

Die Rolle der Must-in-Stock-
Produkte bei der Beurteilung einer
marktbeherrschenden Position

Sandro Sergio

Veröffentlichungen aus dem LL.M.-Stu-
diengang Internationales Wirtschaftsrecht
der Universität Zürich und des Europa In-
stituts an der Universität Zürich

2014 Band 82

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis	7
Literaturverzeichnis	9
Materialien	13
I. Einleitung	15
1. Ausgangslage	15
2. Themenschwerpunkte	17
3. Aufbau und Struktur.....	18
II. Ökonomische Grundlagen	20
1. Wettbewerbsbegriff.....	20
2. Verschiedene Wettbewerbsmodelle	21
a) Modell der vollkommenen Konkurrenz.....	21
b) Monopol	21
c) Oligopol.....	22
III. Marktmacht	23
1. Begriff.....	23
2. Der relevante Markt	25
a) Marktabgrenzung.....	25
aa) Sachlich relevanter Markt	25
bb) Räumlich relevanter Markt	26
cc) Zeitlich relevanter Markt	26
b) Praxis der Wettbewerbskommission	26
aa) Aktueller Wettbewerb	27
bb) Potenzieller Wettbewerb	27
cc) Stellung der Marktgegenseite.....	28
3. Die Marke als Markt?	28
4. Relative Marktmacht	29
5. Formen wirtschaftlicher Abhängigkeiten.....	32
a) Sortimentsbedingte Abhängigkeit	33
b) Unternehmensbedingte Abhängigkeit	34
c) Der sog. „Lock-in“-Effekt	34
6. Das Konzept der relativen Marktmacht in der aktuellen KG- Revision	35
IV. Der Begriff Must-in-Stock-Produkt	38
1. Allgemeine Begriffsdefinition	38
2. Must-in-Stock-Produkte im schweizerischen Detailhandel	39
3. Must-in-Stock-Produkte im deutschen Detailhandel	41

4. Produkte mit Allein- oder Spitzenstellung	43
5. Produkte mit Anbindungseffekt	43
6. Auswirkungen auf das Verhältnis zwischen Hersteller und Händler	44
V. Der Marktbeherrschungsbegriff	47
1. Einleitung	47
2. Der relevante Markt bei Must-in-Stock-Produkten	48
a) Der sachlich relevante Markt	48
b) Der räumlich relevante Markt	50
c) Der zeitlich relevante Markt	51
3. Marktbeherrschung	51
a) Beurteilungskriterien der Wettbewerbskommission	51
b) „Must-in-Stock“ als Indiz für relative Marktmacht	52
VI. Der Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung	53
1. Allgemeines	53
2. Formen von Missbrauch	54
a) Legitimate Business Reasons	55
b) Behinderungs- oder Ausbeutungsformen im Kartellgesetz	55
aa) Die Behinderungstatbestände nach Art. 7 Abs. 2 KG	55
aaa) Verweigerung von Geschäftsbeziehungen	55
bbb) Diskriminierung von Handelspartnern	56
bb) Die Ausbeutungstatbestände nach Art. 7 Abs 2 KG	57
aaa) Erzwingung unangemessener Preise oder Geschäftsbedingungen	57
bbb) Koppelungsgeschäfte (Art. 7 Abs. 2 lit. f)	57
c) Schlussfolgerungen für das Must-in-Stock-Konzept	58
VII. Kasuistik zum Must-in-Stock-Konzept	60
1. Einleitung	60
2. Fall „Feldschlösschen-Hürlimann“	60
3. Fall „Telekurs Multipay AG“	62
4. Fall „Intensiv SA“	63
5. Fall „Rossignol“	64
VIII. „De lege ferenda“	66
1. Stand der aktuellen Kartellgesetz-Revision	66
2. Alternative zu Art. 7a KG	66
IX. Würdigung	68
1. Zum Must-in-Stock-Konzept	68
2. Schlussfazit	70