

MARKTBEHERRSCHUNG

Vgl § 19 GWB und Artikel 82 EWG-V

Kein voller Wettbewerb

Bedeutung des Marktanteils

Relevanter Markt:

Austauschbarkeit aus der Sicht des Verbrauchers

Austauschbarkeit aus der Sicht des Herstellers

Sachlich relevanter Markt

Geographisch relevanter Markt

(Transportkosten)

Beispiele: 1. (DuPont 1956) Zellophan oder flexibles Verpackungsmaterial

2. (IBM 1969-1982) Computersysteme oder "Competition in Combination"

3. (Hugin 1975): Ersatzteile für Hugin-Registrierkassen oder Markt für Registrierkassen

4. Schuhe verschiedener Größe: Austauschbarkeit nur bei den Herstellern (Angebotsflexibilität)