

Hans Kreiterling

Das Problem der
Abgrenzung von Leistungs- und
Nichtleistungswettbewerb in
der Nachfragemacht-Diskussion

Juristische Gesamtbibliothek
der Technischen Hochschule
Darmstadt

B 38433



PETER D. LANG

Frankfurt am Main · Bern · Cirencester/U.K.

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
<u>Einleitung</u>	1
1. Problemstellung	1
2. Die Aufbaustufen der Arbeit	2
<u>Teil I: Der spezifische Tatbestand "Nachfragemacht"</u>	9
1. Begriffliche Abgrenzung	9
1.1. Der Begriff der wirtschaftlichen Macht	9
1.2. Die Besonderheiten der Nachfragemacht	17
2. Arten und Ursachen der Nachfragemacht	21
2.1. Die Nachfragemacht des Handels	22
2.1.1. Allgemeine Charakterisierung	22
2.1.2. Erklärungsansätze	25
2.1.2.1. Konzentration und Umstrukturierungen im Handel	27
2.1.2.2. Einkaufszusammenschlüsse	35
2.2. Die Nachfragemacht der Weiterverarbeiter	42
2.2.1. Allgemeine Charakterisierung	42
2.2.2. Probleme im Bereich Zulieferer-Weiterver- arbeiter - die Automobilindustrie als Beispiel	44
2.3. Die Nachfragemacht der öffentlichen Hand	47
3. Zur empirischen Erfassung der Nachfragemacht	49
3.1. Nachfragemacht als Spiegelbild der Angebots- macht	50
3.2. Begrenzung der Nachfragemacht auf "bilaterale Beherrschungs-Abhängigkeits-Verhältnisse"	53
3.3. Nachfragemacht als Beschränkung des Wettbe- werbs	56
3.3.1. Abgrenzung des relevanten Marktes der Nach- frageseite	58
3.3.1.1. Sachliche Abgrenzung	58
3.3.1.2. Räumliche Abgrenzung	62
3.3.2. Feststellung der Beschränkung des Nachfrage- wettbewerbs	64
3.4. Ergebnis	65

<u>Teil II: Leistungs- und Nichtleistungswettbewerb -</u>	
	<u>Begriff, Begriffsverwendung, Erscheinungs-</u>
	<u>formen</u> 67
1.	Definition und Abgrenzung des Leistungs-
	wettbewerbs 67
1.1.	Wirtschaftswissenschaftliches Schrifttum 69
1.2.	Rechtswissenschaftliches Schrifttum 73
2.	Der Begriff Leistungswettbewerb in der Wett-
	bewerbspolitik und im Wettbewerbsrecht 75
2.1.	Der Gebrauch durch die Kartellaufsicht 75
2.2.	Die Verwendung in der Gesetzgebung 78
2.3.	Der Begriff in der Rechtsprechung 81
3.	Katalogisierung und Typisierung nichtlei-
	stungsgerechter Verhaltensweisen 82
3.1.	Der Beispielskatalog des BMWi (sog. Sünden-
	register) 83
3.2.	Verbandskataloge 87
3.2.1.	Die Gemeinsame Erklärung 87
3.2.2.	Die Wettbewerbsregeln des Markenverbandes 95
3.2.3.	Sonstige Zusammenstellungen 100
3.3.	Nebenleistungswettbewerb als Erscheinungs-
	form von Nichtleistungswettbewerb 109
4.	Ergebnis 112
5.	Exkurs: Zur Problematik einer Allgemeinver-
	bindlicherklärung von Wettbewerbsregeln und
	eines allgemeinen Diskriminierungsverbots 116
<u>Teil III: Das Konzept eines wirksamen Wettbewerbs:</u>	
	<u>Grundlage für die weiteren Abgrenzungsbe-</u>
	<u>mühungen</u> 124
1.	Zur Begründung des Rückgriffs auf den wirk-
	samen Wettbewerb 124
2.	Theoretische Fundierung des Konzepts eines
	wirksamen Wettbewerbs 126
2.1.	Der Wandel des Wettbewerbsbegriffs 126

	Seite	
2.2.	Die Aufgaben des Wettbewerbs	130
2.2.1.	Gesamtwirtschaftliche Zielvorstellungen	131
2.2.2.	Einzelwirtschaftliche Zielvorstellungen - Freiheit des Wettbewerbs als Voraussetzung	133
2.3.	Der formale Aufbau des Konzepts eines wirk- samen Wettbewerbs	134
2.4.	Die Beurteilung der Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs	137
2.5.	Zum Mittel- und Zielcharakter des Wettbewerbs	141
3.	Konsequenzen für die Wettbewerbspolitik	142
3.1.	Zielsetzungen der Wettbewerbspolitik - Der wettbewerbspolitisch adäquate Test	142
3.1.1.	Ökonomische Effizienz	143
3.1.2.	Freiheit des Wettbewerbs	146
3.2.	Zielkonflikte	148
<u>Teil IV: Ansätze zur Lösung des Problems</u>		152
1.	Zur Frage der Wahl zwischen den sich bieten- den Wegen	152
2.	Das Kriterium des Als-Ob-Wettbewerbs	154
2.1.	Verfahrensansatz und Verknüpfung mit dem Problem des Nachfragemacht-Mißbrauchs	154
2.2.	Kritik	158
3.	Diagnose von Beschränkungen der Wettbewerbs- freiheit durch Nachfragemacht	161
3.1.	Vorbemerkungen	161
3.2.	Zielrichtungen freiheitsbeschränkenden Verhaltens	163
3.2.1.	Unterscheidungen im Schrifttum	163
3.2.2.	Der Verfahrensansatz in dieser Arbeit	165
3.3.	Beschränkungen in den Beziehungen zwischen nachfragemächtigem und machtunterworfenem Partner	167
3.3.1.	Beispielsfälle und -fallgruppen	167
3.3.2.	Fragenkatalog zur Tauschsituation	170
3.3.3.	Einzelfallbeurteilung	173

3.4.	Die Markt- und Wettbewerbsbeziehungen	
	Dritter	179
3.4.1.	Mittelbare Beschränkungen	179
3.4.1.1.	Verhaltensbeispiele	179
3.4.1.2.	Einzelfallbeurteilung	183
3.4.2.	Unmittelbare Beschränkungen	187
3.4.2.1.	Verhaltensbeispiele	187
3.4.2.2.	Einzelfallbeurteilung	189
3.5.	Mehrere Zielrichtungen	191
4.	Zur Frage der Ausnahmereiche	192
4.1.	Nachfragemacht-Arten und Ausnahmereiche	192
4.2.	Nachweis nichtleistungsgerechten Verhaltens	193
	<u>Zusammenfassung</u>	196
	<u>Anhang</u>	201
1.	Auszug aus dem Beispielskatalog des BMWi	201
2.	Auszug aus der Gemeinsamen Erklärung	203
3.	Die Wettbewerbsregeln des Markenverbandes	205
	<u>Abkürzungsverzeichnis</u>	208
	<u>Literaturverzeichnis</u>	210