

Ines Bodenstein

Kartellrechtliche Bewertung von Rabatten marktbeherrschender Unternehmen

Nomos

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Einführung	15
Teil 1: Überblick über den Untersuchungsgegenstand	17
A. Rabatte	17
I. Begriff	17
II. Erscheinungsformen	17
1. Bedingungen für die Rabattgewährung	18
a. Verhaltensrabatt	18
b. Personenrabatt	19
c. Verhaltens- und personenunabhängige Rabatte	20
2. Auszahlungsmodalitäten	20
III. Fazit	21
B. Wettbewerbsbeschränkungen durch Rabatte	21
I. Vorbemerkung	21
II. Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung	22
1. Marktbeherrschung	22
2. Missbrauch	23
a. Überblick	23
b. Behinderungsmissbrauch	24
aa. Übermäßige Kundenbindung	24
bb. Kopplung bzw. Bündelung	25
cc. Allgemeine Behinderung	25
dd. Missbräuchliche Preishöhe	26
c. Diskriminierung	26
d. Ausbeutungsmissbrauch	26
III. Verbot einer wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarung/ Kartellverbot	27
IV. Fazit	28
Teil 2: Deutsche und europäische Rechtsprechung	29
A. Übermäßige Kundenbindung durch Rabatte	29
I. Allgemeiner Prüfungsmaßstab	29
1. Methodik	30
a. Deutsche Rechtsprechung	30

b.	Europäische Rechtsprechung	30
2.	Prüfungsaufbau	33
3.	Verdrängungswirkung	34
a.	Begriff	34
b.	Tatsächliche Auswirkungen	35
c.	Absicht des Marktbeherrschers	36
4.	Rechtfertigung	37
a.	Darlegungslast	37
b.	Rechtfertigungsgründe	37
aa.	Kostenersparnisse und Effizienzvorteile	38
bb.	Verteidigung berechtigter Interessen	40
cc.	Sonstige Rechtfertigungsgründe	41
II.	Beurteilung einzelner Rabattformen	42
1.	Vorbemerkung	42
2.	Treuerabatte	43
a.	Begriff	43
b.	Europäische Rechtsprechung	43
aa.	Allgemeine Beurteilung	43
bb.	Sonderformen des Treuerabattes	45
c.	Deutsche Rechtsprechung	46
3.	Umsatzrabatte	47
a.	Vorbemerkung	47
b.	Verdrängungswirkung	48
aa.	Form des Verhaltens	48
bb.	Marktumstände	58
c.	Rechtfertigung	62
4.	Mengenrabatte	62
III.	Fazit zur übermäßigen Bindung	64
1.	Vergleich der deutschen und europäischen Rechtsprechung	64
2.	Kritik an der Rechtsprechung	66
B.	Kopplung und Bündelung	67
I.	Allgemeines zu Kopplungen und Bündelungen	68
II.	Europäische Rechtsprechung	70
1.	Kopplungsrabatt	70
2.	Gesamtumsatzrabatt	72
3.	Bündelrabatt	72
III.	Deutsche Rechtsprechung	72
1.	Vorbemerkung	72
2.	Wettbewerbsbeschränkende Wirkung	73
a.	Allgemeines	73
b.	Form des Verhaltens	74
aa.	Höhe des Rabattes	74
bb.	Höhe der Mengenschwelle	75
cc.	Einsatz einer Rabattstaffel	75

dd. Sonstiges	75
c. Marktumstände	76
aa. Stellung des Marktbeherrschers	76
bb. Wettbewerbssituation auf dem Drittmarkt	77
cc. Maßnahmen von Konkurrenten auf dem Erst- und Drittmarkt	77
dd. Aufwand für einen Anbieterwechsel	77
ee. Ungewissheit über den eigenen Bedarf	78
ff. Kundenstruktur	78
3. Sachliche Rechtfertigung	79
IV. Fazit zur Kopplung bzw. Bündelung	80
C. Diskriminierung	81
I. Europäische Rechtsprechung	82
1. Verhaltensrabatt	82
a. Einkaufsverhalten	82
b. Funktionsrabatt	83
2. Personenrabatt	84
II. Deutsche Rechtsprechung	85
1. Verhaltensrabatte	85
a. Einkaufsverhalten	85
b. Funktionsrabatt	86
2. Personenrabatte	88
III. Fazit	88
D. Ausbeutungsmisbrauch	89
Teil 3: Der neue Ansatz der Kommission	91
A. Hintergrund des neuen Ansatzes	91
I. Entwicklung	91
II. Begriff der Mitteilung	92
III. Grund für den neuen Ansatz	93
1. Kritik an der bisherigen Entscheidungspraxis	93
2. Umsetzung des <i>more economic approach</i>	94
a. Überblick	94
b. EXKURS: <i>More economic approach</i>	95
aa. Entwicklung und Verbreitung des <i>more economic approach</i> in Europa	95
bb. Inhalte des <i>more economic approach</i>	97
B. Beurteilung von Rabatten nach dem neuen Ansatz	99
I. Erläuterungen in der Mitteilung	100
1. Allgemeines	100
a. Art der Erläuterungen	100
b. Umfang der Mitteilung	100

c.	Äußerungen zum Schutzzweck des Kartellrechts	101
2.	Beurteilung von Behinderungsmissbräuchen	102
a.	Wettbewerbswidrige Marktverschließung	102
aa.	Begriff und Prüfung	102
bb.	Marktverschließung beeinflussende Faktoren	103
b.	Preisbezogener Behinderungsmissbrauch	106
c.	Objektive Notwendigkeit und Effizienzvorteile	107
aa.	Objektive Notwendigkeit	107
bb.	Schaffung von Effizienzvorteilen	108
cc.	Diskussionspapier: Reaktion auf den Wettbewerb	109
dd.	Darlegungslast	109
3.	Ausschließlichkeitsbindungen	109
a.	Allgemeines	109
b.	Besondere die Marktverschließung beeinflussende Faktoren	110
aa.	Möglichkeit des Wettbewerbs um die gesamte Nachfrage der Abnehmer	110
bb.	Rückwirkung	111
cc.	Unternehmensspezifische oder allgemeine Mengenschwellen	111
dd.	Test des ebenso effizienten Wettbewerbers	112
c.	Rückwirkender Rabatt	117
aa.	Beispielsfall	117
bb.	Veranschaulichung der Berechnungsmethodik	119
cc.	Berechnung der kritischen Menge	121
c.	Effizienzvorteile	123
4.	Kopplung und Bündelung	124
a.	Allgemeines	124
b.	Wettbewerbswidrige Marktverschließung	124
aa.	Dauerhaftigkeit des Verhaltens	125
bb.	Anzahl der beherrschten Märkte	125
cc.	Möglichkeit der Wettbewerber zu Gegenmaßnahmen	125
dd.	Sonstiges	126
ee.	Test des ebenso effizienten Wettbewerbers	126
c.	Effizienzvorteile	129
II.	Anwendung des neuen Ansatzes in konkreten Fällen	129
1.	Kommissionsentscheidung in Sachen <i>Tomra</i>	129
a.	Vorbemerkung	129
b.	Prüfungsschema	130
aa.	Eignung der Rabatte zur Beschränkung des Wettbewerbs/Wahrscheinlichkeit der wettbewerbsbeschränkenden Wirkung	130
bb.	Untersuchung der tatsächlichen Marktveränderungen	132
cc.	Objektive Rechtfertigung	132

c.	Fazit	133
2.	Kommissionsentscheidung in Sachen <i>Intel</i>	133
a.	Vorbemerkung	133
b.	Verdrängungswirkung	134
aa.	Test des ebenso effizienten Wettbewerbers	135
bb.	Berücksichtigung anderer in der Mitteilung genannter Faktoren	136
cc.	Tatsächliche Auswirkungen	137
c.	Rechtfertigung	137
d.	Fazit	137
III.	Fazit	138
C.	Einordnung des neuen Ansatzes in die Rechtsordnung	139
I.	Vorbemerkung	139
II.	Inhaltlicher Spielraum bei der Mitteilung	140
III.	Wirkung der Mitteilung	143
1.	Selbstbindung der Kommission	143
2.	Gerichte der Europäischen Union	145
3.	Nationale Behörden und Gerichte	145
a.	Keine rechtliche Verbindlichkeit	145
b.	Faktische Wirkung	147
4.	Private Kläger	149
5.	Normadressaten	150
IV.	Gerichtliche Überprüfung der Mitteilung	150
1.	Auslegung des materiellen Rechts	150
2.	Setzung von Verfolgungsprioritäten	151
V.	Fazit	155
Teil 4: Untersuchung der Ansätze zur Beurteilung von Rabatten		157
A.	Vergleich und Bewertung von Rechtsprechung und Mitteilung	157
I.	Vorbemerkung	157
II.	Umfang der Mitteilung	158
III.	Schutzzweck des Kartellrechts	159
1.	Vergleich	159
2.	Bewertung	160
IV.	Prüfungsmaßstab	162
1.	Grundhaltung zu Rabatten	162
2.	Prüfungsmethode	163
a.	Vergleich	164
b.	Bewertung	165
aa.	Ausgangspunkt: Interessenabwägung	165
bb.	Gewährleistung von Rechtssicherheit	166
cc.	Angemessene Begrenzung des Verfahrensaufwands	170

Inhaltsverzeichnis

c. Fazit	171
3. Prüfungsaufbau	171
4. Unterscheidung zwischen verschiedenen Rabattformen	172
a. Ausschließlichkeitsbindung bzw. übermäßige Bindung	172
b. Kopplung bzw. Bündelung	174
V. Verdrängungswirkung bzw. wettbewerbswidrige Marktverschließung	174
1. Begriff und Prüfung	175
2. Berücksichtigung tatsächlicher Auswirkungen	176
a. Vergleich	176
b. Bewertung	178
3. Erforderlichkeit eines Schadens für Abnehmer	179
4. Absicht des Marktbeherrschers	180
5. Test des ebenso effizienten Wettbewerbers	181
a. Vergleich	182
b. Bewertung	183
aa. Konzept des Tests	183
bb. Praktische Anwendung	186
cc. Fazit	189
c. Alternative Tests	190
d. EXKURS: Ökonomie und Recht	190
6. Stärke der Verdrängungswirkung bzw. wettbewerbswidrige Marktverschließung beeinflussende Umstände	192
a. Vorbemerkung	192
b. Übermäßige Bindung bzw. Ausschließlichkeitsbindung	193
aa. Form des Verhaltens	193
bb. Marktumstände	200
c. Kopplung bzw. Bündelung	207
aa. Form des Verhaltens	207
bb. Marktumstände	209
d. Fazit	212
VI. Rechtfertigung	214
1. Darlegungslast	215
2. Rechtfertigungsgründe	215
a. Objektive Notwendigkeit	216
b. Effizienzeinwand	216
aa. Vergleich zwischen Mitteilung und bisheriger Entscheidungspraxis	216
bb. Bewertung	218
cc. Beispiele für Effizienzen durch Rabatte	220
c. Verteidigung berechtigter Interessen	223
d. Sonstige Rechtfertigungsgründe	224
3. Fazit	225
VII. Gesamtvergleich und -bewertung	225

B.	Vorschlag zur Veranschaulichung und Strukturierung der Interessenabwägung	229
I.	Auflistung der relevanten Umstände	229
1.	Vorbemerkung	229
2.	Form des Verhaltens	230
3.	Marktumstände	234
II.	Identifizierung der Kernfaktoren	237
III.	Bildung von Fallgruppen	239
1.	Vorbemerkung	239
2.	Größenvorteilsrabatt	239
3.	Erweiterter Treuerabatt	240
4.	De-minimis-Schwelle	244
5.	Verdrängungsrabatt	246
6.	Kreationskopplung	246
IV.	Fazit	248
Teil 5: Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick		249
A.	Vorbemerkung	249
B.	Zusammenfassung in Thesen	249
I.	Systematisierung von Rabatten nach ihren Bedingungen	249
II.	Unterschiedliche Missbrauchsformen je nach Rabattart	250
III.	Setzung von Verfolgungsprioritäten durch die Kommission	251
IV.	Verhältnis Ökonomie und Recht	251
V.	Kombination der Ansätze von Rechtsprechung und Mitteilung zur Beurteilung von Rabatten	252
VI.	Veranschaulichung und Strukturierung der Interessenabwägung	253
C.	Ausblick	254
Literaturverzeichnis		257