

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	13
English Summary	19
A. Research question and research goal of the thesis	19
B. The function of market delineation in antitrust law	20
C. System competition	21
D. The failure of the Bedarfsmarktkonzept to reflect system competition	25
E. An alternative market delineation concept	27
F. Results	30
I. Einleitung	33
II. Gang der Untersuchung	37
III. Grundlagen	41
A. Die Marktabgrenzung im Kartellrecht	41
1. Im Fokus der Untersuchung: Die sachliche Marktabgrenzung	44
2. Das Ziel der sachlichen Marktabgrenzung: Erfassung aller relevanten Wettbewerbskräfte	45
a. Das Marktmachtkonzept	45
b. Das Ziel der sachlichen Marktabgrenzung gemäß dem Marktmachtkonzept	47
3. Der relevante Markt	50
a. Das deutsche Kartellrecht	51
b. Das europäische Kartellrecht	55
4. Das Marktmachtkonzept und die Marktausgrenzung des so genannten »Substitutionswettbewerbs«	58
5. Die Bedeutung der Marktabgrenzung im Kartellrecht – insbesondere in der Missbrauchsaufsicht	60
6. Zur Missbrauchskontrolle und ihrer Zweistufigkeit	63
B. Das Bedarfsmarktkonzept	65
1. Entwicklung	66
a. Im deutschen Kartellrecht	67
i. Registriertkassen, 1972	68

ii.	Vitamin B-12 und Valium, 1976	68
iii.	Kfz-Kupplungen und Erdgas Schwaben, 1978	69
iv.	Mannesmann-Brueninghaus, 1980	69
v.	Pay-TV-Durchleitung, 1996	69
vi.	Staubsaugerbeutelmarkt, 2004	70
vii.	Soda-Club II, 2008	70
b.	Im europäischen Kartellrecht	72
i.	Continental-Can, 1973	72
ii.	United Brands, 1978	73
iii.	Hoffmann-La Roche, 1979	73
iv.	Hugin, 1979	74
v.	L'Oréal/DeNieuwe AMCK, 1980	75
vi.	Kommission: Virgin/British Airways, 1999	75
vii.	Kommission: CVC/Lenzing, 2001	76
c.	Im US-amerikanischen Kartellrecht – das Konzept der »reasonable interchangeability«	76
2.	Die Elemente des Bedarfsmarktkonzeptes	79
a.	Bedarf	79
b.	Austauschbarkeit	81
c.	Überwiegende Mehrheit der Marktgegenseite	82
d.	Der verständige Verbraucher	84
3.	Die relative Bedeutung des Bedarfsmarktkonzeptes in der aktuellen deutschen Praxis	85
a.	Regel, Hilfsinstrument oder Filter	86
b.	Das Bedarfsmarktkonzept als Regel	87
c.	Bedarfsmarktkonzept vs. SSNIP-Test	89
d.	Die Funktion des Bedarfsmarktkonzeptes aus der Sicht von Arndt und Abbott	91
C.	Zusammenfassung	94
IV.	Der Streit um den Wärmemarkt	96
A.	Der deutsche Wärmemarkt	98
1.	Grundlegendes	98
2.	Die Strukturen der Nachfrage	100
a.	Größenordnung und Bedarfszweck	100
b.	Der Wärmemarkt für Haushalts- und Kleingewerbekunden	101
c.	Besonderheiten der Nachfrage auf dem Wärmemarkt	103
3.	Die Strukturen des Angebots	104
B.	Die Preismissbrauchsaufsicht im Wärmemarkt	108

1. Grundlegendes, § 19 Abs. 1, 2 und 4 Nr. 2 GWB	109
2. Spezielle Missbrauchsaufsicht in der Energiewirtschaft, § 29 GWB	113
3. Im Vergleich zur Angemessenheitsprüfung gemäß bürgerlichem Recht, § 315 BGB	115
C. Die Wärmemarktdiskussion	119
1. Beschlusspraxis der Kartellbehörden	120
2. Die Rechtsprechung deutscher Instanzgerichte	122
3. Das Schrifttum – ewig schwelender Streit	124
4. Das Öffnen der Büchse der Pandora – Der VIII. Senat des BGH im Juni 2007	129
5. Das Schließen der Büchse der Pandora – Der Kartellsenat des BGH im Dezember 2008	132
6. Die Rolle des Bedarfsmarktkonzeptes in der Wärmemarktdiskussion	134
D. Zusammenfassung	136
V. Die Abstraktion zur Fallgruppe des Systemwettbewerbs bei Systemwechselkosten	139
A. Grundlegende Eigenschaften	140
1. Systemeigenschaft	141
2. Bedarf folgt Bedarf (»Kopplung« durch Nachfrager)	142
3. Lock-in-Effekt und die Rolle der Systemwechselkosten	143
4. Systemwettbewerb	145
5. Die Rolle der Informationskosten	146
6. Die Rolle der Preisdiskriminierung	147
7. Vertikales Auseinanderfallen von Anbietern	148
B. Negative Abstraktion: Abgrenzungen	150
1. Essential facilities	151
2. Kopplungsgeschäfte (Kopplung durch Anbieter)	153
3. Klar einheitliche Produkte	156
C. Positive Abstraktion: klassische Sekundärmärkte	158
1. Gemeinsamkeiten	159
a. Systemeigenschaft	161
b. Bedarf folgt Bedarf	162
c. Lock-in-Effekt	164
d. Systemwettbewerb	166
e. Zentrale Rolle der Informationskosten	169
f. Die Rolle der Preisdiskriminierung bei markenspezifischen Sekundärmärkten	170

2. Unterschied: Vertikales Auseinanderfallen von Anbietern	172
a. Betrachtung von Abweichung 1	173
i. Schilderung und ökonomische Analyse	173
ii. Einordnung	175
b. Betrachtung von Abweichung 2	176
i. Schilderung und ökonomische Analyse	176
ii. Einordnung	177
D. Zusammenfassung, Ergebnis und Einordnung: Der erweiterte Sekundärmarktbegriff	179
 VI. Der Systemwettbewerb und das Bedarfsmarktkonzept	 184
A. Systemwettbewerb	184
1. Die Systemnachfrage als Ausgangspunkt	190
2. Der Systempreis als Wettbewerbsparameter	191
3. Die Systempreiselastizität	193
4. Die marginalen Konsumenten	197
B. Mögliche Marktunvollkommenheiten und ihre Auswirkungen auf den Systemwettbewerb	200
1. Fehlen von Systemalternativen	201
2. Systemwechselkosten	205
a. Arten von Systemwechselkosten	206
b. Systemwechselvorteile	209
c. Gradualität der Wechselkosten	210
d. Gebrauchsgütermarkt und adverse selection	211
e. Vertragliche Schutzmöglichkeiten	213
f. Andere Schutzmöglichkeiten	217
g. Auswirkungen auf den Systemwettbewerb	219
h. Erarbeitung eines Maßstabs	220
3. Hohe Informationskosten	224
a. Das informationsökonomische Entscheidungsmodell	226
b. Der Kenntnisstand der marginalen Konsumenten im Systemwettbewerb	230
c. Das mikroökonomische Informationsgleichgewicht	232
i. Besondere Eigenschaften von Informationen	232
ii. Technologie und Informationen	233
iii. Anreize zum Informationsaustausch bzw. zur Informationsbereitstellung	234
d. Notwendiger Informationsgrad für einen wirksamen Systemwettbewerb	241
i. Post-Kodak-Doktrin als Ausgangspunkt	241

ii. Beiträge aus der Reputationstheorie	245
iii. Beiträge aus der Verhaltensökonomie	248
iv. Ergebnis	252
e. Erarbeitung eines Maßstabs	254
4. Preisdiskriminierung	259
a. Preisdiskriminierung als Isolierung des Neukundenwettbewerbs	261
b. Preisdiskriminierung als Einschränkung des informationsökonomischen Modells	262
c. Auswirkungen auf den Systemwettbewerb	263
d. Erarbeitung eines Maßstabes	265
5. Geringe Marktdynamik und korrespondierende angebotsseitige Strategien	270
a. Marktphasen und die installed base	270
b. Die angebotsseitige Diskontrate	272
c. Erarbeitung eines Maßstabes	273
C. Die Grenzen des Bedarfsmarktkonzeptes	278
1. Bedarf vs. Systembedarf	278
2. Austauschbarkeit vs. graduelle Systemwechselkosten	280
3. Überwiegende Mehrheit der Marktgegenseite vs. Konzept der marginalen Konsumenten	282
4. Der verständige Verbraucher vs. Informationsführer und Informationsökonomik	285
5. Statische vs. dynamische Betrachtungsweise	286
D. Die Konsequenzen für das Bedarfsmarktkonzept	289
1. Pro Memoriam: Erfassung aller relevanten Wettbewerbskräfte	290
2. Falsches Konzept oder falsche Anwendung	292
3. Ordnungsökonomische Analyse	294
a. Das Optimierungsproblem	295
b. Der optimale Grad der Differenzierung einer kartellrechtlichen Regel	296
c. Die ordnungsökonomische Analyse des Bedarfsmarktkonzeptes für die untersuchte Fallgruppe	298
i. Fehlerkosten (false positives und false negatives)	298
ii. Regulierungskosten	301
iii. Rechtssicherheit	301
4. Lösungsvorschläge	303
a. Variante 1: Beibehalten	303
b. Variante 2: Modifizieren	304

c. Variante 3: Zurücknehmen und Modifizieren	305
5. Ergebnis	308
E. Zusammenfassung	310
VII. Entwicklung eines Konzeptes für die Praxis	312
A. Der grundsätzliche Aufbau des Konzeptes	313
B. Das Konzept	314
C. Quantitative Methoden im sechsten Schritt	320
1. Der SSNIP-Test	320
2. Ökonometrische Durchführung des SSNIP-Tests	322
3. Besonderheiten des SSNIP-Tests in der Fallgruppe des Systemwettbewerbs bei Systemwechselkosten	324
D. Mögliche praktische Probleme im Zusammenhang mit Systemmärkten	326
E. Zusammenfassung	329
VIII. Anwendung des erarbeiteten Marktabgrenzungskonzeptes auf den Fall des deutschen HuK-Wärmemarktes	331
A. Systemalternativen	332
B. Systemwechselkosten	336
C. Informationskosten	344
D. Preisdiskriminierung	350
E. Marktdynamik	353
F. Die Anwendung des SSNIP-Tests	359
G. Ergebnis	362
IX. Schlussfolgerung und Ergebnisse	366
Literaturverzeichnis	371