

# Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis .....	IX
Abkürzungsverzeichnis .....	XXIII
§ 1 Einführung .....	1
1. Teil: Die rechtlichen Grundlagen der Missbrauchsaufsicht .....	21
§ 2 USA.....	21
§ 3 Europäische Union und Deutschland.....	50
§ 4 Zwischensumme.....	103
2. Teil: Die ökonomischen Grundlagen der Missbrauchsaufsicht.....	109
§ 5 Wettbewerbstheoretische Grundkonzeptionen .....	112
§ 6 Neuere Ansätze .....	162
3. Teil: Das Zusammenspiel von Recht und Ökonomik.....	199
§ 7 Die verstärkt wirtschaftliche Betrachtungsweise der Europäischen Kommission .....	201
§ 8 Konsumentenwohlfahrt als sinnvolles Leitbild der Rechtsanwendung? .....	209
§ 9 Ökonomische Theorie und Eigengesetzlichkeiten der Rechtsanwendung .....	230
4. Teil: Marktmacht .....	257
§ 10 Marktabgrenzung als überflüssiges Konstrukt der Rechtsanwendung? .....	259
§ 11 Die Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes .....	269

5. Teil: Verdrängungsmissbrauch.....	341
§ 12 Allgemeine Lehren.....	342
§ 13 Wettbewerbswidrige Kampfpreisstrategien.....	375
§ 14 Missbräuchliche Kundenbindung durch Rabattsysteme.....	515
6. Teil: Schluss.....	621
§ 15 Zehn Thesen zur Missbrauchsaufsicht.....	621
Literaturverzeichnis.....	629
Stichwort- und Namensverzeichnis.....	689

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	XXIII
§ 1 Einführung .....	1
A. Anlass und Ziel der Untersuchung .....	1
B. Präzisierung des Themas .....	12
I. Verzahnung von Kartellrecht und Ökonomik .....	13
II. Marktmacht .....	14
III. Verdrängungsmissbrauch .....	15
C. Gang der Untersuchung .....	18
1. Teil: Die rechtlichen Grundlagen der Missbrauchsaufsicht .....	21
§ 2 USA .....	21
A. Historische Wurzeln .....	21
I. Englisches Recht .....	21
II. US-amerikanisches Common Law .....	25
III. Die Antitrustgesetzgebung .....	27
B. Normen und Kontext .....	28
I. Sec. 2 Sherman Act .....	28
1. Grundlagen .....	28
2. Das Monopolisierungsverbot .....	29
3. Der Monopolisierungsversuch .....	31
4. Das Verbot der kollusiven Monopolisierung .....	32
II. Sondergesetzliche Tatbestände .....	33
1. Clayton Act und Federal Trade Commission Act .....	33
2. Robinson-Patman Act .....	34
III. Blick auf die Rechtsdurchsetzung .....	37
C. Schutzziele .....	38
I. Ausgangspunkt .....	39
1. Pluralismus .....	39
2. Monismus .....	41
II. Entwicklungslinien .....	42
1. Eindämmung der historischen Schutzziele .....	42
2. Konsumentenwohlfahrt als Rechtsbegriff .....	45
D. Ergebnis .....	49

§ 3 Europäische Union und Deutschland .....	50
A. Historische Wurzeln .....	50
I. Deutschland .....	50
1. Begründung der Kartelltradition .....	50
2. Die Freiburger Schule .....	55
3. Neuausrichtung der Wettbewerbspolitik.....	57
II. Blick auf die Traditionen anderer EWG-Gründerstaaten .....	60
1. Die strafrechtlichen Anfänge .....	60
2. Wettbewerbsrecht als Industriepolitik.....	61
3. Vom Preiskontroll- zum Wettbewerbsrecht.....	63
III. Die Entstehung der E(W)G-Wettbewerbsregeln .....	66
1. Ausgangslage .....	66
2. Der Spaak-Bericht.....	66
3. Die Verhandlungen zum EWGV .....	68
B. Normen und Kontext .....	73
I. Recht der Europäischen Union .....	73
1. Grundlagen.....	73
2. Beherrschende Stellung.....	74
3. Missbrauchstatbestand .....	76
II. Deutsches Recht.....	78
1. Grundlagen.....	78
a) Ausformung der Missbrauchsaufsicht.....	78
b) Verhältnis zum europäischen Wettbewerbsrecht .....	80
2. Beherrschende Stellung.....	82
3. Missbrauchstatbestand .....	82
III. Blick auf die Rechtsdurchsetzung.....	83
C. Schutzziele.....	85
I. Recht der Europäischen Union .....	86
1. Marktintegration.....	86
2. Wirksamer Wettbewerb .....	88
3. Verbraucherschutz und andere Wertungen .....	92
II. Deutsches Recht.....	94
1. Zielpluralismus als Ausgangspunkt .....	94
2. Schutz freier Wettbewerbsprozesse .....	95
3. Außerwettbewerbliche Erwägungen .....	100
D. Ergebnis.....	101
§ 4 Zwischensumme .....	103
A. Regelungstechnik .....	103
B. Normstruktur und Kontext .....	104
C. Schutzziele.....	106

2. Teil: Die ökonomischen Grundlagen der Missbrauchsaufsicht.....	109
§ 5 Wettbewerbstheoretische Grundkonzeptionen .....	112
A. Die Lehren der Klassik.....	112
I. Ausgangspunkt.....	112
II. Wettbewerb und Recht.....	112
III. Preisbildung .....	115
IV. Fazit .....	115
B. Neoklassik und Chicago School.....	116
I. Ausgangspunkt.....	116
II. Das neoklassische Fundament .....	117
1. Gleichgewichtstheorie.....	117
a) Grundlagen .....	117
b) Verhaltensannahmen .....	117
2. Preistheorie.....	120
a) Polypol.....	120
b) Monopol .....	121
c) Dominanter Preisführer .....	122
d) Fazit .....	122
3. Wohlfahrtstheorie.....	123
a) Grundlagen .....	123
b) Das Kaldor-Hicks-Kriterium .....	124
(1) Grundkonzept.....	124
(2) Kritik .....	125
4. Neuere Entwicklungen .....	126
a) Gesamtwohlfahrt vs. Konsumentenwohlfahrt .....	126
b) Die Verfeinerung des Effizienzbegriffs.....	129
(1) Produktionseffizienz .....	129
(2) Dynamische Effizienz .....	130
III. Das Wettbewerbskonzept der Chicago School.....	131
1. Grundlagen.....	131
2. Modellannahmen.....	132
3. Staat, Recht und Wettbewerb.....	132
IV. Bewertung.....	133
C. Das Konzept des funktionsfähigen Wettbewerbs.....	135
I. Ausgangspunkt.....	135
II. Wettbewerb als Ziel-Mittel-Beziehung .....	136
III. Staat, Recht und Wettbewerb.....	138
IV. Das Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität.....	139
V. Bewertung.....	139
D. Die österreichische Tradition .....	141
I. Ausgangspunkt.....	141

II. Liberalismus.....	142
III. Prozessorientiertes Wettbewerbsverständnis .....	144
IV. Radikaler Subjektivismus .....	145
V. Systemtheorie.....	147
VI. Bewertung.....	149
E. Die ordoliberalen Denktradition.....	151
I. Ausgangspunkt.....	151
II. Wettbewerb und Ordnungsdenken.....	152
III. Das Leitbild der vollständigen Konkurrenz.....	153
IV. Staat, Recht und Wettbewerb.....	156
V. Bewertung.....	157
F. Ergebnis.....	159
§ 6 Neuere Ansätze .....	162
A. Moderne Industrieökonomik .....	162
I. Ausgangspunkt.....	162
II. Contestable-Markets-Theorie .....	163
1. Grundlagen.....	163
2. Folgerungen .....	164
3. Bewertung .....	165
III. Spieltheorie.....	168
1. Grundlagen.....	168
2. Folgerungen .....	171
3. Bewertung .....	172
IV. Entwicklungen in der Ökonometrie.....	173
V. Fazit .....	174
B. Neue Institutionenökonomik .....	175
I. Ausgangspunkt.....	175
II. Institutionen, Transaktionskosten und Wettbewerb.....	176
III. Folgerungen .....	179
IV. Bewertung.....	181
C. Experimentelle Ökonomik .....	183
I. Grundlagen.....	183
II. Folgerungen .....	184
1. Verfeinerung industrieökonomischer Erkenntnisse .....	184
2. Kritik am konventionellen Verhaltensmodell .....	185
III. Bewertung.....	186
D. Verhaltensökonomik .....	188
I. Grundlagen.....	188
II. Verhaltensanomalien .....	190
1. Eigennutztheorem .....	190
2. Informationserfassung.....	191
3. Entscheidungsmuster.....	192

III. Bewertung.....	193
E. Ergebnis.....	197
3. Teil: Das Zusammenspiel von Recht und Ökonomik.....	199
§ 7 Die verstärkt wirtschaftliche Betrachtungsweise der Europäischen Kommission .....	201
A. Ausgangspunkt .....	201
B. Das Diskussionspapier von 2005 .....	203
I. Schutzzielverengung.....	203
II. Auswirkungsansatz .....	204
III. Neuere industrieökonomische Erkenntnisse/Effizienzeinrede .....	204
C. Die Prioritätenmitteilung von 2009 .....	205
I. Verbraucherwohlfahrt als Kriterium der Priorisierung.....	205
II. Analysemaßstäbe .....	206
D. Ergebnis.....	208
§ 8 Konsumentenwohlfahrt als sinnvolles Leitbild der Rechtsanwendung? .....	209
A. Ausgangspunkt .....	209
B. Positive Analyse .....	210
I. Unionsrecht.....	210
1. Grenzen der Rechtsauslegung.....	210
2. Das British-Airways-Urteil des EuGH.....	213
a) Bestätigung des tradierten Schutzzwecks.....	213
b) Durchbrechung des Wettbewerbsprinzips.....	214
3. Folgerechtsprechung .....	215
4. Zwingt der Vertrag von Lissabon den Gerichtshof zu einer Kurskorrektur?.....	218
II. Deutsches Recht.....	218
C. Normative Analyse.....	220
I. Vorbemerkung .....	220
II. Wettbewerb als dynamischer Prozess .....	221
III. Inkonsistenzen des Mess- und Bewertungsverfahrens .....	222
IV. Handlungsfreiheit und Verbrauchernutzen.....	225
D. Ergebnis.....	228
§ 9 Ökonomische Theorie und Eigengesetzlichkeiten der Rechtsanwendung .....	230
A. Ausgangspunkt .....	230
B. Rezeption als kontinuierliche Aufgabe .....	231

I. Grundsatz der Selektionsfreiheit.....	231
II. Die Sachverstandsproblematik .....	235
1. Grundlegung.....	235
2. Ökonomen auf die Richterbank?.....	238
3. Weitere Konzentration der Zuständigkeiten .....	241
C. Antinomien im Kartellrecht.....	242
I. Grundlegung .....	242
1. Rechtstheorie.....	242
2. Rechtsökonomik.....	244
II. Konkretisierung .....	246
1. Rechtsregeln, Per-se-Verbote und Einzelfallanalyse .....	246
2. Rechtssicherheit und ökonomische Kriterien.....	250
3. Zur Gewichtung von Typ-I- und Typ-II-Fehlern.....	252
D. Ergebnis.....	255
4. Teil: Marktmacht .....	257
§ 10 Marktabgrenzung als überflüssiges Konstrukt der Rechtsanwendung? .....	259
A. Problemstellung.....	259
B. Normierung unternehmensbezogener Kriterien? .....	260
C. Direkte Messung von Marktmacht? .....	261
D. Auswirkungsansatz statt Marktabgrenzung?.....	265
E. Ergebnis.....	268
§ 11 Die Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes.....	269
A. Grundlegung.....	269
I. Problemstellung .....	269
II. Tradierte Lehren .....	270
1. Das klassische Bedarfsmarktkonzept.....	270
2. Erweiterungen .....	273
3. Das Konzept der Wirtschaftspläne.....	275
4. Zwischenergebnis.....	278
III. Modernere industrieökonomische Methoden .....	278
1. Der SSNIP-Test.....	279
a) Grundkonzept .....	279
b) Empirische Implementierung .....	281
(1) Preiselastizität der Nachfrage .....	281
(2) Angebotssubstitution.....	284
c) Anwendbarkeit in der Missbrauchsaufsicht? .....	284
2. Partialanalytische empirische Konzepte .....	288
a) Kreuzpreiselastizitäten und Diversion Ratios .....	288



b) Vergleichende Preisanalysen.....	290
3. Zwischenergebnis.....	293
IV. Wettbewerbspolitische Handlungsempfehlung .....	293
1. Erweitertes Bedarfsmarkt-konzept als Ausgangspunkt.....	293
2. Integrierung moderner ökonomischer Ansätze .....	294
B. Geltendes Recht.....	296
I. US-amerikanisches Antitrustrecht .....	296
1. Einführung.....	296
2. Die frühe Rechtsprechung des Supreme Court .....	296
3. Die Neufassung der Horizontal Merger Guidelines.....	300
4. Folgeentwicklung.....	301
a) Siegeszug des SSNIP-Tests? .....	301
b) Verfeinerung des tradierten Ansatzes.....	306
II. Europäisches Wettbewerbsrecht .....	309
1. Einführung.....	309
2. Der tradierte Ansatz .....	309
3. Die Bekanntmachung von 1997.....	312
4. Folgeentwicklung.....	314
a) Behutsame Rezeption modernerer Abgrenzungsverfahren .....	314
b) Quantitative Absicherung um jeden Preis? .....	321
III. Deutsches Kartellrecht.....	323
1. Einführung.....	323
2. Der tradierte Ansatz .....	323
3. Neuere Entwicklungen .....	327
C. Vergleichende Bewertung und Ergebnis.....	333
I. Sicht der Marktgegenseite als Ausgangspunkt .....	333
II. Angebotsumstellungsflexibilität als Korrektiv .....	334
III. SSNIP-Test und Monopolisierungsrecht .....	334
IV. Ökonomische Kriterien in der Markt-abgrenzung .....	335
V. Reformbedarf.....	338
5. Teil: Verdrängungsmissbrauch.....	341
§ 12 Allgemeine Lehren .....	342
A. Problemstellung.....	342
B. Tradierte Ansätze .....	342
I. Verdrängungsabsicht .....	342
II. Leistungswettbewerb .....	345
C. Wirkungsanalyse .....	348
I. Ausgangspunkt.....	348
II. Auswirkungen auf den Wettbewerbsprozess .....	349

III. Auswirkungen auf die Konsumentenwohlfahrt .....	350
IV. Das Konzept der wettbewerbswidrigen Marktverschließung .....	355
D. Blick auf den Marktbeherrscher .....	356
I. Ausgangspunkt.....	356
II. Ausschluss gleich effizienter Wettbewerber.....	357
III. Konzept des Gewinnopfers.....	360
IV. Betriebswirtschaftlich sinnloses Verhalten.....	362
E. Kombinationslösung.....	366
I. Ausgangspunkt.....	366
II. Wirkungsanalyse.....	368
1. Grundlagen.....	368
2. Grenzen .....	369
III. Analyse der Geschäftspraxis.....	370
1. Grundlagen.....	370
2. Effizienzanalyse .....	371
F. Ergebnis.....	373
§ 13 Wettbewerbswidrige Kampfpreisstrategien.....	375
A. Grundlegung.....	375
I. Problemstellung .....	375
II. Ökonomische Rationalität von Kampfpreistaktiken.....	377
1. Ältere Ansätze.....	377
2. Kampfpreise als Scheinproblem?.....	378
a) Preistheoretische Analyse.....	378
b) Empirische Studien.....	379
3. Moderne Erklärungsansätze.....	380
a) Reputation und Disziplinierung.....	381
(1) Moderne Industrieökonomik.....	381
(2) Experimentelle Ökonomik .....	382
(3) Verhaltensökonomik .....	384
b) Informationsasymmetrien im Finanzmarkt .....	385
c) Signalstrategien .....	386
d) Weitere Erklärungsansätze .....	387
4. Zwischenergebnis.....	388
III. Identifizierung von Kampfpreisstrategien .....	388
1. Tradierter Ansatz.....	389
2. Kostenbezogene Preisuntergrenzen .....	389
a) Der Areeda/Turner-Test .....	389
b) Weitere Kostenkriterien .....	392
(1) Durchschnittliche vermeidbare Kosten .....	392
(2) Durchschnittliche Gesamtkosten.....	394
(3) Langfristige durchschnittliche Grenzkosten.....	395

c)	Wirtschaftliche Rechtfertigungsgründe.....	396
(1)	Erschließung neuer Märkte.....	397
(2)	Kurzfristige Werbeaktionen .....	397
(3)	Anpassung an den Konkurrentenpreis.....	397
(4)	Angebote unter Einstandspreis im Handel .....	398
3.	Temporäre Verhaltensverbote.....	402
a)	Begrenzung der Ausbringungsmenge.....	402
b)	Preiserhöhungsverbot .....	403
c)	Qualifiziertes Preissenkungsverbot .....	404
4.	Kompensationsaussicht (recoupment) .....	405
a)	Grundkonzept .....	405
b)	Strenger Recoupment-Test .....	406
c)	Kritik und Alternativlösung: Der strukturelle Recoupment-Test.....	408
5.	Zwischenergebnis.....	410
IV.	Wettbewerbspolitische Handlungsempfehlung .....	411
1.	Unterkostenpreise.....	411
a)	Wirkungsanalyse .....	411
(1)	Grundlagen .....	411
(2)	Gestufter Ansatz.....	413
b)	Ökonomische Plausibilität der Preisstrategie .....	415
2.	Preise über den langfristigen durchschnittlichen Grenzkosten.....	417
a)	„Sicherer Hafen“?.....	417
b)	Hohe Nachweisanforderungen .....	418
B.	Geltendes Recht.....	418
I.	US-amerikanisches Antitrustrecht .....	418
1.	Einführung.....	418
a)	Utah Pie als abschreckendes Beispiel.....	418
b)	Brooke Group als Wendepunkt .....	420
2.	Verkauf unter Selbstkosten .....	422
a)	Kostenmaßstab .....	422
(1)	Vorgaben des Supreme Court .....	422
(2)	Rechtsprechung der Berufungsgerichte .....	424
(3)	Mechanische Regelanwendung.....	427
b)	Wirtschaftliche Rechtfertigungen.....	432
(1)	Anpassung an den Konkurrentenpreis.....	432
(2)	Sonstige Gründe.....	433
3.	Kompensationsaussicht.....	434
a)	Vorgaben des Supreme Court.....	434
b)	Folgerechtsprechung der Berufungsgerichte .....	435
(1)	Kompensationsaussicht als verfahrens- rechtlicher Filter.....	436

(2) Von der Chicago School zu Post-Chicago Economics? .....	439
4. Exkurs: Mischkalkulationen im Handel .....	443
II. Europäisches Wettbewerbsrecht .....	446
1. Einführung .....	446
2. Verkauf unter Selbstkosten .....	446
a) Die AKZO-Kriterien als Ausgangspunkt .....	446
b) Flexible Anwendung der Kostenregeln .....	447
(1) Umsatzspannen-Ansatz .....	448
(2) Hinwendung zum Maßstab der durchschnittlichen vermeidbaren Kosten .....	449
(3) Weitere Adaptionen .....	452
c) Der „Verdrängungsplan“ .....	454
(1) Grundsatz .....	454
(2) Direkter Nachweis .....	454
(3) Indirekter Nachweis .....	456
d) Kompensationsaussicht .....	456
(1) Die Rechtsprechung des Gerichtshofs .....	456
(2) Die ambivalente Haltung der Kommission .....	459
3. Preisstellungen oberhalb der durchschnittlichen Gesamtkosten .....	462
a) Preisstrategien kollektiv marktbeherrschender Unternehmen .....	462
b) Kombinationssachverhalte .....	465
c) Systematisierung und Bewertung .....	467
4. Wirtschaftliche Rechtfertigungen .....	470
a) Grundlagen .....	470
b) Anpassung an den Konkurrentenpreis .....	472
c) Sonstige Gründe .....	475
5. Der verfeinerte Ansatz der Prioritätenmitteilung .....	476
a) Gewinnopfer .....	477
b) Wettbewerbswidrige Marktverschließung .....	478
c) Wirtschaftliche Rechtfertigungen .....	480
III. Deutsches Kartell- und Lauterkeitsrecht .....	480
1. Einführung .....	480
a) Systematisches .....	480
b) Der Fall der freien Tankstelle in Benrath .....	481
2. Missbräuchliche Kampfpreise .....	482
a) Grundlagen .....	482
b) Verkauf unter Selbstkosten .....	483
(1) Kostenmaßstab .....	483
(2) Gesamtabwägung .....	485
(3) Verlustkompensation .....	490

c) „Sicherer Hafen“ für Überkostenpreise? .....	491
d) Wirtschaftliche Rechtfertigungen .....	492
(1) Grundlagen .....	492
(2) Erschließung neuer Märkte, Werbeaktionen, Mischkalkulationen .....	492
(3) Anpassung an den Konkurrentenpreis .....	493
3. Das Verbot von Angeboten unter Einstandspreis .....	494
a) Ausgangspunkt .....	494
b) Normstruktur .....	496
(1) Adressatenkreis und Einstandspreis .....	496
(2) Sachliche Rechtfertigungen .....	497
c) Kritik .....	499
C. Vergleichende Bewertung und Ergebnis .....	503
I. Kostenabgrenzung vs. Gesamtabwägung .....	503
II. Anforderungen an den Kompensationsnachweis .....	506
III. Bedeutung wirtschaftlicher Rechtfertigungen .....	508
IV. Sonderrecht für Verkäufe unter Einstandspreis im Handel .....	510
V. Reformbedarf .....	512
1. Recht der Europäischen Union .....	512
2. Deutsches Recht .....	513
§ 14 Missbräuchliche Kundenbindung durch Rabattsysteme .....	515
A. Grundlegung .....	515
I. Problemstellung .....	515
II. Überblick über gebräuchliche Rabattarten .....	517
1. Bedingte Rabattsysteme .....	517
a) Treuerabatte .....	517
b) Umsatz-/Zielrabatte .....	518
c) Funktionsrabatte .....	519
2. Unbedingte Rabattsysteme .....	519
III. Wettbewerbstheoretische Analyse .....	520
1. Ältere Theorien .....	520
a) Früher Ordoliberalismus und nachfolgende Entwicklungen .....	520
b) Preistheoretische Analyse .....	522
2. Modernere Ansätze .....	523
a) Faktische Bindung durch Rabattsysteme? .....	524
(1) Ausgangspunkt .....	524
(2) Wettbewerbsschädliche Bindungswirkung? .....	526
(3) Empirische und experimentelle Erkenntnisse .....	529
(4) Zwischenergebnis .....	533
b) Bedingte Rabattsysteme .....	533

(1) Nachteilige Auswirkungen auf den Wettbewerb .....	533
(2) Wettbewerbsfördernde Effekte .....	539
(3) Fazit .....	542
IV. Wettbewerbspolitische Handlungsempfehlung .....	543
1. Rabatte als Unterfall wettbewerbswidriger Kampfpreisstrategien .....	543
a) Erfasste Preisgestaltungen .....	543
b) Genereller Beurteilungsmaßstab? .....	544
2. Besonderheiten der Analyse bedingter Rabattsysteme .....	549
a) Wirkungsanalyse .....	549
b) Analyse der Geschäftspolitik .....	552
(1) Grundlagen .....	552
(2) Generelle Vermutung für das Bestehen eines prokompetitiven Zwecks? .....	553
B. Geltendes Recht .....	555
I. US-amerikanisches Antitrustrecht .....	555
1. Einführung .....	555
2. Unbedingte Rabatte .....	557
3. Funktions- und Stufenrabatte .....	558
4. Rückwirkende Rabatte .....	558
a) Marktabstottung .....	559
(1) Treuerabatte .....	559
(2) Umsatz-/Zielrabatte .....	562
b) Wirtschaftliche Rechtfertigungsgründe .....	568
II. Europäisches Wettbewerbsrecht .....	569
1. Einführung .....	569
2. Mengen- und Funktionsrabatte .....	572
3. Stufenrabatte .....	572
4. Rückwirkende Rabattsysteme .....	575
a) Marktabstottung .....	576
(1) Treuerabatte .....	576
(2) Umsatz-/Zielrabatte .....	577
b) Wirtschaftliche Rechtfertigungsgründe .....	585
c) Zwischenergebnis .....	586
5. Neuere Entwicklungen im Zuge der Prioritätenmitteilung .....	587
a) Vertiefung der Wirkungsanalyse .....	588
(1) Struktureller Auswirkungsansatz .....	588
(2) Verdrängung gleich effizienter Wettbewerber .....	592
b) Verfeinerung der Rechtfertigungsgründe .....	597

III. Deutsches Kartellrecht .....	597
1. Einführung.....	597
2. Mengen- und Funktionsrabatte .....	599
3. Stufenrabatte .....	600
4. Rückwirkende Rabattsysteme .....	600
a) Verdrängungseignung.....	600
(1) Treuerabatte .....	600
(2) Umsatz-/Zielrabatte.....	602
b) Sachliche Rechtfertigung.....	607
C. Vergleichende Bewertung und Ergebnis .....	608
I. Kampfpreis- vs. Vertriebsbindungsparallele .....	608
II. Rückwirkende Rabattsysteme.....	612
1. Verdrängungseignung .....	612
2. Bedeutung wirtschaftlicher Rechtfertigungen.....	615
III. Reformbedarf .....	618
1. Recht der Europäischen Union.....	618
2. Deutsches Recht .....	620
 6. Teil: Schluss .....	 621
§ 15 Zehn Thesen zur Missbrauchsaufsicht .....	621
 Literaturverzeichnis .....	 629
 Stichwort- und Namensverzeichnis .....	 689