

Renate Gläser

# Kartellrechtliche Grenzen der Ausgabenvielfalt preisgebundener Verlagserzeugnisse

Zugleich ein Beitrag zur Marktabgrenzung  
bei gedruckten und elektronischen Publikationen

Mit einem Geleitwort  
von D. Wallenfels

Harrassowitz Verlag · Wiesbaden · 2001

## INHALT

Abkürzungsverzeichnis .....	XI
Geleitwort .....	XIII
Vorwort .....	XV
Einleitung .....	1
<b>1. Teil: Das Preisbindungsprivileg für Verlagserzeugnisse – Entwicklung, Inhalt und Zweck der Freistellung vom Preisbindungsverbot des § 14 GWB .....</b>	<b>3</b>
I. Die Preisbindung für Verlagserzeugnisse in Deutschland .....	3
1. Geschichtliche Entwicklung der Preisbindung für Verlagserzeug- nisse in Deutschland .....	3
2. Inhalt des Preisbindungsprivilegs für Verlagserzeugnisse nach § 15 Abs. 1 GWB .....	12
3. Praxis der Preisbindung von Verlagserzeugnissen unter Berück- sichtigung der aktuellen Rechtslage .....	14
4. Teilergebnis .....	16
II. Zweck des Preisbindungsprivilegs für Verlagserzeugnisse gemäß § 15 Abs. 1 GWB .....	18
1. Das Verlagserzeugnis als Kultur- und Wirtschaftsgut .....	18
2. Vielfaltssicherung .....	21
3. Ermöglichung der buchhändlerischen Serviceleistungen .....	24
4. Gewährleistung eines breitgestreuten Händlernetzes .....	27
5. Teilergebnis .....	30
<b>2. Teil: Die Vereinbarkeit der Preisbindung von Verlagserzeugnissen mit dem parallelen Vertrieb weiterer gedruckter Ausgaben oder mit dem Angebot elektronischer Versionen .....</b>	<b>31</b>

I. Ausgangspunkt: Der zweigleisige Vertrieb preisgebundener Verlags- erzeugnisse und seine Unzulässigkeit .....	31
1. Begriff und Erscheinungsformen des zweigleisigen Vertriebs .....	32
2. Zweck und Bedingungen des zweigleisigen Vertriebs .....	33
Der Zweck des zweigleisigen Vertriebs .....	33
Die Marktwirkung des zweigleisigen Vertriebs .....	34
Die Preisbindung als Erfolgsfaktor des zweigleisigen Vertriebs .....	35
3. Die Unzulässigkeit des zweigleisigen Vertriebs .....	37
Die Preisbindungsvertragswidrigkeit des zweigleisigen Vertriebs .....	37
Schutzwürdigkeit des vertraglich gebundenen Einzelhändlers .....	37
Der zweigleisige Vertrieb als Verstoß gegen § 242 BGB .....	40
Zwischenergebnis .....	42
Der zweigleisige Vertrieb als Verstoß gegen § 15 Abs. 1 GWB .....	43
Der zweigleisige Vertrieb als Grund für die Aufhebung der Preisbindung gemäß § 15 Abs. 3 GWB .....	44
Exkurs: Der zweigleisige Vertrieb aus wettbewerbsrechtlicher Sicht (§§ 1, 3 UWG) .....	46
Zwischenergebnis .....	48
4. Traditionell anerkannte Durchbrechungen des Verbots des zwei- gleisigen Vertriebs in der deutschsprachigen Buchbranche .....	48
Sonderpreise und Ausnahmen der Preisbindung im Sammel- reverssystem des deutschsprachigen Buchhandels .....	48
Zusammenfassende Darstellung der Sonderpreise und Ausnahmen .....	49
Beurteilung unter dem Gesichtspunkt des zweigleisigen Vertriebs .....	49
Ausgleich bestimmter Verkaufs- oder Erscheinungsmodalitäten .....	50
Bevorzugung bestimmter Abnehmerkreise .....	51
Sonderpreise bei Zeitungen und Zeitschriften .....	53
Zwischenergebnis .....	53
5. Die Bedingungen des Verbots des zweigleisigen Vertriebs als Maßstäbe zur Bestimmung der preisbindungsrechtlichen Grenzen für Parallelausgaben und elektronische Parallelveröffentlichungen .....	54

Verbot des zweigleisigen Vertriebs nur innerhalb einheitlicher Märkte .....	54
Das Kriterium der Identität des Verlagserzeugnisses .....	57
Mißbrauch der Preisbindung im Sinne des § 15 Abs. 3 GWB .....	58
6. Teilergebnis .....	58
II. Parallelausgaben .....	61
Buchgemeinschaftsausgaben .....	62
Begriff der Buchgemeinschaft .....	62
Getrennter Markt der Buchgemeinschaftsausgaben? .....	63
Sachliche Marktabgrenzung .....	63
Mitgliedschaftsbindung .....	64
Produktion in hohen Auflagen .....	68
Zielgruppenprofil .....	68
Zwischenergebnis .....	72
Räumliche Marktabgrenzung .....	73
Zeitliche Marktabgrenzung .....	73
Sondermarkt der Buchgemeinschaften wegen Vorrangs des Urheberrechts? .	74
Zwischenergebnis .....	76
Erfordernis einer Produktdifferenzierung im Sinne des § 15 Abs. 1 GWB ....	77
Das Kriterium des Ausstattungsunterschiedes bei Buchgemeinschaften in der Praxis der deutschen Buchbranche .....	77
Bewertung des Kriteriums der Ausstattung nach dem Potsdamer Protokoll anhand der Rechtsprechung und der Praxis des Bundeskartellamtes .....	79
Stellungnahme .....	82
Erfordernis der Beachtung weiterer Wertigkeitskriterien im Rahmen des § 15 Abs. 3 GWB .....	83
Die Kriterien der Mitgliedschaftsbindung, des Zeitabstands und des Preisunterschiedes bei Buchgemeinschaften in der Praxis der deutschen Buchbranche .....	83
Mitgliedschaftsbindung .....	83
Zeitabstand .....	84
Preisunterschied .....	84

Bewertung der Kriterien des Potsdamer Protokolls anhand der Rechtsprechung und der Praxis des Bundeskartellamtes .....	85
Mitgliedschaftsbindung .....	85
Zeitabstand .....	87
Preisunterschied .....	88
Zusammenfassung .....	89
Stellungnahme .....	90
Das Verhältnis zwischen Ungleichwertigkeit und Preisdifferenz .....	91
Zwischenergebnis .....	95
2. Taschenbuchausgaben .....	96
Begriff des Taschenbuchs .....	97
Getrennter Markt der Taschenbuchausgaben .....	98
Sachliche Marktabgrenzung .....	98
Ausstattungsunterschied .....	98
Preislage .....	100
Besonderheiten beim Vertrieb .....	101
Zwischenergebnis .....	102
Räumliche Marktabgrenzung .....	102
Zeitliche Marktabgrenzung .....	103
Zwischenergebnis .....	103
Bedingungen der Preisgestaltung im Bereich der Marktüberschneidungen .....	104
Erfordernis einer Produktdifferenzierung im Sinne des § 15	
Abs. 1 GWB .....	105
Verhältnis von Ungleichwertigkeit und Preisdifferenz zur Vermeidung eines Mißbrauchs der Preisbindung im Sinne des § 15 Abs. 3 GWB .....	105
Zwischenergebnis .....	107
3. Sonderausgaben .....	108
Begriff der Sonderausgabe .....	108
Getrennter Markt der Sonderausgaben? .....	109
Sachliche Marktabgrenzung .....	109

Ausstattungsunterschied .....	109
Preislage .....	110
Bezug über den Versandbuchhandel .....	111
Zwischenergebnis .....	111
Räumliche Marktabgrenzung .....	111
Zeitliche Marktabgrenzung .....	112
Zwischenergebnis .....	112
Erfordernis einer Produktdifferenzierung im Sinne des § 15 Abs. 1 GWB .....	112
Verhältnis von Ungleichwertigkeit und Preisdifferenz zur Vermeidung eines Mißbrauchs der Preisbindung im Sinne des § 15 Abs. 3 GWB .....	113
Zwischenergebnis .....	115
4. Teilergebnis .....	115
5. Durchsetzung angemessener Preisabstände bei Parallelausgaben .....	116
III. Elektronische Parallelveröffentlichungen .....	118
1. Begriff und Formen des elektronischen Publizierens .....	118
2. Offline-Publikationen (CD-ROMs) .....	120
Getrennter Markt der Offline-Publikationen .....	120
Sachliche Marktabgrenzung .....	122
Technische Nutzungsvoraussetzungen .....	123
Ortsgebundenheit der Nutzung .....	125
Lesbarkeit .....	127
Informationsaufnahme .....	128
Multimediafähigkeit .....	130
Datenkomprimierung .....	131
Retrievelfähigkeit .....	131
Flexible Verwertbarkeit der Inhalte .....	132
Preislage .....	133
Zwischenergebnis .....	133
Räumliche Marktabgrenzung .....	135
Zeitliche Marktabgrenzung .....	135

Zwischenergebnis .....	135
Annex zur Preisbindungsfähigkeit elektronischer Offline-Publikationen .....	135
3. Online-Publikationen .....	137
Getrennter Markt der Online-Publikationen .....	137
Sachliche Marktabgrenzung .....	138
Technische und administrative Nutzungsvoraussetzungen .....	138
Ortsgebundenheit der Nutzung .....	139
Lesbarkeit .....	140
Informationsaufnahme .....	141
Multimediafähigkeit .....	142
Datenkomprimierung .....	142
Retrievelfähigkeit .....	143
Flexible Verwertbarkeit der Inhalte .....	143
Aktualität .....	143
Zitierfähigkeit .....	144
Preislage .....	144
Zwischenergebnis .....	146
Räumliche Marktabgrenzung .....	147
Zeitliche Marktabgrenzung .....	147
Zwischenergebnis .....	147
Annex zur Preisbindungsfähigkeit elektronischer Online-Publikationen .....	147
4. Teilergebnis .....	148
Ergebnis .....	149
Literaturverzeichnis .....	155
Register .....	169
Über die Autorin .....	173