

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Abkürzungsverzeichnis .....	XV
Einleitung .....	1
A. Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit .....	1
B. Gang der Untersuchung und die angewandten Forschungsmethoden ....	3
1. Teil: Wettbewerbsrechtliche Implikationen der relativen Marktmacht	5
A. Vorbemerkung .....	5
B. Begriff der relativen Marktmacht .....	5
I. Definition der relativen Marktmacht .....	5
II. Erfassung der Abhängigkeit .....	7
1. Zwei Sichtweisen .....	7
2. Bedeutungen der Abhängigkeit aus ökonomischer Sicht .....	7
a) Begriffsbestimmung .....	7
b) Bestimmungsgrößen .....	8
c) Fazit .....	9
3. Bedeutungen der Abhängigkeit aus normativer Sicht .....	9
a) Tatbestandmerkmale gemäß der Vorschrift .....	9
b) Ausreichende Ausweichmöglichkeiten .....	10
c) Zumutbare Ausweichmöglichkeiten .....	11
d) Verhältnis der beiden Voraussetzungen zueinander .....	12
III. Umgang mit relativer Marktmacht im Wettbewerbsrecht .....	13
1. Allgemeines .....	13
2. In der Bundesrepublik Deutschland .....	14
3. In der EU .....	17
4. In der Republik Korea .....	17
C. Befund relativer Marktmacht gemäß § 20 GWB in der Praxis .....	19
I. Klassifizierung der Fallgruppen .....	19
II. Sortimentsbedingte Abhängigkeit .....	21
1. Zwei Untertypen sortimentsbedingter Abhängigkeit .....	21
2. Spitzenstellungsabhängigkeit .....	21
a) Konstellation der Anbieterabhängigkeit .....	21

b) Konstellation der Nachfragerabhängigkeit .....	22
c) Merkmale der Abhängigkeit .....	24
3. Spitzengruppenabhängigkeit .....	25
a) Konstellationen der Anbieterabhängigkeit .....	25
b) Konstellationen der Nachfragerabhängigkeit .....	26
c) Merkmale der Abhängigkeit .....	27
III. Unternehmensbedingte Abhängigkeit .....	27
1. Konstellationen der Anbieterabhängigkeit .....	27
2. Konstellationen der Nachfragerabhängigkeit .....	28
3. Merkmale der Abhängigkeit .....	29
IV. Mangelbedingte Abhängigkeit .....	31
1. Konstellationen der Anbieterabhängigkeit .....	31
2. Konstellationen der Nachfragerabhängigkeit .....	33
3. Merkmale der Abhängigkeit .....	33
D. Erfassung relativer Marktmacht .....	35
I. Merkmale relativer Marktmacht .....	35
1. Kategorisierung der relativen Marktmacht .....	35
2. Auf einer objektiven Stellung auf einem Markt basierte Macht .....	35
3. Auf einer subjektiven Geschäftsbeziehung beruhende Macht .....	37
4. Auf einer vertikalen Integration basierte Macht .....	38
5. Fazit .....	39
II. Kartellrechtliche Prüfungskriterien bei relativer Marktmacht .....	39
1. Vorbemerkung .....	39
2. Beurteilungsschritte der relativen Macht .....	40
3. Sinn der Marktabgrenzung bei relativer Marktmacht .....	41
a) Anforderungen an die Marktabgrenzung bei der Bemessung relativer Marktmacht .....	41
b) Verhältnis zwischen der Produktverwandtschaft und dem relevanten Markt .....	43
4. Beurteilungsmaßstäbe relativer Marktmacht .....	44
a) Identifizierung von Ausweichmöglichkeiten .....	44
aa) Übersicht .....	44
bb) Nachfragesubstituierbarkeit im engeren Sinne .....	45
(1) Qualitative Betrachtungsweise .....	45
(2) Quantitative Betrachtungsweise .....	46
cc) Angebotssubstituierbarkeit im engeren Sinne .....	47
b) Bestimmung des Ausreichens der gegebenen Alternativen .....	47
aa) Objektive Betrachtungsweise .....	47
bb) Ergänzungen durch subjektive Betrachtungsweise .....	48
c) Bestimmung der Zumutbarkeit der gegebenen Alternativen .....	48
aa) Subjektive Betrachtungsweise .....	48
bb) Ergänzungen durch objektive Betrachtungsweise .....	49

5. Beurteilungsmaßstäbe der relativen Macht je nach Eigenschaften der Macht .....	49
a) Relative Marktmacht als objektive Stellung auf dem Markt .....	49
aa) Vorbemerkung .....	49
bb) Auf der Bedeutung der Waren auf dem Markt beruhende Machtstellung .....	50
cc) Auf der vertikalen Integration des Unternehmens beruhende Machtstellung .....	51
b) Relative Marktmacht als subjektive Stellung zwischen Unternehmen .....	52
III. Vergleiche mit anderen Begriffen im Wettbewerbsrecht .....	53
1. Vorbemerkung .....	53
2. Vergleich mit der Marktbeherrschung i. S. des § 18 GWB bzw. des Art. 102 AEUV .....	54
a) Vergleich der tatbestandlichen Voraussetzungen .....	54
b) Vergleich hinsichtlich der Machtrichtung .....	54
c) Vergleich hinsichtlich des Machtcharakters .....	55
d) Vergleich hinsichtlich der Machtbemessung .....	56
e) Vergleich hinsichtlich der Tathandlung .....	57
f) Vergleich hinsichtlich der Wettbewerbslage auf dem Markt, auf dem das Unternehmen mit Marktmacht tätig ist .....	58
g) Verhältnis zur sog. mehrfachen Einzelmarktbeherrschung .....	58
h) Zusammenfassung .....	59
3. Der Vergleich mit überlegener Marktmacht i. S. des § 20 Abs. 3 GWB .....	60
a) Vergleich der tatbestandlichen Voraussetzungen .....	60
b) Vergleich hinsichtlich der Richtung der Macht .....	61
c) Vergleich hinsichtlich der Natur der Macht .....	61
d) Vergleich hinsichtlich der Bemessung der Macht .....	62
e) Vergleich hinsichtlich der Tathandlung .....	62
f) Zusammenfassung .....	63
4. Vergleich mit der Marktposition i. S. des § 4a Abs. 1 S. 3 UWG .....	63
E. Notwendigkeit der Missbrauchskontrolle bei relativer Marktmacht .....	64
I. Kontrollprinzip .....	64
II. Möglichkeit wettbewerbswidriger Wirkung durch relative Marktmacht ..	64
III. Fehlende rechtzeitige Selbstkorrekturkräfte des Wettbewerbs .....	66
IV. Besondere Verantwortung marktstarker Unternehmen .....	67
V. Zusammenfassung und Stellungnahme .....	69
2. Teil: Schadenstheorie bei relativer Marktmacht .....	73
A. Vorbemerkung .....	73
B. Schutzzwecke des Missbrauchsrechts .....	75
I. Schutzzweckpluralismus des Kartellrechts .....	75
1. Zwei Richtungen der Sichtweise hinsichtlich des Schutzzwecke .....	75

2. Institutioneller Wettbewerbsschutz .....	78
a) Wettbewerbsprozess und Wettbewerbsfreiheit als Schutzzwecke ...	78
b) Sichtweise des ordoliberalen Denkens .....	80
c) Sichtweise der Harvard School .....	82
3. Schutzzwecke auf Grundlage ökonomischer Wohlfahrtstheorien .....	83
a) Konsumentenwohlfahrt als Schutzzweck .....	83
b) Sichtweise der Chicago School .....	85
c) Das Problem der sog. Lieferantenwohlfahrt .....	87
aa) Lieferantenwohlfahrt als Bestandteil der Gesamtwohlfahrt ....	87
bb) Lieferantenwohlfahrt als besonderer Schutzzweck? .....	88
cc) Stellungnahme .....	89
4. Verhältnis beider Ansätze .....	90
5. Möglichkeiten für normative Zwecke – <i>New-Brandeis</i> und das koreanische Kartellrecht .....	92
II. Schutzzweck des Missbrauchsrechts und Stellungnahme .....	95
C. Schutzzwecke des Missbrauchsverbots bei relativer Marktmacht .....	99
I. Gesichtspunkte bei der Auslegung des Schutzzumfangs des Missbrauchsverbots bei relativer Marktmacht .....	99
1. Erweiterung des Missbrauchsverbots marktbeherrschender Unternehmen .....	99
2. Eigenschaften bei Auslegung im Vergleich zur Marktbeherrschung ...	100
II. Auslegung der als Ausbeutungsmissbrauch angesehenen Aspekte .....	102
1. Problem .....	102
2. Begriff des Ausbeutungsmissbrauchs .....	102
3. Wettbewerbspolitische Aspekte des Ausbeutungsmissbrauchs .....	103
4. Voraussetzungen des Ausbeutungsmissbrauchs .....	106
5. Fazit – Anwendungsmöglichkeiten des Ausbeutungsmissbrauchs marktstarker Unternehmen .....	107
III. Auslegung nach den Eigenschaften relativer Marktmacht .....	108
1. Vorbemerkung .....	108
2. Macht als Resultat objektiver Marktstellung .....	108
3. Macht als Resultat subjektiver Stellung zwischen Geschäftspartnern ..	109
IV. Zusammenfassung .....	112
D. Bewertung relativer Marktmacht im Missbrauchsrecht .....	113
I. Vorbemerkung .....	113
II. Macht als eine objektive Stellung auf dem Markt .....	114
1. Angebotsseitige relative Marktmacht .....	114
a) Spitzenstellungsabhängigkeit .....	114
aa) Geschäftsverweigerung .....	114
bb) Inanspruchnahme des Vorteils .....	115
b) Spitzengruppenabhängigkeit .....	116
aa) Geschäftsverweigerung .....	116
bb) Inanspruchnahme des Vorteils .....	117

c) Knappheitsbedingte Abhängigkeit .....	118
aa) Geschäftsverweigerung .....	118
bb) Inanspruchnahme des Vorteils .....	118
2. Nachfrageseitige relative Marktmacht .....	119
a) Spitzenstellungsabhängigkeit .....	119
aa) Geschäftsverweigerung .....	119
bb) Aufforderung des Vorteils – sog. Anzapfen .....	119
cc) Sog. Alles-oder-Nichts-Angebot .....	122
b) Spitzengruppenabhängigkeit .....	123
aa) Geschäftsverweigerung .....	123
bb) Inanspruchnahme des Vorteils .....	123
c) Knappheitsbedingte Abhängigkeit .....	123
III. Macht als eine subjektive Stellung zwischen Geschäftspartnern .....	124
1. Angebotsseitige unternehmensbedingte Marktmacht .....	124
a) Geschäftsverweigerung .....	124
b) Inanspruchnahme des Vorteils .....	125
2. Nachfrageseitige unternehmensbedingte Marktmacht .....	126
a) Geschäftsverweigerung .....	126
b) Aufforderung des Vorteils .....	127
IV. Zusammenfassung .....	128
 3. Teil: Rechtsvergleichende Auslegung des Missbrauchsverbots bei relativer Marktmacht .....	 131
A. Vorbemerkung .....	131
B. Kartellrechtslage in Deutschland .....	132
I. Grundlage .....	132
II. Behandlung des deutschen Kartellrechts zur relativen Marktmacht bis zur 2. GWB-Novelle .....	 133
1. Vor dem Inkrafttreten des ursprünglichen GWB .....	133
2. Erlassprozess des GWB 1957 .....	133
3. Aufsicht über relative Marktmacht im GWB von 1957 bis 1973 .....	134
III. Entwicklung der Vorschriften zur relativen Marktmacht und ihre Angemessenheit .....	 136
1. Überblick über die Entwicklung des Missbrauchsverbots bei relativer Marktmacht .....	 136
2. Prüfung der Angemessenheit der Entwicklung .....	138
a) Entwicklung bzgl. des persönlichen Schutzbereichs .....	138
aa) Beschränkung auf KMU .....	138
bb) Aufhebung der Beschränkung des Schutzbereichs auf KMU ...	142
cc) Hinzufügung der Berücksichtigung der Gegenmacht .....	142
b) Erweitern des Anwendungsbereichs des Missbrauchsverbots relativer Marktmacht auf Anzapfen .....	 144
aa) Veränderung des Schutzzwecks des Anzapfverbots .....	144

bb)	Anwendung des Anzapfverbots auf ein marktstarkes Unternehmen .....	147
cc)	Der Fall <i>EDEKA</i> aus einer teleologischen Perspektive der Kontrolle relativer Marktmacht .....	149
(1)	Fragliches Verhalten von <i>EDEKA</i> .....	149
(2)	Stellung von <i>EDEKA</i> auf dem Markt .....	149
(3)	Verdrängungsmöglichkeiten der Wettbewerber .....	150
(4)	Sachliche Rechtfertigung des Verhaltens von <i>EDEKA</i> .....	150
(5)	Probleme der Entscheidung des BGH und des BKartA .....	151
c)	Probleme i. R. von Vorschriften, die zur Bekämpfung der Herausforderungen der digitalen Wirtschaft eingeführt wurden .....	153
aa)	Relative Intermediationsmacht i. S. des § 20 Abs. 1 S. 2 GWB ..	153
bb)	Sog. relative Datenmacht i. S. des § 20 Abs. 1a GWB .....	155
cc)	Fazit .....	159
IV.	Kontrolle relativer Marktmacht durch das Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung .....	160
V.	Fazit .....	160
C.	Kartellrechtslage in der EU .....	161
I.	Voraussetzungen des Missbrauchsverbots gem. Art. 102 AEUV .....	161
II.	Möglichkeit des Verbots des Missbrauchs relativer Marktmacht durch Art. 102 AEUV .....	163
1.	Überlegungen zum Überlegenheitsmissbrauchsbeginn in Vertikalverhältnissen .....	163
a)	Ansichten im Schrifttum .....	163
b)	Stellungnahme .....	165
2.	Mögliche Schutzlücken im EU-Kartellrecht .....	166
a)	Vorbemerkung .....	166
b)	Relative Marktmacht als objektive Stellung auf dem Markt .....	166
aa)	Spitzenstellungsabhängigkeit .....	166
bb)	Spitzengruppenabhängigkeit .....	167
cc)	Mangelbedingte Abhängigkeit .....	168
c)	Macht als subjektive Stellung zwischen Geschäftspartnern .....	168
d)	Zusammenfassung .....	169
3.	Versuche, den Missbrauch relativer Marktmacht zu erfassen und damit verbundene Probleme .....	169
a)	Zwei Vorgehensweisen in der EU-Kartellrechtspraxis .....	169
b)	Sog. mehrfache Einzelmarktbeherrschung .....	170
c)	Enge Marktabgrenzung .....	171
d)	Probleme in der Praxis .....	172
III.	Fazit .....	172
D.	Wettbewerbsrechtslage in der Republik Korea .....	173
I.	Überblick über einseitige Verhaltensweisen eines Unternehmens im koreanischen Kartellrecht .....	173

II.	Zwecke des koreanischen Kartellrechts .....	176
1.	Zwecknorm i. R. des GMRfG .....	176
2.	Auslegung der Zwecknorm .....	177
a)	Allgemeine .....	177
b)	Erörterung des unmittelbaren Zwecks und Stellungnahme dazu ....	177
c)	Erörterung des sog. Endzwecks und Stellungnahme dazu .....	179
aa)	Zur Anregung von kreativen unternehmerischen Aktivitäten ...	179
bb)	Zum Verbraucherschutz .....	180
cc)	Zur Unterstützung einer ausgewogenen Entwicklung der Volkswirtschaft .....	181
d)	Diskussion zum Verhältnis zwischen direkten und endgültigen Zwecken und Stellungnahme dazu .....	183
3.	Zweck der koreanischen Missbrauchsaufsicht .....	184
a)	Pluralistische Zwecke des GMRfG .....	184
b)	Zwecke der Missbrauchsaufsicht i. R. des GMRfG .....	185
III.	Kontrolle relativer Marktmacht i. R. des GMRfG und ihre Konformität mit dem Schutzzweck .....	186
1.	Vorbemerkung .....	186
2.	Kontrolle relativer Marktmacht durch das Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung .....	187
a)	Überblick über das Verbot des Missbrauchs einer Marktbeherrschenden Stellung im GMRfG .....	187
b)	Problematische Praxis bzgl. der marktbeherrschenden Stellung ....	189
c)	Stellungnahme zur Praxis .....	192
3.	Kontrolle relativer Marktmacht durch das Verbot unfairer Verhaltensweisen .....	193
a)	Überblick über das Verbot unfairer Verhaltensweisen im GMRfG ..	193
aa)	Missbrauch der überlegenen Geschäftsstellung .....	199
(1)	Überblick .....	199
(2)	Kaufzwang .....	201
(3)	Erpressung von Vorteilen .....	202
(4)	Erzwingen eines Verkaufsziels .....	202
(5)	Auferlegung von Nachteilen .....	202
bb)	Verhaltensweisen, die mit dem verbotenen Missbrauch durch marktbeherrschende Unternehmen überlappen .....	203
(1)	Überblick .....	203
(2)	Einseitige Geschäftsverweigerungen .....	205
(3)	Diskriminierung der Geschäftspartner .....	206
(4)	Koppelungsgeschäfte .....	207
(5)	Sonstige Geschäftszwänge .....	208
cc)	Verhaltensweisen, die vertikale Vereinbarungen betreffen ....	208
(1)	Vorbemerkung .....	208
(2)	Preisbindungen beim Wiederverkauf .....	208
(3)	Beschränkungsbedingte Geschäfte .....	209

dd) Exkurs: Entstehungsgeschichte des Verbots unfairer Verhaltensweisen im GMRfG .....	210
b) Würdigung der Angemessenheit der Kontrolle relativer Marktmacht i. R. unlauterer Geschäftspraktiken .....	211
aa) Problem .....	211
bb) Stellungnahme zu Missbräuchen durch Unternehmen in überlegener geschäftlicher Stellung und zum Fall <i>Apple Korea</i> .....	212
(1) Zu Missbräuchen durch Unternehmen in überlegener geschäftlicher Stellung .....	212
(2) Zum Fall <i>Apple Korea</i> .....	215
cc) Stellungnahme zu Verhaltensweisen, die mit dem verbotenen Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung durch Unternehmen überlappen .....	217
dd) Stellungnahme zu Verhaltensweisen, die als vertikale Vereinbarungen funktionieren und zum Fall <i>S-Oil</i> .....	220
(1) Zu Verhaltensweisen, die als vertikale Vereinbarungen funktionieren .....	220
(2) Zum Fall <i>S-Oil</i> .....	221
ee) Zusammenfassung .....	222
4. Kontrolle durch Sonderregelungen des GMRfG .....	223
a) Vorbemerkung .....	223
b) Ziele der Gesetzgebung des GfGSA .....	224
c) Ziele der Gesetzgebung des GfGF .....	225
d) Ziele der Gesetzgebung des GfGEH .....	225
e) Ziele der Gesetzgebung des GfGHV .....	225
f) Charakteristische Merkmale der abgeleiteten Gesetze .....	226
g) Exkurs: Über den Gesetzentwurf über faire Vermittlungsgeschäfte auf Online-Plattformen (GfVOP) 2020 .....	227
5. Fazit .....	229
 Zusammenfassung und Schlussfolgerung .....	231
A. Zusammenfassung .....	231
I. Zu Teil 1 .....	231
1. Konzept und Beurteilungsmaßstäbe der relativer Marktmacht .....	231
2. Fallgruppen der relativen Marktmacht und ihre kartellrechtlichen Merkmale .....	231
3. Beurteilungsmaßstäbe der Abhängigkeit und ihre Inhalte .....	232
4. Eingriffsnotwendigkeit und -gründe bei relativer Marktmacht .....	232
II. Zu Teil 2 .....	233
1. Schutzzweck der Missbrauchsaufsicht .....	233
2. Schutzzweck des Missbrauchsverbots bei relativer Marktmacht und seine Grenzen .....	233



3. Überlegungen zur Feststellung der Rechtswidrigkeit in Szenarien relativer Marktmacht .....	234
III. Zu Teil 3 .....	235
1. Würdigung der Vorschriften zur relativen Marktmacht in Deutschland	235
2. Würdigung der europäischen Bemühungen zur Kontrolle des Missbrauchs relativer Marktmacht .....	235
3. Würdigung der Kontrolle der relativen Marktmacht in Südkorea .....	236
B. Schlussfolgerungen .....	237
I. Zunehmende Notwendigkeit eigenständiger Regeln für die Kontrolle relativer Marktmacht .....	237
II. Rechtsgrundlage für die Verantwortung von Unternehmen mit relativer Marktmacht .....	237
III. Wichtigkeit der Unterscheidung zwischen dem abgegrenzten Markt und dem Umfang der Ausweichmöglichkeit .....	238
IV. Immanente Schranke wettbewerbsrechtlichen Eingreifens in der relativen Marktmacht .....	238
V. Problem im Zusammenhang mit der Möglichkeit der mehrfachen Kontrolle der relativen Marktmacht im GMRfG .....	239
VI. Notwendigkeit einer Änderung der Regelungsform für die Kontrolle der relativen Marktmacht in Korea .....	239
VII. Schwierigkeiten des GMRfG bei der Feststellung der Rechtswidrigkeit und Möglichkeiten zur Überwindung in der Praxis .....	240
Literaturverzeichnis .....	243
Sachverzeichnis .....	253