg, Bowley, gemeinsame Gewinnmaximierung) auch für das Oligopol auf dem unvollkommenen Markt ableiten, ohne daß sich in der Regel an der Reihenfolge der Gewinne etwas ändert. Natürlich tritt an die Stelle der Gesamtnachfragekurve des vollkommenen Marktes das erste obenstehende System allgemeiner Absatzfunktionen, so daß die Abb. 100 nicht mehr gilt. Dagegen beschreibt Abb. 101 auch die Situation auf einem unvollkommenen Oligopol- bzw. Dyopolmarkt, so daß wir die Lösungen bei Mengenstrategie nicht weiter zu betrachten brauchen¹³.“ Irgendein Beweis für diese Behauptung findet sich nicht, insbesondere werden die Wirkungen der verschiedenen Arten von Unvollkommenheit nicht analysiert. An die Stelle einer exakten Analyse all jener Konstellationen, in denen ein Markt „unvollkommen“ ist, tritt die — leicht modifizierte — Verall-

¹³ Ott: Grundzüge, a.a.O., S. 227.

gemeinerung eines Modellergebnisses, das unter den heroischen Annahmen eines zeit- und raumlosen Marktes ohne qualitative Differenzierung und ohne zwischenmenschliche Beziehungen gefunden worden ist. Allerdings kann der Einfluß von Zeit und Raum, ebenso wie der Einfluß von Gutsqualität oder Kundenpräferenzen nicht in einem Modell untersucht werden, das sich auf die beiden Dimensionen Preis und Menge beschränkt. Ott meint allerdings, daß man den Einfluß der Qualitäten in einem zweidimensionalen Preis-Mengen-System betrachten könne, „da sich die Heterogenität der Güter (bzw. allgemeiner die Unvollkommenheit des Marktes) in den Preis-Absatzfunktionen, denen sich die einzelnen Anbieter gegenübersehen, auswirkt“¹⁴. Wie läßt sich dies jedoch feststellen, wenn zuvor in den Modellen ausdrücklich von allen Größen außer Preis und Menge abstrahiert worden ist? De facto ändern sich bei Einbeziehung der Qualität die Preis-Absatzfunktionen nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ. Ohne Kundenpräferenzen wird z. B. der „Absatz“ eines Anbieters nur durch die Kosten begrenzt. Sind hingegen auch zwischenmenschliche Beziehungen zwischen Anbieter und Nachfrager bedeutsam, so wird der Absatz eines Anbieters primär durch die auf ihn entfallenden Kundenpräferenzen bestimmt¹⁵.

5. Ein Gleichgewicht besteht nicht, solange der Preis nicht die vollen durchschnittlichen Stückkosten deckt. — In Prozessen, in denen die Wirtschafter kurzfristig Änderungen erwarten, gibt es keinerlei Untergrenze

Die durchschnittlichen variablen Kosten gelten in der preistheoretischen Literatur als kurzfristige Preisuntergrenze: „a) beim Polypol auf dem vollkommenen Markt (Betriebsminimum oder Produktionschwelle), b) beim bilateralen Monopol, wenn der Nachfrager die Ausbeutungsposition bezieht und den Anbieter in die Nullgewinnposition drängt“¹⁶. Logisch haltbar ist diese Aussage nicht:

1. Ein Gleichgewicht besteht nicht, solange eine Firma nicht zumindest ihre vollen durchschnittlichen Stückkosten erhält. Man stelle sich nur vor, daß eine Firma langfristig nicht ihre Abschreibungen verdient. Sie müßte über kurz oder lang ausscheiden.
2. Im Prozeß wiederum gibt es keinerlei Untergrenze. Bei prozesualen Verläufen spielen Unsicherheit und (spekulative) Erwartungen

¹⁴ Ott: Über einige Prämissen, a.a.O., S. 299.

¹⁵ Arndt: Mikroökonomische Theorie. 1. Bd., a.a.O., S. 164—207.

¹⁶ Ott: Über einige Prämissen, a.a.O., S. 299.

eine Rolle, wobei unter Erwartungen Vermutungen über den voraussichtlichen Prozeßverlauf zu verstehen sind. Da der Mensch die Zukunft nicht vorhersehen kann, können sich Erwartungen sowohl als richtig wie auch als falsch erweisen¹⁷. Im Falle eines „Verknappungsprozesses“ sinken die Preise vieler Anbieter unter die durchschnittlichen Stückkosten. Die Unternehmen erleiden infolgedessen Verluste. Erwarten die Unternehmer oder ihre Manager jedoch, daß nach Ablauf einiger Zeit die Preise wieder ansteigen, so bleiben sie trotz der Verluste, die sie für eine zeitlich vorübergehende Erscheinung halten, am Markt, um weder ihre Kunden noch ihren Kredit zu verlieren. Vertrauen sie z. B. darauf, daß nicht sie, sondern Konkurrenten vor ihnen ausscheiden und daß nach dem Ausscheiden dieser Konkurrenten sich die Marktlage wieder normalisiert (oder sogar spezifische Knappeheitsgewinne entstehen), so werden sie selbst dann am Markt bleiben, wenn der Preis nur noch einen Teil der von ihnen zu bezahlenden Löhne und nur einen Teil der Kosten für die in die Produkte eingehenden Rohstoffe deckt. Jeder Unternehmer, der eine derartige Erwartung hat, verhält sich irrational, wenn er seine Produktion im „Betriebsminimum oder Produktionsschwelle“ einstellt. Er verliert durch eine Betriebseinstellung nicht nur Kunden, die zur Konkurrenz übergehen, sondern auch seinen Kredit: Ein Unternehmen, das seinen Betrieb einstellt, weil die variablen Stückkosten nicht mehr gedeckt werden, muß damit rechnen, daß es durch Kündigung ihm gewährter Kredite illiquide und damit konkursreif wird. Im Prozeß gehen Firmen regelmäßig nicht konkurs, weil die Kosten die Preise übersteigen, sondern weil sie illiquide sind. Illiquide können auch Firmen werden, die noch Gewinne erzielen, so daß es nicht selten — und zwar nicht nur in der Weltwirtschaftskrise — Konkursquoten von 100 % (mitunter sogar zuzüglich von Überschüssen zugunsten der früheren Eigentümer) gegeben hat.

Daß im Prozeß die „variablen Stückkosten“ keine Untergrenze sind, zeigt die Realität. Es gehen nicht nur immer wieder Firmen in Konkurs, die ihre letzten Lieferantenrechnungen und einen Teil der Löhne schuldig geblieben sind, sondern es gibt noch weit mehr Firmen, die vorübergehend Verluste erleiden, die weit höher als ihre verbrauchsbedingten Abschreibungen sind, und dennoch nach Überwindung der eingetretenen Störung wieder — und nicht selten sogar erhebliche — Gewinne erzielen. Verluste dieser Art treten dabei nicht nur bei Verknappungsprozessen, sondern auch im Verdrängungswettbewerb auf.

¹⁷ Vgl. Peter Machinek: Behandlung und Erkenntniswert der Erwartungen in der Wirtschaftstheorie. Berlin 1968.

In der Literatur finden sich Beispiele, die zeigen, daß nicht nur „Null-Preise“, sondern sogar „Minus-Preise“ vorkommen. So berichtet *Fuhr*¹⁸ von zwei Aktiengesellschaften, die um die Mitte des vorigen Jahrhunderts um den „Passagierverkehr auf dem Flusse Clyde, dem Rhein Schottlands“ konkurrierten. Nachdem die eine Linie dazu übergegangen war, die Passagiere unentgeltlich zu befördern, gewährte die andere außer der freien Fahrt noch ein „solennes Mahl“ umsonst. Und *Schatz*¹⁹ erwähnt das Beispiel zweier Pariser Droschkenunternehmen aus dem Jahre 1850, deren Wagen auf der Strecke Paris—Sèvres verkehrten, die sich solange unterboten, bis zuletzt jedes von ihnen jedem Passagier noch eine Prämie zuzahlte. Für die überlebende Gesellschaft war dieser Kampf durchaus rentabel. Denn nach Ausscheiden ihres Konkurrenten konnte sie Monopolpreise verlangen. Ebenso unterboten sich im Jahre 1917 in Berlin-Charlottenburg zwei Kaufhäuser, wobei zuletzt beide offerierten, 50 % billiger als ihr Konkurrent zu sein. Auch in diesem Fall schied das finanzschwächere Unternehmen aus, worauf das andere seine Preise wieder erhöhte.

In Prozessen gibt es somit eine kostenmäßige Untergrenze der Preisentwicklung nicht. In Prozessen wird die Preisentwicklung nicht von den Kosten, sondern von den auf die künftige Entwicklung gerichteten Erwartungen und von der Liquidität resp. der Finanzkraft der Wirtschafter bestimmt²⁰.

Tatsächlich ist die Strategie des Optionsfixierers auch möglich, wenn keiner der beiden Marktpartner ein Monopol besitzt. Ein Warenhaus kann z. B. einem Lieferanten, etwa einem Krawattenfabrikanten, der von seinen Aufträgen abhängig geworden ist, Preis und Menge vorschreiben, obwohl zahlreiche Geschäfte Krawatten nachfragen und zahlreiche Fabrikanten, die Krawatten anbieten, am Bedarfsmarkt vorhanden sind. Derartige spezifische Abhängigkeitsverhältnisse, die neuerdings auch das deutsche Bundeskartellamt beschäftigen, lassen sich freilich nicht an einem „vollkommenen Markt“ analysieren, in dem zeit- und raumlose Umsätze getätigt werden und zwischenmenschliche Beziehungen keine Rolle spielen. Spezifische Abhängigkeiten eines Lieferanten beruhen primär darauf, daß ein Fabrikant nicht warten kann, bis er den Verlust eines Großabnehmers dadurch ausgleicht, daß er

¹⁸ E. A. *Fuhr*: Zur Preisbildung. Aus meiner Erfahrung. Z. f. d. ges. Staatswiss., 56. Jg. (1900), S. 494.

¹⁹ Vgl. Ulrich J. *Schatz*: Die Zulässigkeit wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen nach den innerstaatlichen Rechtsvorschriften Frankreichs. (Diss. München), München 1964, S. 7, dessen Quellenangabe allerdings unzutreffend ist.

²⁰ Ich sehe infolgedessen auch nicht, wieso — wie Ott behauptet — die von Ragnar *Frisch* genannten Verkäufe zu Verlustpreisen die Anerkennung der variablen Kosten als Untergrenze „implizit“ enthalten sollen. Ott: Über einige Prämisse a.a.O., S. 301 und S. 304. — Nebenbei bemerkt: *Frisch* behandelt den Optionsfixierer und Optionsempfänger auch nicht in Zusammenhang mit dem bilateralen Monopol.

durch kostspielige Werbung und Vertreterkolonnen genügend andere Abnehmer findet. Es sind also Zeitabstände, räumliche Entfernung und / oder zwischenmenschliche Beziehungen von Bedeutung. An dem inhaltsleeren Modell des unvollkommenen Marktes ist dieser Fall freilich nicht analysierbar. Vielmehr bedarf es eines Modelles, in dem gerade jene Prämissen gegeben sind, die das Auftreten der spezifischen Abhängigkeiten ermöglichen²¹.

**6. Die Prämissen der statischen (oder komparativ-statischen)²²
Theorie sollten nicht mit sonstigen Modellprämissen verwechselt
(oder auf empirische Ergebnisse übertragen) werden**

In seinen „Grundzügen“ bringt *Ott* einen Abschnitt über die Ergebnisse, die *Hall* und *Hitch* bei einer Befragung von Unternehmern erhalten haben, ohne zu erwähnen, daß „die Ergebnisse dieser Autoren nicht unter den Prämissen der Gleichgewichtstheorie gefunden worden sind“²³. *Ott* verweist demgegenüber auf die Ergebnisse von *Hall* und *Hitch*²⁴ und seine „eigenen Prämissen bei der weiteren Analyse des Vollkostenprinzips“²⁵: linearer Verlauf der Gesamtkostenkurve, geneigte Preis-Absatzfunktion, Preiskalkulation alternativ auf der Basis durchschnittlicher Gesamtkosten oder durchschnittlicher variabler Kosten sowie alternativ Gewinnmaximierungsstreben oder Streben nach angemessenem Gewinn. Keine der von *Ott* genannten Prämissen bezieht sich explicit auf das Gleichgewicht. Es wird für den Leser nicht klargestellt, daß mit Beobachtungen von Unternehmerverhalten in der Realität die Prämisse fallengelassen worden ist, daß die Unternehmer im Gleichgewicht operieren²⁶. Die Unternehmer der Realität han-

²¹ Helmut Arndt: Recht, Macht und Wirtschaft. Berlin 1968. S. 113 ff. — Arndt: Mikroökonomische Theorie. 1. Bd., a.a.O., S. 218 ff.

²² Nach meiner Meinung ist die komparative Statistik ein Teil der statischen Theorie. Nachdem Alfred E. Ott darauf Wert legt, daß er nicht „generell“, sondern „grundsätzlich“ nicht nur „statische“, sondern auch „komparativ-statische“ Theorie betreibt, erscheint es, um weitere überflüssige Mißverständnisse zu vermeiden, angebracht, die komparative Statistik gesondert zu erwähnen. Vgl. Ott: Über einige Prämissen, a.a.O., S. 287.

²³ Arndt: Die Preistheorie, a.a.O., S. 483 f.

²⁴ Unternehmen bedienten sich nicht der marginalistischen Begriffe Grenzkosten und Grenznutzen, handelten nicht nach dem Gewinnmaximierungsprinzip etc.

²⁵ Ott: Über einige Prämissen, a.a.O., S. 303. Allenfalls die Erwähnung der „durchschnittlichen variablen Kosten“ könnte darauf hindeuten, daß die Gleichgewichtsanalyse verlassen worden ist: Die „variablen Kosten“ sind aber auch außerhalb des Gleichgewichts ohne Bedeutung: Zeitlos gültige „Untergrenzen“ gibt es ausschließlich im Gleichgewicht.

²⁶ Er überspielt den Sachverhalt mit dem Satz, der typisch für die Art seiner Beweisführung ist: „Es fällt schwer, an dieser Stelle nicht die Feder resignierend aus der Hand zu legen, sondern offen und freundschaftlich weiterzuschreiben.“ (Ott: Über einige Prämissen, a.a.O., S. 303). Ähnliche Formulierungen finden sich auf

deln, und reagieren nicht nur, ihre Tätigkeit vollzieht sich in Zeit und Raum, sie orientieren sich hierbei an Erfahrungen, die sie in der Vergangenheit gewonnen haben, sind auf Erwartungen angewiesen und treiben auf die Zukunft bezogene Kundenpolitik. Hierüber findet sich bei *Ott* kein Wort. In der Tat ist auch weder das Grenzmodell des „vollkommenen Marktes“ noch das inhaltsleere Modell des „unvollkommenen Marktes“ für eine solche Analyse geeignet.

Daß sich *Ott* über die Bedeutung der Prämissen der statischen (resp. komparativ-statischen) Theorie nicht im klaren ist, zeigt sich auch, wenn er auf die Prämissen der *Cournotschen Monopoltheorie* eingeht. Hierzu bemerkt *Ott* wörtlich: „Wenn in der Wirtschaftstheorie von gegebenen Größen oder hier genauer: von gegebenen Funktionen, z. B. in der Monopolpreistheorie von gegebener Nachfrage- und gegebener Kostenfunktion, ausgegangen wird, so sind das nichts anderes als die Prämissen einer statischen Analyse²⁷.“ Wäre dem so, so könnte ein Gleichgewicht bei Konkurrenz nicht mit einem Gleichgewicht nach Errichtung eines Monopols verglichen werden. Denn die Nachfrage- und Kostenfunktionen sind in beiden Fällen aus mancherlei Gründen unterschiedlich:

1. Ein Angebotsmonopol kann die Produktion auf Werke mit optimalen Betriebsgrößen konzentrieren. Entsprechendes gilt für den Absatz.
2. Ein Monopolist, der keine ernsthafte (Substitutions-) Konkurrenz zu fürchten hat, kann die Qualität seines Gutes, den Umfang des Kundendienstes, die Zahl der Verkaufsstellen etc. herabsetzen und dadurch seine Kostenkurven senken.
3. Ein Monopol kann die Haltbarkeit der Güter — z. B. die Lebensdauer von Autos oder Batterien — herabsetzen und dadurch seine Nachfragekurve nach rechts verschieben.
4. Ein Monopol, das seine Kunden spüren läßt, daß sie von ihm abhängig sind, kann seine Nachfrager zur Umwertung zwingen. Die Nachfragekurve verschiebt sich infolgedessen senkrecht nach oben.

Jede dieser vier Erscheinungen ist mit Hilfe komparativer Statistik darstellbar²⁸. Umgekehrt ist ein Vergleich von Gleichgewichtslagen, der diese durch die „Marktform“ bedingten Unterschiede übersieht, nicht

S. 286 („Auslassungen, Entstellungen und Verdrehungen“), S. 289 („eindeutige Entstellung“), Seite 290 („wenig fair“), Seite 291, 294, 295 und vor allem Seite 299 sowie 304. Derartige Formulierungen sind kein Beweis für die Stärke einer Position.

²⁷ *Ott*: Über einige Prämissen, a.a.O., S. 290.

²⁸ *Arndt*: Mikroökonomische Theorie. 1. Bd., a.a.O., S. 187 ff., S. 215 ff., S. 224 ff.

zulässig. So findet sich bereits bei Heinrich *v. Stackelberg* eine Darstellung, in der das gleiche Kurvensystem ohne Rücksicht darauf gilt, ob „vollständige Konkurrenz“, Angebots- oder Nachfragemonopol besteht oder ob Anbieter oder Nachfrager eine „Ausbeuterposition“ besitzen²⁹. Tatsächlich sind die Kurvensysteme jedoch nicht gleich, wenn die Marktteilnehmer über unterschiedliche Aktionsparameter verfügen: Nicht nur die Angebots- und Nachfragekurven, sondern auch die Grenz- und Durchschnittsvorteilskurven wie die Grenz- und Durchschnittskostenkurven unterscheiden sich aus den oben genannten Gründen in den verschiedenen Gleichgewichtslagen nicht unerheblich von einander. Ebenso verkennt *Ott*, daß ein Vergleich unterschiedlicher Gleichgewichtslagen nicht unter der Annahme „gegebener Nachfrage- und gegebener Kostenfunktionen“ möglich ist. Er übersieht dies, weil er die Prämisse statischer Analyse mit den Prämissen unterschiedlicher Gleichgewichtslagen verwechselt.

7. Ökonomische und aökonomische „Nutzenmaximierung“ sind nicht identisch und führen zu unterschiedlichen Ergebnissen

Nach *Ott* verhält sich ein Mensch, der aus Höflichkeit das kleinere Stück Kuchen bevorzugt, ebenso wie ein Mensch, der das größere wählt, nach dem gleichen Prinzip der Nutzenmaximierung: „*De facto* besteht übrigens kein Gegensatz: Beide Geburtstagsgäste streben nach Maximierung eines durch Kuchen und Höflichkeit konstituierten Nutzens³⁰.“ Und er fügt hinzu: „Es kann keine Rede davon sein, ich hätte das Modell gewechselt, ohne meine Leser darauf aufmerksam zu machen³¹.“ Es besteht jedoch ein elementarer Unterschied. Der eine Geburtstagsgast maximiert einen ökonomischen oder materiellen Nutzen und der andere einen aökonomischen oder immateriellen Nutzen. Der eine nimmt das kleinere, der andere das größere Stück Kuchen. Ebenso wählt ein Monopolist, der einen aökonomischen Nutzen maximiert (weil er als höflich oder als anständig gelten will), nicht den *Cournot*-schen Punkt. Zwischen Modellen mit ökonomischer und Modellen mit aökonomischer Nutzenmaximierung ist exakt zu unterscheiden.

8. Weder die statische (resp. komparativ-statische) noch die dynamische Analyse (i. S. von Ragnar Frisch) ist geeignet, um wirtschaftliche Prozesse zu erfassen

Die statische (wie die komparativ-statische) Analyse schließt ex definitione die Analyse von in der Zeit ablaufenden Prozessen aus. Aber

²⁹ *v. Stackelberg*: *Grundlagen*, a.a.O., S. 203.

³⁰ *Ott*: *Über einige Prämisse*, a.a.O., S. 292.

³¹ *Ott*: *Über einige Prämisse*, a.a.O., S. 292; hierzu *Arndt*: *Die Preistheorie*, a.a.O., S. 483 f.

auch die Definition der dynamischen Analyse i. S. von Ragnar *Frisch* reicht nicht aus, um Prozesse in ihrer Eigenart zu erfassen³². Eine dynamische Analyse (i. S. von Ragnar *Frisch*) liegt vor, „wenn sich die Werte der relevanten Variablen in den zur Erklärung benutzten Relationen nicht sämtlich auf den gleichen Zeitpunkt bzw. auf die gleiche Periode beziehen“³³. Bei einer Prozeßanalyse kommt es jedoch nicht nur auf Zeitunterschiede allein an. Oder anders gesagt: Sobald sich Ereignisse in der Zeit vollziehen, werden andere Variablen als im Gleichgewicht relevant. Am zeit- und raumlosen Punktmarkt entscheiden z. B. die Kosten. An einem Markt, an dem sich Anpassungs-, Entwicklungs- oder Verdrängungsprozesse ereignen, sind hingegen nicht mehr die Kosten, sondern die Erwartungen, welche die Unternehmen in Hinblick auf die zukünftige Entwicklung hegen, die Maßnahmen, die sie in Hinblick auf die Gestaltung dieser Zukunft treffen (und damit ihre — im Gleichgewicht sinnlose — Unternehmenspolitik) und — im Falle von Verknappungs- oder Verdrängungsprozessen — ihr Liquiditätsstatus relevant. Die Einführung abweichender Zeitpunkte ist somit zwar notwendig, aber für sich allein nicht hinreichend, um Prozeßanalyse zu betreiben³⁴. Man muß ferner bereit sein, auch alle jene Phänomene oder Größen zu beachten, die es im Gleichgewicht nicht gibt, die aber für den Prozeßverlauf entscheidend sind:

1. die Ungewißheit über die Zukunft, die zu Erwartungen führt, die enttäuscht werden und — auch

³² Vgl. hierzu auch Reimut *Jochimsen*: Theorie der Infrastruktur. Tübingen 1966. Insb. S. 31. — Die moderne Literatur über Wettbewerbsprozesse hat Alfred E. Ott bisher allenfalls zitiert, aber nicht berücksichtigt. Vgl. hierzu auch Erich *Hoppmann*: Das Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität. Jb. f. Natök. u. Stat., Bd. 179 (1966), S. 286 ff., insb. S. 320 f. (Anm. 45, 46 und 47), sowie die Rezension von Ernst *Heuß* über Alfred E. Ott: Marktform und Verhaltensweise. Schweiz. Zeitschr. f. Volksw. u. Stat., 97 Jg. (1961), S. 105 f. In seiner Preistheorie hat Ott weder die Arbeiten von Erich *Hoppmann* oder Ernst *Heuß* (den er zwar einmal zitiert) noch die Untersuchungen von Erhard *Kantzenbach* oder Burkhardt *Röper* verarbeitet, als ob eine Preistheorie ohne die Ergebnisse der Wettbewerbsanalyse auskommen kann. Schon 1961 stellte Ernst *Heuß* in seiner Besprechung von Alfred E. Ott (Marktform und Verhaltensweise) fest, daß Ott „gegen Windmühlen ankämpft, weil inzwischen diese Dinge mit anderen Werkzeugen weiter vorwärtsgetrieben worden sind, als sich der Verfasser bewußt ist“ (Ernst *Heuß*: a.a.O., S. 106).

³³ Erich *Schneider*: Art. Statik und Dynamik. HdSW, 10. Bd., S. 23. — Ragnar *Frisch*: On the Notion of Equilibrium and Disequilibrium. The Rev. of Ec. Stud., Vol. 3 (1935—1936), S. 100 ff. — Vgl. hierzu Helmut *Arndt*: Der Einfluß von Erwartungen und Umwertungen auf Multiplikatorprozesse. In: Heinz *Haller*, Lore *Kullmer*, Carl S. *Shoup*, Herbert *Timm* (Hrsg.): Theorie und Praxis des finanzpolitischen Interventionismus (Festschrift für Fritz Neumark). Tübingen 1970. Insb. S. 587—589.

³⁴ Vgl. hierzu auch *Arndt*: Die Preistheorie, a.a.O., S. 488.

dies ist von Bedeutung — während des Prozeßverlaufs „umschlagen“ können³⁵,

2. die Vernachlässigung gegenwärtiger Verluste in der Hoffnung (oder Erwartung) auf künftige Gewinne und die sich hieraus ergebende relative Bedeutungslosigkeit von Kosten gegenüber der Liquidität der Unternehmen,

3. die Notwendigkeit, in einem sich in der Zeit vollziehenden Prozeß gegenüber den Kunden resp. gegenüber Lieferanten, Kreditgebern u. dgl. Politik zu treiben, um sich nicht durch momentane Gewinnmaximierung (oder Verlustminimierung) seine Zukunftschancen zu verderben, wobei sich Unternehmenspolitik bei weitem nicht in Vernichtungs- oder Unterwerfungsstrategien erschöpft, und

4. die Funktionen, die ökonomische Größen (wie z.B. Preise) im Prozeß, im Gegensatz zum Gleichgewicht, besitzen können und beispielsweise bei Anpassungsprozessen in der Steuerungsfunktion (über dem — künftigen — Gleichgewichtspreis liegende prozessuale Ausgleichspreise regen die Ausweitung der Kapazitäten an und umgekehrt) und in der Orientierungsfunktion bestehen: Die Differenz zwischen dem — alten — Gleichgewichtspreis und den im Prozeß auftretenden Ausgleichspreisen bildet neben der Absatzsteigerung ein Indiz für den Umfang der Datenänderung, der sich die Unternehmen anpassen müssen.

Außerdem lassen sich in Prozessen vielfach quantitative und qualitative Entwicklungen von Produktionsfaktoren beobachten, die sowohl von kontinuierlichen wie von schockartigen Umwertungen begleitet sein können.

Die Prozeßanalyse unterscheidet sich somit von einer komparativ-statischen (und einer nur dynamischen) Analyse nicht nur im Hinblick auf die Quantitäten, sondern auch durch die Verwandlung von Qualitäten. Sie ist deshalb auch nicht in zwei-, sondern nur in mehr als zweidimensionalen Modellen möglich. In den herkömmlichen Preistheorien findet sich freilich von derartigen Prozessen kein Wort. Selbst die einfachen Modelle eines störungsfrei funktionierenden Marktmechanismus

³⁵ Konjunkturale Strategien gibt es ebenso wie konjunkturale Kurven nicht im Gleichgewicht, sondern nur im Prozeß. Im Gleichgewicht besteht vollkommene Markttransparenz. Nur im Prozeß gibt es jene Ungewißheit, die Irrtümer ermöglicht. Der Einwand von Ott, „daß sich das konjunkturale Element einmal auf die Marktgegenseite bezieht ... das andere Mal aber auf die Konkurrenten“ (Ott: Über einige Prämissen, a.a.O., S. 297) hat mit meiner Argumentation nichts, aber auch gar nichts zu tun.

mus werden nicht — resp. nicht mehr — erwähnt³⁶. Aus den gleichen Gründen bleibt die Darstellung, die von Käufer- und Verkäufermärkten gegeben wird, unbefriedigend. Die Prozeßverläufe, die unter diesen Bedingungen ausgelöst werden, werden dann dementsprechend überhaupt nicht untersucht³⁷.

Die Prämissen der traditionellen Preistheorie sind keine — der Diskussion entzogenen — Axiome. Es ist im Gegenteil heute mehr denn je notwendig geworden, sie in Frage zu stellen. Das gleiche gilt für die beiden Standardmodelle der Preistheorie: den vollkommenen und den unvollkommenen Markt. Das eine Modell ist für die realen Probleme irrelevant, das andere ohne Inhalt und daher ohne jede Aussagekraft. An keinem der beiden Modelle sind die Probleme, mit denen wir es in der wirtschaftlichen Realität zu tun haben, darstellbar. Hierin liegt zugleich der entscheidende Grund für den unbefriedigenden Stand der traditionellen Preistheorie.

Ich schließe in der Hoffnung, daß auch bei unterschiedlichen Standpunkten oder unterschiedlichen Theorien eine wissenschaftliche Auseinandersetzung und eine sachliche Diskussion möglich ist.

Summary

Errors in the Price Theory

The article deals with some assumptions of the traditional price theory. In this connection the following eight theses are substantiated:

1. The principle of indifference excludes itself from discrimination in prices.
2. The variety of supply increases with the intensity of competition and decreases with the degree of monopolization.
3. The model of the 'imperfect market' is unworkable, because it has been defined as antithesis to a marginal idea only.
4. The assertion dimensions like time, space, quality, human relations etc. can be reduced to price and quantity, respectively can be expressed in terms of price and quantity, is not tenable.
5. As long as prices do not cover full unit costs, there is no equilibrium. In processes in which subjects expect short-term changes, there is no floor.
6. The premises of the static (or comparative static) theory should not be mixed up with the other premises of a model (nor transferred to empirical results).
7. Economic or aeconomic 'utility maximization' are not identical and lead to different results.
8. Neither the static (resp. the comparative static) nor the dynamic analysis (according to Ragnar Frisch) are suitable to comprehend economic processes.

³⁶ Ott behandelt daher auch Kurvenverschiebungen nicht, er erwähnt sie nur. Vgl. aber Ott: Über einige Prämissen, a.a.O., S. 292.

³⁷ Vgl. hierzu meine Mikroökonomische Theorie, deren 1. Band unterschiedliche Gleichgewichtslagen an Bedarfsmärkten und deren 2. Band Marktprozesse untersucht.