



# Marktmacht oder macht Markt?

Märkte der Wald- und Holzwirtschaft  
zwischen Emergenz und Steuerbarkeit

Dr. Achim Schlüter  
Prof. Dr. Heiner Schanz



# Märkte fallen nicht vom Himmel

- Verfügungsrechte müssen geklärt sein
- Markttransaktion muss organisiert werden
  - Anbieter und Nachfrager müssen zueinander finden
  - Transaktion muss gestaltet werden
- Durchsetzungsrechte müssen gesichert werden



## “Der” Holzmarkt – ein unsoziales Wesen?

- Märkte entstehen i.S. einer *spontanen Ordnung*; *komplex & nicht-steuerbar*
- Aber: Märkte werden gemacht
  - über Markttransaktionen (“Profit-Seeking”-Aktivitäten)
  - durch Gestaltung der Spielregeln von und auf Märkten (“Rent-Seeking”-Aktivitäten)



## Profit-Seeking: Marktmacht!

- Marktmacht über Produkte
  - Marktdurchdringung (Marketing)
  - Marktentwicklung (“Unternehmertum”, Marketing)
  - Produktentwicklung (Innovation)
- Marktmacht über Anbieter-/Nachfragerposition
  - Horizontale Kooperationen (Economies of scale)
  - Vertikale Kooperationen
    - Kundenwert (Value Chains)
    - Effizienz (Supply Chains)



## Rent-Seeking: Märkte machen!

- Spielregeln von Märkten werden in politischen Prozessen festgelegt
- Spielregeln auf Märkten werden zwischen Marktteilnehmern ausgehandelt
- Spielregeln umfassen
  - Verfügungs- und Durchsetzungsrechte
  - Normen und Standards
  - Vertragsgestaltung



## Wettbewerb um Wettbewerbs-Spielregeln

- “Märkte machen” kostet...
  - Transaktionskosten
    - Kosten für politischen Prozess (z.B. Lobbying)
    - Zuteilung von Verfügungsrechten
    - Überwachung von Verfügungsrechten
  - Kulturelle Kosten
    - Akzeptanz von Verfügungsrechten
    - Durchsetzbarkeit von Verfügungsrechten
- ...bei unsicherem Nutzen



## Marktmacht oder macht Markt?

- **Forstwirtschaft**
  - Aufgrund Besonderheit der Produktion (Innovationsfähigkeit) und Struktur (Marktfähigkeit) nur begrenzte Möglichkeiten für "Marktmacht" (Profit-Seeking)
  - Uneinheitliches "Märkte machen" (Rent-Seeking)
    - hohe "kulturelle" Kosten und unsichere Kosten-Nutzen-Relationen
    - Normierung und Standardsetzung überwiegend aus reaktiver, defensiver Position
- **Holzwirtschaft**
  - Deutliche Spielräume im Bereich "Marktmacht" (Profit-Seeking) über Marketing, "Unternehmertum" und Innovationen
  - "Märkte machen" (Rent-Seeking) von zunehmender Bedeutung
    - Globalisierung von Märkten infolge von Liberalisierung
    - Internationalisierung von Normen und Standards



## Fazit: Emergenz und Steuerbarkeit

- **Kollektive Ebene**
  - Märkte sind nicht nur gestaltbar, sie müssen sogar gestaltet werden => soziale Regelsysteme
  - Komplexer Prozess der Marktentwicklung, richtungssichere Gestaltung i.S. von Steuerbarkeit unmöglich
- **Individuelle Ebene**
  - Teilnehmer eines Marktes folgen Spielregeln, die sie nicht gemacht haben,...(gefühlte Emergenz)
  - ...die aber von Marktteilnehmern gemacht wurden (relative Emergenz)
- Unmöglichkeit der Steuerbarkeit von Märkten darf die Marktteilnehmer nicht davon abhalten, eine klare Vorstellung von der Steuerung ihrer Märkte zu entwickeln (und danach zu handeln)



- Die Teilnehmer eines Marktes müssen erkennen, dass sie Spielregeln folgen, die sie nicht gemacht haben, die aber durch Marktakteure gemacht sind.

