

keit von Kostensteigerungen innerhalb einer Branche (da für alle Betriebe dieser Branche dieselbe Nachfrageelastizität nach ihren Produkten herrscht) deutliche Unterschiede in der Kostenbelastung der einzelnen Betriebe auftreten. Einzelne emissionsintensive Betriebe werden nicht (voll) überwälzen können und daher Gewinneinbußen erleiden, die zum Ausscheiden dieser Betriebe aus dem Produktionsprozeß führen können. Wie sich Kostenerhöhungen auf einzelne Betriebe auswirken, hängt in der Theorie weitgehend von der Zahl der Anbieter auf einem Markt ab: Per Saldo steigt mit der Zahl der Anbieter die Konkurrenz, dadurch sinkt die Möglichkeit zur Überwälzung in die Preise. Dies gilt verstärkt auch für einzelne Betriebe bzw. Branchen, die der ausländischen Konkurrenz, sei es im In- oder Ausland, ausgesetzt sind.

6.3. Kurz- und langfristige Preiseffekte

Die bisherigen Erklärungen betreffen hauptsächlich die kurzfristigen Preiseffekte. Nur im kurzen Zeitraum sind Überwälzungsüberlegungen dieser Art relevant, langfristig kann angenommen werden, daß bei einer geschlossenen Wirtschaft alle Kostensteigerungen auf die Endverbraucher überwälzt werden: Gelänge es (bei mehreren Anbietern) einer Reihe von Firmen nicht, ihre gestiegenen Kosten in die Preise zu überwälzen, würden ihre Gewinne sinken und die Firmen letztlich aus dem Markt ausscheiden. Dadurch würde es bei gegebener Nachfrage zu Kapazitäts- und Angebotsengpässen kommen, die es den verbliebenen Erzeugern ermöglichen würden, ihre Preise zu erhöhen, bis die Nachfrage wieder (zu einem höheren Preis als vorher) befriedigt werden kann.

6.4. Andere Preiseffekte

Neben den bisher genannten Preiseffekten sind noch andere zu nennen:

- Durch Umweltschutz induzierte Innovationen können per Saldo preissenkend wirken (z. B. Substitution zwischen Investitions- und Betriebskosten).
- Umweltschutzbedingte Substitutionen von Produktionsfaktoren oder Produkten kann volkswirtschaftliche Kosten senken.

- Tendenziell preiseffektverstärkend wirken durch Umweltschutz bedingte Mengeneffekte. Bei sehr unelastischer Nachfrage nach emissionsintensiven Produkten wird als Folge von Auflagen etc. die Produktion eingeschränkt und dadurch der Preis erhöht.
- Preisdämpfend wirken effizient genutzte Kapazitätseffekte, die etwa bei gemeinsamem Betrieb von auf größerer Basis effizienter arbeitenden Umweltschutzanlagen (Kläranlagen, Müllbeseitigung etc.) auftreten, im Gegensatz dazu, daß einzelne Verursacher Kleinanlagen selbst betreiben; ebenfalls tendenziell preisdämpfend wirken auch solche Kapazitätseffekte, die bei Erzeugern von Umweltschutzprodukten durch neue oder verschärfte Umweltschutzaktivitäten erhöht wird und sie so in größeren Serien die Früchte einer Mengendegression durch Preissenkung weitergeben (nur bei mehreren Anbietern, nicht bei Monopolisten wahrscheinlich).

6.5. Empirische Ergebnisse

Es scheint, daß in der theoretischen Literatur die Wichtigkeit von Nachfrageelastizitäten für die Preisbildung der Unternehmen überbetont wird. Empirische Untersuchungen, die auf Umfrageergebnisse oder ökonometrische Funktionen beruhen, zeigen fast durchgehend auf, daß Unternehmen bei ihrer Preisbildung überwiegend Angebotselemente (also Kostenelemente) berücksichtigen. Dabei wird zumeist eine Variante der Vollkostenpreisbildung angewandt, wobei auf die Vollkosten ein (konstanter oder variabler) Gewinnaufschlag gemacht wird. Eine österreichische Befragung (Nowotny et al.) aus dem Jahre 1978 ergab, daß 26% der befragten Unternehmen nach dem strengen, weitere 49% nach dem flexiblen Vollkostenprinzip ihre Preise bilden. Auf die Frage nach den Gründen für Preisänderungen nannte die überwiegende Mehrzahl Kostengründe, nur eine Minderheit Änderungen in den Nachfragebindungen. Auch eine neuere Umfrage des WIFO aus dem Jahre 1981 (siehe Aiginger 1983, S. 227 ff) bestätigt die Dominanz von Angebots-(Kostenfaktoren) für die Preisbildung der Unternehmen, allerdings in geringerem Ausmaß als die vorige Befragung. Aus Auslandsmärkten wird jedoch Nachfragefaktoren eine leichte Dominanz über Angebotsfaktoren zugerechnet. Ökonometrische Preisfunktionen von Guger (in Nowotny et al. S. 299 ff) geben Kostenfaktoren ein deutlich stärkeres Gewicht als Nachfrage-