

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

Strategic trade and industry policy in the context of international competition

Gilroy, Bernard Michael and Vollpert, Tobias

2002

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/21205/>
MPRA Paper No. 21205, posted 08 Mar 2010 14:40 UTC

Strategische Handels- und Industriepolitik im internationalen Wettbewerb

Obwohl die ökonomische Theorie manchmal etwas abstrakt und realitätsfern erscheint, liefert sie doch das Handwerkszeug, um wirtschaftliches Geschehen systematisch zu erfassen und verständlich zu machen. Die Analyse alltäglicher Meldungen in den Medien verdeutlicht das.

◆ **Zürich.** In Bonn wurde am Dienstag ein erster deutsch-französisch-britischer Vertrag über die Entwicklung am sogenannten Airbus unterzeichnet. Der Airbus soll bekanntlich als Großraumflugzeug für kurze und mittlere Strecken für die Verkehrsbedürfnisse der siebziger Jahre zur Verfügung stehen.

Quelle: „Neue Zürcher Zeitung“ vom 27. September 1967

So kündigte die Presse die Geburtsstunde des ersten europäischen zivilen Großraumflugzeuges an. Die Airbus Industrie hat sich seitdem zu einem Konsortium mit eigener Rechtspersönlichkeit entwickelt, das sich wie folgt zusammensetzt: Französische Aerospitale 37,9% (97% staatlich), Deutsche Airbus 37,9% (100% privat), Britische Aerospace 20% (48% staatlich), Spanische Casa 4,2% (100% staatlich). Was aus dem Projekt wurde, bezeichnen die einen als Beweis europäischer Leistungsfähigkeit, die anderen als endloses Subventionsloch.

Nach Ansicht von Ökonomen handelt es sich bei der Flugzeugindustrie um den Fall eines klassischen Oligopols. Industrieanalysen prognostizieren, dass der Markt für die Produktion der nächsten Flugzeuggeneration nur zwei Firmen, welche Gewinne erwirtschaften können, aufnehmen kann; drei im Markt erfolgreiche Produzenten gelten als unwahrscheinlich. Tatsächlich hat sich in den vergangenen Jahrzehnten eine Dyopolsituation mit nur zwei Anbietern entwickelt: Boeing vs. Airbus. Im Jahr 1997 wurde der bisher dritte Großraumflugzeuganbieter, McDonnell Douglas, von Boeing übernommen (vgl. Tab. 1).

| | Flugzeuge in der weltweiten Flotte am 31.12.1997 | Verkäufe 1997 | Neuaufträge 1997 |
|---------------------|--|---------------|------------------|
| Airbus | 1.654 | 181 | 436 |
| Boeing ^a | 7.017 | 373 | 565 |
| Andere | 593 | 120 | 308 |

^a Einschließlich McDonnell

Tab. 1: Der Markt für Großflugzeuge. Quelle: CAO: Civil Aviation Statistics of the World 1997, October 1999, S. 13 (zitiert nach Siebert 2000, S. 124).

Die Neue Westfälische Zeitung berichtete am 30.3.2001 jedoch folgendes:

Boeing überlässt Airbus das Feld

◆ **Seattle (rtr).** Der weltweit größte Flugzeughersteller und Airbus-Konkurrent Boeing Co. will Branchenkreisen zufolge den geplanten Bau des Superjumbo 747X als Gegenstück zum Airbus A380 zurückstellen und sich auf die Entwicklung eines neuen, knapp unter der Schallgeschwindigkeit fliegenden Flugzeuges konzentrieren. Boeing lehnte eine Stellungnahme ab.

Quelle: „Neue Westfälische Zeitung“ vom 30. März 2001

Haben die ökonomischen Modelle, welche die dargestellte Situation auf dem Markt für Großraumflugzeuge

erklären und die von der Realität bisher bestätigt wurden, damit ausgedient? Wie lässt sich begründen, dass Boeing Airbus das Feld für Superjumbos überlässt, obwohl langfristig zwei Produzenten erfolgreich Gewinne erwirtschaften könnten? Eine mögliche Antwort liefert ein Bereich, der in der VWL als Strategische Handelspolitik bezeichnet wird.

Zentraler Ausgangspunkt der strategischen Handelspolitik ist unvollkommene Konkurrenz auf internationalen Märkten. Im Zentrum steht dabei die Fragen, ob und inwieweit Eingriffe in den Freihandel die nationale bzw. die Weltwohlfahrt beeinflussen und ob ein Land durch strategischer Handelspolitik die Umleitung von Monopolgewinnen ausländischer Hersteller zu inländischen Unternehmen (das sogenannte „rent-shifting“ bzw. „profit-shifting“) herbeiführen kann. In Modellen strategischer Handelspolitik kommt es dabei allein darauf an, dass eine Ausweitung der inländischen Produktion eines handelsfähigen Gutes bzw. einer Dienstleistung den Weltmarktanteil des Landes an potentiellen Monopolrenten oder externen Ersparnissen vergrößert. Die verschiedenen Modelle strategischer Handelspolitik zeigen, dass staatliche Interventionen nationale Wohlfahrtsgewinne auf Kosten anderer Länder herbeiführen können und welche Art von Interventionen sich zu diesem Zweck am besten eignet.

Die wirtschaftspolitischen Implikationen dieser Modelle sorgten für Bewegung innerhalb der Lager der Befürworter bzw. Gegner einer protektionistischen Handels- bzw. Industriepolitik. Wurden Interventionsvarianten bisher als „protektionistisch“ oder „merkantilistisch“ abgelehnt, so musste ihnen mit einem Mal zugestanden werden, der nationalen Wohlfahrt durchaus zuträglich sein zu können. Allerdings ergaben sich neue Zielkonflikte im wirtschaftspolitischen Handeln. Einerseits soll die Wettbewerbspolitik im Inland Marktmacht verhindern; andererseits schafft die strategische Handelspolitik marktbeherrschende Positionen bei inländischen Herstellern, die allerdings als notwendige Voraussetzung dafür gilt, dass sich inländische Unternehmen auf den internationalen Märkten behaupten können.

Das Brander/Spencer-Argument

Barbara Spencer und James Brander (1983 und 1985) zeigten als erste, dass Unvollkommenheiten auf internationalen Märkten Eingriffe von Seiten der Regierung – etwa in Form von Subventionen oder Zöllen – **möglicherweise** rechtfertigen. Das war insofern nichts Neues, als dass lange bekannt war, dass Zölle bzw. Subventionen den internationalen Handel regulieren und daraus Vorteile für einzelne Staaten entstehen können. Zölle bzw. Subventionen wurden bislang aber nur dahingehend betrachtet, dass sie die gleichgewichtigen Mengen (bzw. Preise) in einem Cournot/Nash-Gleichgewicht verändern. So verschiebt beispielsweise eine Zollsaterhöhung in einem Dyopol (zwischen einem in- und einem ausländischen Unternehmen) die Reaktionskurve des

ausländischen Anbieters zugunsten des inländischen Unternehmens.

Die strategische Handelspolitik zeigt, dass handelspolitische Eingriffe von Seiten der Regierung die Regeln des Marktes (sprich: des internationalen Wettbewerbs) derart verändern können, dass erst gar kein Cournot-Nash-Gleichgewicht entsteht. Die Handelspolitik führt dazu, dass nur noch ein (nämlich die inländische) Unternehmen am Markt aktiv bleibt, weil z.B. Subventionen den Markteintritt eines ausländischen Anbieters verhindern. Es kommt zur Realisierung von Monopolgewinnen auf Kosten des anderen Landes.

Kehren wir zurück zu Boeing und Airbus. Beide Unternehmen entscheiden sich für oder gegen die Produktion ein neues Passagierflugzeug für den Weltmarkt. Tab. 2 zeigt, wie das (fiktive) Marktergebnis von den Entscheidungen der Unternehmen abhängig ist.

| | | | |
|--------|------------------|------------|------------------|
| | | Airbus | |
| | | Produziert | Produziert nicht |
| Boeing | Produziert | [-5;-5] | [100;0] |
| | Produziert nicht | [0;100] | [0;0] |

Tab. 2: Markteintrittsentscheidung

Der erste Zahlenwert in Tab. 2 entspricht jeweils dem Gewinn des amerikanischen Unternehmens, der Zahlenwert an zweiter Stelle repräsentiert den Gewinn des europäischen Unternehmens. Produzieren beide Hersteller das in Frage kommende Flugzeug, so realisieren beide Unternehmen einen Verlust (-5;-5). Die Skalenerträge sind in diesem Markt so wichtig, dass nur ein Hersteller tragfähig im Markt bleiben kann. Produziert nur ein Unternehmen, so lässt sich am Weltmarkt ein Gewinn von 100 Geldeinheiten realisieren.

Welcher der beiden Hersteller (Airbus/Boeing) wird den Gewinn auf sich vereinigen können? Die Lösung des Problems hängt entscheidend davon ab, welchem Unternehmen es als erstem gelingt, glaubwürdig zu machen, dass es erfolgreich produzieren wird. Angenommen, dieser Schritt gelingt Boeing, dann geht für Airbus der Anreiz verloren, die Produktion aufzunehmen, da sonst mit Verlusten zu rechnen wäre. Die Wettbewerbslösung auf dem Markt für Großraumflugzeuge endet mit dem Ergebnis [100;0] zugunsten von Boeing. Boeing produziert und Airbus bleibt dem Markt fern.

An dieser Stelle setzt das Argument der strategischen Handelspolitik an. Brander/Spencer (1985) zeigen formal, dass die dargestellte Situation durch die europäischen Regierungen entscheidend verändert werden kann. Tatsächlich scheinen Bestrebungen in diese Richtung zu existieren, wie folgende Meldung vermuten lässt:

Zwei Milliarden vom Bund für Super-Airbus

Wirtschaftsminister Müller: Angemessene Förderung wie in den Partnerländern

♦ **Berlin(dpa).** Die Bundesregierung will den Bau des Super-Airbus A3XX mit rund 2,5 Milliarden Mark fördern. Dies erfuhr die Deutsche Presse-Agentur gestern aus nicht offiziellen Quellen auf der Internationalen Luft- und Raumfahrt ausstellung ILA in Berlin-Schönefeld.

Quelle: Neue Westfälische Zeitung vom 7. Juni 2000

Zur Vereinfachung, nehmen wir an, die europäischen Regierungen verpflichtet sich, Airbus mit 25 Geldeinheiten zu subventionieren, wenn Airbus in den Markt eintritt und produziert. Die neue Situation auf dem betrachteten Markt spiegelt Tab. 3 wider.

| | | | |
|--------|------------------|------------|------------------|
| | | Airbus | |
| | | Produziert | Produziert nicht |
| Boeing | Produziert | [-5;20] | [100;0] |
| | Produziert nicht | [0;125] | [0;0] |

Tab. 3: Subventionen und Markteintrittsentscheidung

Für Airbus ist es nun lohnend in den Markt einzutreten, unabhängig davon, wie sich Boeing seinerseits entscheidet. Boeing hingegen kennt die Verpflichtung der europäischen Regierungen. Um einem unausweichlichen Verlust von (-5) zu entgehen, wird Boeing dem Markt fernbleiben und nicht produzieren. Das Marktergebnis besteht dann darin, dass Airbus den neuen Flugzeugtyp alleine herstellt, selbst wenn Boeing zuvor glaubhaft machen konnte, sie würden als erste den Markt bedienen. Durch die Entscheidung von Boeing wird Airbus auch im Ausland Angebotsmonopolist und kann Monopolgewinne realisieren. Die Subventionierung des europäischen Herstellers in Höhe von 25 Geldeinheiten führt zu einer Umlenkung der weltweit erzielten Gewinne zu Lasten des amerikanischen Herstellers mit dem Marktergebnis [0;125].

Die Marktinterdependenzen werden von den europäischen Regierungen strategisch genutzt, um den Markteintritt des Mitkonkurrenten zu verhindern und so ein positives Ergebnis des europäischen Produzenten zu ermöglichen. Da der Gewinn größer ist als die gezahlte Subvention, konnte durch staatliches Handeln wirtschaftlicher Erfolg eines inländischen Unternehmens herbeigeführt werden.

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass das o.g. fiktive Zahlenbeispiel zwar einen möglichen Erklärungsansatz für das Verhalten von Boeing und Airbus darstellt, nicht jedoch als eine Aufforderung an den Staat zu verstehen ist, in den Marktprozess einzugreifen, denn einer praktischen Verwirklichung einer solchen Industriepolitik sind meist enge Grenzen gesetzt. In der Regel fehlen verlässliche Informationen darüber, wie die Technologie, die Kostenbedingungen und die Marktsituation tatsächlich aussehen und wie die Regierungen anderer Staaten auf eine solche Politik reagieren, so dass es schnell zu extremen Fehlentscheidungen kommen kann.

Prof. Dr. Bernard Michael Gilroy/
Dipl.-Volksw. Tobias Volpert, Paderborn

Literaturempfehlungen:

- Broll, U./Gilroy, B. M.: Außenwirtschaft: Einführung und Neuere Ansätze. 2. Aufl., München 1994, S. 175 - 231.
- Krugman, P.R./Obstfeld, M.: International Economics. 5. Aufl., New York 1999.
- Siebert, H.: Außenwirtschaft. 7. Aufl., Stuttgart 2000, S. 99 - 133.
- Simons, J.: Industriepolitik. Stuttgart 1997.
- Spencer, B./Brander, J.: International R&D Rivalry and Industrial Strategy. In: Review of Economic Studies, Vol. 50 (1983), S. 83 - 100.
- Spencer, B./Brander, J.: Export Subsidies and International Market Share Rivalry. In: Journal of International Economics, Vol. 18 (1985), S. 83 - 100.