

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>Hebelfunktion (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	<i>Freiheitsargument</i>	129
4.2	<i>Mißbrauchsargument</i>	150
4.3	<i>Argument der fehlenden oder erschwerten Vergleichsmöglichkeit des Abnehmers</i>	172
4.4	<i>Argument der Irreführung des Abnehmers.</i>	178
4.5	<i>Argument der unsachlichen Beeinflussung des Abnehmers</i>	200
4.6	<i>Wettbewerbsargument.</i>	218
4.7	<i>Verdrängungsargument</i>	223
4.8	<i>Monopolisierungsargument.</i>	268
4.9	<i>Marktzutrittsschrankenargument</i>	292
4.10	<i>Effizienzargument.</i>	308
4.11	<i>Ergebnisse</i>	331
5	VERGLEICH ZUM GELTENDEN RECHT	335
5.1	<i>Tying Arrangements unter dem U.S.-Antitrustrecht.</i>	335
5.2	<i>Koppelungsgeschäfte unter dem EG-Kartellrecht</i>	349
5.3	<i>Koppelungsgeschäfte unter dem deutschen Recht</i>	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>Hebelfunktion (Absatzförderung)</i>	57
3.1.1	Die Hebelfunktion im Falle des marktmächtigen Anbieters	58
3.1.2	Die Hebelfunktion im Falle der besonderen Attraktivität des koppelnden Gutes	59
3.1.2.1	Zugaben und Vorspannangebote	60
3.1.2.2	Lockvogelangebote und unentgeltliche Kundenbeförderung (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	<i>Mißbrauchsargument</i>	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	<i>Argument der fehlenden oder erschwerten Vergleichsmöglichkeit des Abnehmers</i>	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	<i>Argument der Irreführung des Abnehmers.</i>	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 Koppelungsgeschäftes selbst.	181
4.4.1.4	Preisgünstigkeit des koppelnden Gutes	183

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	Hebelfunktion 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	Hebelfunktion	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	Primat 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

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	Drittwirkungen von Koppelungsgeschäften in tatsächlicher Hinsicht.	254
4.7.2.4.3	Drittwirkungen 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 Marktzutrittsschranken 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

4.10.2	Mögliche alloкатive Ineffizienzen von Koppelungsgeschäften	309
4.10.2.1	Störung des Güteraustausches 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	Ressourcenverschwendung durch Koppelungsgeschäfte	319
4.10.2.3.1	Ressourcenverschwendung durch fehlende oder erschwerte Vergleichsmöglichkeit	319
4.10.2.3.2	Ressourcenverschwendung 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 Güteraustausch	324
4.10.3.2	Internalisierung externer Effekte	326
4.10.3.3	Steuerung der Ressourcenverschwendung	327
4.11	Ergebnisse	331
5	VERGLEICH ZUM GELTENDEN RECHT	335
5.1	<i>Tying Arrangements unter dem U.S.-Antitrustrecht</i>	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	<i>Koppelungsgeschäfte unter dem EG-Kartellrecht</i>	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 Kundendienst- vereinbarungen 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	<i>Koppelungsgeschäfte unter dem deutschen Recht</i>	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

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