

# Medienkonzentration im Internet

von  
Birge Kubala

1. Auflage

Medienkonzentration im Internet – Kubala

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Informationsrecht, Neue Medien



Verlag C.H. Beck München 2004

Verlag C.H. Beck im Internet:

[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 406 52527 8

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Inhaltsübersicht .....	VII
Abkürzungsverzeichnis .....	XVII
Literaturverzeichnis .....	IXX
Materialienverzeichnis .....	XXXI
<b>1. Kapitel. Einführung</b> .....	<b>1</b>
A. Historische Entwicklung des Internets .....	1
B. Gegenstand und Verlauf der Untersuchung .....	2
I. Gegenstand der Untersuchung .....	2
II. Der Verlauf der Untersuchung .....	3
C. Klärung relevanter Begrifflichkeiten .....	4
I. Neue Medien, Multimedia und Mediendienste .....	4
II. Konvergenz und Konzentration .....	5
1. Konvergenz .....	5
2. Konzentration .....	7
D. Technische Struktur des Internets .....	7
I. Netzstruktur .....	7
II. Netzinhalte .....	8
III. Netzzugang und Leitungen .....	9
IV. Netzakteure .....	11
<b>2. Kapitel. Fusionskontrolle</b> .....	<b>13</b>
A. Formelle Kriterien .....	13
I. §§ 35 ff. GWB .....	13
II. Fusionskontrollverordnung .....	13
B. Materielle Kriterien .....	14
I. Marktabgrenzung .....	16
1. Sachliche Marktabgrenzung im deutschen Kartellrecht ..	17
a) Marktabgrenzung nach dem Bedarfsmarktkonzept ...	17
b) Marktabgrenzung nach dem Konzept der Kreuzpreis-	
elastizität .....	19
c) Marktabgrenzung nach dem Konzept der Wirtschafts-	
pläne .....	20
aa) Alternative zum Bedarfsmarktkonzept? .....	20
bb) Kumulative Anwendung .....	21

2. Sachliche Marktabgrenzung im europäischen Kartellrecht	24
3. Einzelkriterien nach dem Bedarfsmarktkonzept	24
a) Verwendungszweck	24
b) Physisch-technische Beschaffenheit	25
c) Inhalt	26
d) Preis	26
e) Verbraucherpräferenzen	27
f) Anbietersicht	28
g) Zukunftsaspekte	28
4. Abgrenzung der Produktmärkte im Internet unter Berücksichtigung der Entscheidungspraxis der EU-Kommission und des Bundeskartellamtes	30
a) Wertschöpfungsketten im Medienbereich	31
b) Märkte der Medieninhalte	32
aa) Bestehen von Rezipientenmärkten	32
i) Darstellung der Ansichten	32
ii) Analyse	34
iii) Ansicht der EU-Kommission	35
iv) Bewertung	36
bb) Umfang der Rezipientenmärkte	37
cc) Einzelne Rezipientenmärkte	39
i) Breitbandinhalte	39
ii) Schmalband-Inhalte außer Musik	40
(1) Portalmarkt	41
(a) Entscheidungen der EU-Kommission	41
(b) Entscheidungen des Bundeskartellamtes	42
(c) Bewertung	43
(2) Online-Datenbanken	43
(3) Electronic Publishing	44
(4) Internetplattformen	45
iii) Musikmärkte im Internet	45
dd) Werbemärkte	47
c) Technische Dienste	49
aa) Märkte für Interkonnektivität	49
i) Darstellung der Dienstleister	49
ii) Abgrenzung der Märkte	51
bb) Internetzugangsmärkte	52
i) Schwierigkeit der Marktabgrenzung auf Telekommunikationsmärkten	52
ii) Internetanschlussfähigkeit und Internetnutzungsangebot	52

iii) Internetzugang für Internet Service Provider und Internetzugang für Endkunden . . . . .	53
iv) Weitere Untergliederung des Internetzugangs für Endkunden . . . . .	53
(1) Einwahlzugang und Standleitung . . . . .	53
(2) Anwahlzugang für Verbraucher und Ge- schäftskunden . . . . .	54
(3) Schmal- und breitbandiger Internetan- schluss . . . . .	54
(4) Untergliederung nach Übertragungswegen . . . . .	54
(a) Europäisches Recht . . . . .	54
(b) Deutsches Recht . . . . .	55
(c) Bewertung . . . . .	56
v) Fazit . . . . .	57
d) Vorgelagerte Märkte: Produktion von Websites und Playersoftware . . . . .	57
5. Anwendbarkeit des Bedarfsmarktkonzeptes im Internet . . . . .	58
a) Marktdiversifizierung . . . . .	58
b) Evolutionsdynamik der Märkte . . . . .	60
6. Der räumlich relevante Markt im Internet . . . . .	62
a) Allgemeine Darstellung ohne Berücksichtigung des Internets . . . . .	62
b) Anwendung im Internet . . . . .	64
aa) Analyse der Anwendungspraxis der EU-Kom- mission . . . . .	65
bb) Bewertung . . . . .	66
cc) Analyse und Bewertung der Anwendungs- praxis des Bundeskartellamts . . . . .	66
7. Der zeitlich relevante Markt im Internet . . . . .	67
8. Unterschiede in der Marktabgrenzung zur Missbrauchs- aufsicht . . . . .	67
II. Marktbeherrschung . . . . .	67
1. Wettbewerbstheorien zur Feststellung von Marktmacht . . . . .	67
2. Ökonomischer Rahmen der Marktstrukturkontrolle . . . . .	68
a) Allgemeine Darstellung der ökonomischen Gesetze . . . . .	69
aa) Netzwerkeffekte . . . . .	69
i) Ursachen . . . . .	69
ii) Auswirkungen . . . . .	72
bb) Standardisierung . . . . .	74
cc) Skalenvorteile und Verbundvorteile auf der Ange- botsseite, Transaktionskostensparnis und natür- liche Monopole . . . . .	75
dd) Innovationswettbewerb . . . . .	76
ee) Engpasssituationen . . . . .	78

b) Spezifika der Internetökonomie . . . . .	78
aa) Netzwerkeffekte . . . . .	78
bb) Standardisierung . . . . .	81
cc) Größenvorteile und Verbundvorteile auf der An- gebotsseite . . . . .	82
dd) Natürliche Monopole . . . . .	83
ee) Innovationswettbewerb . . . . .	85
ff) Engpasssituationen . . . . .	85
c) Zusammenfassung und Bewertung . . . . .	85
3. Marktbeherrschungskriterien . . . . .	87
a) Definition der Marktbeherrschung . . . . .	87
aa) Nach §§ 19 ff., 35 ff. GWB . . . . .	87
bb) Nach Art. 2 der FusionskontrollVO: . . . . .	88
b) Einzelkriterien zum Nachweis der Marktbeherr- schung . . . . .	88
aa) Nach §§ 19 ff., 35 ff. GWB . . . . .	88
bb) Nach Art. 2 der FusionskontrollVO . . . . .	90
c) Unterschiede in der Anwendung der Marktbeherr- schungskriterien zwischen Fusionskontrolle und Missbrauchsaufsicht . . . . .	91
d) Anwendbarkeit der Marktbeherrschungskriterien bei Internetmedienfusionen . . . . .	91
aa) Marktanteile . . . . .	92
i) Berechnung der Marktanteile . . . . .	92
ii) Aussagekraft der Marktanteile . . . . .	93
iii) Sondersituationen für die Bewertung von Marktanteilen: Wachstums- und Zukunfts- märkte . . . . .	94
bb) Finanzkraft . . . . .	97
cc) Potentieller Wettbewerb und Marktzutritts- schränken . . . . .	98
dd) Auflagen- und Zusagenpraxis . . . . .	99
i) Praxis der EU-Kommission . . . . .	99
ii) Praxis des Bundeskartellamts . . . . .	102
e) Zusammenfassung und Bewertung . . . . .	102
4. Konzentrationsformen und ihre Auswirkungen auf Marktstrukturen . . . . .	103
a) Vertikale Medienzusammenschlüsse . . . . .	104
aa) Ursachen und Risiken vertikaler Zusammen- schlüsse allgemein . . . . .	104
bb) Vertikale Zusammenschlüsse im Bereich der Inter- netmedien . . . . .	106
i) Vertikale Konzentration zwischen Inhalten und Infrastruktur . . . . .	108

---

(1) Darstellung . . . . .	108
(a) Entscheidungspraxis der EU-Kommission . . . . .	108
(b) Entscheidungspraxis des Bundeskartellamts . . . . .	112
(2) Bewertung . . . . .	114
(a) Entscheidungspraxis der EU-Kommission . . . . .	114
(b) Entscheidungspraxis des Bundeskartellamts . . . . .	115
ii) Vertikale Konzentration bei der Infrastruktur des Internets . . . . .	115
(1) Entscheidungspraxis der EU-Kommission . . . . .	115
(2) Entscheidungspraxis des Bundeskartellamts . . . . .	116
(3) Bewertung . . . . .	118
b) Diagonale Zusammenschlüsse . . . . .	119
aa) Ursachen und Risiken diagonalen Zusammenschlüsse . . . . .	119
i) Einführung . . . . .	119
ii) Deutsches und europäisches Kartellrecht . . . . .	120
bb) Diagonale Zusammenschlüsse im Bereich der Internetmedien . . . . .	121
i) Cross-media-Ownership . . . . .	121
(1) Darstellung . . . . .	121
(2) Bewertung . . . . .	122
(3) Lösungsansätze . . . . .	122
(a) Gesamtmedienmarkt . . . . .	122
(b) Intermediäre Verflechtung als Marktbeherrschungskriterium . . . . .	123
ii) Cross-Ownership bei den Übertragungsweegen . . . . .	124
(1) Darstellung . . . . .	124
(2) Bewertung . . . . .	126
c) Horizontale Zusammenschlüsse im Bereich der Internetmedien . . . . .	127
aa) Inhalte . . . . .	127
bb) Übertragungswege . . . . .	128
5. Bewertung der Fusionskontrolle im Bereich der Internetmedien . . . . .	130

<b>3. Kapitel. Missbrauchsaufsicht</b> .....	133
A. Begriffsklärung .....	133
I. Nach §§ 19 ff. GWB .....	133
II. Nach Art. 82 EGV .....	134
B. Besonderheiten der Missbrauchsaufsicht im Internet .....	134
I. Allgemeine Darstellung .....	134
II. Beispielsfälle .....	135
<b>4. Kapitel. Sonderfall der Missbrauchsaufsicht: Zugang zum Internet</b> .....	139
A. Notwendigkeit einer Regulierung in Netzsektoren .....	140
B. Telekommunikationsrechtliche Zugangsansprüche zum Internet .....	142
I. Allgemeine Ausführungen .....	142
II. Anwendbarkeit der telekommunikationsrechtlichen Zugangsansprüche auf Internetsachverhalte .....	144
1. Zugang zu Inhalten und Übertragungswegen .....	144
2. Zugangsberechtigte .....	145
a) Zugangsansprüche von Access Providern .....	145
b) Zugangsansprüche von Content Providern .....	145
3. Zugang zum Breitbandkabel .....	146
a) Anwendbarkeit des TKG auf das Breitbandkabel ...	146
b) Beträchtliche Marktmacht des Breitbandkabelbetreibers .....	147
c) Verhältnis der §§ 19, 21 TKG n.F. zu medienrechtlichen Kabelbelegungsvorschriften .....	147
aa) „Open Access“-Debatte bezüglich des Breitbandkabels in den USA .....	150
bb) Zugangsansprüche von Internet Service Providern zum Breitbandkabel de lege ferenda .....	151
C. Anspruchsgrundlagen nach §§ 19 Abs. 4, Nr. 4, 33 GWB ....	154
I. Allgemeine Darstellung .....	154
II. Das Verhältnis der telekommunikationsrechtlichen Zugangsansprüche zu §§ 19, 20 GWB .....	155
III. Zugangsansprüche zum Internet .....	158
D. Medienrechtliche Zugangsansprüche .....	159
I. Mediendienstestaatsvertrag .....	159
II. Rundfunkstaatsvertrag .....	160
III. Teledienstegesetz .....	160
IV. Fazit .....	160
E. Zusammenfassung zu den Zugangsansprüchen im Internet ...	160

<b>5. Kapitel. Publizistische Konzentrationskontrolle</b> . . . . .	163
A. Publizistische Konzentrationskontrolle im europäischen Recht . . . . .	163
I. Verhältnis des deutschen Medienrechts zum europäischen Recht . . . . .	163
II. Medienrecht nach europäischem Sekundärrecht . . . . .	164
1. Richtlinienpaket für elektronische Kommunikationsnet- ze und -dienste . . . . .	164
2. Richtlinienvorschlag „Medieneigentum im Binnen- markt“ . . . . .	165
3. Fernsehrichtlinie . . . . .	166
III. Fazit . . . . .	167
B. Publizistische Konzentrationskontrolle im deutschen Recht . . .	167
I. Medienrechtliche Konzentrationskontrolle nach RStV, MDStV und TDG . . . . .	167
II. Zuordnung der Internetdienste zum RStV, MDStV und TDG . . . . .	168
1. Die Abgrenzung von RStV, MDStV und TDG . . . . .	168
2. Die Zuordnung der einzelnen Internetdienste . . . . .	169
3. Sonderfall: Zuordnung des „Internetrundfunks“ . . . . .	171
a) Zuordnung de lege lata . . . . .	171
b) Zuordnung de lege ferenda . . . . .	175
III. Zusammenfassung . . . . .	176
<b>6. Kapitel. Konvergenz der publizistischen und ökonomischen Konzentrationskontrolle im Internet</b> . . . . .	177
A. Materiellrechtliche Vereinheitlichung . . . . .	177
I. Das Verhältnis von Marktmacht und Meinungsmacht . . . . .	177
II. Verhältnis des Kartell- und Rundfunkrechts . . . . .	178
III. Vergleich der Konzentrationsvorschriften nach allgemei- nem Kartellrecht und Rundfunkrecht im Status quo . . . . .	179
IV. Lösungsvorschläge zur materiell-rechtlichen Vereinheitli- chung . . . . .	181
1. Die vollständige Abschaffung der rundfunkrechtlichen Konzentrationskontrolle . . . . .	182
2. Die Anpassung von kartellrechtlicher und publizisti- scher Konzentrationskontrolle . . . . .	183
a) Anpassung des Kartellrechts . . . . .	184
b) Anpassung des Rundfunkrechts . . . . .	185
3. Verschmelzung der kartellrechtlichen und der rundfunk- rechtlichen Konzentrationskontrolle . . . . .	186
a) Das „Ob“ der Verschmelzung . . . . .	186
b) Das „Wie“ der Verschmelzung . . . . .	187
4. Fazit . . . . .	188

---

B. Verfahrensrechtliche Vereinheitlichung .....	188
I. Vor- und Nachteile der Zentralisierung der rundfunkrechtlichen und der kartellrechtlichen Konzentrationskontrolle .	188
II. Varianten der verfahrensrechtlichen Annäherung von rundfunkrechtlicher und kartellrechtlicher Konzentrationskontrolle .....	189
1. Konzentrierte Lösungsvorschläge .....	189
a) Einheitlicher Länderverwaltungsvollzug .....	190
b) Einheitlicher Bundesverwaltungsvollzug .....	191
c) Bund-Länder-Gemeinschaftsanstalt .....	193
2. Kooperative Lösungsvorschläge .....	195
III. Lösung .....	196
<b>7. Kapitel. Thesen .....</b>	<b>199</b>
Stichwortverzeichnis .....	205