

GLIEDERUNG

GLIEDERUNG.....	IV
LITERATURVERZEICHNIS.....	VIII
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	XX
A.EINLEITUNG	1
B.CD-ROM-ERZEUGNISSE	6
I. DIE CD-ROM IM KONTEXT DES ENTWICKLUNGSMODELLS INFORMATIONSGESELLSCHAFT	6
II. DIE TECHNIK DES SPEICHERMEDIUMS CD-ROM	7
1. Herstellungsverfahren	9
2. Qualitätsmerkmale der CD-ROM	11
III. GEGENWARTIGE VERBREITUNG UND ERSCHEINUNGSFORMEN.....	12
1. Verbreitung, Vertrieb und wirtschaftliche Bedeutung für den Verlegermarkt	12
2 Inhaltliche Erscheinungsformen am Markt	13
3. Kategorisierung.....	15
a) Nur-Text-CD-ROM	15
b) CD-ROM mit multimedialem Inhalt und sonstigen Anwendungsfunktionen	16
c) Anwenderprogramme	18
d) Computerprogrammspeicherung	19
e) Neues künstlerisches Ausdrucksmittel der Computerästhetik.....	19
f) Kombinationsprodukte.....	20
aa) Kombination aus CD-ROM und herkömmlichem Verlagserzeugnis	20
bb) Kombination (Nur-Text-)CD-ROM und (multimedial-illustrierende)CD-ROM	22
cc) Getrennter Vertrieb zusammengehöriger CD-ROM und Buch	22
dd) Online-offline-Kombinationen	22
4. Ausblick.....	23
a) DVD	23
b) Online-Datenbanken	24
C. DIE STELLUNG DES PREISBINDUNGSSYSTEMS (FÜR VERLAGSERZEUGNISSE) IM KARTELLRECHT	26
D. DER AUSNAHMETATBESTAND DES § 16 GWB (JETZT: § 15 ABS. 1 GWB).....	28
I. ENTSTEHUNGSGESCHICHTE DER PREISBINDUNG BEI VERLAGSERZEUGNISSEN.....	28
1. Entwicklung bis 1888	29
2. Kröner Reform von 1888.....	31
3. Zwischenbetrachtung. Die Etablierung des Preisbindungssystems vor dem Hintergrund der Doppelaspektivität des Buches	33
4. Die Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg	35
a) Das Preisbindungssystem in der Nachkriegszeit	35
b) Entstehung des § 16 GWB (jetzt § 15 Abs. 1 GWB) (chem. § 11 GWB).	36
c) Novelle des GWB	38
5. Zusammenfassung	39
II. GEGENWARTIGE PRAXIS DER PREISBINDUNG FÜR VERLAGSERZEUGNISSE.....	39
1. Sammelreviers	39
2 Satzung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V. vom 14. Juni 1996.....	40
III. DIE TATBESTANDSVORAUSSETZUNGEN DES § 16 GWB (JETZT: § 15 ABS. 1 GWB).....	42
1. Bindung.....	42
2. Unternehmer	43
3. Schriftform	43
4. Lückenlosigkeit.....	44
5. Missbrauchsaufsicht des Bundeskartellamtes gem. § 17 GWB (jetzt: § 15 Abs. 3 GWB).....	45

IV. BEZÜGE ZUM EG-KARTELLRECHT.....	45
1. Die Entwicklung der Diskussion der Zulässigkeit des deutschen Preisbindungssystems und des Drei-Länder-Sammelreverses auf europäischer Ebene und die Entwicklung des Prüfungsverfahrens der Kommission.....	46
2. Vereinbarkeit mit Art. 85 EGV.	49
a) Allgemeine Voraussetzungen	49
b) Übersicht über die Rechtsprechung des EuGH und Entscheidungspraxis der Kommission	49
c) Inhalt und Bedeutung der Entscheidungen für das Preisbindungssystem des Drei-Länder-Sammelreverses.....	50
d) Freistellungsmöglichkeit nach Art. 85 III EGV	53
3. Bedeutung des Art. 128 EGV, insbesondere der Querschnittsklausel des Art. 128 IV EGV	55
a) Anwendbarkeit des Art. 128 Abs. 4 EGV bei Art. 85 EGV	57
b) Wirkung des Art. 128 Abs. 4 EGV im Verhältnis zu Art. 85 EGV.	57
E. DER BEGRIFF DES VERLAGSERZEUGNISSES IN RECHTSPRECHUNG, LITERATUR UND SPRUCHPRAXIS DES BUNDESKARTELLAMTES	60
I. DIE ENTWICKLUNG DES BEGRIFFES DES VERLAGSERZEUGNISSES IN RECHTSPRECHUNG UND LITERATUR BIS ZUM AUFKOMMEN DER CD-ROM	60
1. Rechtsprechung.....	60
2. Die Literatur.....	64
3. Bundeskartellamt.....	64
4. Einzelne Gegenstände	64
5. Konsequenzen für die CD-ROM-Erzeugnisse	65
II. DIE BEHANDLUNG VON CD-ROM-ERZEUGNISSEN IN DER SPRUCHPRAXIS DES BUNDESKARTELLAMTES UND RECHTSPRECHUNG SOWIE NEUE ANSÄTZE EINER DEFINITION.....	67
1. Bundeskartellamt	67
a) Erste Abgrenzungsversuche in der Vergangenheit bei anderen elektronischen Publikationsformen	67
b) Der Beschuß des Bundeskartellamtes vom 25. Mai 1994	68
2. Rechtsprechung	69
a) Der Beschuß des Kammergerichtes vom 17. Mai 1995	70
b) Der Beschuß des Bundesgerichtshofes vom 11. März 1997	73
3. Neue Lösungsansätze im neueren Schriftum	77
a) Topel	78
b) Fezer	82
c) Russ	84
d) Feyock	85
4. Andere	86
a) Befürworter einer grundsätzlichen Preisbindungsfähigkeit von CD-ROM-Erzeugnissen	86
b) Gegner einer Preisbindungsfähigkeit von CD-ROM-Erzeugnissen	90
III. ZUSAMMENFASSUNG	92
F. DIE PRÄMISSE EINER ENGEN AUSLEGUNG DES § 16 GWB (JETZT: § 15 ABS. 1 GWB).....	94
I. BERECHTIGUNG DES FORMALISTISCHEN ANSATZES DER ENGEN AUSLEGUNG.....	98
1. Enge Auslegung des § 16 GWB (jetzt: § 15 Abs. 1 GWB) wegen seines Charakters als Ausnahmeverordnung	98
2. Normativer Ansatz.....	98
3. Stellungnahme	99
II. DIE PRÄMISSE EINER ENGEN AUSLEGUNG UND DAS MERKMAL DER TRADITION IN DER RECHTSPRECHUNG DES BUNDESGERICHTSHOFES ZU § 16 GWB (JETZT: § 15 ABS. 1 GWB).....	100
1. Der Ursprung der Prämisse einer engen Auslegung des Verlagsergebnisbegriffes des § 16 GWB (jetzt: § 15 Abs. 1 GWB) in der "Schallplatten I"-Entscheidung des Bundesgerichtshofes.....	100
a) "Einschränkende Auslegung" wegen der Gesetzesstruktur des § 16 GWB a.F.	101
b) Einengung durch Maßgeblichkeit des Vorstellungshorizontes des Gesetzgebers	102
2. Die enge Auslegung in der nachfolgenden Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes.....	106
a) "Briefmarkenalben"-Entscheidung	107
b) "Schulbuch-Sammelbestellungen"-Entscheidung	109
c) "Fachzeitschrift auf CD-ROM"-Entscheidung	110
3. Würdigung und Stellungnahme	110
a) Berechtigung der Einengung aus der Systematik des § 16 GWB a.F	111
b) Kritik an der Maßgeblichkeit des Vorstellungshorizontes des Gesetzgebers	112
4. Ergebnis	120

G. DER KULTURPOLITISCHE ZWECK DER LEGISLATIVEN ENTSCHEIDUNG BEI § 16 GWB (JETZT: § 15 ABS. 1 GWB)	122
I. KULTURPOLITISCHER ZWECK ODER LEDIGLICH ÖKONOMISCHE SICHERUNG DURCH § 16 GWB (JETZT: § 15 ABS. 1 GWB)?	122
1. Sinn und Zweck nach den Dokumenten der Gesetzgebungsgeschichte	122
2. Grundsätzliche Kritik an der Sichtweise eines kulturpolitischen Zweckes des § 16 GWB (jetzt: § 15 Abs. 1 GWB)	124
3. Stellungnahme	126
a) Zusammenhang zwischen kulturpolitischem Zweck und Preisbindungssystem nach den Erfahrungen anderer Länder ohne Preisbindungssystem für Verlagserzeugnisse	127
aa) Schweden	127
bb) USA	130
cc) Frankreich	131
dd) Großbritannien	131
b) Forderung der Titelvielfalt	131
c) Kulturtypischer Hintergrund	133
4. Zwischenergebnis Genereller kulturpolitischer Zweck	136
II. INHALT DES KULTURPOLITISCHEN ANLIEGENS DES § 16 GWB (JETZT: § 15 ABS. 1 GWB)	136
1. Besondere Merkmale des Platzhalters für herkömmliche Verlagserzeugnisse "Buch"	138
2. Die besonderen Kommunikationsmerkmale der Verständigungsform Lesen	139
a) Kulturpolitische Bedeutung	139
b) Verfassungspolitische Bedeutung	143
c) Ergebnis	144
3. Weitere Qualitätsmerkmale des gedruckten Wortes	144
a) Ästhetischer Eigenwert	144
b) Authentizität	145
c) Selektion durch Begrenzung des Informationstransfervolumens qua körperlicher Beschaffenheit	146
4. Ergebnis	146
H. BEGRIFFSMERKMALE DES VERLAGSERZEUGNISSES BEI ENTWICKLUNGSOFFENER AUSLEGUNG UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DES BESONDEREN INHALTES DES KULTURPOLITISCHEN ANLIEGENS BEI § 16 GWB (JETZT: § 15 ABS. 1 GWB)	147
I. ENTWICKLUNG DER WESENTLICHEN BEGRIFFSMERKMALE DES BEGRIFFES DES VERLAGSERZEUGNISSES	147
1. Optische Aufnahme des Inhaltes	150
a) Lesbarkeit	150
b) Unbewegte Bildhaftigkeit	152
c) Lesbarkeit als primärer Zweck der Inhaltsrezeption	152
d) Lesbarkeit und Bildhaftigkeit als Ausdruck des kulturpolitischen Inhaltes von § 16 GWB (jetzt: § 15 Abs. 1 GWB)	153
2. Herstellungweise	154
3. Buchhändlerischer Vertrieb	157
4. Das Verlagserzeugnis als Ergebnis verlegerischer Tätigkeit	160
5. Berücksichtigung weiterer Wesensmerkmale herkömmlicher Verlagserzeugnisse	161
a) Authentizität und Lebensdauer	161
b) Eigene Ästhetik	162
c) Selektion durch körperliche Beschaffenheit	162
II. ERGEBNIS	163
J. EINORDNUNG DER CD-ROM-ERZEUGNISSE UNTER DIE ENTWICKELTEN KRITERIEN ...	165
I. NUR-TEXT-CD-ROM-ERZEUGNISSE, DIE ALS BUCHERSATZ ERSCHEINEN	165
1. Lesbarkeit/Bildhaftigkeit	165
2. Buchhändlerischer Vertrieb	166
3. Die CD-ROM als Ergebnis verlegerischer Tätigkeit	168
4. Zwischenergebnis für die CD-ROM als Buchersatz	168
5. Negativmerkmale des Kammergerichtes und Bundeskartellamtes und Kritik der Literatur	168
a) Suchfunktion	169
b) Exportfunktion	170
c) Umfang der Registersoftware	171
d) Eigenheiten des Nutzerverhaltens	172
e) Widerspruch zur kartellrechtlich-ökonomischen Zielsetzung des § 16 GWB (jetzt: § 15 Abs. 1 GWB)?	174
f) Grundlegend unterschiedliche Vertriebsgestaltungen im CD-ROM-Abo	176
6. Ergebnis für die Nur-Text-CD-ROM	179

II. CD-ROM MIT AUCH MULTIMEDIALEM INHALT.....	179
1. Primärer Zweck der Inhaltsrezeption.....	180
2 Abgrenzungsfragen	184
a) Computerspiele	186
b) Edutainment	186
c) Lexika	187
III. ANWENDERSOFTWARE.....	187
IV. NEUES KUNSTLERISCHES AUSDRUCKSMITTEL DER COMPUTERÄSTHETIK.....	189
V. KOMBINATIONSPRODUKTE	190
1 Kombination aus CD-ROM und herkömmlichem Verlagserzeugnis	191
a) CD-ROM schon für sich ein Verlagszeugnis	191
b) Kombinationsprodukt aus CD-ROM (kein Verlagserzeugnis) und Verlagserzeugnis (auch in der Form einer CD-ROM)	191
2. Kombination aus (Verlagserzeugnis-)CD-ROM und multimedialer CD-ROM	193
3. Illustrierende CD-ROM, dazugehöriges aber getrennt eigenständig verkauftes Verlagserzeugnis.....	193
4. Online-Offline-Kombination	194
VI NUR DIGITAL PUBLIZIERTE CD-ROM-ERZEUGNISSE	196
1. Problemstellung	196
2. Erforderlichkeit eines substituierten Hauptproduktes	197
3. CD-ROM-Erzeugnisse ohne Hauptprodukt und nur elektronisch publizierender Unternehmen	198
a) Verlegerische Tätigkeit	199
b) Unternehmer iSd § 16 GWB (jetzt § 15 Abs. 1 GWB)	199
VII. COMPUTERPROGRAMMSPEICHERUNG	201
VIII. WEITERE MISCHFORMEN	202
K. PROBLEME DER PRAKTISCHEN DURCHSETZUNG DER PREISBINDUNG FÜR CD-ROM-ERZEUGNISSE	203
I. ÄNDERUNG DER SATZUNG DES BÖRSENVEREINS DES DEUTSCHEN BUCHHANDELS E.V.	204
II. IMPLIKATIONEN FÜR DIE LUCKENLOSIGKEIT	205
III. BEDEUTUNG IM HINBLICK AUF § 17 GWB (JETZT: § 15 ABS. 3 GWB).....	207
L. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	216