

Rüdiger Hahn

Behinderungs-
mißbräuche
marktbeherrschender
Unternehmen

Eine Untersuchung der Beeinträchtigung
von Wettbewerb und Marktstruktur durch
horizontalen Nichtleistungswettbewerb
als Gegenstand der Mißbrauchsaufsicht
nach § 22 Abs. 4 S. 2 Nr. 1 GWB

B 42 269

Juristische Gesamtbibliothek
der Technischen Hochschule
Darmstadt



Verlag Peter Lang

FRANKFURT AM MAIN · BERN · NEW YORK

INHALTSVERZEICHNIS

Schrifttumsverzeichnis	9
Materialien	23
Abkürzungsverzeichnis	25
1. EINLEITUNG	27
1.1. Zur Problemstellung	27
1.2. Konzepte	30
1.2.1. Ulmer	30
1.2.2. Kammergericht	33
1.2.2.1. Kombinationstarif	33
1.2.2.2. Rama-Werbeaktion	34
1.2.2.3. Sonntag Aktuell	35
1.2.2.4. Fertigfutter	36
1.3. Die Grundlagen	38
1.3.1. Nichtleistungswettbewerb und Marktstrukturveränderung als zulässiger Gegenstand der Mißbrauchsaufsicht nach § 22 Abs. 4 GWB	38
1.3.2. Die Verschränkung von Unlauterkeits- und Kartellrecht als Voraussetzung des Nichtleistungskonzeptes	42
1.3.3. Verbraucherschutz und GWB	48
2. DER ZUGRUNDEGELEGTE MISSBRAUCHSBEGRIFF	53
2.1. Zum Begriff des Leistungs- bzw. Nichtleistungswettbewerbs	53
2.1.1. Ältere Stellungnahmen	53
2.1.2. Neuere Stellungnahmen	58
2.1.3. Zwischenergebnis	62
2.2. Negative Marktwirkung	65
2.2.1. Nachweisanforderungen	65
2.2.2. Abgrenzungen	70
2.2.3. Vereinbarkeit der entworfenen Konzeption mit der 4. GWB-Novelle	73
2.2.4. Systematisches Verhältnis zu § 37a Abs. 3 GWB	77
3. UNTERSUCHUNGSFELDER	81
3.1. Werbung	81

3.1.1.	<i>Wertreklame</i>	81
3.1.1.1.	<i>Vorspannangebote</i>	82
3.1.1.2.	<i>Ungekoppelte Vorspannangebote</i>	86
3.1.1.2.1.	<i>Psychologischer Kaufzwang</i>	86
3.1.1.2.2.	<i>Übermäßiges Anlocken / unsachliche Werbung</i>	88
3.1.1.2.3.	<i>Marktwirkungen</i>	90
3.1.1.2.4.	<i>Stellungnahme</i>	91
3.1.1.3.	<i>Verschenken von Originalware</i>	93
3.1.2.	<i>Suggestive Wort- und Bildwerbung</i>	100
3.1.3.	<i>Analyse der Rechtsprechung</i>	107
3.1.4.	<i>Schlußfolgerungen</i>	110
3.1.4.1.	<i>Werbung und Leistungswettbewerb</i>	110
3.1.4.2.	<i>Werbung und negative Marktwirkung</i>	115
3.1.4.3.	<i>Möglichkeiten und Grenzen der Kontrolle übermäßiger Werbung als Behinderungsmaßbrauch über § 22 Abs. 4 GWB</i>	119
3.2.	<i>Absatz und Vertrieb</i>	125
3.2.1.	<i>Ausschließlichkeitsbindungen und Koppelungen</i>	125
3.2.1.1.	<i>Grundlegung</i>	125
3.2.1.2.	<i>Schlußfolgerungen</i>	131
3.2.1.2.1.	<i>Ausschließlichkeitsbindungen, Koppelungen, Leistungswettbewerb und negative Marktwirkung</i>	131
3.2.1.2.2.	<i>Ausschließlichkeitsbedingungen, Koppelungsverträge und § 22 Abs. 4 GWB</i>	134
3.2.2.	<i>Rabatte</i>	136
3.2.2.1.	<i>Einleitung</i>	136
3.2.2.2.	<i>Typen / Überblick</i>	137
3.2.2.3.	<i>Treuerabatte</i>	138
3.2.2.4.	<i>Mengenrabatte</i>	140
3.2.2.5.	<i>Umsatzrabattsysteme</i>	144
3.2.2.6.	<i>Funktionsrabatte</i>	152
3.2.2.7.	<i>Schlußfolgerungen</i>	154
3.2.3.	<i>Sonstige Beeinflussungen der Handelsfunktionen</i>	159
3.2.3.1.	<i>Rechtsprechung</i>	159
3.2.3.2.	<i>Analyse der Rechtsprechung</i>	164
3.2.3.3.	<i>Schlußfolgerungen</i>	171
3.3.	<i>Preiswettbewerb und Preisunterbietungen</i>	175
3.3.1.	<i>Einleitung</i>	175
3.3.2.	<i>Rechtsprechung / Kartellamtspraxis</i>	177

3.3.3.	<i>Analyse der Rechtsprechung</i>	181
3.3.4.	<i>Kriterien</i>	185
3.3.4.1.	<i>Vernichtungsabsicht</i>	186
3.3.4.2.	<i>Marktpreis als Vergleichsgröße</i>	187
3.3.4.3.	<i>Marktstrukturverantwortung</i>	189
3.3.4.4.	<i>Kostenkriterien</i>	191
3.3.4.4.1.	Einleitung	191
3.3.4.4.2.	Die Bestimmbarkeit von Gesamtkosten	192
3.3.4.4.3.	Der Zusammenhang von Kosten und Preisen	197
3.3.4.4.4.	Die Areeda-Turner-Regel	198
3.3.4.4.5.	Stellungnahme	204
3.3.4.5.	<i>Einzelfallanalyse ("Theorie der beweglichen Schranken")</i>	207
3.3.5.	<i>Schlussfolgerungen</i>	210
3.3.5.1.	<i>Preisunterbietungen und Leistungswettbewerb</i>	210
3.3.5.2.	<i>Negative Marktwirkung</i>	215
3.3.6.	<i>Exkurs: Lockvogelangebote</i>	220
3.4.	Qualitätswettbewerb und Produktdifferenzierung	224
3.4.1.	<i>Einleitung</i>	224
3.4.2.	<i>Mehrfache Produktabwandlungen</i>	224
3.4.3.	<i>Häufige Produktwechsel</i>	226
3.4.4.	<i>Schlussfolgerungen</i>	227
4.	ZUSAMMENFASSENDE WÜRDIGUNG DES NICHTLEISTUNGSKONZEPTE	229
5.	ALTERNATIVE KONZEPTIONEN	241
5.1.	Möschel: Theorie der beweglichen Schranken	241
5.2.	Hoppmann/Wilde: Das Konzept Marktspaltung	245
5.3.	Raiser/Ott: Behinderungsmissbrauch als Institutsmissbrauch	249
6.	ORDNUNGSPOLITISCHE FUNDAMENTE DES VORGESTELLTEN NICHTLEISTUNGSKONZEPTE	253
6.1.	Grundlegung	253
6.2.	Das Verhältnis zur Theorie des funktionsfähigen Wettbewerbs	255
6.3.	Das Verhältnis zum Konzept Wettbewerbsfreiheit	257
6.4.	Kurze kritische Würdigung der Theorie des funktionsfähigen Wettbewerbs	260