

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abkürzungsverzeichnis	XI
Literaturverzeichnis	XVII
I. EINLEITUNG	1
II. DER MISSBRAUCH VON MARKTMACHT ALS KARTELL- GESETZLICHER TATBESTAND	3
A. Allgemeines	3
B. Wesen und Schutzzweck einer Mißbrauchsaufsicht über Marktbe- herrschende Unternehmer	7
1. Verhaltenskontrolle	7
2. Marktergebniskontrolle	8
3. Wirtschaftslenkung?	9
4. Schutznormcharakter?	12
5. Horizontale und vertikale Schutzrichtung	13
C. Zu den wettbewerbstheoretischen Grundlagen der Mißbrauchsauf- sicht	14
1. Der wohlfahrtsökonomische Ansatz	14
2. Der systemtheoretische Ansatz	15
3. Versuch einer Einordnung	16
III. DIE ENTSTEHUNGSGESCHICHTE DER MISSBRAUCHSAUF- SICHT ÜBER MARKTBEHERRSCHENDE UNTERNEHMER	19
A. Historische Wurzeln	19
B. Die Entwicklung der kartellgesetzlichen Mißbrauchsbestimmungen	29
IV. DER ANWENDUNGSBEREICH DES KARTELLGESETZLICHEN MISSBRAUCHSTATBESTANDES	35
A. Der räumliche Anwendungsbereich	35
B. Der sachliche Anwendungsbereich	36
C. Internationale Verträge	40
D. Der Anwendungsvorbehalt aufgrund der Zuständigkeit der Länder ..	42
V. DER MARKTBEHERRSCHENDE UNTERNEHMER	43
A. Allgemeines	43
B. Zum Begriff des Unternehmers	48
Vorbemerkung	48
1. „Unternehmen“ als zweckbezogener Begriff	49
a) Zum Erfordernis einer normzweckorientierten Begriffsaus- legung	49
b) Organisation oder Tätigkeit?	50
c) Teilnahme am wirtschaftlichen Wettbewerb	51
d) Unternehmen und privater Verbrauch	51

e) Die „selbständige“ unternehmerische Betätigung	52
f) Kontinuierliche Marktteilnahme?	54
g) Rechtspersönlichkeit?	55
h) Gewinnorientiertheit?	56
i) Die freiberufliche Tätigkeit	56
j) Die wirtschaftliche Betätigung der öffentlichen Hand	57
2. „Unternehmer“ als wirtschaftliche Einheit	59
a) § 34: vom Unternehmen zum Unternehmer	59
b) Der maßgebliche Willensträger	60
C. Der beherrschte Markt	62
1. Der sachlich relevante Markt	62
2. Der räumlich relevante Markt	68
3. Der zeitlich relevante Markt	70
4. Die Marktabgrenzung bei Nachfragemacht	71
5. Zum Vorschlag einer käuferschichtbezogenen Abgrenzung des relevanten Marktes bei Handelsunternehmen	74
D. Die marktbeherrschende Stellung	75
1. Der Marktanteil als Maßstab der Marktbeherrschung	75
a) Die Ermittlung des Marktanteils	75
1) Die wirtschaftlichen Indikatoren des Marktanteils	75
2) Die Marktanteile verbundener Unternehmen	77
3) Die Berücksichtigung von Marktanteilen ausländischer Unternehmen	80
b) Die Marktanteilerfordernisse des § 34 Abs 1 Z 2 und 3	81
1) Allgemeines	81
2) Marktanteil und Marktstruktur	83
c) „ipso iure“ marktbeherrschend?	84
2. Das Fehlen wirksamen Wettbewerbs	86
a) Die Regelung in § 34 Abs 1 Z 1	86
1) Allgemeines	86
2) Das Verhältnis zu den marktanteilsbezogenen Definitionen	86
3) „Kein Wettbewerb“	87
4) „Nur unwesentlicher Wettbewerb“	88
b) Die „neuen“ Marktbeherrschungskriterien	91
1) Allgemeines	91
2) Marktbeherrschung trotz wesentlichen Wettbewerbs?	92
3) Die qualitativen Kriterien einer überragenden Marktstellung	97
(a) Vorteile gegenüber anderen Wettbewerbern	97
(b) Die Abhängigkeit der Marktgegenseite	103
i) Strukturwandel und Nachfragemacht	104
-- Ursachen	104
-- Zahlen	106
-- Auswirkungen	108
ii) „relativ“ marktbeherrschend?	108

iii) Abhängigkeiten	117
-- Sortimentsbedingte Abhängigkeit	117
- Spitzenstellungsabhängigkeit	117
- Spitzengruppenabhängigkeit	118
-- Unternehmensbedingte Abhängigkeit	119
-- Knappheitsbedingte Abhängigkeit	119
3. Kollektive Marktbeherrschung	120
a) Oligopolistische Reaktionsverbundenheit	120
b) Kartelle	122
c) Konzernunternehmen	122
VI. DIE MISSBRÄUCLICHE AUSNUTZUNG EINER MARKTBE- HERRSCHENDEN STELLUNG	123
A. Mißbräuchliche Einflußnahme auf den Markt	123
B. Zur Notwendigkeit einer Interessensabwägung	125
C. Mißbrauch und Marktbeherrschung – ein Kausalzusammenhang?	127
D. Der subjektive Tatbestand	137
E. Die Mißbrauchsarten	138
1. Zur Typisierung von Marktmachtmißbräuchen	138
2. Behinderungsmißbrauch	141
a) Begriffsinhalt	141
b) Beispiele	142
1) Behinderung von Mitbewerbern	142
2) Behinderung von vor- und nachgelagerten Wirtschaftsstu-	
fen	143
3. Ausbeutungsmißbrauch	143
a) Begriffsinhalt	143
b) Ist Ausbeutungsmißbrauch „unerlaubt“?	144
c) Beispiele	150
1) „reine“ Ausbeutung	150
2) Ausbeutung mit Behinderungseffekt	151
F. Die besonderen Tatbestände des § 35	151
1. Allgemeines	151
2. Unmittelbare oder mittelbare Erzwingung unangemessener Ein-	
kaufs- oder Verkaufspreise oder sonstiger Geschäftsbedingungen	
(§ 35 Z 1)	153
3. Einschränkung der Erzeugung, des Absatzes oder der technischen	
Entwicklung zum Schaden der Verbraucher (§ 35 Z 2)	155
4. Benachteiligung von Vertragspartnern im Wettbewerb durch	
Anwendung unterschiedlicher Bedingungen bei gleichwertigen	
Leistungen (§ 35 Z 3)	157
5. An die Vertragsschließung geknüpfte Bedingung, daß die Ver-	
tragspartner zusätzliche Leistungen annehmen, die weder sach-	
lich noch nach Handelsbrauch in Beziehung zum Vertragsgegen-	
stand stehen (§ 35 Z 4)	158

VIII

G. Mißbräuche	160
Vorbemerkung	160
1. Preismißbrauch	160
a) Das Kriterium	160
b) Zum Problem des Maßstabes für Preismißbräuche	161
c) Aus der Entscheidungspraxis	167
2. Konditionenmißbrauch	170
a) Das Kriterium	170
b) Aus der Entscheidungspraxis	171
3. Mißbrauch durch Tätigkeitsbeschränkungen	174
a) Das Kriterium	174
b) Aus der Entscheidungspraxis	174
4. Mißbrauch durch Abschlußverweigerung	179
a) Das Kriterium	179
b) Aus der Entscheidungspraxis	180
5. Mißbrauch durch Diskriminierung	188
a) Das Kriterium	188
b) Aus der Entscheidungspraxis	189
6. Mißbrauch durch Kopplung	196
a) Das Kriterium	196
b) Aus der Entscheidungspraxis	196
7. Mißbrauch durch vertragliche Handlungsbeschränkungen	199
a) Das Kriterium	199
b) Aus der Entscheidungspraxis	199
8. Mißbrauch durch Rabattsysteme	203
a) Das Kriterium	203
b) Aus der Entscheidungspraxis	203
9. Mißbrauch durch Unterkostenverkäufe	206
a) Das Kriterium	206
b) Aus der Entscheidungspraxis	207
10. Marktstrukturmißbrauch	208
a) Das Kriterium	208
b) Aus der Entscheidungspraxis	210
VII. MISSBRAUCHSAUFSICHT UND RECHTSFOLGEN	215
A. Allgemeines	215
B. Das Verbot von Vergeltungsmaßnahmen	215
C. Das Mißbrauchsaufsichtsverfahren	219
1. Verfahrensart	219
2. Antragslegitimation	219
a) Die Amtsparteien	219
b) Die Vereinigungen des § 37 Z 2	220
c) Zur Frage einer individuellen Antragslegitimation für die vom Mißbrauch betroffenen Unternehmer	222
3. Gebühren und Kosten	229

4. Das Gutachten des Paritätischen Ausschusses	229
5. Zum möglichen Inhalt einer kartellgerichtlichen Untersagungsverfügung	231
6. Einstweilige Verfügungen	233
7. Entscheidungsveröffentlichung	234
D. Die Rechtsfolgen einer Untersagungsverfügung	234
1. Kartellgesetzliche Sanktionen	234
a) Abschöpfung der Bereicherung	234
b) Exekution	238
c) Gerichtliche Strafbarkeit	239
d) Geldbuße	241
2. Zivilrechtliche Konsequenzen	244
a) Nichtigkeit untersagungswidriger Verträge	244
b) Kontrahierungszwang	244
c) Bereicherungsansprüche	245
d) Schadenersatzansprüche	246
 VIII. DAS NAHVERSORGUNGSGESETZ – EINE ERGÄNZUNG ZU DEN KARTELLGESETZLICHEN MISSBRAUCHSVORSCHRIFTEN?	 249
 IX. DAS VERHÄLTNIS DER MISSBRAUCHSAUFSICHT ÜBER MARKTBEHERRSCHENDE UNTERNEHMER ZU § 1 UWG	 255
A. Der Marktmachtaspekt in § 1 UWG	255
1. In der Rechtsprechung	255
2. In der Lehre	259
B. Der „Mißbrauch marktbeherrschender Stellung“ als UWG-Verstoß	265
1. Sittenwidriger Nichtleistungswettbewerb	265
2. „automatisch“ sittenwidrig?	267
a) Die Behandlung des Problems in der Rechtsprechung	268
b) Der Meinungsstand in der Lehre	269
c) Bewertung	273
 X. AUSBLICK: ZUM JÜNGSTEN ENTWURF FÜR EINE KARTELL- GESETZNOVELLE 1992	 283
 Stichwortverzeichnis	 293