

Übersicht

Inhaltsverzeichnis	9
Abkürzungsverzeichnis	21
1 EINLEITUNG	27
2 BEGRIFFSBESTIMMUNGEN	31
2.1 <i>Bedingungsdefinition – Verursachungsdefinition des Begriffes „Koppelungsgeschäft“</i>	31
2.2 <i>Die 2-Güter-Frage.</i>	39
2.3 <i>Abgrenzung zur Bestechung</i>	49
2.4 <i>Koppelungen durch Produktgestaltung (physical tie-ins)</i>	52
2.5 <i>Reziprozitätsgeschäfte</i>	55
3 UNTERNEHMERISCHE FUNKTIONEN VON KOPPELUNGSGESCHÄFTEN	57
3.1 <i>Hebefunktion (Absatzförderung)</i>	57
3.2 <i>Qualitätskontrolle</i>	68
3.3 <i>Kostenvorteile durch gemeinsamen Vertrieb oder gemeinsame Produktion.</i>	75
3.4 <i>Technische Komplementarität</i>	77
3.5 <i>Verdeckung der Preisberechnung.</i>	80
3.6 <i>Zählfunktion</i>	88
3.7 <i>Preisdifferenzierung</i>	92
3.8 <i>Verhinderung von Arbitrage</i>	110
3.9 <i>Risikoverteilung zwischen Anbieter und Abnehmer.</i>	113
3.10 <i>Kreditfunktion</i>	122
3.11 <i>Optimierung der Absatzchancen</i>	124

4 ARGUMENTE GEGEN DIE ZULÄSSIGKEIT VON KOPPELUNGSGESCHÄFTEN	129
4.1 Freiheitsargument	129
4.2 Mißbrauchsargument	150
4.3 Argument der fehlenden oder erschweren Vergleichsmöglichkeit des Abnehmers	172
4.4 Argument der Irreführung des Abnehmers.	178
4.5 Argument der unsachlichen Beeinflussung des Abnehmers	200
4.6 Wettbewerbsargument.	218
4.7 Verdrängungsargument	223
4.8 Monopolisierungsargument.	268
4.9 Marktzutrittsschrankenargument	292
4.10 Effizienzargument.	308
4.11 Ergebnisse	331
5 VERGLEICH ZUM GELTENDEN RECHT	335
5.1 Tying Arrangements unter dem U.S.-Antitrustrecht.	335
5.2 Koppelungsgeschäfte unter dem EG-Kartellrecht	349
5.3 Koppelungsgeschäfte unter dem deutschen Recht	377
Literaturverzeichnis	417

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	27
2	BEGRIFFSBESTIMMUNGEN	31
2.1	<i>Bedingungsdefinition – Verursachungsdefinition des Begriffes „Koppelungsgeschäft“</i>	31
2.1.1	Koppelungsgeschäfte i.e.S. – Koppelungsgeschäfte i.w.S.	35
2.1.2	Koppelndes Gut – gekoppeltes Gut	35
2.2	<i>Die 2-Güter-Frage</i>	39
2.2.1	Vorbemerkung: Tatsachen- oder Wertungsfrage?	40
2.2.2	Angebots-orientierter Maßstab	42
2.2.3	Produkt-orientierter Maßstab	42
2.2.4	Nachfrage-orientierter Maßstab	44
2.2.5	Wettbewerbs-orientierter Maßstab	45
2.2.6	Stellungnahme	45
2.3	<i>Abgrenzung zur Bestechung</i>	49
2.4	<i>Koppelungen durch Produktgestaltung (physical tie-ins)</i>	52
2.5	<i>Reziprozitätsgeschäfte</i>	55

3	UNTERNEHMERISCHE FUNKTIONEN VON KOPPELUNGSGESCHÄFTEN	57
3.1	<i>Hebefunktion (Absatzförderung)</i>	57
3.1.1	Die Hebefunktion im Falle des marktmächtigen Anbieters	58
3.1.2	Die Hebefunktion im Falle der besonderen Attraktivität des koppelnden Gutes	59
3.1.2.1	Zugaben und Vorspannangebote	60
3.1.2.2	Lockvogelangebote und unentgeltliche Kundenförderung (Verbundeffekt)	62
3.1.2.3	Sensationskoppelungen	63
3.1.2.4	Differenzierungskoppelungen	65
3.2	<i>Qualitätskontrolle</i>	68
3.2.1	Komplementärgüter	68
3.2.2	Herstellergarantie	71
3.2.3	Franchising	72
3.3	<i>Kostenvorteile durch gemeinsamen Vertrieb oder gemeinsame Produktion</i>	75
3.4	<i>Technische Komplementarität</i>	77
3.5	<i>Verdeckung der Preisberechnung</i>	80
3.5.1	Umgehung einer Höchstpreisregelung	80
3.5.2	Umgehung einer Mindestpreisregelung	81
3.5.3	Ausbruch aus Preiskartell	82
3.5.4	Ausbruch aus engem Oligopol	83
3.5.5	Preiskampf im Markt für das gekoppelte Gut	83
3.5.6	Verdeckung praktizierter Preisdifferenzierung	84

3.5.7	Umgehung vertikaler Preisbindung	85
3.5.8	Umgehung einer Royalty-Regelung	86
3.5.9	Verlagerung von Kosten in ein anderes Budget	86
3.6	Zählfunktion	88
3.7	Preisdifferenzierung	92
3.7.1	Koppelungsgeschäfte zur Verdeckung praktizierter Preisdifferenzierung	93
3.7.2	Koppelungsgeschäfte zur Erzielung von Preisdifferenzierung	95
3.7.3	Koppelungsgeschäfte zur Simulation von Preisdifferenzierung	100
3.7.4	Exkurs: Ist mit der Zählfunktion von Koppelungsgeschäften automatisch Preisdifferenzierung verbunden?	104
3.8	Verhinderung von Arbitrage	110
3.9	Risikoverteilung zwischen Anbieter und Abnehmer	113
3.9.1	Übernahme des Versorgungsrisikos durch den Anbieter.	113
3.9.2	Übernahme des technischen oder finanziellen Risikos bei Investition in das koppelnde Gut	115
3.9.3	Abwälzung des Produktions- und Vermarktungsrisikos für das gekoppelte Gut auf den Abnehmer	117
3.9.4	Exkurs: Ist mit der Funktion der Risikoverteilung von Koppelungsgeschäften automatisch Preisdifferenzierung verbunden?	118
3.10	Kreditfunktion	122
3.11	Optimierung der Absatzchancen	124

3.11.1	Steigerung der Werbemaßnahmen für das koppelnde Gut	124
3.11.2	Optimale Inputkombination	125
3.11.3	Überwindung von Fernwirkungen aus anderen Märkten	126
4	ARGUMENTE GEGEN DIE ZULÄSSIGKEIT VON KOPPELUNGSGESCHÄFTEN	129
4.1	<i>Freiheitsargument</i>	129
4.1.1	Tatsächliche Ebene	130
4.1.1.1	Handicaps des Abnehmers	130
4.1.1.2	Vertragliche Bindung des Abnehmers	131
4.1.1.3	Die vier Stufen des Zwanges	132
4.1.1.3.1	Erste Stufe des Zwanges: Verlust des Preisnachlasses	132
4.1.1.3.2	Zweite Stufe des Zwanges: Kosten für den Wechsel des Anbieters	134
4.1.1.3.3	Dritte Stufe des Zwanges: Kosten für die Weitergabe des gekoppelten Gutes und Ersatzbeschaffung	134
4.1.1.3.4	Vierte Stufe des Zwanges: Kosten für den Verzicht des Anbieters auf die Koppelungsbedingung oder für den Austausch des gekoppelten Gutes	137
4.1.1.3.5	Quantitative Abstufungen	140
4.1.2	Normative Ebene	141
4.1.2.1	Formale – materielle Freiheitsbeschränkung	141
4.1.2.2	Das Freiheitsargument als Wertungsfrage	141
4.1.2.2.1	Binnenperspektive – Außenwirkungen	142
4.1.2.2.2	Qualitative – quantitative Betrachtung	142
4.1.2.3	Abschluß- und Auswahlfreiheit des Abnehmers versus Preissetzungsfreiheit des Anbieters	143
4.1.2.4	Abschluß- und Auswahlfreiheit des Abnehmers versus Angebotsfreiheit des Anbieters	143
4.1.2.5	Verhaltenskontrolle über marktmächtige Unternehmen	144
4.1.2.5.1	Das Zeitproblem	145

4.1.2.5.2	Der „Als ob“-Wettbewerb als Maßstab	146
4.1.2.5.3	Die Frage nach der Ursache der Marktmacht	147
4.1.2.5.4	Die Rechtfertigungslösung	148
4.2	Mißbrauchsargument	150
4.2.1	Preisüberhöhung	150
4.2.1.1	Marktergebniskontrolle über Koppelungsgeschäfte ?	151
4.2.1.2	Berechnung des überhöhten Preises beim Koppelungsgeschäft	152
4.2.1.2.1	Fall der eingeschränkten Abschlußfreiheit	153
4.2.1.2.2	Fall der eingeschränkten Auswahlfreiheit	161
4.2.1.2.3	Exkurs: Wann behält der Abnehmer das gekoppelte Gut, wann gibt er es weiter ?	163
4.2.1.3	Doppelter Monopolpreis durch Koppelungsgeschäfte ?	167
4.2.1.4	Berechnung des überhöhten Preises beim Koppelungsgeschäft mit Bezugsbindung	168
4.2.1.5	Preisstrukturmißbrauch	169
4.2.2	Preisdifferenzierung	170
4.3	Argument der fehlenden oder erschwerten Vergleichsmöglichkeit des Abnehmers	172
4.3.1	Tatsächliche Ebene	172
4.3.1.1	Exkurs: Fehlende oder erschwerte Vergleichsmöglichkeit wegen Fehlens eines Vergleichspunktes	173
4.3.1.2	Preisauszeichnung; offenes – verdecktes Koppelungsgeschäft	174
4.3.1.3	Koppelung; Koppelungsgeschäft i.e.S. – Koppelungsgeschäft i.w.S.	175
4.3.2	Normative Ebene	176
4.4	Argument der Irreführung des Abnehmers	178
4.4.1	Tatsächliche Ebene	178
4.4.1.1	Angabe des Anbieters	178
4.4.1.2	Bedeutung von „preisgünstiges Angebot“	180
4.4.1.3	Preisgünstigkeit des Koppelungsgeschäfts selbst . .	181
4.4.1.4	Preisgünstigkeit des koppelnden Gutes	183

Inhaltsverzeichnis

4.4.1.5	Preisgünstigkeit des gekoppelten Gutes	186
4.4.1.6	Unrichtigkeit des Eindrucks der Abnehmer, sie bekämen ein besonders günstiges Angebot	187
4.4.1.6.1	Argument der Preisverschleierung	188
4.4.1.6.2	Überprüfbarkeit des allgemeinen Eindrucks der Preisgünstigkeit des koppelnden Gutes	190
4.4.2	Normative Ebene	192
4.4.2.1	Irreführung über die Leistungsfähigkeit des Anbieters	194
4.4.2.2	Irreführung über die Wettbewerbsfähigkeit des Anbieters	196
4.5	Argument der unsachlichen Beeinflussung des Abnehmers	200
4.5.1	Tatsächliche Ebene	200
4.5.2	Normative Ebene	204
4.5.2.1	Attraktiver Preis oder Unentgeltlichkeit des koppelnden Gutes	204
4.5.2.1.1	Koppelungsgeschäfte i.e.S.	205
4.5.2.1.1.1	Hebfunktion von Koppelungsgeschäften	205
4.5.2.1.1.2	Exkurs: Bestechungsargument	207
4.5.2.1.1.3	Andere Funktionen von Koppelungsgeschäften	209
4.5.2.1.2	Koppelungsgeschäfte i.w.S.	210
4.5.2.1.2.1	Preislich besonders attraktives koppelndes Gut	210
4.5.2.1.2.2	Unentgeltliches koppelndes Gut	211
4.5.2.2	Aleatorische Veranstaltung als koppelndes Gut	214
4.5.2.3	Marktmacht des Anbieters im Markt für das koppelnde Gut	216
4.6	Wettbewerbsargument	218
4.6.1	Koppelungsgeschäfte i.e.S.	218
4.6.2	Koppelungsgeschäfte i.w.S.	222
4.7	Verdrängungsargument	223
4.7.1	Tatsächliche Ebene	223
4.7.1.1	Verdrängung aus dem Markt für das gekoppelte Gut	223
4.7.1.1.1	Zeitliche Wirkung der Verdrängung	224

4.7.1.1.2	Breitenwirkung der Verdrängung	226
4.7.1.1.2.1	Zum Nachfragezusammenhang	227
4.7.1.1.2.2	Zur Marktstellung des Anbieters im Markt für das koppelnde Gut	228
4.7.1.1.2.3	Zur Koppelungspraxis der Wettbewerber im Markt für das koppelnde Gut	229
4.7.1.1.2.4	Die 2-Güter-Frage und die Verdrängungswirkung	230
4.7.1.1.2.5	Kumulierung von zeitlicher Verdrängungswirkung und Breitenwirkung	231
4.7.1.1.3	Bedeutung der Funktionen von Koppelungsgeschäften für die Verdrängungswirkung	232
4.7.1.1.3.1	Hebefunktion	233
4.7.1.1.3.2	Kostenvorteile durch gemeinsamen Vertrieb oder gemeinsame Produktion	233
4.7.1.1.3.3	Technische Komplementarität	234
4.7.1.1.3.4	Verdeckung der Preisberechnung	234
4.7.1.1.3.5	Optimierung der Absatzchancen	235
4.7.1.1.3.6	Qualitätskontrolle	236
4.7.1.1.3.7	Übrige Funktionen von Koppelungsgeschäften	238
4.7.1.1.4	Sekundäre Verdrängungswirkung	239
4.7.1.2	Verdrängung aus dem Markt für das koppelnde Gut	241
4.7.2	Normative Ebene	243
4.7.2.1	Schutz des Wettbewerbes, nicht der Wettbewerber .	243
4.7.2.2	Leistungswettbewerb/Nichtleistungswettbewerb .	244
4.7.2.2.1	Preiswettbewerb durch Lockvogelangebote, Vorspannangebote und Zugaben im Markt für das koppelnde Gut	244
4.7.2.2.2	Preiswettbewerb durch Lockvogelangebote, Vorspannangebote und Zugaben im Markt für das gekoppelte Gut	247
4.7.2.2.3	Lockvogelangebote, Vorspannangebote und Zugaben als besondere Formen des Leistungswettbewerbes im Markt für das gekoppelte Gut	248
4.7.2.3	Wettbewerberschutz als Reflex des Abnehmerschutzes	250
4.7.2.3.1	Pramat der Abnehmerentscheidung	251
4.7.2.3.2	Zwang des Abnehmers	251
4.7.2.3.2.1	Quantitative Betrachtung – Ausbeutung	252
4.7.2.3.2.2	Qualitative Betrachtung – Freiheitsbeschränkung .	252

Inhaltsverzeichnis

4.7.2.4	Abnehmer- und Drittschutz als Reflex des Wettbewerberschutzes	253
4.7.2.4.1	Schutz der gebundenen/freien Abnehmer	253
4.7.2.4.2	Drittirkungen von Koppelungsgeschäften in tatsächlicher Hinsicht	254
4.7.2.4.3	Drittirkungen von Koppelungsgeschäften in normativer Hinsicht	255
4.7.2.4.3.1	Internalisierung externer Effekte	255
4.7.2.4.3.2	Quantitative – qualitative Betrachtung	256
4.7.2.4.3.3	Ausgleich entgegengesetzter Handlungsfreiheiten . .	257
4.8	Monopolisierungsargument	268
4.8.1	Tatsächliche Ebene	268
4.8.1.1	Monopolisierung des Marktes für das gekoppelte Gut	268
4.8.1.1.1	Die drei Stufen des Nachfragezusammenhangs . . .	269
4.8.1.1.2	Die relevante Marktstellung des Anbieters	270
4.8.1.1.3	Die Wirkungen der Monopolisierung	272
4.8.1.2	Monopolisierung des Marktes für das koppelnde Gut	273
4.8.2	Normative Ebene	274
4.8.2.1	Schutzrichtung des Monopolisierungsargumentes .	275
4.8.2.2	Zur Marktmacht des Anbieters	275
4.8.2.3	Zur erheblichen Verschlechterung der Marktstruktur im Markt für das gekoppelte Gut	277
4.8.2.3.1	Analogie zur Fusionskontrolle	277
4.8.2.3.2	Prognose über die erhebliche Verschlechterung der Marktstruktur im Markt für das gekoppelte Gut	281
4.8.2.3.3	Der relevante Markt für das gekoppelte Gut	283
4.8.2.4	Verfahrensfragen	284
4.8.2.5	Prüfungsfolge; Beweisfragen	286
4.8.2.5.1	Erste Voraussetzung: Koppelungsgeschäft i.e.S. . .	286
4.8.2.5.2	Zweite Voraussetzung: Koppelungsgeschäft trägt nicht zu Kostenvorteilen beim Anbieter, zur Senkung der Erwerbskosten der gebundenen Abnehmer oder zur Senkung des Preises für das koppelnde Gut bei .	287
4.8.2.5.3	Dritte Voraussetzung: Marktmacht des Anbieters des Koppelungsgeschäftes im Markt für das koppelnde Gut	288

4.8.2.5.4	Vierte Voraussetzung: Gefahr einer erheblichen Verschlechterung der Marktstruktur im Markt für das gekoppelte Gut	288
4.8.2.6	Praktikabilitätsfragen	290
4.9	Marktzutrittsschrankenargument	292
4.9.1	Tatsächliche Ebene.	292
4.9.1.1	Marktzutrittsschranken im Markt für das gekoppelte Gut	292
4.9.1.1.1	Bindungswirkung des Koppelungsgeschäftes	292
4.9.1.1.2	Notwendigkeit des doppelten Marktzutritts	293
4.9.1.1.3	Die Rahmenbedingungen für Marktzutritts-schranken durch Koppelungsgeschäfte	295
4.9.1.2	Marktzutrittsschranken im Markt für das koppelnde Gut	297
4.9.1.2.1	Die ständige Koppelungspraxis als Marktzutrittsschranke	297
4.9.1.2.2	Rückwirkungen aus dem Markt für das gekoppelte Gut als Marktzutrittsschranke	298
4.9.2	Normative Ebene.	299
4.9.2.1	Abnehmer- und Drittschutz als Reflex des Wettbewerberschutzes	299
4.9.2.2	Schutz der gebundenen Abnehmer?	300
4.9.2.2.1	Der Selbstverantwortlichkeitsgrundsatz in tatsächlicher Hinsicht	300
4.9.2.2.2	Der Selbstverantwortlichkeitsgrundsatz in normativer Hinsicht	301
4.9.2.3	Schutz der freien Abnehmer.	303
4.9.2.3.1	Marktzutrittsschranken durch Koppelungsgeschäfte von im Wettbewerb stehenden Anbietern oder durch Koppelungsgeschäfte i.w.S. eines marktmächtigen Anbieters	304
4.9.2.3.2	Marktzutrittsschranken durch Koppelungsgeschäfte i.e.S. eines marktmächtigen Anbieters	306
4.10	Effizienzargument	308
4.10.1	Betriebswirtschaftliche/allokative Effizienz	308

Inhaltsverzeichnis

4.10.2 Mögliche allokativen Ineffizienzen von Koppelungsgeschäften	309
4.10.2.1 Störung des Gütertauschs durch Koppelungsgeschäfte	312
4.10.2.1.1 Psychologischer Kaufzwang des Abnehmers	312
4.10.2.1.2 Irreführung des Abnehmers	312
4.10.2.1.3 Fehleinschätzung des Preises	313
4.10.2.1.4 Fehlende Flexibilität	315
4.10.2.2 Externe Effekte bei Koppelungsgeschäften	317
4.10.2.2.1 Kosten für die freien Abnehmer	317
4.10.2.2.2 Fehlallokation bei Ausbeutung der gebundenen Abnehmer	317
4.10.2.2.3 Fehlallokation durch Monopolisierung	318
4.10.2.3 Ressourcenverschwendungen durch Koppelungsgeschäfte	319
4.10.2.3.1 Ressourcenverschwendungen durch fehlende oder erschwerte Vergleichsmöglichkeit	319
4.10.2.3.2 Ressourcenverschwendungen durch Produktion von Ramschware	321
4.10.2.3.3 Fehlallokation durch Gewinnspiele	322
4.10.3 Normative Ebene	323
4.10.3.1 Risikoallokation bei gestörtem Gütertausch	324
4.10.3.2 Internalisierung externer Effekte	326
4.10.3.3 Steuerung der Ressourcenverschwendungen	327
4.11 Ergebnisse	331
5 VERGLEICH ZUM GELTENDEN RECHT	335
5.1 Tying Arrangements unter dem U.S.-Antitrustrecht	335
5.1.1 Rechtsgrundlagen	336
5.1.2 Die Rechtsprechung des U.S.-Supreme Court	339
5.1.3 Die Rechtsprechung der U.S.-amerikanischen Untergerichte	342
5.1.3.1 Business Justification	342
5.1.3.2 Economic Interest-Rule	345
5.1.3.3 Single Product Defense	345

5.1.4	Schlußfolgerung	348
5.2	Koppelungsgeschäfte unter dem EG-Kartellrecht	349
5.2.1	Die 2-Güter-Frage im EG-Kartellrecht	350
5.2.2	Rechtsgrundlagen	351
5.2.2.1	Koppelungsgeschäfte unter Art. 85 EWGV	352
5.2.2.2	Koppelungsgeschäfte unter den Gruppenfreistellungsverordnungen	356
5.2.2.2.1	GVO Nr. 1983/83 für Alleinvertriebsvereinbarungen	356
5.2.2.2.2	GVO Nr. 1984/83 für Alleinbezugsvereinbarungen .	357
5.2.2.2.3	GVO Nr. 123/85 für Vertriebs- und Kundendienstvereinbarungen über Kraftfahrzeuge	357
5.2.2.2.4	Bierlieferungsverträge (Art. 6 ff. GVO Nr. 1984/83) .	358
5.2.2.2.5	Tankstellenverträge (Art. 10 ff. GVO Nr. 1984/83) .	358
5.2.2.2.6	GVO Nr. 2349/84 für Patentlizenzvereinbarungen .	359
5.2.2.2.7	GVO Nr. 556/89 für Know how-Vereinbarungen .	361
5.2.2.2.8	GVO Nr. 4087/88 für Franchisevereinbarungen .	361
5.2.2.3	Koppelungsgeschäfte unter Art. 86 EWGV	363
5.2.2.3.1	Praxis der Kommission	364
5.2.2.3.2	Die Rechtsprechung des EuGH	368
5.2.2.3.2.1	Einsatz von Marktmacht	369
5.2.2.3.2.2	Verdrängungswirkung	371
5.2.2.3.2.3	Rechtfertigungsgründe	373
5.2.3	Schlußfolgerung	375
5.3	Koppelungsgeschäfte unter dem deutschen Recht	377
5.3.1	Spezialgesetzliche Regelung von Koppelungsgeschäften.	377
5.3.2	Koppelungsgeschäfte unter dem deutschen Lauterkeitsrecht	379
5.3.2.1	Zugaben	379
5.3.2.1.1	Handelsüblichkeit	383
5.3.2.1.2	2-Güter-Frage	384
5.3.2.2	Vorspannangebote	387
5.3.2.3	Verdeckte Koppelungsgeschäfte	390
5.3.2.4	Irreführung durch Lockvogelangebote	391
5.3.2.5	Psychologischer Kaufzwang bei unentgeltlicher Kundenbeförderung	392

Inhaltsverzeichnis

5.3.2.6	Aleatorische Veranstaltungen als koppelndes Gut	393
5.3.3	Koppelungsgeschäfte unter dem deutschen Kartellrecht	394
5.3.3.1	Koppelungsgeschäfte als Ausbeutung.	396
5.3.3.2	Koppelungsgeschäfte als Behinderung	400
5.3.3.2.1	Praxis des BKartA	400
5.3.3.2.2	Rechtsprechung der Untergerichte	404
5.3.3.2.3	Rechtsprechung des BGH	407
5.3.3.3	Verankerung der neuen Lösung im deutschen Kartellrecht	412
5.3.3.3.1	Erste Voraussetzung: Koppelungsgeschäft i.e.S.	412
5.3.3.3.2	Zweite Voraussetzung: Koppelungsgeschäft trägt nicht zu Kostenvorteilen beim Anbieter, zur Senkung der Erwerbskosten der gebundenen Abnehmer oder zur Senkung des Preises für das koppelnde Gut bei	412
5.3.3.3.3	Dritte Voraussetzung: Marktmacht des Anbieters des Koppelungsgeschäftes im Markt für das koppelnde Gut	414
5.3.3.3.4	Vierte Voraussetzung: Gefahr einer erheblichen Ver- schlechterung der Marktstruktur im Markt für das gekoppelte Gut.	414