

Inhaltsübersicht

Abkürzungsverzeichnis	<i>XIII</i>
Einleitung	<i>1</i>
1. Kapitel	
Marktabgrenzung und Regulierung der Telekommunikationsmärkte	5
1. Zweck einer Regulierung von Telekommunikationsmärkten	5
II. Regulierungsinstrumente	6
III. Notwendigkeit einer Marktabgrenzung	8
2. Kapitel	
Marktabgrenzungsmechanismen	13
1. Allgemeine Kriterien zur Marktabgrenzung	13
II. Die Abgrenzung relevanter Märkte in der wettbewerbsrechtlichen Praxis	39
3. Kapitel	
Marktabgrenzung in der Telekommunikation	57
1. Übertragung der Marktabgrenzungskonzepte auf den Telekommunikationssektor	57
II. Spezifische Marktabgrenzungsmodelle für den Telekommunikationssektor	102
III. Einzelmarktbetrachtung	133
IV. Konzept der Interdependenz im System der Marktabgrenzung	202
Zusammenfassung	208
Literaturverzeichnis	213
Stichwortverzeichnis	227

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	<i>XIII</i>
Einleitung	<i>1</i>
1. Kapitel	
Marktabgrenzung und Regulierung der Telekommunikationsmärkte	5
1. Zweck einer Regulierung von Telekommunikationsmärkten	5
II. Regulierungsinstrumente	6
III. Notwendigkeit einer Marktabgrenzung	8
2. Kapitel	
Marktabgrenzungsmechanismen	13
1. Allgemeine Kriterien zur Marktabgrenzung	13
1. Übertragbarkeit wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse auf die Rechtswissenschaften	14
2. Grundsatz der normzweckbezogenen Marktabgrenzung	15
3. Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes	17
a) Industriekonzept	18
b) Substitutionskonzepte	19
aa) Theorie der Marktbeziehungen	19
bb) Theorie der Substitutionslücke	20
cc) Bedarfsmarktkonzept	21
dd) Kreuzpreiselastizität/Konzept der externen Interdependenz	24
c) Erweiterte Substitutionskonzepte	26
aa) Konzept der Wirtschaftspläne	26
bb) Konzept der Produktionsflexibilität	27
cc) Angebotsumstellungsflexibilität	28
dd) Hypothetischer Monopolistentest = SSNIP-Test	30
d) Vordefinierte Märkte	33
4. Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes	33

a) Tatsächliche Marktgrenzen	34
aa) Produktbezogene Marktgrenzen	34
bb) Angebotsbezogene Marktgrenzen	35
cc) Nachfragebezogene Marktgrenzen	35
b) Rechtliche Marktgrenzen	37
c) Weitere Marktgrenzen	37
aa) Homogenität der Wettbewerbsbedingungen	37
bb) Preistheorie	38
 II. Die Abgrenzung relevanter Märkte in der wettbewerbsrechtlichen Praxis	39
a) EG-Wettbewerbsrecht	42
aa) Relevante Normen	42
bb) Rechtsprechung von EuGH und EuG	43
cc) Kommission	46
b) Deutsches Wettbewerbsrecht	50
aa) Relevante Normen	50
bb) Entscheidungspraxis der deutschen Gerichte und Behörden	51
c) Zusammenfassung und Vergleich	53
 3. Kapitel	
Marktabgrenzung in der Telekommunikation	57
 1. Übertragung der Marktabgrenzungskonzepte auf den Telekommunikationssektor	57
1. Parameter zur Abgrenzung der Märkte	58
2. Dimensionen der Marktabgrenzung	59
a) Sachliche Marktabgrenzung	59
b) Räumliche Marktabgrenzung	62
c) Zeitliche Marktabgrenzung	66
3. Abgrenzung der Märkte in der Praxis	67
a) Kommission	67
aa) Entscheidungspraxis	67
bb) Sonstige Stellungnahmen der Kommission	81
b) RegTP	89
aa) Entscheidungen	89
bb) Eckpunkte zur Marktabgrenzung	92
c) BGH	95
aa) Pay-TV-Durchleitung	95
bb) Exkurs: Gasdurchleitung	96
d) Bundeskartellamt	97
e) Zusammenfassung und Bewertung	98

II. Spezifische Marktabgrenzungsmodelle für den Telekommunikationssektor	102
1. Definition des sachlich relevanten Marktes unter gleichzeitiger Berücksichtigung einer geografischen Komponente	102
a) Problemstellung	102
b) Untersuchung anderer Marktabgrenzungsmodelle	104
c) Übertragbarkeit auf den Telekommunikationssektor	106
d) Übertragung auf den Telekommunikationssektor	109
2. Definition des räumlich relevanten Marktes	112
3. Die Atomisierung von Märkten	113
a) Hypothetischer Monopolistentest	115
b) Technische Betrachtungsweise	116
c) Abgrenzung nach Netzzugehörigkeit	117
d) Abgrenzung nach Tarifzonen	117
e) Angebotsumstellungsflexibilität	119
f) Sortimentsgedanke	123
g) Konzept der homogenen Wettbewerbsbedingungen als Teil der sachlichen Marktabgrenzung	125
h) Zusammenfassung	129
4. Angepasste inhaltliche Ausrichtung von sachlicher und räumlicher Marktabgrenzung auf netzgebundenen Telekommunikationsmärkten	131
III. Einzelmarktbetrachtung	133
1. Die Definition des relevanten Marktes im Normkontext	133
2. Gemeinschaftsrechtliche Vorgaben	137
a) Alter Rechtsrahmen	137
aa) Richtlinie 92/44/EWG	137
bb) Richtlinie 97/33/EG	138
cc) Richtlinie 98/10/EG	140
b) Neuer Rechtsrahmen (insbesondere die Empfehlung der Kommission)	140
aa) Inhaltliche Vorgaben	140
bb) Veto-Entscheidungen	144
3. Parameter zur Einzelmarktabgrenzung	145
4. Sprachtelefonie im Festnetz	146
a) Keine eigenständigen Märkte für Orts-, Fern- und Auslandsgespräche	146
b) Insbesondere: Auslandsgespräche in bestimmte Zielländer	149
c) Internettelefonie und festnetzgebundene Sprachtelefonie	151
5. Zusammenschaltungsmärkte	152
a) Entscheidungspraxis	152

b) Zuführung, Transit und Terminierung als relevante Märkte	155
c) Zuführung und Terminierung in ein einzelnes Telekommunikationsnetz als relevanter Markt	155
aa) Produktmarkt	155
bb) Gesetzliche Vorgaben über relevante Märkte	160
cc) Interaktion von Marktabgrenzung und Marktbeherrschung	161
d) Lokale, regionale und nationale Zusammenschaltung im Festnetz	166
e) Internationale Zusammenschaltung	170
aa) Sachlich relevanter Markt	170
bb) Räumlich relevanter Markt	171
f) Zusammenfassung	173
6. Märkte für den Teilnehmeranschluss	174
a) Sachlich relevanter Markt	174
b) Räumlich relevanter Markt	177
7. Mobilfunk	183
a) Teilnehmeranschluss	183
b) Dienste	184
8. Resale	188
9. Mietleitungen	191
10. Märkte für Privatkunden und Geschäftskunden	194
11. Marktabgrenzung bei Produktbündeln	198
 IV. Konzept der Interdependenz im System der Marktabgrenzung	 202
 Zusammenfassung	 208
 Literaturverzeichnis	 213
 Stichwortverzeichnis	 227