

Pressekonzentration und Wettbewerbsgesetz

Marktbeherrschung, unlauterer Wettbewerb und
Sanierungsfusionen im Pressebereich

von

DR. WERNHARD MÖSCHEL

Professor
an der Universität Tübingen



1978

J.C.B. MOHR (PAUL SIEBECK) TÜBINGEN

Wipol

Technische Hochschule Darmstadt
Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften
Fachgebiet Wirtschaftspolitik (VWL VI)

P 1067

INHALT

Abkürzungsverzeichnis	VI
Einleitung.	1
<i>Teil 1: Grenzen für das Marktverhalten marktbeherrschender Presse- unternehmen</i>	<i>5</i>
<i>I. Überblick über die Problemsachverhalte</i>	<i>5</i>
1. Preisverhalten	5
(1) Bezugspreis	6
(2) Anzeigenmärkte	7
2. Zwangskombinationen im Anzeigenbereich.	9
3. Werbestrategien	9
4. Fusionsvorbereitende Bezirksausgaben	10
<i>II. Der Stand der Meinungen</i>	<i>11</i>
1. Zur Lehre	11
2. Bundeskartellamt	15
3. Rechtsprechung	17
(1) Der Beschluß des KG vom 26.1.1977 Kombinationstarif	17
(2) Unentgeltliche Verbreitung von Presseerzeugnissen	22
(3) Die Rechtsprechung zu den Anzeigenblättern	27
<i>III. Wettbewerbliche und verfassungsrechtliche Grundlagen</i>	<i>34</i>
1. Ihr Zusammenhang auf dem Pressesektor	34
2. Wettbewerbstheoretische Fundierung	36
(1) Ihre Sinnfälligkeit	36
(2) Zur Entwicklung von Wettbewerbskonzeptionen	38
a) Von den Klassikern zur Preistheorie	38
b) Workability-Konzepte	40
c) Der systemtheoretische Ansatz	42
d) Theorie der Wettbewerbsbeeinträchtigungen.	43
3. Verfassungsrechtliche Grundlagen.	49
(1) Verfassungskonforme Auslegung und wettbewerbsrecht- liche Generalklauseln.	49

(2) Sondersachverhalt Presse?	53
(3) Pressespezifisch verschärfende Auslegung wettbewerbsrechtlicher Generalklauseln?	56
a) Zum Verständnis der allgemeinen Gesetze i. S. von Art. 5 Abs. 2 GG.	57
b) Verhältnismäßigkeit	64
c) Der Weg der Auslegung	67
IV. Die Anwendung von § 22 und § 26 Abs. 2 GWB	73
1. Die Schutzzwecke	73
2. Die Marktbeherrschung	78
(1) Die allgemeinen Kriterien	78
(2) Märkte für Presseleistungen	83
a) Die Abgrenzung von Anzeigenmärkten	84
aa) Lokale Anzeigen	84
bb) Regionale Anzeigen	85
cc) Überregionale Anzeigen	85
b) Die Abgrenzung von Lesermärkten	86
aa) Nichtsubstituierbare Informationsträger	86
bb) Regionale und überregionale Presse?	87
cc) Regionale und lokale Zeitungspressen	88
3. Der Mißbrauch	91
(1) Die allgemeinen Kriterien	91
a) Zusammenschlußmaßnahmen	91
b) Ausbeutungsmißbrauch	92
c) Behinderungsmißbrauch	93
d) Die These vom Nichtleistungswettbewerb	95
(2) Pressesachverhalte im einzelnen	101
a) Preispolitik	101
aa) Die gezielte Kampfpreisunterbietung	101
bb) Der Mißbrauchstransfer	106
cc) Mischkalkulation und Marktstrukturverantwortung	108
b) Koppelungsstrategien	115
c) Werbestrategien	117
d) Fusionsvorbereitende Bezirksausgaben	124
4. Das Verhältnis von § 22 GWB zu § 26 Abs. 2 Satz 1 GWB.	126
(1) Allgemeines.	126
(2) Die Drittmarktproblematik	127
V. Zur Anwendung von § 1 UWG auf marktbeherrschende Unternehmen	130
1. Die „Vorfeldthese“	131
2. Stellungnahme.	132
(1) Die Trias der geschützten Interessen	133
(2) Gute Sitten und Freiheit des Wettbewerbs	139

a) Regeln der Sittlichkeit	140
b) Konventionalnormen.	142
c) Normbildungsauftrag und Interessenabwägung	143
d) Vereinigungslehren.	144
e) Verweis auf innerrechtliche Maßstäbe.	145
(3) „Wirtschaftspolitische Neutralität“ des UWG?	147
a) Ausgrenzungen	147
b) Marktmachtdifferenzierungen in § 1 UWG	148
(4) Zum Verhältnis von UWG und GWB	150
a) Die grundsätzliche Ebene	151
b) Harmonisierungsprobleme im Detail	152
aa) UWG-Verstöße und Mißbrauch nach § 22 GWB	152
bb) GWB-Verstöße und § 1 UWG	153
aaa) Die anerkannten Fälle	153
bbb) Kartelldeliktsrecht auf der Basis von § 1 UWG	154
cc) Zur Vorfeldthese	157
VI. Ergebnisse zu Teil 1	158
Teil 2: Zur Fusionskontrolle im Pressebereich	164
I. ¹ Das Pressefusions-Kontrollgesetz von 1976 im allgemeinen	165
1. Die Entstehung des Gesetzes.	165
2. Der besondere Regelungsinhalt	167
(1) Die Anzeigepflicht nach § 23 GWB	167
(2) Die Anmeldung von Zusammenschlußvorhaben nach § 24a GWB	168
(3) Die Modifikation der Marktbeherrschungsvermutungen	168
(4) Die Änderung der Toleranzklauseln des § 24 Abs. 8 GWB	169
3. Zur Marktabgrenzung	170
(1) Der Zusammenhang mit § 22 GWB.	170
(2) Modifikationen vom Zweck der Fusionskontrolle her.	173
4. Wettbewerbliche oder publizistische Zielrichtung des Gesetzes?	175
5. Verfassungsimplicationen	178
(1) Die Gesetzgebungskompetenz des Bundes	178
(2) Die Pressefusionsnovelle als „allgemeines Gesetz“ im Sinne von Art. 5 Abs. 2 GG	180
II. Der Sachverhalt der Sanierungsfusion	182
1. Überblick der implizierten Fragen, praktischer Erfahrungen, des Meinungsstandes	182
2. Die Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung	186

(1) Die Kausalitätsfrage	186
a) Horizontale Zusammenschlüsse	186
b) Vertikale Zusammenschlüsse	186
c) Konglomerate Zusammenschlüsse.	188
(2) Berücksichtigung besonderer Pressefunktionen?.	188
3. Die Verbesserung der Wettbewerbsbedingungen.	190
(1) Zur Konzeption des Gesetzes	190
(2) Die Kriterien im einzelnen.	193
a) Das Ausscheiden eines Anbieters	193
b) Innerbetriebliche Vorteile	196
c) Die Erhaltung selbständiger Redaktionen	197
4. Die Ministererlaubnis.	201
(1) Allgemeines.	201
(2) Sanierungsfusion	204
<i>III. Zum US-amerikanischen Newspaper Preservation Act von 1970</i>	208
1. Die Konzentration im Zeitungsgewerbe.	209
2. Die Anwendung der Antitrustgesetze im Pressebereich	211
3. Inhalt und praktische Bedeutung des Newspaper Preservation Act	215
<i>IV. Ergebnisse zu Teil 2</i>	219
Literaturverzeichnis	223
Materialien	236