

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>IX</b>
<b>Erläuterungsverzeichnis</b>	<b>LXI</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>LXVII</b>
<b>1. Teil: Einleitung</b>	<b>1</b>
A. Allgemeiner Bedeutungsgewinn von Ratings	1
B. Hintergründe der zunehmenden Bedeutung von Ratings	3
C. Situation und Problemfelder	5
D. Ziel und Gang der Untersuchung	7
<b>2. Teil: Rating</b>	<b>7</b>
A. Bewertungstechnische Aspekte von Ratings	7
B. Hintergründe von Ratings	9
I. Rating in speziellen Anwendungsfeldern	13
1. Rating im Finanz- und Bankwesen	13
2. Basel II	17
II. Anforderungen von Ratings	23
III. Durchführung von Ratings	29
1. Entstehungsgeschichte und Tätigkeitsfeld von Ratingagenturen	29
2. Der Ratingprozess	31
IV. Informationsbasis von Ratings	39
V. Ziele und wirtschaftliche Funktion von Ratings	41
VI. Anreize zu einem Rating	45
C. Grenzen von Ratings	47
<b>3. Teil: Probleme von Ratings im Umriss</b>	<b>49</b>
A. Probleme primär aus Sicht des Wettbewerbs der Bewerteten	49
B. Probleme primär aus Sicht des Wettbewerbs der Bewerter	61

	<b>Seite</b>
C. Probleme mit genereller Auswirkung auf die Freiheit des Wettbewerbs	61
D. Die Probleme in der Übersicht	63
E. Abgrenzung der rechtlichen Untersuchung	65
<b>4. Teil: Rating aus Sicht des Kartellrechts</b>	<b>67</b>
A. Marktabgrenzung von Ratings	67
I. Sachlich relevanter Markt	67
II. Räumlich relevanter Markt	81
1. Markt für das Angebot von Emissions- und Emittentenbeurteilungen	83
2. Markt für Rating-Abonnementverträge beziehungsweise –Lizenzen	87
3. Zwischenfazit und Versicherungsgeschäft	89
III. Zeitlich relevanter Markt	91
B. Rating aus Sicht des europäischen Kartellrechts	91
I. Anwendbarkeit des europäischen Kartellrechts	91
II. Ratingerfordernis i. S. v. Basel II auf Grundlage eines verbotenes Kartell, Art. 101 AEUV (Art. 81 EGV)	93
1. Unternehmerische Verhaltensweisen	93
2. Koordination als Mittel der Wettbewerbsbeschränkung?	97
3. Zweck oder Wirkung zur Beschränkung des Wettbewerbs	99
a) Wettbewerbsbeschränkung	99
b) Spürbarkeit der Beschränkung („de-minimis -Regel“)	102
c) Spürbare Zwischenstaatlichkeit	103
d) Zweck oder Wirkung	104
4. Immanenz/„rule of reason“	107
5. Ausnahmen vom Kartellverbot	109

	<b>Seite</b>
a) Ausnahmen vom Kartellverbot gemäß Art. 101 III AEUV (Art. 81 III EGV) beziehungsweise § 2 GWB	109
b) Weitere Ausnahmen vom Kartellverbot	116
6. Rechtsfolgen	119
III. Ratings als Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung, Art. 102 AEUV (Art. 82 EGV)	121
1. Unternehmen	121
2. Marktbeherrschung	121
a) Gemeinsame Marktbeherrschung	130
b) Einzelmarktbeherrschung und Marktzutrittsmöglichkeiten	138
(1) Marktakzeptanz als zentraler Faktor	140
(2) Wechselmöglichkeiten von Bewerteten	144
(3) Aufsichtliche Maßgaben	150
c) Beurteilung	154
3. Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung	157
a) Zu Lasten der Bewerteten	158
b) Zu Lasten der Bewerter	166
4. Spürbare Zwischenstaatlichkeit	179
5. Rechtsfolgen	181
IV. Zwischenergebnis	183
C. Ratings aus Sicht des deutschen Kartellrechts	185
I. Anwendbarkeit des deutschen Kartellrechts	185
II. Ratings als Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung, § 19 GWB	187
1. Unternehmen	187
2. Marktmacht auf dem relevanten Markt	189
3. Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung	201
a) Missbrauch auf Grundlage von § 19 IV Nr. 1 GWB	201
(1) Zu Lasten des Wettbewerbs der Bewerteten	201

	<b>Seite</b>
(2) Zu Lasten des Wettbewerbs der Bewerter	202
b) Missbrauch auf Grundlage von § 19 IV Nr. 4 GWB	204
c) Sachliche Rechtfertigung	206
d) Missbrauch auf Grundlage von § 19 I GWB	207
4. Rechtsfolgen	209
III. Diskriminierungsverbot, Verbot unbilliger Behinderung, § 20 GWB	211
1. Ratings als unbillige Behinderung oder sachlich nicht gerechtfertigte Ungleichbehandlung, § 20 I, II GWB	213
a) Normadressaten des § 20 I, II GWB	213
(1) Marktmacht auf dem relevanten Markt	213
(2) Relative Marktmacht	214
b) Gleichartigen Unternehmen üblicherweise zugänglicher Geschäftsverkehr	218
c) Unbillige Behinderung beziehungsweise unterschiedliche Behandlung ohne sachlich gerechtfertigten Grund	220
(1) Zu Lasten des Wettbewerbs der Bewerteten	220
(2) Zu Lasten des Wettbewerbs der Bewerter	229
d) Rechtsfolgen	232
2. Ratings als horizontal-wettbewerbliche Behinderung, § 20 IV, V GWB	233
a) Überlegene Marktmacht	234
b) Unbillige Behinderung kleiner und mittlerer Wettbewerber	237
c) Beweislast	239
IV. Zwischenergebnis	241

	<b>Seite</b>
D. Zwischenergebnis 4. Teil	241
<b>5. Teil: Ratings aus Sicht des Rechts des unlauteren Wettbewerbs</b>	<b>243</b>
A. Ratings aus Sicht des europäischen Rechts des unlauteren Wettbewerbs	243
I. Richtlinie über die irreführende Werbung	243
II. Richtlinie über die vergleichende Werbung	243
III. Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	245
B. Ratings aus Sicht des deutschen Rechts des unlauteren Wettbewerbs	245
I. Anwendbarkeit des deutschen Rechts des unlauteren Wettbewerbs	245
II. Ratings als unlautere geschäftliche Handlung gemäß § 3 UWG	247
1. Geschäftliche Handlungen	249
2. Unlauterkeit der geschäftlichen Handlung	265
a) Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit, § 4, Nr. 1 UWG	266
b) Herabsetzung eines Mitbewerbers, § 4, Nr. 7 UWG	267
c) Behauptung oder Verbreitung von schädigungsgerechten Tatsachen mittels Ratings, so genannte Anschwärzung, § 4 Nr. 8 UWG	273
(1) Behauptung oder Verbreitung unwahrer Tatsachen	274
(2) Schädigungseignung der Tatsachen	276
(3) Rechtsfolgen	276
d) Gezielte Behinderung von Mitbewerbern, § 4, Nr. 10 UWG	276
e) Handlung zuwider einer gesetzlichen Vorschrift, § 4, Nr. 11 UWG	281

	<b>Seite</b>
f) Irreführende geschäftliche Handlungen sowie Irreführung durch Unterlassen, §§ 5 und 5 a UWG	282
g) Vergleichende Werbung: Ratings als Herabsetzung oder Verunglimpfung eines Mitbewerbers oder seiner Leistungen, § 6 I, II Nr. 5 UWG	290
h) Unzumutbare Belästigung, § 7 UWG	299
i) Verschleierung des Werbecharakters von geschäftlichen Handlungen mittels des Ratings, § 4 Nr. 3 UWG	303
3. Eignung der geschäftlichen Handlungen zur spürbaren Beeinträchtigung des Wettbewerbs	309
4. Spürbare Beeinträchtigung des Wettbewerbs	311
5. Zwischenergebnis	313
III. Rechtsfolgen	315
1. Anspruch auf Beseitigung und Unterlassung, § 8 UWG	315
2. Anspruch auf Schadensersatz, § 9 UWG	319
a) Ratings als vorsätzliche oder fahrlässige, unlautere geschäftliche Handlungen, § 9 I 1 UWG	319
b) Schaden aufgrund von Ratings, § 9 I 1 UWG	320
c) Sonstiges	320
3. Anspruch auf Gewinnabschöpfung, § 10 UWG	321
C. Zwischenergebnis 5. Teil	323
<b>6. Teil: Abschließende Betrachtung</b>	<b>323</b>
A. Ergebnisse in Thesenform	323
B. Ausblick und offene Fragen	325