

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	15
§ 1 Problemstellung	21
§ 2 Wettbewerbstheoretische Grundlagen	26
I. Beispiele	26
II. Theoretische Annäherung	30
1. Bausteine einer Theorie des dynamischen Wettbewerbs	30
a. Dogmengeschichte	30
b. Industrieökonomik	33
c. Informationsökonomik	34
d. Innovationstheorie	35
e. Zwischenergebnis	35
2. Innovationen und Märkte	35
a. Marktschaffung durch Innovation	36
b. Prozessuale Monopole	37
c. Marktentwicklung in modelltheoretischer Sicht	37
3. Rückblende auf das Ausgangsproblem	39
a. Gemeinsamkeiten und Unterschiede	39
b. Der Zielkonflikt: Wettbewerbsintensität versus technischer Fortschritt	40
III. Lösungsmöglichkeiten	41
1. Parallele zu den Koppelungsgeschäften	41
a. Gemeinsamkeiten	41
b. Unterschiede	42
2. Verbot des Standardwechsels	44
3. Pflicht zur konkurrenzfreundlichen Konstruktion	45
4. Vorherige Offenlegung ("Predisclosure")	46

§ 3	Argumente für eine Offenlegungspflicht	49
I.	Behinderungswettbewerb durch Predationsstrategien	49
	1. Predationsstrategien im allgemeinen	50
	2. Predatorische Produktinnovation	52
II.	Das Argument des Marktmacht-Transfers (Leverage-Theorie)	53
	1. First-mover-Vorteile	54
	2. Transitorische Wohlfahrtsverluste	55
	3. Verschärfter Preiskampf bei Inkompatibilität	57
III.	Das Marktzutrittschranken-Argument	59
	1. Höherer Kapitalbedarf	59
	2. Strategische Kapazitätsausweitungen	60
	3. Predationsstrategien und Reputation	60
	a. Chicago School	60
	b. Moderne Industrieökonomik	61
	c. Folgearbeiten	63
	4. Zwischenbefund	64
IV.	Das Argument der Kostenmanipulation ("Raising rivals' costs")	64
	1. Komplementärmarkt	65
	2. Hauptmarkt	65
	3. Wettbewerbspolitische Würdigung	66
V.	Das Diffusionsargument	67
VI.	Das Argument der Marktstrukturverantwortung	68
	1. Normative Ebene	70
	2. Positive Ebene	71

§ 4	Argumente gegen eine Offenlegungspflicht	73
I.	Das Anreiz-Argument	73
	1. Vorsprungsgewinne und technischer Fortschritt	74
	2. Das Lead-time-advantage-Argument	75
	3. Würdigung	77
II.	Das Argument der allokativen Effizienz	78
III.	Das Free-rider-Argument	79
	1. Innovatoren und Imitatoren	79
	2. Wertungen des Lauterkeitsrechts	79
	3. Grenzen des Free-rider-Gedanken	81
IV.	Das Market-response-Argument	82
V.	Das Argument der Preisdifferenzierung	83
	1. Voraussetzungen	84
	2. Wohlfahrtstheoretische Beurteilung	85
	3. Zwischenbefund	86
VI.	Das Argument der Qualitätskontrolle	86
VII.	Das Reputations-Argument	88
VIII.	Das Fixed-sum-Argument	89
	1. Kritik der Chicago School	89
	2. Renaissance der Leverage-Theorie	91
IX.	Das Argument der verfrühten Produktankündigung ("Predatory product preannouncement")	91
	1. Fallbeispiele	92
	2. Wettbewerbswirkungen einer Vorankündigung	94
	a. Kompatibilität und Marktmacht	94
	b. Bandwagon-Effekt	95
	c. Sachgrenzen	97
	d. Wohlfahrtsfördernde Effekte	98
	3. Wettbewerbspolitische Handlungsempfehlung	99
	4. Rückblende auf das Ausgangsproblem	100
X.	Das Argument der Wertungsgleichheit: Kooperative Forschung und Kartellrecht	100

§ 5	Wettbewerbspolitische Handlungsempfehlung	104
I.	Einzelwirtschaftliche Rationalität und gesamtwirtschaftliche Effizienz	104
II.	Folgenerwägungen und Irrtumsrisiken	105
III.	Minimierung von Entscheidungsfehlern	107
	1. Mögliche α -Fehler	108
	2. Überwiegen der β -Fehler	108
IV.	Indizien für einen mißbräuchlichen Standardwechsel	110
	1. Vernichtungsabsicht ("Predatory intent")?	110
	2. Leistungs- versus Nichtleistungswettbewerb?	114
	3. Fehlen einer technologischen Rechtfertigung	117
	4. Verhältnismäßigkeitsgrundsatz?	118
	5. Ästhetisch motivierte Veränderungen	119
§ 6	Vergleich mit dem geltenden Recht	121
I.	U.S.-amerikanisches Antitrustrecht	121
	1. Grundlagen	121
	a. Das wettbewerbspolitische Zielsystem des Sherman Act	121
	b. Wettbewerbskonzeptionen in der amerikanischen Rechtsprechung	123
	2. Erfassung von Behinderungsstrategien	125
	a. Das Monopolisierungsverbot des sec. 2 Sherman Act	125
	b. Verdrängungswettbewerb	126
	c. Marktmacht-Transfer	127
	d. Behinderungsmißbrauch durch Produktinnovation	129

II.	Europäisches Wettbewerbsrecht	131
	1. Grundlagen	131
	a. Wettbewerbsregeln und wirtschaftliche Integration	131
	b. Die Wettbewerbskonzeption des EuGH	132
	2. Erfassung von Behinderungsstrategien	136
	a. Verdrängungswettbewerb	137
	b. Marktmacht-Transfer	138
	c. Koppelungsgeschäfte und Art. 86 EGV	140
	d. Behinderungsmissbrauch durch Produktinnovation	141
III.	Deutsches Kartellrecht	146
	1. Grundlagen	146
	a. Die Wettbewerbskonzeption des GWB	146
	b. Mißbrauchsaufsicht über marktbeherrschende Unternehmen	148
	c. Das Behinderungsverbot des § 26 Abs. 2 GWB	149
	2. Erfassung von Behinderungsstrategien	150
	a. Verdrängungswettbewerb	150
	b. Marktmacht-Transfer	151
	c. Kooperationspflichten marktmächtiger Unternehmen	153
	d. Behinderungsmissbrauch durch Produktinnovation	156
	§ 7 Schlußbetrachtung	160
	Literaturverzeichnis	164