



VORTRÄGE
UND STUDIEN

AUS DEM INSTITUT FÜR VERKEHRSWISSENSCHAFT
AN DER UNIVERSITÄT MÜNSTER

HERAUSGEGEBEN VON KARL-HANS HARTWIG

Heft 34

Dirk Pitz

Wettbewerb auf dem US-amerikanischen Telekommunikationsmarkt

Anbieterstrategien und Regulierungsphilosophie nach dem Telecommunications Act

VANDENHOECK & RUPRECHT IN GÖTTINGEN

1999

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abbildungsverzeichnis	7
Abkürzungsverzeichnis	8
Einleitung	10
I. Konzeptionelle Grundlagen der Wettbewerbs- und Regulierungspolitik.....	14
A. Wettbewerbspolitik und Wettbewerb.....	14
B. Die Wettbewerbsfunktionen	14
C. Zum Verhältnis von Wettbewerb und Regulierung	19
D. Die relevanten Leitbilder der Wettbewerbspolitik.....	22
1. „Workable Competition“ und „Industrial Organization“	22
a) Der Ansatz von <i>John M. Clark</i>	22
b) Die Workability-Literatur und das „Structure-Conduct-Performance“- Paradigma	24
c) Kritische Würdigung der Workability-Konzepte	27
2. Die Chicago School of Antitrust Analysis	28
a) Das generelle Wettbewerbsverständnis.....	28
b) Prämissen.....	28
c) Das Ziel der maximalen Konsumentenwohlfahrt.....	29
d) Die Bedeutung der Marktkonzentration	30
e) Die Bedeutung von Markteintrittsbarrieren.....	31
f) Wettbewerbspolitische Handlungsempfehlungen	32
g) Kritik.....	34
3. Die Theorie der „Contestable Markets“	35
a) Zum Begriff der potentiellen Konkurrenz.....	35
b) Die „Contestability“ von Märkten.....	36
c) Der Gleichgewichtsbegriff der tragfähigen Industriestruktur	37
d) Der Begriff der Markteintrittsschranken und der „sunk costs“	38
e) Die wettbewerbspolitischen Handlungsempfehlungen	41
f) Kritik.....	43
II. Der Telecommunications Act von 1996	45
A. Die US-amerikanische Telekommunikationspolitik vor dem Telecommunications Act	45
1. Regulierung und Deregulierung vor 1984.....	45
2. Das „Modification of Final Judgment“ - Die Entflechtung von <i>AT&T</i>	47
B. Die Situation der Telekommunikationsindustrie vor dem Telecommunications Act	49
1. Das Local Loop als unnatürliches Monopol	49
2. Die Entwicklung des Wettbewerbs im Fernnetz.....	52

	Seite
3. Das <i>Weisman</i> -Modell	56
4. Vorläuferentwicklungen	59
C. Grundlegende Bestimmungen des Telecommunications Act	60
1. „Local Competition“ – Wettbewerb im Ortsnetz	61
a) Das Modell der unterschiedlichen „Telecommunications Carrier“	62
b) Der Wettbewerb auf „Resale“-Basis	65
c) Entbündelte Netzbestandteile und „Interconnection“	68
d) Fazit	72
2. Neue Bestimmungen für die Regional Bell Operating Companies (RBOCs)	75
a) Inter-LATA-Verkehr	75
b) Die „Competitive Checklist“	77
c) Zusatzbestimmungen für die RBOCs	80
III. Anbieterstrategien und Wettbewerbserfahrungen	80
A. Das Konzept des „One-Stop-Shopping“	80
B. Entwicklung des Wettbewerbs im Ortsnetz	81
1. Eintritt durch „Network-Sharing“	82
2. Investitionen in eigene Infrastruktur	84
C. Der Eintritt der RBOCs in den Inter-LATA-Bereich	90
1. Überblick	90
2. Fallstudie: <i>Ameritech</i> in Michigan	92
3. Fallstudie: <i>BellSouth</i> in South Carolina	94
4. Fazit	95
D. Rekonzentration durch Unternehmenszusammenschlüsse	96
1. Zusammenschlüsse als Markteintrittsstrategie	96
2. Überblick	97
3. Fallstudie: <i>Bell Atlantic/NYNEX</i>	100
IV. Regulierungs- und wettbewerbspolitische Einordnung des Telecommunications Act	102
A. Paradigmenwechsel	102
B. Ökonomische Vorteile eines Wettbewerbs auf Telekommunikationsmärkten	105
C. Das Ortsnetz als bestreitbarer Markt	107
D. „Incentive Regulation“ der RBOCs	112
E. Behandlung von Unternehmenszusammenschlüssen	114
Ausblick	115
Abstract	116
Literaturverzeichnis	118