

# 1. Wettbewerb: Voraussetzungen und Funktionen

## 1.1 Die Diskussion über mehr Wettbewerb auf den Energiemärkten

Irgendwo in Norddeutschland auf der Autobahn. Frau Hamann und Frau Kunze sind auf dem Rückweg von einer Tagung. Es ist kurz nach 18.00 Uhr, gerade haben die beiden Kolleginnen die Nachrichten gehört.

**Hamann:** „Wettbewerb, Wettbewerb, Wettbewerb. Alle reden immer von Wettbewerb. Die Strompreise steigen doch seit Wochen und Monaten – was hab ich da von Wettbewerb?!“

**Kunze:** „Unsere Rechnung wird auch immer höher. Fragt sich nur, warum das so ist. Haben wir denn eigentlich Wettbewerb auf dem Strommarkt? Ich meine, so wirklich?“

**Hamann:** „Richtig glaube ich nicht daran. Man hört doch immer wieder, dass die großen Konzerne machen was sie wollen und ohne Ende Gewinne scheffeln. Unter Wettbewerb stelle ich mir aber ehrlich gesagt was Anderes vor.“

**Kunze:** „Aber was? Eigentlich könnten wir ja problemlos wechseln, zu einem anderen Anbieter. Es gibt doch reichlich davon. Wenn das kaum jemand macht, können die Unternehmen ja nichts dafür.“

**Hamann:** „Geht es denn nur darum? Die lokalen Stromversorger kaufen doch auch wieder bei den großen Erzeugern mit eigenen Kraftwerken ein. Und davon haben wir in Deutschland nicht wirklich viele ...“

**Kunze:** „Das hängt jetzt wahrscheinlich davon ab, ob es um uns Endverbraucher geht oder um den Großhandel. Und irgendwie heißt es doch auch immer, dass wir Strom aus dem Ausland einführen.“

**Hamann:** „Also irgendwie ist das für mich nicht so richtig durchschaubar.“

In der Tat: Wettbewerb auf den Energiemärkten ist ein Thema, das uns in den Medien auf Schritt und Tritt begegnet.



Die Zeitungsausschnitte zeigen es: Aus allen Richtungen werden Forderungen nach mehr Wettbewerb laut. Vor allem geht es um die Märkte für Strom und

Gas, die sich im Prozess der Liberalisierung in den letzten Jahren stark verändert haben. In der Öffentlichkeit wird darüber gestritten, wo die Einführung von Wettbewerb schon gelungen ist und wo noch nicht. Uneinig ist man sich auch darüber, wie man die Situation in Zukunft verbessern kann: Müssen zum Beispiel andere Gesetze her oder benötigt der Markt vielleicht einfach mehr Freiheit? Bevor wir die verschiedenen Energiemärkte und ihre Wettbewerbsstrukturen näher betrachten, müssen aber folgende Fragen geklärt werden: Warum ist Wettbewerb wichtig und welche Wirkungen hat er für die Volkswirtschaft bzw. für die Gesellschaft?

### 1.2 Was ist Wettbewerb?

Unter Wettbewerb versteht man im Allgemeinen eine Situation, in der mehrere Akteure um knappe Ressourcen konkurrieren. Jeder kennt das aus dem Sport: Verschiedene Teilnehmer eines Turniers wetteifern miteinander um die vorderen Plätze auf dem Siegertreppchen, in der Bundesligatabelle oder in der Weltrangliste.

Im wirtschaftlichen Leben sind die Konkurrenten ...

- ▼ Anbieter, die ihre Leistungen mit möglichst viel Gewinn an ihre Kunden verkaufen wollen.
- ▼ Nachfrager, die ein Produkt oder eine Dienstleistung möglichst kostengünstig erwerben wollen.

In einer Marktwirtschaft soll sich der Austausch wirtschaftlicher Güter durch das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage regeln. Die Produktionsmenge und der Preis eines Gutes sind im Idealfall das Ergebnis des Koordinationsprozesses am Markt bei „vollkommener Konkurrenz“. Wo viele Anbieter und viele Nachfrager zusammentreffen, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass der Marktmechanismus funktioniert.

Damit der Wettbewerb funktionieren kann, sind wie im Sport Spielregeln erforderlich (vgl. 1.4). Eine wesentliche Bedingung ist, dass es mehrere voneinander unabhängige Konkurrenten gibt. Es reicht nicht aus, dass die Nachfrager zwischen verschiedenen Produkten eines einzigen Anbieters auswählen können. Denn dessen Leistungspalette wird so abgestimmt sein, dass sich die einzelnen Produkte nicht gegenseitig behindern. Auf dem Markt sorgt also erst das Angebot von Sachgütern und Dienstleistungen mehrerer Unternehmen dafür, dass es Wettbewerb gibt.

Gleiches gilt auch für die Nachfrageseite. Existiert nämlich nur ein einziger möglicher Käufer, kann der die Regeln ganz nach Belieben festsetzen: Die Anbieter sind darauf angewiesen ihre Produkte an ihn zu verkaufen. Sie müssen seine Bedingungen akzeptieren, weil es keine andere Absatzmöglichkeit gibt. Umgekehrt führt das Fehlen von Konkurrenz auf Seiten des Angebots dazu, dass der einzige Produzent die Abhängigkeit der Nachfrager von seinem Angebot ausnutzen kann. Er muss keine Zugeständnisse etwa in der Preisgestaltung oder Qualität machen, weil die Konsumenten ihn brauchen.



Der neue Meister 2006: FC Bayern München



Nur einer kann gewinnen.



KOMPLEX 2 IN DIESEM BAND:  
ANGEBOT UND NACHFRAGE  
SPOT: WETTBEWERB