

Dana Ruddigkeit

Die kartellrechtliche
Beurteilung der
Kopplungsgeschäfte von
eBay und PayPal

Heft 103

Januar 2011

**Die kartellrechtliche Beurteilung
der Kopplungsgeschäfte von *eBay* und *PayPal***

Von

Dana Ruddigkeit

Institut für Wirtschaftsrecht
Forschungsstelle für Transnationales Wirtschaftsrecht
Juristische und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

Dipl.-Jur. Dana Ruddigkeit ist Stipendiatin des Graduiertenkollegs „Konstitutionelle Grundlagen globalisierter Finanzmärkte“ sowie Studentin des Studiengangs „Master of Business Law and Economic Law“ am Institut für Wirtschaftsrecht der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.

Christian Tietje/Gerhard Kraft/Matthias Lehmann (Hrsg.), Beiträge zum Transnationalen Wirtschaftsrecht, Heft 103

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://www.dnb.ddb.de> abrufbar.

ISSN 1612-1368 (print)
ISSN 1868-1778 (elektr.)

ISBN 978-3-86829-316-6

Schutzgebühr Euro 5

Die Hefte der Schriftenreihe „Beiträge zum Transnationalen Wirtschaftsrecht“ finden sich zum Download auf der Website des Instituts bzw. der Forschungsstelle für Transnationales Wirtschaftsrecht unter den Adressen:

www.wirtschaftsrecht.uni-halle.de/publikationen.html
www.jura.uni-halle.de/telc/publikationen.html

Institut für Wirtschaftsrecht
Forschungsstelle für Transnationales Wirtschaftsrecht
Juristische und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Universitätsplatz 5
D-06099 Halle (Saale)
Tel.: 0345-55-23149 / -55-23180
Fax: 0345-55-27201
E-Mail: ecohal@jura.uni-halle.de

INHALTSVERZEICHNIS

A. Die Problemstellung	5
B. Die Missbrauchskontrolle im deutschen Kartellrecht	6
C. Die relevanten Märkte	6
I. <i>eBay</i> als ein auf einem Markt tätiges Unternehmen.....	6
II. Sachliche Abgrenzung.....	7
1. Nutzergruppe Verkäufer	8
2. Nutzergruppe Käufer	9
III. Räumliche Abgrenzung	10
IV. Zwischenergebnis	10
D. Marktbeherrschende Stellung	10
I. <i>eBays</i> Stellung bei Online-Auktionen	11
1. Der Empirische Befund	11
2. Belegung des empirischen Befunds durch Netzeffekte.....	11
3. Zwischenergebnis	14
II. <i>eBays</i> Stellung im Internethandel.....	14
1. Vorbemerkung.....	14
2. Gesamtbild anhand der Marktstrukturkriterien	15
3. Marktanteil von mindestens einem Drittel	15
4. Besonderheiten des Internethandels: Netzeffekte und Festpreisverkäufe ..	16
5. Zwischenergebnis	17
E. Missbrauch.....	17
I. Vorliegen eines Kopplungsgeschäftes.....	18
II. Beeinträchtigung anderer Unternehmen in einer für den Markt erheblichen Weise	19
III. Sachliche Rechtfertigung	21
1. Die Verbesserung des Käuferschutzes durch PayPal.....	22
2. Die Kopplung als mildestes und angemessenes Mittel	23
F. Schluss	25
Schrifttum	26

A. Die Problemstellung

Am 25. Februar 2010 hat das Online-Auktionshaus *eBay* für Verkäufer mit weniger als 50 Bewertungspunkten die Pflicht eingeführt, *PayPal* als Online-Zahlungsdienst den Käufern anzubieten.¹ Bereits am 25. September 2008 hatte *eBay* die Pflicht zur Verwendung von *PayPal* für ein bestimmtes Festpreisformat für gewerbliche Verkäufer eingeführt.²

Bei *PayPal* handelt es sich um ein Online-Bezahlungssystem, welches zur Abwicklung der Geldtransaktion zwischen zwei Transaktionspartnern dient. Dabei wird das Geld vom Sender an *PayPal* als Treuhänder überwiesen. Der Empfänger bekommt dann umgehend eine Nachricht, dass das Geld auf sein *PayPal*-Konto überwiesen wurde. Das Bezahlen und Versenden auf *eBay* erstegerter Artikel lässt sich durch *PayPal* beschleunigen. *PayPal* ist seit Oktober 2002 ein Tochterunternehmen von *eBay*. Die verpflichtende Verbindung der von *eBay* und *PayPal* angebotenen Dienstleistungen zog Beschwerden beim Bundeskartellamt nach sich. Inhalt der kartellrechtlichen Prüfung ist die Besorgnis, dass *eBay* versuchen könnte, die hohen Nutzerzahlen bei den Auktionen in Nutzer von *PayPal* umzuwandeln. Ist ein Nutzer erst einmal bei *PayPal* angemeldet, wird er sich nur in seltenen Fällen für die Anmeldung in einem weiteren Bezahlssystem entscheiden. Das bedeutet, dass es anderen Bezahlssystemen schwer gemacht wird, Kunden zu akquirieren. Ein fairer Wettbewerb ist damit in Frage gestellt.

Allerdings hat *eBay* vom Bundeskartellamt mittlerweile wie schon 2008 grünes Licht für seine neuen Nutzungsbedingungen erhalten. Kartellamtssprecher *Kay Weidner* teilte am 23. April 2010 gegenüber der Deutschen Presseagentur mit, dass die Behörde kein offizielles Verfahren einleiten wird.³

Im Folgenden soll die kartellrechtliche Beurteilung der Kopplung von *eBay* mit dem Dritt-Produkt *PayPal* ungeachtet des Ergebnisses, zu dem das Bundeskartellamt in seiner Untersuchung gelangt ist, erfolgen. Zudem kann davon ausgegangen werden, dass die Kopplung von *eBay* und *PayPal* auch in neuen Erscheinungsformen auftreten wird und wohl nicht das letzte Mal das Bundeskartellamt beschäftigt haben wird. Da das Problem sich zunächst im Rahmen des deutschen Kartellrechts stellte, wird sich die folgende Untersuchung auf das deutsche Kartellrecht beschränken, wobei weite Teile der Argumentation auf das europäische Kartellrecht übertragbar sind. Überdies bleibt den Mitgliedstaaten gem. Art. 3 Abs. 2 S.2 VO 1/2003⁴ eine gegen-

¹ Vgl. die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und *eBay*-Grundsätze, erhältlich im Internet: <<http://pages.ebay.de/help/policies/accepted-payments-policy.html>> (besucht am 01. Oktober 2010).

² Erhältlich im Internet: <http://pages.ebay.de/help/sell/retailformat_how_to.html> (besucht am 01. Oktober 2010).

³ Vgl. das Handelsblatt vom 23.04.2010, erhältlich im Internet: <<http://www.handelsblatt.com/newsticker/technologie/ebay-erhaelt-gruenes-licht-fuer-paypal-pflicht;2567327>> (besucht am 01. Oktober 2010).

⁴ Verordnung Nr. 1/2003/ABl. EG Nr. L 1/1 vom 04.01.2003.

über Art. 82 EG a.F. bzw. Art. 102 AEUV strengere Missbrauchsaufsicht unbenommen.

B. Die Missbrauchskontrolle im deutschen Kartellrecht

Die Missbrauchskontrolle gem. §§ 19 ff. GWB stellt die zweite Säule des deutschen Kartellrechts dar und steht als solche neben den Regelungen über die Verhaltensabstimmung und die Fusionskontrolle. Während sich die Fusionskontrolle auf die Bildung von Marktmacht durch externes Wachstum bezieht, richtet sich die Missbrauchsaufsicht auf die Kontrolle bestehender Marktmacht.

Das allgemeine Missbrauchsverbot ist in § 19 GWB enthalten. Die speziellen Behinderungs- und Diskriminierungsverbote des § 20 GWB dienen als Ergänzung zum allgemeinen Missbrauchsverbot nach § 19 GWB.⁵ Um einen Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung gem. § 19 GWB feststellen zu können, muss zunächst der relevante Markt benannt werden (Abschnitt C.). Erst dann kann die Marktbeherrschung (Abschnitt D.) und schließlich ein Missbrauch (Abschnitt E.) geprüft werden.

C. Die relevanten Märkte

I. *eBay* als ein auf einem Markt tätiges Unternehmen

Als Markt bezeichnet man in der Theorie den idealen Ort, an dem Angebot und Nachfrage aufeinander treffen, sich also mehrere Unternehmen um einen Kunden bemühen.⁶ Zunächst stellt *eBay* eine Plattform zur Verfügung, auf der sich eine Vielzahl von Käufern und Verkäufern gegenüberstehen und Verträge abschließen. Eine Unterscheidung zwischen der zugrunde liegenden Plattform und dem auf ihr stattfindenden Markt ist notwendig. Das Zurverfügungstellen einer Plattform muss, um selbst einen relevanten Markt bilden zu können, ein Angebot darstellen, welches auf die Nachfrage von Kunden trifft. Dieses Aufeinandertreffen vollzieht sich durch Leistung und Gegenleistung. Bei *Google* wird das Vorliegen eines Marktes in der Literatur z.T. verneint, weil der Leistung von *Google* keine Gegenleistung des Webseitenbetreibers gegenüberstehe.⁷ Für die Vermittlung eines Käufers verlangt *eBay* von den Verkäufern eine Gebühr. Leistung und Gegenleistung liegen vor. Die Käufer aber erbringen für die Vermittlung des Vertrages keine Gegenleistung an *eBay*.

In der juristischen Auseinandersetzung um das Bestehen eines Rezipientenmarktes in Hörfunk und Fernsehen wird argumentiert, dass Entgeltlichkeit eine unabdingbare Voraussetzung eines Marktes i.S.d. Kartellrechts sei.⁸ Daran ist richtig, dass eine Ge-

⁵ *Gassner*, Grundzüge des Kartellrechts, 117; *Immenga/Mestmäcker*, GWB, § 19, Rn. 252. Wesentlicher Unterschied ist die Erweiterung des Adressatenkreises über die der marktbeherrschenden Unternehmen hinaus.

⁶ BKartAmt v. 21.06.2000, WuW/E DEV, 275 (275) „*Melitta/Schultink*“.

⁷ *Schulz/Held/Laudien*, Suchmaschinen als Gatekeeper in der öffentlichen Diskussion, 59 f.

⁸ *Frey*, ZUM 1998, 985 (989), m.w.Nw.

genseite, die keinen Preis zu bezahlen hat, in der Regel keiner Gefahr einer „ökonomischen Ausplünderung“ ausgesetzt ist. Ein Fernsehzuschauer investiert lediglich seine Aufmerksamkeit in ein Programm. Der Leistungsaustausch zwischen *eBay*-Käufer und -Verkäufer kann aber erhebliche ökonomische Folgen haben. Beide Seiten haben ein ökonomisches Interesse an der Vermittlung des Geschäfts durch *eBay*. Dies begründet eine für das Kartellrecht hinreichende Marktbeziehung.⁹ *eBay* übt damit sowohl hinsichtlich der Verkäufer als auch der Käufer eine geschäftliche Tätigkeit auf einem Markt aus.

II. Sachliche Abgrenzung

Nach dem sog. Marktmachtkonzept kann sich wirtschaftliche Macht nur auf genau bestimmten Märkten bilden.¹⁰ Voraussetzung für die Beurteilung des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung durch *eBay* ist daher die präzise Bestimmung des relevanten Marktes.

Dieser Markt ist in sachlicher und räumlicher Hinsicht von anderen Teilmärkten abzugrenzen. Je enger die Marktabgrenzung vorgenommen wird, umso wahrscheinlicher ist eine Marktbeherrschung. Die Festlegung des relevanten Marktes kann bereits den Grad der Marktbeherrschung determinieren. Zur Marktabgrenzung in sachlicher Sicht ist auf das Konzept der funktionellen Austauschbarkeit, das auch als Bedarfsmarktkonzept bezeichnet wird, zurückzugreifen. Nach der ständigen Rechtsprechung gehören zu einem sachlichen Markt „sämtliche Erzeugnisse, die sich nach ihren Eigenschaften, ihrem wirtschaftlichen Verwendungszweck und ihrer Preislage so nahe stehen, dass der verständige Verbraucher sie als für die Deckung eines bestimmten Bedarfs geeignet in berechtigter Weise abwägend miteinander vergleicht und als gegeneinander austauschbar ansieht.“¹¹ Es kommt daher auf die tatsächliche Sicht und Verhaltensweise der Nachfrager an und ob diese das Produkt eines bestimmten Herstellers für austauschbar ansehen, also ohne größere Überlegungen auf ein anderes Produkt umsteigen könnten und würden, weil es zur Deckung eines bestimmten Bedarfs ebenso geeignet ist.

Die Internetplattform *eBay* wird sowohl von den Käufern als auch von den Verkäufern der Waren und Dienstleistungen in Anspruch genommen. Die Abgrenzung eines solchen zweiseitigen Marktes gestaltet sich schwieriger als bei traditionellen Märkten. Da es zwei Nutzergruppen gibt, ist nach den Substitutionsmöglichkeiten für beide Gruppen zu fragen.

⁹ Vgl. die Argumentation in *Ott*, MMR 2006, 195 (197).

¹⁰ *Tekautschitz*, Machtmissbrauch marktbeherrschender Unternehmen im Europäischen Kartellrecht, 40.

¹¹ KG v. 18.2.1969, WuW/E OLG, 995 (996) „*Handpreisauszeichner*“; st. Rspr. des BGH vgl. nur BGH, vom 16.12.1976 WuW/E, 1445 (1447) „*Valium*“; BGH v. 25.6.1985 WuW/E 2150 (2153) „*Edelstahlbestecke*“; *Immengal/Mestmäcker*, GWB, § 19, Rn 18.

1. Nutzergruppe Verkäufer

Da sich viele der über *eBay* vollzogenen Geschäfte auch auf traditionellen Märkten, auf denen sich Käufer und Verkäufer physisch gegenüberstehen, abwickeln lassen, ist zunächst zu klären, ob auch die physischen Märkte einen Teil des relevanten Marktes bilden.

Hierauf lässt die Argumentation des Kammergerichts Berlin in Zusammenhang mit der Sperrung eines *eBay*-Accounts schließen.¹² Für die sachliche Marktabgrenzung sei auf den Schmuckhandel allgemein abzustellen. Denn, so die Begründung des Kammergerichts, beim Schmuckhandel per Internet sei eine Veränderung des Produkts in seinem Wesen nicht feststellbar, sodass sich hier kein neuer Markt gebildet habe.¹³

Dieser Argumentation ist entgegenzuhalten, dass die Internetplattform von den darauf gehandelten Produkten und Dienstleistungen zu trennen ist.¹⁴ *eBay* selbst bietet nicht die einzelnen Waren und Dienstleistungen an, sondern ist eine Verkaufsplattform. Mit dem Brandenburgischen OLG ist davon auszugehen, dass der relevante Markt der Markt für Dienstleistungen zum Zwecke der Offerierung von Verkaufsangeboten ist.¹⁵

Die Frage muss zunächst lauten, ob der Verkäufer die jeweilige Ware, die als solche unberührt bleiben mag, ebenso gut auf physischen Märkten absetzen kann. Physische Märkte sind regional begrenzt und können häufig nur eine geringere Zahl von Kaufinteressenten anziehen als Märkte im Internet. Sie sind für den Verkäufer der Ware nur ein unvollständiges Substitut, mithin von Internetmärkten sachlich abzugrenzen.¹⁶ Andernfalls wäre zudem unklar, welche Unternehmen auf den physischen Märkten mit *eBay* in Wettbewerb stehen könnten. Die Annahme eines Wettbewerbs zwischen *eBay* und den Vermietern von Geschäftsflächen oder Messeständen erscheint eher fern liegend. Somit ist die Untersuchung des relevanten Marktes auf den Internethandel einzugrenzen.

Der Internethandel umfasst neben Auktionsplattformen auch eine große Zahl von Online-Shops für spezifische Produkte mit festen Preisen wie etwa *Amazon Marketplace*, *AutoScout 24*, *ImmobilienScout24*, *Quoka* oder *Kalaydo*.

Für die weitere sachliche Eingrenzung des Marktes ist daher zu untersuchen, ob sich beide Vertriebsformen nach ihren Eigenschaften, ihrem wirtschaftlichen Verwendungszweck und ihrer Preislage so nahe stehen, dass der verständige Verkäufer beide abwägend miteinander vergleicht und als gegeneinander austauschbar ansieht.¹⁷

Gewerbliche Verkäufer setzen oftmals eine große Zahl gleichartiger, neuer Artikel ab. Für neue Artikel existieren zahlreiche Preissuchagenten im Internet, sodass der aktuelle Marktpreis durch jeden Internetnutzer leicht ermittelt werden kann. Gewerb-

¹² KG v. 5. 8. 2005, NJW-RR 2005, 1630 (1632).

¹³ *Ibid.*, 1630 (1632).

¹⁴ *Immenga/Mestmäcker*, GWB, § 19, Rn. 34 – Internet und Onlinedienste.

¹⁵ OLG Brandenburg, Urteil vom 17.06.2009 – Kart W 11/09.

¹⁶ *Haucap/Wenzel*, in: Kruse (Hrsg.), Wettbewerbsprobleme im Internet, 7 (21).

¹⁷ KG v. 18.2.1969, WUW/E OLG, 995 (996) „*Handpreisauszeichner*“.

liche Verkäufer neuer Artikel werden daher durch Auktionen nur in seltenen Fällen Preise erzielen, die über dem Marktpreis liegen.¹⁸ Dies wird auch durch den Umstand belegt, dass viele *eBay*-Verkäufer von vornherein die Sofortkaufoption zu Festpreisen anbieten. Für gewerbliche Anbieter sind Online-Auktionen daher leicht substituierbar und bilden keinen eigenständigen Markt innerhalb des Handels im Internet.¹⁹ Ebenso stellte das OLG Brandenburg fest, dass zum relevanten Markt auch Online-Shops und Internetmärkte gehören.²⁰ Auch das Bundeskartellamt gelangte in seiner jüngsten Untersuchung zu diesem Ergebnis. Laut Bundeskartellamt gibt es keinen eigenen Markt für Online-Auktionen. Vielmehr seien Online-Auktionen Teil eines größeren Marktes, der auch andere Online-Händler umfasse.²¹ Ob dieses Ergebnis für sämtliche Teilbereiche von Online-Auktionen Geltung beanspruchen kann, lässt das Bundeskartellamt allerdings offen.

Etwas anderes mag für Online-Auktionen, die meist aber nicht ausschließlich von privaten Verkäufern gebrauchter Waren genutzt werden, gelten. Während sich für neue Artikel leicht ein Marktpreis ermitteln lässt, ist dies aufgrund der starken Heterogenität und geringen Vergleichbarkeit gebrauchter Waren nicht der Fall. Gerade für private Verkäufer ist es oftmals schwer einzuschätzen, welchen Marktpreis ihr Artikel hat.²² Hier wird gerade erst durch das Format der Auktion ein Marktpreis ermittelt. Für private Verkäufer gebrauchter Waren ist das Format der Auktion nicht durch den Verkauf zu Festpreisen substituierbar. Online-Auktionen bilden diesbezüglich einen eigenständigen Markt.²³

2. Nutzergruppe Käufer

Auch der Markt für die Nutzergruppe der Käufer ist in sachlicher Hinsicht einzugrenzen. Traditionelle physische Märkte sind aufgrund ihrer regionalen Begrenztheit und der geringeren Zahl der Anbieter hier ebenfalls ein unvollständiges Substitut. Sie zählen nicht zum sachlich relevanten Markt. Schwieriger ist die Frage zu beantworten, ob das Format der Auktion gegenüber Festpreisverkäufen aus Sicht der Käufer austauschbar ist.

Geht man davon aus, dass Käufer ein spezifisches Bedürfnis nur bis zu einem bestimmten Preis befriedigen wollen, ist mit *Haucap* davon auszugehen, dass bei Käufern eine höhere Substitutionsbereitschaft für beide Formate besteht.²⁴ Online-Auktionen bilden für die Nutzergruppe der Käufer keinen eigenständigen Markt. Der

¹⁸ Ebenso *Haucap/Wenzel*, in: Kruse (Hrsg.), Wettbewerbsprobleme im Internet, 7 (21).

¹⁹ *Haucap/Wenzel*, in: Kruse (Hrsg.), Wettbewerbsprobleme im Internet, 7 (21).

²⁰ OLG Brandenburg v. 17.6.2009 – Kart W 11/09.

²¹ Vgl. die Süddeutsche Zeitung vom 24.4.2010. Erhältlich im Internet: <<http://www.sueddeutsche.de/digital/auktionen-bei-ebay-paypal-zwang-ist-rechtens-1.935593>> (besucht am 01. Oktober 2010).

²² *Haucap/Wenzel*, in: Kruse (Hrsg.), Wettbewerbsprobleme im Internet, 7 (21).

²³ *Ibid.*, 7 (21).

²⁴ *Ibid.*, 7 (27).

sachlich relevante Markt umfasst für die Nutzergruppe der Käufer den gesamten Internethandel.

III. Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung verfolgt denselben Zweck wie die sachlich-gegenständliche Abgrenzung und vollzieht sich nach demselben Kriterium der Austauschbarkeit aus Sicht des Abnehmers.²⁵ Käufer und Verkäufer sind über *eBay*-Deutschland im gesamten Bundesgebiet miteinander vernetzt. Die Kosten für den Versandhandel sind innerhalb von Deutschland immer die gleichen. Die sog. Selbstabholer, die sich nur an ihre Region wenden, sind zahlenmäßig nur von geringer Relevanz. Die Leistungen, die *eBay* gegenüber den Käufern und Verkäufern erbringt, sind im gesamten Bundesgebiet austauschbar. Räumlich relevanter Markt ist das Bundesgebiet.

IV. Zwischenergebnis

Die Untersuchung der Nutzergruppe der Verkäufer hat gezeigt, dass beim Verkauf von gebrauchten Artikeln das Format der Online-Auktion nicht durch den sonstigen Internethandel zu Festpreisen ersetzbar ist. Im Bereich gebrauchter Artikel sind Online-Auktionen daher als sachlich eigenständiger Markt zu betrachten. Dagegen ist für den Verkauf neuer Artikel das Format der Auktion leicht durch den Internethandel zu Festpreisen ersetzbar. Hier bilden Online-Auktionen keinen eigenständigen Markt.

Hinsichtlich der *eBay*-Nutzergruppe der Käufer ist bei gebrauchten Artikeln von einer Substituierbarkeit der beiden Preisfestsetzungsmechanismen auszugehen. Hier besteht kein eigenständiger Markt für Online-Auktionen.

Somit bildet das Format der Online-Auktion einen sachlich eigenständigen Markt für Verkäufer gebrauchter Waren. Im Übrigen, d.h. für die Verkäufer neuer Artikel und die Nutzergruppe der Käufer ist der Internethandel insgesamt der sachlich relevante Markt.

D. Marktbeherrschende Stellung

Die marktbeherrschende Stellung eines Unternehmens wird in § 19 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 GWB in Hinblick auf Einzelunternehmen definiert. Nr. 2 – durch die 2. Novelle eingeführt – enthält daneben den Tatbestand der „überragenden Marktstellung“. Während die marktbeherrschende Stellung im Fall von Nr. 1 im Wesentlichen negativ, d.h. mittels der Abwesenheit von Wettbewerbern („ohne Wettbewerber oder keinem wesentlichen Wettbewerb ausgesetzt“) bestimmt wird, wird das Vorliegen der

²⁵ *Immenga/Mestmäcker*, GWB, § 19, Rn. 35.

„überragenden Marktstellung“ in erster Linie positiv bestimmt.²⁶ Die marktbeherrschende Stellung von *eBay* ist für die jeweiligen sachlich gegenständlichen Märkte getrennt zu bestimmen.

I. *eBays* Stellung bei Online-Auktionen

1. *Der Empirische Befund*

Zunächst ist die Stellung von *eBay* auf dem sachlich-gegenständlich eingegrenzten Markt für Online-Auktionen von gebrauchten Artikeln zu untersuchen.

Es gibt über 150 Online-Auktionsforen. Ein Monopol i.S.v. § 19 Abs. 2 S.1 Nr.1, 1. Alt. GWB scheidet somit aus. In Betracht kommt aber, dass *eBay*, in Erfüllung der 2. Alt., keinem wesentlichem Wettbewerb ausgesetzt ist. Diese Alternative erfasst den sog. Quasimonopolisten, dessen Marktstellung sich nur marginal von dem eines echten Monopolisten unterscheidet.²⁷ Grundlegende Entscheidung hierzu ist die Handpreisauszeichner-Entscheidung, bei der der Hersteller auf dem relevanten Markt einen Anteil von knapp 90% des Angebots auf sich vereinigte.²⁸

eBay wird in der Literatur ein Marktanteil von 99% bei Online-Auktionen zugeschrieben.²⁹ Statistiken zeigen, dass *eBay* im Vergleich zu der zweitgrößten Auktionsplattform *Hood* ca. achtundzwanzigmal so viele Auktionen abwickelt.³⁰

Allerdings erfassen diese Statistiken regelmäßig auch Auktionen für neue Artikel, die nicht zum relevanten Markt gehören. Des Weiteren werden auch Angebote, auf die zwar geboten werden kann, aber mit einer Sofortkaufoption versehen sind, zu den Auktionen gezählt. Da der Preis hier nach oben begrenzt ist, ist dieser Verkaufsmodus vernünftigerweise den Festpreisverkäufen zuzurechnen. Die angeführten empirischen Befunde allein geben daher keine einwandfreie Auskunft über die Abwesenheit von wesentlichem Wettbewerb auf dem Markt für Online-Auktionen gebrauchter Artikel.

2. *Belegung des empirischen Befunds durch Netzeffekte*

Zu untersuchen ist, ob die Abwesenheit von wesentlichem Wettbewerb auf dem Markt für Online-Auktionen auch auf die sog. Netzeffekte gestützt werden kann. Während in herkömmlichen Wirtschaftszweigen die Knappheit eines Gutes regelmäßig zu einem steigenden Wert führt, verhält es sich in der Internetökonomie häufig anders.³¹ Die hier auftretenden Netzeffekte führen dazu, dass der Konsum eines Gutes

²⁶ *Ibid.*, Rn. 44.

²⁷ *Immenga/Mestmäcker*, GWB, § 19, Rn. 47.

²⁸ KG v. 18.2.1969 WuW/E OLG, 995 (997) „*Handpreisauszeichner*“.

²⁹ *Dellarocas*, in: Handershott (Hrsg.), *Handbook of Economics and Information Systems*, 629 (635).

³⁰ Statistik deutschsprachiger Online-Auktionen, erhältlich im Internet: <<http://www.auktionsuche.de/aa/home.php4?c=10>> (besucht am 04. Oktober 2010).

³¹ *Fischer*, *Kopplungsgeschäfte im Europäischen und deutschen Wettbewerbsrecht*, 74.

nicht unabhängig von demjenigen anderer Konsumenten erfolgen kann.³² Der von einem Gut gestiftete Nutzen hängt in solchen Fällen mittelbar oder unmittelbar davon ab, wie viele andere Nutzer dieses Gut verwenden.

Von direkten Netzeffekten spricht man, wenn der Wert des Netzes mit der Zahl seiner Nutzer wächst.³³ Als klassisches Beispiel dient das Telefonnetz oder das Faxgerät. Ohne eine ausreichende Zahl entsprechend technisch ausgestatteter Empfänger ist das eigene Gerät und der eigene Netzanschluss wenig wert. Diese Interdependenz zwischen der Anzahl der Nutzer und dem Wert des Netzes führen zu positiven Feedbacks (Selbstverstärkungseffekten). Jeder neuer Nutzer steigert die Attraktivität des Netzes, wodurch wieder neue Nutzer angezogen werden.³⁴

Die Attraktivität einer Auktionsplattform wie *eBay* steigt für jeden einzelnen Nutzer, umso mehr neue Käufer und Verkäufer an ihr teilnehmen. So kann ein angemessener Verkaufspreis nur erzielt werden, wenn hinreichend viele Kaufwillige bereit sind, ein Angebot abzugeben. Umgekehrt lohnt sich die Suche nach einem Artikel auf einer Auktionsplattform eher, wenn viele Verkäufer und viele Artikel präsent sind. Eine Auktionsplattform wie *eBay* besitzt somit eine umso größere Attraktivität je mehr Teilnehmer sie hat. Daher können konkurrierende Auktionsplattformen wie etwa *Hood* eine mit *eBay* identische Auktionsplattform anbieten und dennoch von geringerer Attraktivität sein.³⁵ Der Gebührenvergleich zwischen *eBay* und anderen Auktionshäusern zeigt, dass *eBay* bei weitem die höchsten Gebühren von seinen Verkäufern verlangt. Die Auktionsplattform *Hood* wirbt damit, dass sie grundsätzlich keine Einstellgebühren und Verkaufsprovisionen verlangt.³⁶ So haben Verkäufer bereits 2008 zum Boykott von *eBay* aufgerufen in der Hoffnung, dass ihnen die Käufer auf andere Plattformen folgen werden.³⁷ Diese Abhängigkeit der Verkäufer von den Käufern ist Ausdruck der bei *eBay* wirksamen Netzeffekte.

Die Netzeffekte sind bei dem speziellen Format der Auktion besonders ausgeprägt. Eine Auktion muss naturgemäß eine überschaubare Zeitbegrenzung haben. Für eine erfolgreiche Auktion ist in dieser begrenzten Zeitspanne die Präsenz hinreichend vieler Bieter nötig. Festpreisangebote hingegen können grundsätzlich solange eingestellt bleiben, bis sich ein Käufer findet. Netzeffekte kommen mithin auf dem Markt für Online-Auktionen in besonderer Weise zum Tragen und sind bei *eBay* zu belegen.

³² *Fischer*, Kopplungsgeschäfte im Europäischen und deutschen Wettbewerbsrecht, 74; *Thum*, Netzwerkeffekte, 5.

³³ *Fischer*, Kopplungsgeschäfte im Europäischen und deutschen Wettbewerbsrecht, 75; *Zerdick/Picot*, Die Internet-Ökonomie, 156. Sofern die Wechselwirkungen nicht durch den Nutzen des einzelnen Gutes, sondern im Konsum komplementärer Güter begründet sind, spricht man von indirekten Netzeffekten. Sie zeigen sich insbesondere im Verhältnis von PC-Betriebssystemen und Anwendungssoftware.

³⁴ *Zimmerlich/Aufderheide*, Herausforderungen für das Wettbewerbsrecht durch die Internetökonomie, 3.

³⁵ *Blanckenburg/Michaelis*, Regulierungsmöglichkeiten auf dem Markt für Online-Auktionen, Wirtschaftsdienst 2008, 415 (417).

³⁶ Erhältlich im Internet: <<http://www.hood.de/nutzungsbedingungen.htm>> (besucht am 01. Oktober 2010).

³⁷ Vgl. etwa Managermagazin vom 12.2.2008, erhältlich im Internet: <<http://www.managermagazin.de/unternehmen/it/0,2828,534059,00.html>> (besucht am 01. Oktober 2010).

In Märkten mit Netzeffekten besteht die Tendenz zur Monopolisierung des Marktes.³⁸ Man spricht in diesem Zusammenhang auch von „the winner takes it all markets“.³⁹ Die Netzeffekte können dazu führen, dass andere Produkte auf dem Markt „umgekippt“ werden.⁴⁰ Die bei *eBay* festzustellenden Netzeffekte, verstärken die deutliche Marktführerschaft von *eBay* und können somit als Beleg für das Fehlen von wesentlichem Wettbewerb auf dem Markt für Online-Auktionen herangezogen werden. Bestätigt wird diese Tendenz zur Monopolisierung durch die ebenso starke Marktposition von *Yahoo* in Japan und gleichzeitiger Abwesenheit von *eBay* auf dem japanischen Markt.⁴¹

Eine sich solchermaßen selbstverstärkende Marktführerschaft kann auch nicht ohne weiteres durch Foren wie *Auktionssuche* oder *Auktionsplanet* aufgebrochen werden. Auf den ersten Blick scheinen diese Foren, die parallel mehrere Auktionsplattformen durchsuchen, einen Wettbewerb zwischen den Auktionsplattformen herzustellen. Grundsätzlich sind diese Foren dazu in der Lage, die einzelnen Auktionsplattformen zu verbinden, und die Netzeffekte einer Plattform auch für die Mitbewerber nutzbar zu machen.⁴² Ein Käufer kann nicht nur die Artikel, die auf einer Auktionsplattform angeboten werden, einsehen. Er bekommt eine Übersicht über sämtliche angebotenen Artikel der einbezogenen Plattformen. Wenn er auf einer anderen Plattform als *eBay* einen billigeren Artikel entdeckt, kann er auf der passenden Plattform mitbieten. Allerdings muss er sich dann bei der jeweiligen Plattform anmelden. Gerade aber dieser Schritt ist mit sog. Wechselproblemen verbunden.⁴³ So kann die einmal durch Bewertungspunkte aufgebaute Reputation nicht auf eine andere Plattform transferiert werden.⁴⁴ Als neues Mitglied auf einer Auktionsplattform ist er ein weniger attraktiver Geschäftspartner. Hinzu kommt das *eBay*-spezifische Wissen, das sich ein Nutzer aufgebaut hat.⁴⁵ Gerade private Nutzer werden die Mühen scheuen, sich mit den Spezifika mehrerer Plattformen auseinanderzusetzen. Das sog. Multihoming ist allenfalls für gewerbliche Verkäufer attraktiv. Es kommt selten bei privaten Käufern und Verkäufern gebrauchter Artikel vor. Des Weiteren vertrauen Nutzer eher einer bekannten Plattform mit einem starken Markenimage und zögern auch aus diesem Grund, sich auf einer neuen Plattform anzumelden. Wettbewerber wie *Hood* haben daher trotz der Möglichkeit übergreifender Auktionssuchen und trotz geringerer Auktionsgebühren keine wesentlichen Marktanteile hinzugewinnen können. Foren wie

³⁸ *Haucap/Wenzel*, in: Kruse (Hrsg.), Wettbewerbsprobleme im Internet, 7 (8).

³⁹ *Australian Competition and Consumer Commission*, Notice in Respect of a Notification lodged by Ebay, 12.06.2008, C2008/568, para. 5.73; *Selby/Manning*, Computer Law Review International 2008, 168 (169); *Wiebe*, Suchmaschinenmonopole und Kartellrecht, 185.

⁴⁰ Vgl. die *tippling-theory*, die die EU-Kommission in der Microsoft-Entscheidung 2004 entwickelt hat, Entscheidung der Kommission vom 24.3.2004 COMP/C-3/37.792-Microsoft, erhältlich im Internet: <<http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/decisions/37792/en.pdf>> (besucht am 01. Oktober 2010).

⁴¹ *Ellison/Fisher-Ellison*, Journal of Economic Perspectives, 19 (2005), 139 (143f.).

⁴² *Pollock*, The Control of Porting in Platform Markets, 3.

⁴³ *Dellarocas*, in: Handershott (Hrsg.), Handbook of Economics and Information Systems, 629 (640); *Haucap/Wenzel*, in: Kruse (Hrsg.), Wettbewerbsprobleme im Internet, 7 (23).

⁴⁴ *Dellarocas*, in: Handershott (Hrsg.), Handbook of Economics and Information Systems, 629 (651).

⁴⁵ *Haucap/Wenzel*, in: Kruse (Hrsg.), Wettbewerbsprobleme im Internet, 7 (23).

Aukionsssuche oder *Auktionsplanet* können die bestehenden Netzeffekte nicht beseitigen und nicht erfolgreich zur Einführung eines wesentlichen Wettbewerbs auf dem Markt für Online-Auktionen beitragen.

3. Zwischenergebnis

Zusammenfassend ist festzustellen, dass *eBay* auf dem Markt für Auktionen mit gebrauchten Artikeln keinem wesentlichen Wettbewerb ausgesetzt ist. Dies ist insbesondere auf die starken Netzeffekte und die Schwierigkeiten des Wechsels zwischen den Auktionsplattformen zurückzuführen.⁴⁶ *eBay* ist somit auf dem Markt für Auktionen mit gebrauchten Artikeln marktbeherrschend gem. § 19 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1, 2. Alt GWB.

II. *eBays* Stellung im Internethandel

1. Vorbemerkung

Wie oben im Rahmen der Marktabgrenzung festgestellt, existieren für Festpreisverkäufe eine Vielzahl anderer Internetforen, mit denen *eBay* in wesentlichem Wettbewerb steht. Eine marktbeherrschende Stellung nach § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB kann hier nicht angenommen werden. Es kommt vielmehr eine „überragende Marktstellung“ i.S.d. § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB in Betracht. Zur Bestimmung der überragenden Marktstellung des Einzelunternehmens ist das Gesamtbild entscheidend, das unter Berücksichtigung von absolutem und relativem Marktanteil, tatsächlichen und potentiellen Wettbewerb, Finanzkraft und Zugangsschranken für andere Unternehmen zu ermitteln ist. Eine überragende Marktstellung ist letztlich dann anzunehmen, wenn ein der Steuerungsfunktion des Wettbewerbs nicht mehr unterworfenen Verhaltensspielraum des Unternehmens existiert (sog. „überragender Verhaltensspielraum“).⁴⁷

In § 19 Abs. 3 GWB wird die Vermutung aufgestellt, dass ein Einzelunternehmen bei einem Marktanteil von mindestens einem Drittel marktbeherrschend ist. Die rechtliche Qualität der Vermutungsregel ist nicht zu vergleichen mit Vermutungsregeln im Sinne des Zivilrechts.⁴⁸ Dies hieße, dass durch Erfüllung der Vermutungskriterien der Vermutungsgegenstand als gegeben gelten würde. Vielmehr sind die Vermutungen bloße Aufgreifartbestände, verbunden mit einer materiellen Beweislastregel.⁴⁹ Die Kartellbehörde muss die in § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB genannten Marktstrukturkriterien umfassend auf ihr Vorliegen untersuchen. Kann nach Erschöpfung der

⁴⁶ *Haucap/Wenzel*, in: Kruse (Hrsg.), Wettbewerbsprobleme im Internet, 7 (27).

⁴⁷ *Immenga/Mestmäcker*, GWB, § 19, Rn. 79.

⁴⁸ *Immenga/Mestmäcker*, GWB, § 19, Rn. 92.

⁴⁹ *Bechtold*, GWB, § 19 Rn. 50.

Erkenntnismittel eine marktbeherrschende Stellung weder bejaht noch verneint werden (non liquet), gibt die Vermutung des § 19 Abs. 3 GWB den Ausschlag.⁵⁰

2. Gesamtbild anhand der Marktstrukturkriterien

Das Gesamtbild des Unternehmens *eBay* ist anhand der in § 19 Abs. 2 S. 2 Nr. 2 genannten Marktstrukturkriterien zu bewerten. Eine marktbeherrschende Stellung liegt insoweit nahe, als *eBay* Deutschland in einem international operierenden Konzern eingebunden ist.⁵¹ Es hat offenbar eine starke Finanzkraft, wie auch die enorme Werbepräsenz in Internet und Printmedien verdeutlicht.⁵² Das aufgebaute Markenimage ist besonders ausgeprägt.⁵³ Auch ist ein erheblicher Abstand zu seinem Konkurrenten im Internethandel *Amazon* gegeben.⁵⁴

Der Gebührenvergleich zwischen *eBay* und anderen Internethandelsplattformen zeigt, dass *eBay* bei weitem die höchsten Gebühren von seinen Verkäufern verlangt.⁵⁵ Plattformanbieter wie *Hood*, die sowohl Auktionen wie Festpreisverkäufe anbieten, werben damit, dass sie grundsätzlich keine Einstellgebühren und Verkaufsprovisionen verlangen.⁵⁶ Dies kann als Indiz angeführt werden, dass ein der Steuerungsfunktion des Wettbewerbs nicht mehr unterworfenen Verhaltensspielraum für *eBay* besteht.

Gleichwohl sind diese Aussagen zu relativieren. Das Gesamtbild von *eBay* wird gerade auch durch die bereits dargelegte, marktbeherrschende Stellung unter den Auktionsplattformen bestimmt. Daher kann aus dem Gesamtbild von *eBay* keine marktbeherrschende Stellung im Bereich des Internethandels geschlossen werden.

3. Marktanteil von mindestens einem Drittel

Da die Auswertung des Gesamtbildes von *eBay* nicht unzweifelhaft die marktbeherrschende Stellung des Unternehmens im Internethandel begründet, ist auf die Vermutungsregel des § 19 Abs. 3 GWB zurückzugreifen. Es muss demnach untersucht werden, ob *eBay* einen Marktanteil von mindestens einem Drittel besitzt.

⁵⁰ *Bechtold*, GWB, § 19, Rn. 53; *Ittner*, Die Vermutungen des GWB, 155f. u. 272, vgl. auch *Thomas*, WuW 2002, 470 (470).

⁵¹ Vgl. die ähnliche Argumentation des Kammergerichts, Urteil vom 5. 8. 2005, NJW-RR 2005, 1630 (1632).

⁵² Vgl. *Hoffmann*, in: *Leible/Sosnitza* (Hrsg.), Versteigerungen im Internet, Rn. 100.

⁵³ *Blanckenburg/Michaelis*, Regulierungsmöglichkeiten auf dem Markt für Online-Auktionen, Wirtschaftsdienst 2008, 415 (415).

⁵⁴ Erhältlich im Internet: <<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/2200/umfrage/anzahl-der-kunden-von-online-shops/>> (besucht am 01. Oktober 2010).

⁵⁵ Vgl. etwa *Managermagazin* vom 12. Februar 2008. Hier wird sogar von Boykottaufrufen der Verkäufer, in der Hoffnung die Käufer mögen ihnen auf andere Plattformen folgen, berichtet. Erhältlich im Internet: <<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/it/0,2828,534059,00.html>> (besucht am 01. Oktober 2010).

⁵⁶ Vgl. die Nutzungsbedingungen von *Hood*, erhältlich im Internet: <<http://www.hood.de/nutzungsbedingungen.htm>> (besucht am 01. Oktober 2010).

Statistiken, die den Internethandel untersuchen, belegen, dass *eBay* deutlich vor seinem Hauptkonkurrenten *Amazon* rangiert.⁵⁷ Allerdings sind hier wiederum die Auktionen für gebrauchte Artikel einbezogen.⁵⁸ Im Übrigen existieren nach Kenntnis des Verfassers keine Statistiken, die Angaben über einen Marktanteil im gesamten Internethandel, unter Einschluss der Vielzahl von kleineren Online-Shops, enthalten.

So konnte auch das Brandenburgische OLG in seinem Urteil vom 17. Juni 2009 die marktbeherrschende Stellung von *eBay* im Internethandel mit PCs nicht bejahen, da die Klägerin nicht darlegen konnte, dass das beklagte Unternehmen *eBay* mindestens einen Marktanteil von einem Drittel besitzt.⁵⁹

Somit kann auch mit Hilfe der Vermutungsregel gem. § 19 Abs. 3 GWB keine marktbeherrschende Stellung von *eBay* im Internethandel begründet werden.

4. Besonderheiten des Internethandels: Netzeffekte und Festpreisverkäufe

Die oben im Zusammenhang mit Online-Auktionen dargestellten Netzeffekte sind auch im Internethandel mit Festpreisen wirksam. Auf der Verkaufsplattform *Amazon* können private Nutzer neben dem neuen Artikel den gleichen, gebrauchten Artikel zu einem Festpreis ihrer Wahl einstellen. Je mehr Nutzer ihre Artikel einstellen, umso attraktiver wird das Forum für die potentiellen Käufer. Ein Internetforum, das viele Artikel anbietet, wird mehr Käufer anziehen und eine bessere Leistung bei Suchmaschinen wie *Google* haben. Auch im weiter gefassten Internethandel sind also aufgrund der Netzeffekte erhöhte Konzentrationen unter den Wettbewerbern zu erwarten. Es wird daher vertreten, dass eine Untersagungsverfügung durch das Bundeskartellamt gem. § 32 GWB schon bei Marktanteilen unterhalb der Schwelle des § 19 Abs. 3 GWB gerechtfertigt sein kann.⁶⁰ Die Besonderheiten und der dynamische Charakter der Internetökonomie würden eine Modifizierung kartellrechtlicher Vorschriften erfordern.⁶¹

Allerdings gilt es zu bedenken, dass die Netzeffekte im Internethandel zu Festpreisen nicht in gleichem Maße wirksam sind wie bei Online-Auktionen. Festpreisangebote werden insbesondere von gewerblichen Verkäufern neuer Artikel genutzt. Gewerbliche Anbieter werden eher dazu bereit sein, das sog. Multihoming zu praktizieren und auf mehreren Plattformen aktiv sein. Da gewerbliche Anbieter regelmäßig eine große Anzahl von Artikeln verkaufen, wird es ihnen auch möglich sein, genügend positive Bewertungspunkte auf mehreren Plattformen zu bekommen, bevor diese durch Zeitablauf wieder verfallen. Der Internethandel, bei dem die Ware nicht physisch geprüft werden kann, ist besonderen Betrugsrisiken ausgesetzt. Vertrauen in den

⁵⁷ Statistik Verfügbar unter: <<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/2200/umfrage/anzahl-der-kunden-von-online-shops/>> (besucht am 04. Oktober 2010).

⁵⁸ *Ibid.*, die Autoren machen darauf aufmerksam, dass die Zahlen von *eBay* "C2C"-Auktionen einschließen.

⁵⁹ Brandenburgische OLG, v. 17.06.2009 - Kart W 11/09.

⁶⁰ *Zimmerlich/Aufderheide*, Herausforderungen für das Wettbewerbsrecht durch die Internetökonomie, 19.

⁶¹ *Wiebe*, Suchmaschinenmonopole und Kartellrecht, 185.

Verkäufer und die Plattform ist für die Käufer kaufentscheidend. Im weiter gefassten Internethandel sind aber nicht nur neue Internetunternehmen aktiv. Auch Marken wie *Otto*, *Neckermann* oder *IKEA* haben ihre eigenen Internetshops. Diese Wettbewerber haben infolge der Bekanntheit ihrer Produkte und ihrer Marke einen Vertrauensvorschuss und sind nicht durch Netzeffekte vom Markt zu drängen.

Überdies haben die Käufer bei neuen Artikeln, die den Großteil der Festpreisangebote ausmachen, die Gewissheit, dass der Kaufgegenstand die vom Hersteller beschriebenen Eigenschaften hat. Ein gebrauchter Artikel kann viele individuelle Eigenschaften haben. Eine Kaufentscheidung für einen gebrauchten Artikel setzt ein höheres, etwa durch Bewertungspunkte vermitteltes, Vertrauen in den Verkäufer und die Plattform voraus. Hieraus lassen sich bei neuen Artikeln geringere Hindernisse beim Wechsel zwischen den Internetshops und Plattformen schlussfolgern.

Für Auktionen, deren Einzeldauer notwendigerweise zeitlich begrenzt ist, ist die Beteiligung vieler Interessenten in eben dieser Zeitspanne bedeutend. Diesbezüglich sind Netzeffekte hier von größerer Bedeutung als bei Festpreisangeboten, die grundsätzlich solange eingestellt werden können, bis sich ein Käufer findet.

Diese Umstände tragen dazu bei, dass Netzeffekte im Internethandel zu Festpreisen nur in geringem Maße zum Tragen kommen. Daher kann der Forderung, in der dynamischen Internetökonomie geringere Marktschwellen als die des § 19 Abs. 3 GWB anzusetzen, nicht gefolgt werden.

5. Zwischenergebnis

Im Bereich des Internethandels zu Festpreisen kann weder das Vorliegen der Marktstrukturkriterien des § 19 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 GWB noch die Voraussetzungen der Vermutungsregel des § 19 Abs. 3 GWB als gegeben angenommen werden. *eBay* hat in diesem Markt keine marktbeherrschende Stellung. Das Bundeskartellamt kann somit keine Untersagungsverfügung gem. § 32 GWB betreffend die Kopplung von *PayPal* bei Festpreisverkäufen aussprechen. Auch das Bundeskartellamt gelangte zu dem Ergebnis, dass *eBay* im Bereich der Festpreisverkäufe nicht marktbeherrschend ist.⁶²

E. Missbrauch

eBay besitzt eine marktbeherrschende Stellung lediglich im Bereich der Online-Auktionen für gebrauchte Artikel. Diese könnte es durch die für Verkäufer ohne 50 Bewertungspunkte geltende Verpflichtung, ihre Angebote mit dem Online-Bezahlungssystem *PayPal* zu verbinden, missbraucht haben. Als Missbrauchshandlung steht hier ein Kopplungsgeschäft in Frage.

⁶² Vgl. die Süddeutsche Zeitung vom 24.04.2010. Erhältlich im Internet: <<http://www.sueddeutsche.de/digital/auktionen-bei-ebay-paypal-zwang-ist-rechtens-1.935593>> (besucht am 01. Oktober 2010).

I. Vorliegen eines Kopplungsgeschäftes

Ein Kopplungsgeschäft liegt vor, wenn der Anbieter auf eine bestimmte Weise auf den Abnehmer einwirkt, um ein weiteres Gut abzusetzen.⁶³ Ein hinreichendes Einwirken wird zum Teil bereits angenommen werden, wenn mehrere Produkte auch zusammen als Paket angeboten werden.⁶⁴ Die Mehrzahl der Autoren geht davon aus, dass ein Kopplungsgeschäft nur vorliegt, wenn die Güter vom Anbieter nicht auch getrennt erworben werden können.⁶⁵ Man unterscheidet hierbei das „koppelnde“ und das „gekoppelte“ Gut. Das koppelnde Gut ist jenes, welches der Abnehmer vorrangig wünscht. Ohne die Abnahme des gekoppelten Gutes kann der Abnehmer das koppelnde Gut jedoch nicht erwerben. Dabei kann das gekoppelte Produkt auch von anderen Anbietern stammen.⁶⁶

Voraussetzung für ein Kopplungsgeschäft ist, dass überhaupt ein zusätzliches Gut vorliegt und keine Sachgesamtheit. Dies wird durch eine marktorientierte Abgrenzung bestimmt.⁶⁷ *eBay* stellt bestimmten Verkäufern seine Verkaufsplattform nur zur Verfügung, wenn diese auch Kunde von *PayPal* werden und ihren Käufern diese Zahlungsoption anbieten. Es besteht ein faktischer Zwang für die Verkäufer, neben der Inanspruchnahme von *eBay* auch selbst *PayPal*-Kunde zu werden. *eBay*-Transaktionen können grundsätzlich auch mit anderen Online-Bezahlsystemen durchgeführt werden. Es besteht ein eigenständiger Markt für Online-Bezahlsysteme. Die Dienstleistung einer Verkaufsplattform und Zahlungsdienstleistungen sind zwei getrennte Güter. Es handelt sich vorliegend also um ein Kopplungsgeschäft.

Die Vornahme eines Kopplungsgeschäfts bedeutet aber nicht *per se* eine missbräuchliche Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung. Vielmehr sind Kopplungsgeschäfte allgegenwärtig und wohl so alt wie der Handel selbst. Insbesondere der moderne Wirtschaftsverkehr wird geprägt von Angeboten wie dem Handy zum Vertrag, der Software zum Computer oder dem Zeitungsabonnement samt Zustellungsdienst. Solche Kopplungsgeschäfte können wettbewerbsfördernd sein, wenn etwa das Unternehmen sein Vertriebssystem effizienter gestalten, die Preise seiner Produkte verringern oder die Qualität seiner Produkte verbessern kann.⁶⁸ Ob das Kopplungsgeschäft eine missbräuchliche Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung darstellt, ist demnach gesondert zu untersuchen.

⁶³ *Ben-Zie*, Kartellrechtliche Zulässigkeit von Kopplungsgeschäften, 2.

⁶⁴ *Groschoff*, Koppelgeschäfte und Wettbewerbsrecht, 3.

⁶⁵ *Lestari*, Die Leverage-Theorie zu Kopplungsgeschäften, 8; *Mestmäcker/Schweitzer*, Europäisches Wettbewerbsrecht, § 18, Rn. 25.

⁶⁶ KommE vom 12.07.1985 Abl. L233/22 Rn. 28f. „*Velcro – Aplex*“; *Groschoff*, Koppelgeschäfte und Wettbewerbsrecht, 3.

⁶⁷ *Fischer*, Kopplungsgeschäfte, 34.

⁶⁸ *Kattan*, Antitrust 9 (1994), 41 (41f.); *Rubinfeld*, GRUR Int. 1999, 479 (485f.).

II. Beeinträchtigung anderer Unternehmen in einer für den Markt erheblichen Weise

Anders als im EGV und dem insofern inhaltsgleichen AEUV enthält das Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung im GWB keine Erwähnung von Kopplungsgeschäften. Die Generalklausel des § 19 Abs. 1 wird durch die vier Beispiele in § 19 Abs. 4 konkretisiert. Kopplungsgeschäfte werden dem Abs. 4 Nr. 1 zugeordnet.⁶⁹ Ein Missbrauch liegt demnach insbesondere vor, wenn ein marktbeherrschendes Unternehmen „die Wettbewerbsmöglichkeiten anderer Unternehmen in einer für den Wettbewerb auf dem Markt erheblichen Weise ohne sachlich gerechtfertigten Grund beeinträchtigt“. Ob ein Kopplungsgeschäft eine Beeinträchtigung anderer Unternehmen in einer für den Markt erheblichen Weise bewirkt, muss im Einzelfall festgestellt werden.

Den theoretischen Hintergrund bildet hierbei die ökonomische Analyse der *Leverage*-Theorie. Als *Leveraging* (Hebelwirkung) werden Tätigkeiten des Monopolisten bezeichnet, die darauf gerichtet sind, die bereits auf einem Markt bestehende Marktmacht als Hebel (*lever*) einzusetzen, um die Marktmacht auf einen weiteren, benachbarten Markt auszudehnen.⁷⁰ *Leveraging* kann durch eine Vielzahl von Verhaltensweisen umgesetzt werden, so etwa durch Kopplungsgeschäfte, Lieferverweigerung oder Preisunterbietungen. Die größte praktische Relevanz haben dabei Kopplungsgeschäfte. Die traditionelle *Leverage*-Theorie ging noch davon aus, dass Kopplungsgeschäfte des marktbeherrschenden Unternehmens zwangsläufig dazu dienen, die Monopolmacht auszudehnen und somit *per se* wettbewerbswidrig seien.⁷¹ Vertreter der *Chicago-School* hingegen argumentierten umgekehrt, dass der Monopolist in jedem Fall nur den Monopolverdienst eines Marktes abschöpfen könne und die Vornahme von Kopplungsgeschäften durch Effizienzgewinne zu begründen sei.⁷² Kopplungsgeschäfte seien demnach *per se* wettbewerbsfördernd.⁷³ Aufgegriffen wurden diese Analysen von der *Post-Chicago-School*, deren Vertreter darlegten, dass Kopplungsgeschäfte dennoch unter bestimmten Umständen als Mittel zur Monopolisierung eines Sekundärmarktes effektiv sein können, insbesondere wenn der Sekundärmarkt nicht perfekt konkurrierend ist.⁷⁴

Diesem differenzierten Ansatz folgt im Ergebnis auch das deutsche und europäische Wettbewerbsrecht. Die durch das Kopplungsgeschäft bewirkten tatsächlichen Strukturveränderungen auf dem Sekundärmarkt sind im Einzelfall zu beurteilen. Entscheidend ist, ob sich der Sekundärmarkt von einem konkurrierenden Markt hin zu einem monopolisierten Markt entwickelt. Die Prüfung beinhaltet ein unternehmens-

⁶⁹ BHG, NJW 2004, 2375 (2376) „Der Oberhammer“; Emmerich, Kartellrecht, § 27, Rn. 77f.; anders: Bechtold, GWB, § 19, Rn. 64.

⁷⁰ Lestari, Leverage-Theorie zu Kopplungsgeschäften, 8.

⁷¹ Bauer, Vand. L.R. 33 (1980), 283 (291f.); Kaysen/Turner, Antitrust Policy: An Economic and Legal Analysis, 157.

⁷² Bork, The Antitrust Paradox, 140.

⁷³ Zur *per se* legal rule etwa Butler/Lane/Phillips, Hastings L.J. 36 (1984), 173 (177).

⁷⁴ Whinston, Am. Econ. Rev. 80 (1990), 837 (837ff.); Seidmann, *Economica* 58 (1991), 491 (491ff.).

bezogenes Wirkungselement (Beeinträchtigung der Wettbewerbsmöglichkeiten anderer Unternehmen) sowie ein marktbezogenes Element (in einer für den Wettbewerb auf dem Markt erheblichen Weise).⁷⁵

Indem *eBay* die Verkäufer verpflichtet, *PayPal*-Kunde zu werden, werden die Wettbewerbschancen der Anbieter anderer Online-Bezahldienste beeinträchtigt. Dies gilt umso mehr als die mehrheitlich privaten Verkäufer der gebrauchten Artikel, neben einem *PayPal*-Konto kaum weitere Konten bei vergleichbaren Online-Bezahldiensten unterhalten werden. Von einem unternehmensbezogenen Wirkungselement ist auszugehen.

Bei der Beurteilung des marktbezogenen Elementes ist zunächst unklar, ob mit dem Tatbestandsmerkmal „auf dem Markt“ nur der beherrschte Markt oder auch ein Drittmarkt gemeint ist. Der Wortlaut lässt sämtliche Auslegungsmöglichkeiten zu. Berücksichtigt man, dass mit dem durch die 4. Novelle 1980 eingeführte Abs. 4 die bis dahin von der Rechtsprechung konkretisierten Behinderungstatbestände erfasst werden sollten, wird man mit der jüngeren Rechtsprechung der weitergehenden Auslegung den Vorzug geben müssen.⁷⁶

Zu klären ist, ob das Kopplungsgeschäft den Markt für Online-Bezahldienste „in erheblicher Weise“ beeinträchtigt. Das Marktelement nimmt die Frage nach den Auswirkungen der Verhaltensweise auf die Funktionsfähigkeit von Wettbewerb auf dem Markt insgesamt auf, es verkörpert einen strukturellen Gesichtspunkt und zeigt überdies, dass der Tatbestand des Behinderungsmissbrauchs über den Schutz einzelner Unternehmen hinaus auf einen Marktschutz zielt.⁷⁷ Die erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs muss gerade auf die marktbeherrschende Stellung des Unternehmens zurückzuführen sein. Ein Kausalzusammenhang ist an dieser Stelle unverzichtbar.⁷⁸

Typisch für Kopplungsgeschäfte ist die Gefahr der Ausdehnung der marktbeherrschenden Stellung von einem Markt auf den Drittmarkt.⁷⁹ Eine erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs geht von Kopplungsgeschäften dann aus, wenn ihnen eine so starke Sogwirkung zukommt, dass ein Großteil der Kunden für den Wettbewerber praktisch verloren ist.⁸⁰ Diese Gefahr wird wiederum in der Regel umso größer sein, je stärker schon die bisherige Marktposition des Unternehmens auf dem Drittmarkt ist.⁸¹

Laut *PayPal* gibt es in Deutschland über 10 Millionen *PayPal*-Konten.⁸² Eine starke Marktposition von *PayPal* auf dem Markt für Online-Zahlungssysteme besteht damit bereits. Durch die Ausweitung der Verpflichtung zur Nutzung von *PayPal* auf

⁷⁵ *Immenga/Mestmäcker*, *GWB*, § 19, Rn. 108.

⁷⁶ BHG, NJW 2004, 2375 (2376); *Immenga/Mestmäcker*, *GWB*, § 19, Rn. 114; OLG Celle v. 7.04.2005 WuW/E DE-R 1592 (1592 f.) „*Einkauf Aktuell*“; BGH v. 21.07.2005 WuW/E DE-R 1555 (1556) „*Friedhofsruhe*“.

⁷⁷ *Immenga/Mestmäcker*, *GWB*, § 19, Rn. 113.

⁷⁸ *Fischer*, *Kopplungsgeschäfte*, 58.

⁷⁹ *Ben-Zie*, *Die Zulässigkeit von Kopplungsgeschäften*, 19.

⁸⁰ Vgl. BHG, NJW 2004, 2375 (2377) „*Der Oberhammer*“.

⁸¹ *Ibid.*, 2375 (2377).

⁸² Erhältlich im Internet: <<http://pages.ebay.de/paypal/>> (besucht am 01. Oktober 2010).

Verkäufer unter 50 Bewertungspunkten ist auch keine geringe Sogwirkung zu erwarten. Schließlich werden gebrauchte Artikel hauptsächlich durch private Gelegenheitsverkäufer in Internetauktionen gestellt. Angesichts der Tatsache, dass bereits aufgebaute Bewertungspunkte in regelmäßigen Zeitabständen verfallen, ist zu vermuten, dass die *PayPal*-Verpflichtung die große Mehrzahl der privaten Verkäufer auf *eBay* betrifft. Hinzukommt, dass es in weiten Bevölkerungskreisen üblich geworden ist, nicht mehr gebrauchte Artikel über Internetauktionen zu verkaufen. Im Bereich der Internetauktionen ist *eBay*, wie oben festgestellt, keinem wesentlichen Wettbewerb ausgesetzt. Somit bestünde für eine große Zahl von Privatpersonen die mittelbare Verpflichtung, ein *PayPal*-Konto zu unterhalten. Des Weiteren ist zu vermuten, dass private Internetnutzer, die sich bereits mit einem Online-Bezahlsystem vertraut gemacht haben, und hier ihr Konto überwachen, keinen weiteren Online-Zahlungsdienstleister in Anspruch nehmen werden. Ein Großteil der potentiellen Kunden wird somit für andere Online-Zahlungsdienstleister verloren gehen.

Überdies zählen auch die Online-Zahlungssysteme zu den zweiseitigen Märkten mit Netzeffekten.⁸³ Sowohl der zahlende Nutzer als auch der Zahlungsempfänger muss Mitglied in dem jeweiligen Online-Zahlungssystem sein. Wenn *PayPal* durch die Kopplung mit *eBay* weitere Nutzer hinzugewinnt, steigt wiederum die Attraktivität von *PayPal*. Dies wiederum führt dazu, dass für weitere Internetverkäufer und Online-Shops ein Anreiz besteht, *PayPal* als Bezahlungssystem zu verwenden, da schon eine breite Kundenbasis an *PayPal*-Nutzern (*eBay*-Nutzern) vorhanden ist. Die oben dargestellten Netzeffekte könnten dazu führen, dass andere Anbieter von Online-Zahlungssystemen „umkippen“. Im Ergebnis ist durch die Kopplung von *eBay* und *PayPal* eine Beeinträchtigung anderer Unternehmen in einer für den Markt erheblichen Weise zu befürchten.

III. Sachliche Rechtfertigung

Ein Missbrauch im Sinne von § 19 Abs. 4 Nr. GWB liegt nur vor, wenn die Kopplung ohne sachlichen Grund erfolgt. Das mit der Kopplung verfolgte Interesse muss die Schwere der Beeinträchtigung des Wettbewerbs überwiegen.⁸⁴

eBay verweist darauf, dass Verkäufe von Anbietern mit weniger als 50 Bewertungspunkten besonders risikoreiche Geschäfte sind. Negative Käuferfahrungen bei Angeboten von Verkäufern mit weniger als 50 Bewertungspunkten seien doppelt so hoch wie bei Verkäufern, die mehr als 50 Bewertungen haben.⁸⁵ So argumentiert *PayPal*, dass es den bereits auf das *PayPal*-Konto des Empfängers eingezahlten Verkaufspreis bei nicht versandter oder stark von der Beschreibung abweichender Ware zurückbucht. Außerdem bleiben die Finanzdaten des Käufers bei einer *PayPal*-Zahlung dem Empfänger verborgen. Die jüngst eingeführte Kopplung mit *PayPal* dient laut *eBay* dem Schutz der Käufer.

⁸³ OECD, Two-Sided Markets, DAF/COMP(2009), 20 (27).

⁸⁴ *Immenga/Mestmäcker*, GWB, § 19, Rn. 118.

⁸⁵ Erhältlich im Internet: <http://pages.ebay.de/sell/paypal_required.html> (besucht am 01. Oktober 2010).

Die Rechtsprechung fordert regelmäßig, dass der mit der Kopplung verfolgte sachliche Grund, mit einem geeigneten und dem den Wettbewerb am wenigsten beeinträchtigenden Mittel verfolgt wird.⁸⁶ Zu untersuchen ist zunächst, inwieweit der bezweckte Schutz der Käufer überhaupt durch den Einsatz von *PayPal* befördert werden kann. Anschließend ist zu untersuchen, ob der Schutz auch auf weniger wettbewerbsschädigende Weise, d.h. ohne die Kopplung von *eBay* und *PayPal* zu erreichen ist und der hinzugewonnene Käuferschutz die Beeinträchtigung des Wettbewerbs in seiner Wertigkeit überwiegt.

1. Die Verbesserung des Käuferschutzes durch *PayPal*

Es ist sachgerecht, zwei verschieden geartete Gefahren, denen Käufer beim Kauf über *eBay* ausgesetzt sind, zu unterscheiden. Zum einen können Verkäufer über *eBay* eine ernsthafte Verkaufsabsicht nur vortäuschen, um den Käufer zu einer Zahlung zu veranlassen. Zum anderen können Verkäufer schlicht unzuverlässig sein, indem sie die Ware nicht angemessen beschreiben oder zu spät verschicken.

Hinsichtlich der Eignung von *PayPal*, vorsätzlichen Betrug durch die Verkäufer zu vermindern bestehen Bedenken. Als E-Geldinstitut zählt *PayPal* zu den Kreditinstituten.⁸⁷ *PayPal* wäre demnach gem. § 4 des deutschen Geldwäschegesetzes (GWG) verpflichtet, bei seinen Kunden eine Identitätsprüfung, etwa mittels Ausweiskopie, durchzuführen. *PayPal* hat seinen Sitz jedoch in Luxemburg. Das deutsche Geldwäschegesetz ist infolge der gem. Art. 56 ff. AEUV geltenden Dienstleistungsfreiheit nicht anzuwenden. Es ist daher leicht, *PayPal*-Konten unter Verwendung von Phantasienamen anzulegen, Verkaufsangebote bei *eBay* einzustellen und die Zahlung zu empfangen, ohne jemals die Absicht gehabt zu haben, den Artikel zu verkaufen. Überdies findet auch keine Prüfung statt, ob ein *eBay*-Verkäufer und das von ihm angegebene *PayPal*-Konto überhaupt zusammengehören. Es ist problemlos möglich, zum Zahlungsempfang einen *PayPal*-Account anzugeben, der auf einen anderen Namen und in einem völlig anderen Land angemeldet wurde als das vermeintlich zugehörige *eBay*-Mitgliedskonto.

In Fällen des vorsätzlichen Betruges, in denen von vornherein nicht die Absicht besteht die in der Online-Auktion begründete Vertragspflicht zu erfüllen, scheinen die herkömmlichen Zahlungsweisen eher geeignet die Möglichkeiten eines Betrugs zu unterbinden. In Deutschland ist aufgrund der Identifizierungspflicht gem. § 4 GWG jedes Bankkonto einem Inhaber zuzuordnen. Das Betrugsrisiko mit *PayPal* wird gegenüber anderen im Online-Handel gängigen Zahlungsmethoden als fast 18 Mal so hoch angegeben.⁸⁸ Es bestehen insofern Zweifel, ob eine Verpflichtung, *PayPal* zu

⁸⁶ BKartA v. 22.10.1979 WuW/E BKartA 1817 (1822) „Fertigfutter“; siehe auch BGH v. 24.2.1976 WuW/E BGH 1429 (1432) „Asbach-Fachgroßhändlervertrag“ mit Hinweis auf die Möglichkeit einer den Wettbewerb weniger beeinträchtigenden Ausgestaltung von Vertragsbedingungen.

⁸⁷ Nödler, Der rechtliche Rahmen von Zahlungen mittels PayPal, 10 ff.

⁸⁸ Vgl. die Untersuchungen der australischen Wettbewerbsbehörde im Zusammenhang mit einer umfassenden Zwangskopplung von *eBay* und *PayPal*, *Australian Competition and Consumer Commission*, Draft Notice in Respect of Notification lodged by ebay International A.G., 12. Juni 2008, C2008/568, para. 5.128.

verwenden, überhaupt geeignet ist, den Käuferschutz zu verbessern. Angesichts der genannten Betrugsmöglichkeiten könnte man ein Verbot der Verwendung von *PayPal* für Verkäufer mit weniger als 50 *eBay*-Bewertungspunkten für sachgerecht halten.

Hinsichtlich der „normalen“, unzuverlässigen Verkäufer scheint durch die Verwendung von *PayPal* ein besserer Käuferschutz zu bestehen. Tatsächlich bestätigen Erfahrungswerte, dass Verkäufer mit weniger als 50 Bewertungspunkten ihre vertraglichen Pflichten häufiger verletzen als Verkäufer mit mehr als 50 Bewertungspunkten. Unzuverlässige Verkäufer, insbesondere wenn sie nur gelegentlich gebrauchte Artikel einstellen, erreichen nur schwer 50 Bewertungspunkte. Dieses erhöhte Risiko könnte durch die Verwendung des Online-Zahlungsdienstes *PayPal* abgemildert werden. *PayPal*, das als Tochterunternehmen von *eBay* auch über die notwendigen Daten des jeweiligen *eBay*-Geschäfts verfügt,⁸⁹ nimmt regelmäßig Rückbuchungen vor, wenn Käufer Mängel an der erhaltenen Ware rügen. Der Verkäufer hat dann ein stärkeres Interesse, sich überhaupt mit der Rüge zu befassen. *eBay* und *PayPal* können bei Rechtstreitigkeiten dann als Mediator zwischen Käufer und Verkäufer auftreten. Insofern verbessert die Verwendung von *PayPal* den Käuferschutz.⁹⁰

Gegen das Argument der Verbesserung des Käuferschutzes können jedoch zweierlei Bedenken geltend gemacht werden. Wenn *PayPal* das Geld nach einer Käuferbeschwerde wieder auf das Käuferkonto zurückbucht, geschieht dies, ohne dass die Berechtigung der Beschwerde geprüft wird, und auf Kosten des Verkäufers. Die Risiken schlechter Vertragserfüllung werden damit von den Käufern auf die Verkäufer verlagert.⁹¹ Hinzu kommt, dass die zusätzlich anfallenden *PayPal*-Gebühren ebenfalls von den Verkäufern zu tragen sind. Dies ist für *eBay* angesichts der durch die Netzeffekte bestehenden Abhängigkeiten der Verkäufer von den Käufern ökonomisch sinnvoll. Letztlich wird die Übertragung von Risiken von den Käufern auf die Verkäufer mittels *PayPal* sogar die marktbeherrschende Stellung von *eBay* auf dem Markt für Online-Auktionen verstärken.

Weiterhin bestehen auch für *eBay*-Käufer die im Kaufrecht vorgesehenen Rechte. Nach Entscheidung des BGH sind auch gelegentliche *eBay*-Verkäufer einer AGB-Kontrolle gem. §§ 305 ff. BGB unterworfen.⁹² Die Geltendmachung der herkömmlichen Käuferrechte, wird allein durch die mangelnde Personenidentifizierung bei Anmeldung eines *eBay*-Accounts erschwert. Zusammenfassend bleibt aber festzustellen, dass durch die Verwendung von *PayPal* der Käuferschutz in begrenztem Umfang verbessert wird.

2. Die Kopplung als mildestes und angemessenes Mittel

Eine Verbesserung des Käuferschutzes bei Betrug könnte *eBay* auch durch strengere Anforderungen für die Anmeldung eines *eBay*-Accounts erreichen. So wird der Bes-

⁸⁹ *Ibid.*, para. 5.115.

⁹⁰ Die australische Wettbewerbsbehörde gelangt ebenfalls zu dem Schluss, dass durch *PayPal* ein vergleichsweise hoher Käuferschutz gewährleistet wird. *Ibid.*, para. 5.171.

⁹¹ *Ibid.*, para. 5.158.

⁹² BGH, NJW 2007, 674 (674).

tätigungscode für eine Verkäuferanmeldung schlicht an eine angegebene Postadresse gesendet. Briefadressen können aber leicht fingiert werden, etwa durch kurzfristiges Anbringen eines zusätzlichen Briefkastens, versehen mit einem Phantasienamen. Problemlos sind auch Mehrfachanmeldungen bei *eBay* möglich. Andere Online-Auktionshäuser verhindern solche Betrugsmöglichkeiten. So muss für eine Anmeldung bei dem Auktionshaus *AuVito.de* eine Testüberweisung vorgenommen werden und eine Ausweisnummer angegeben werden. *eBay* hat sich diesbezüglich für die Einfachheit und Schnelligkeit einer Anmeldung und gegen eine zusätzliche Sicherheit für die Käufer entschieden. Bei sicherer Identifizierung können in jedem Fall die im Kaufrecht vorgesehenen Rechte des Käufers geltend gemacht werden. Dies könnte nicht nur betrügerische Verkäufer abschrecken, sondern auch den nachlässigen Verkäufer disziplinieren, zumal das Bewertungssystem dann nicht durch Mehrfachanmeldungen umgangen werden kann. Zudem ist ein sicheres Identifizierungsverfahren ein den Wettbewerb weniger beeinträchtigendes Mittel zur Verbesserung des Käuferschutzes. Insofern bleibt der durch *PayPal* ermöglichte Käuferschutz hinter dem einer sicheren Identifizierung zurück und kann daher als milderer und gleich effektives Mittel verneint werden.

Zu klären bleibt, ob der hinzugewonnene Käuferschutz in seiner Wertigkeit die Beeinträchtigung des Wettbewerbs überwiegt. Grundsätzlich sind die Grenzen für das marktbeherrschende Unternehmen umso enger zu ziehen, je stärker die involvierte Marktmacht und je höher der Grad der von der Verhaltensweise ausgehenden Wettbewerbsbeschränkung ist.⁹³ Bei Kopplungsgeschäften ist typischerweise ein Drittmarkt betroffen. Die bislang behandelte Wettbewerbsschädigung betraf dementsprechend den Markt für Online-Zahlungsdienste. Die für Kopplungsgeschäfte typische Sogwirkung ist aber umso größer, je ausgeprägter die marktbeherrschende Stellung auf dem Markt des koppelnden Gutes ist. Die Strukturen beider Märkte fließen daher in die Abwägung ein.

Vorweg muss aber die Frage geklärt werden, ob der von *eBay* verfolgte Käuferschutz überhaupt in die Waagschale geworfen werden kann. Der hinzugewonnene Käuferschutz geht allein zu Lasten der Verkäufer. Entsprechend ist eine Rückbuchung auf Abruf eines Käufers weder nach dem Kaufrecht des BGB noch nach den AGBs der herkömmlichen Kreditinstitute möglich. Die Verkäufer sind aber als Nutzer von *eBay* nicht weniger schützenswert als die Käufer. Der hinzugewonnene Käuferschutz kann in der Abwägung somit nur von geringem Gewicht sein.

Überdies bewirkt die Kopplung nicht nur eine Beeinträchtigung des Marktes für Online-Zahlungssysteme. Der erreichte Käuferschutz macht *eBay* für Käufer attraktiver und verstärkt die Netzeffekte. Die Verkäufer sind diesem Mechanismus gewissermaßen wehrlos ausgesetzt, da sie die Auktionsplattform letztlich nicht ohne die Käufer wechseln können. Dem effektiv hinzugewonnenen Käuferschutz kann daher nicht nur die Beeinträchtigung des Marktes für Online-Zahlungsdienste, sondern auch eine weitere Ausschaltung des Wettbewerbs auf dem Markt für Online-Auktionen entgegen gehalten werden. Der von *eBay* vorgebrachte Käuferschutz überwiegt in seiner

⁹³ BGH, BB 1981, 383 (384); KG v. 20.11.1973 WuW/E OLG 1429 (1435) „DFB“; grundlegend *Mestmäcker*, Das marktbeherrschende Unternehmen im Recht der Wettbewerbsbeschränkungen, 19.

Wertigkeit nicht die Beeinträchtigung des Wettbewerbs. Die Kopplung kann nicht mithilfe eines sachlichen Grundes gerechtfertigt werden.

F. Schluss

Die von *eBay* für Verkäufer mit weniger als 50 Bewertungspunkten am 25. Februar 2010 eingeführte Kopplung mit dem Online-Zahlungsdienst seiner Tochtergesellschaft *PayPal* stellt im Bereich der Festpreisverkäufe mangels marktbeherrschender Stellung keinen Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung dar. Im Bereich der Online-Auktionen stellt die eingeführte Kopplung mit *PayPal* hingegen einen Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung von *eBay* dar. Sie fällt unter den Verbotsstatbestand des § 19 Abs. 1 und Abs. 4 Nr. 1 GWB. Die speziellen Behinderungs- und Diskriminierungsverbote des § 20 GWB dienen als Ergänzung zum allgemeinen Missbrauchsverbot nach § 19 GWB.⁹⁴ Die Kopplung stellt auch eine unbillige Behinderung gleichartiger Online-Zahlungsdienstleister durch ein marktbeherrschendes Unternehmen gem. § 20 Abs. 1 GWB dar. Das Bundeskartellamt kann damit *eBay* mittels einer Untersagungsverfügung gem. § 32 GWB verpflichten, Verkäufern im Rahmen des Auktionsformats nicht die Verwendung von *PayPal* aufzuerlegen.

⁹⁴ *Gassner*, Grundzüge des Kartellrechts, 117; *Immenga/Mestmäcker*, GWB, § 19, Rn. 252 Wesentlicher Unterschied ist die Erweiterung des Adressatenkreises über die der marktbeherrschenden Unternehmen hinaus.

SCHRIFTTUM

- Bauer*, Joseph P., A Simplified Approach to Tying Arrangements: A Legal and Economic Analysis, *Vanderbilt Law Review* 33 (1980), 283-342.
- Bechtold*, Rainer, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Kommentar, München 2006.
- Ben-Zie*, Berta, Die kartellrechtliche Zulässigkeit von Kopplungsgeschäften, Hamburg 2008.
- Blanckenburg*, Korbinan von/*Michaelis*, Michael, Regulierungsmöglichkeiten auf dem Markt für Online-Auktionen, *Wirtschaftsdienst* 2008, 415-420.
- Bork*, Robert H., *The Antitrust Paradox, A policy at war with itself*, New York 1978.
- Butler*, Henry N./*Lane*, W.J./*Phillips*, Owen R., The Futility of Antitrust Attacks on Tie-In Sales: An Economic and Legal Analysis, *Hastings Law Journal* 36 (1984), 173-213.
- Dellarocas*, Chrysanthos, Reputation Mechanisms, in: T. Handershott (Hrsg.), *Handbook of Economics and Information Systems*, Amsterdam 2006, 629-660.
- Ellison*, Glenn/*Fisher Ellison*, Sara, Lessons about Markets from the Internet, *Journal of Economic Perspectives* 19 (2005), 139-145.
- Emmerich*, Volker, *Kartellrecht, Ein Studienbuch*, München 2006.
- Fischer*, Thomas, *Kopplungsgeschäfte im Europäischen und deutschen Kartellrecht*, Jena 2008.
- Frey*, Dieter, Die Europäische Fusionskontrolle und die Medienvielfalt, *Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht* 1998, 985-1001.
- Gassner*, Ulrich, *Grundzüge des Kartellrechts*, München 1999.
- Groschoff*, Jan, *Koppelgeschäfte und Wettbewerbsrecht, Zulässigkeit nach dem EGV*, Hamburg 2009.
- Haucap*, Justus/*Wenzel*, Tobias, Ist ebay unbestreitbar ein nicht bestreitbares Monopol? Monopolisierungsgefahr und Regulierungsbedarf bei Online-Marktplätzen, in: Kruse, Jörn (Hrsg.), *Wettbewerbsprobleme im Internet*, Baden-Baden 2009, 7-34.
- Hoffmann*, Jochen, Wettbewerbs- und Kartellrecht, in: Leible, Stefan/Sosnitza, Olaf (Hrsg.), *Versteigerungen im Internet*, 231-281.
- Immenga*, Ulrich/*Mestmäcker*, Ernst-Joachim, *Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen: GWB, Kommentar, 4. Auflage*, München 2007.
- Ittner*, Dirk, *Die Vermutungen des GWB*, Berlin 1998.
- Kattan*, Joseph, The Decline of Monopoly Leveraging Doctrin, *Antitrust* 9 (1994), 41-49.
- Kaysen*, Carl/*Turner*, Donald F., *Antitrust Policy: An Economic and Legal Analysis*, Cambridge 1959.
- Lestari*, Hesty Diyah, *Die Leverage-Theorie zu Kopplungsgeschäften im Rahmen des Art. 82 EG-Vertrag*, Tübingen 2006.
- Mestmäcker*, Ernst-Joachim, *Das marktbeherrschende Unternehmen im Recht der Wettbewerbsbeschränkungen*, Tübingen 1959.
- */Schweitzer*, *Europäisches Wettbewerbsrecht*, München 2004.
- Nödler*, Jens, *Der Rechtliche Rahmen von Zahlungen mittels PayPal*, Göttingen 2005, erhältlich im Internet: <<http://noedler.de/artikel/paypal-rechtlicher-rahmen.pdf>> (besucht am 01. Oktober 2010).
- OECD*, *Two-Sided Markets*, Dokument vom 17. Dezember 2009, DAF/COMP(2009)20, erhältlich im Internet: <<http://www.oecd.org/dataoecd/38/61/44445730.pdf>> (besucht am 01. Oktober 2010).

- Ott*, Stephan, Ich will hier rein! Suchmaschinen und das Kartellrecht, Multimedia und Recht 2006, 195-202.
- Pollock*, Rufus, The Control of Porting in Platform Markets, Cambridge 2008, erhältlich im Internet: <<http://www.rufuspollock.org/economics/papers/porting.pdf>> (besucht am 01. Oktober 2010).
- Rubinfeld*, Daniel L., Wettbewerb, Innovation und die Durchsetzung des Kartellrechts in dynamischen, vernetzen Industrien, Zeitschrift für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht, Internationaler Teil 1999, 479-487.
- Schmalensee*, Richard, Commodity Bundling by Single-Product Monopolies, Journal of Law and Economics 25 (1982), 67-71.
- Schulz*, Wolfgang/*Held*, Thorsten/*Laudien*, Arne, Suchmaschinen als Gatekeeper in der öffentlichen Diskussion, Berlin 2005.
- Seidmann*, Daniel J., Bundling as a Facilitating Device: A Reinterpretation of Leverage Theory, Economica 58 (1991), 491-499.
- Selby*, John/*Manning*, Christopher J., eBay's Paypal: Balancing Marketplace And Regulatory Regimes How market, competition and payment systems interact – the Australian experience with the Paypal trial, Computer Law Review International 2008, 168-176.
- Tekautschitz*, Kamilla, Machtmissbrauch marktbeherrschender Unternehmen im Europäischen Kartellrecht unter besonderer Berücksichtigung des Pharmavertriebs, Baden-Baden 2008.
- Thomas*, Stefan, Die verfahrensrechtliche Bedeutung der Marktbeherrschungsvermutungen des § 19 Abs. 3 GWB, Wirtschaft und Wettbewerb 2002, 470-482.
- Thum*, Marcel, Netzwerkeffekte, Standardisierung und staatlicher Regulierungsbedarf, Tübingen 1995.
- Wiebe*, Andreas, Suchmaschinenmonopole und Kartellrecht, Medien und Recht – Internationale Rundschau zum Medienrecht (Nr. 4, 2007), 179-187.
- Whinston*, Michael, Tying, Foreclosure, and Exclusion, American Economic Review 80 (1990), 837-859.
- Zerdick*, Axel/*Picot*, Arnold, Die Internet-Ökonomie, Strategien für die digitale Wirtschaft, Berlin 1999.
- Zimmerlich*, Antje/*Aufderheide*, Detlef, Herausforderungen für das Wettbewerbsrecht durch die Internetökonomie, ERCIS Working Paper Nr. 4, Münster 2004.

Beiträge zum Transnationalen Wirtschaftsrecht
(bis Heft 13 erschienen unter dem Titel: Arbeitspapiere aus dem
Institut für Wirtschaftsrecht – ISSN 1619-5388)

ISSN 1612-1368 (print)
ISSN 1868-1778 (elektr.)

Bislang erschienene Hefte

- Heft 1 Wiebe-Katrin Boie, Der Handel mit Emissionsrechten in der EG/EU – Neue Rechtssetzungsinitiative der EG-Kommission, März 2002, ISBN 3-86010-639-2
- Heft 2 Susanne Rudisch, Die institutionelle Struktur der Welthandelsorganisation (WTO): Reformüberlegungen, April 2002, ISBN 3-86010-646-5
- Heft 3 Jost Delbrück, Das Staatsbild im Zeitalter wirtschaftsrechtlicher Globalisierung, Juli 2002, ISBN 3-86010-654-6
- Heft 4 Christian Tietje, Die historische Entwicklung der rechtlichen Disziplinierung technischer Handelshemmnisse im GATT 1947 und in der WTO-Rechtsordnung, August 2002, ISBN 3-86010-655-4
- Heft 5 Ludwig Gramlich, Das französische Asbestverbot vor der WTO, August 2002, ISBN 3-86010-653-8
- Heft 6 Sebastian Wolf, Regulative Maßnahmen zum Schutz vor gentechnisch veränderten Organismen und Welthandelsrecht, September 2002, ISBN 3-86010-658-9
- Heft 7 Bernhard Kluttig/Karsten Nowrot, Der „Bipartisan Trade Promotion Authority Act of 2002“ – Implikationen für die Doha-Runde der WTO, September 2002, ISBN 3-86010-659-7
- Heft 8 Karsten Nowrot, Verfassungsrechtlicher Eigentumsschutz von Internet-Domains, Oktober 2002, ISBN 3-86010-664-3
- Heft 9 Martin Winkler, Der Treibhausgas-Emissionsrechtehandel im Umweltvölkerrecht, November 2002, ISBN 3-86010-665-1
- Heft 10 Christian Tietje, Grundstrukturen und aktuelle Entwicklungen des Rechts der Beilegung internationaler Investitionsstreitigkeiten, Januar 2003, ISBN 3-86010-671-6
- Heft 11 Gerhard Kraft/Manfred Jäger/Anja Dreiling, Abwehrmaßnahmen gegen feindliche Übernahmen im Spiegel rechtspolitischer Diskussion und ökonomischer Sinnhaftigkeit, Februar 2003, ISBN 3-86010-647-0
- Heft 12 Bernhard Kluttig, Welthandelsrecht und Umweltschutz – Kohärenz statt Konkurrenz, März 2003, ISBN 3-86010-680-5

- Heft 13 Gerhard Kraft, Das Corporate Governance-Leitbild des deutschen Unternehmenssteuerrechts: Bestandsaufnahme – Kritik – Reformbedarf, April 2003, ISBN 3-86010-682-1
- Heft 14 Karsten Nowrot/Yvonne Wardin, Liberalisierung der Wasserversorgung in der WTO-Rechtsordnung – Die Verwirklichung des Menschenrechts auf Wasser als Aufgabe einer transnationalen Verantwortungsgemeinschaft, Juni 2003, ISBN 3-86010-686-4
- Heft 15 Alexander Böhmer/Guido Glania, The Doha Development Round: Reintegrating Business Interests into the Agenda – WTO Negotiations from a German Industry Perspective, Juni 2003, ISBN 3-86010-687-2
- Heft 16 Dieter Schneider, „Freimütige, lustige und ernsthafte, jedoch vernunft- und gesetzmäßige Gedanken“ (Thomasius) über die Entwicklung der Lehre vom gerechten Preis und fair value, Juli 2003, ISBN 3-86010-696-1
- Heft 17 Andy Ruzik, Die Anwendung von Europarecht durch Schiedsgerichte, August 2003, ISBN 3-86010-697-X
- Heft 18 Michael Slonina, Gesundheitsschutz contra geistiges Eigentum? Aktuelle Probleme des TRIPS-Übereinkommens, August 2003, ISBN 3-86010-698-8
- Heft 19 Lorenz Schomerus, Die Uruguay-Runde: Erfahrungen eines Chef-Unterhändlers, September 2003, ISBN 3-86010-704-6
- Heft 20 Michael Slonina, Durchbruch im Spannungsverhältnis TRIPS and Health: Die WTO-Entscheidung zu Exporten unter Zwangslizenzen, September 2003, ISBN 3-86010-705-4
- Heft 21 Karsten Nowrot, Die UN-Norms on the Responsibility of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights – Gelungener Beitrag zur transnationalen Rechtsverwirklichung oder das Ende des Global Compact?, September 2003, ISBN 3-86010-706-2
- Heft 22 Gerhard Kraft/Ronald Krenzel, Economic Analysis of Tax Law – Current and Past Research Investigated from a German Tax Perspective, Oktober 2003, ISBN 3-86010-715-1
- Heft 23 Ingeborg Fogt Bergby, Grundlagen und aktuelle Entwicklungen im Streitbeilegungsrecht nach dem Energiechartavertrag aus norwegischer Perspektive, November 2003, ISBN 3-86010-719-4
- Heft 24 Lilian Habermann/Holger Pietzsch, Individualrechtsschutz im EG-Antidumpingrecht: Grundlagen und aktuelle Entwicklungen, Februar 2004, ISBN 3-86010-722-4
- Heft 25 Matthias Hornberg, Corporate Governance: The Combined Code 1998 as a Standard for Directors' Duties, März 2004, ISBN 3-86010-724-0

- Heft 26 Christian Tietje, Current Developments under the WTO Agreement on Subsidies and Countervailing Measures as an Example for the Functional Unity of Domestic and International Trade Law, März 2004, ISBN 3-86010-726-7
- Heft 27 Henning Jessen, Zollpräferenzen für Entwicklungsländer: WTO-rechtliche Anforderungen an Selektivität und Konditionalität – Die GSP-Entscheidung des WTO Panel und Appellate Body, Mai 2004, ISBN 3-86010-730-5
- Heft 28 Tillmann Rudolf Braun, Investment Protection under WTO Law – New Developments in the Aftermath of Cancún, Mai 2004, ISBN 3-86010-731-3
- Heft 29 Juliane Thieme, Latente Steuern – Der Einfluss internationaler Bilanzierungsvorschriften auf die Rechnungslegung in Deutschland, Juni 2004, ISBN 3-86010-733-X
- Heft 30 Bernhard Kluttig, Die Klagebefugnis Privater gegen EU-Rechtsakte in der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes: Und die Hoffnung stirbt zuletzt..., September 2004, ISBN 3-86010-746-1
- Heft 31 Ulrich Immenga, Internationales Wettbewerbsrecht: Unilateralismus, Bilateralismus, Multilateralismus, Oktober 2004, ISBN 3-86010-748-8
- Heft 32 Horst G. Krenzler, Die Uruguay Runde aus Sicht der Europäischen Union, Oktober 2004, ISBN 3-86010-749-6
- Heft 33 Karsten Nowrot, Global Governance and International Law, November 2004, ISBN 3-86010-750-X
- Heft 34 Ulrich Beyer/Carsten Oehme/Friederike Karmrodt, Der Einfluss der Europäischen Grundrechtecharta auf die Verfahrensgarantien im Unionsrecht, November 2004, ISBN 3-86010-755-0
- Heft 35 Frank Rieger/Johannes Jester/ Michael Sturm, Das Europäische Kartellverfahren: Rechte und Stellung der Beteiligten nach Inkrafttreten der VO 1/03, Dezember 2004, ISBN 3-86010-764-X
- Heft 36 Kay Wissenbach, Systemwechsel im europäischen Kartellrecht: Dezentralisierte Rechtsanwendung in transnationalen Wettbewerbsbeziehungen durch die VO 1/03, Februar 2005, ISBN 3-86010-766-6
- Heft 37 Christian Tietje, Die Argentinien-Krise aus rechtlicher Sicht: Staatsanleihen und Staateninsolvenz, Februar 2005, ISBN 3-86010-770-4
- Heft 38 Matthias Bickel, Die Argentinien-Krise aus ökonomischer Sicht: Herausforderungen an Finanzsystem und Kapitalmarkt, März 2005, ISBN 3-86010-772-0

- Heft 39 Nicole Steinat, *Comply or Explain – Die Akzeptanz von Corporate Governance Kodizes in Deutschland und Großbritannien*, April 2005, ISBN 3-86010-774-7
- Heft 40 Karoline Robra, *Welthandelsrechtliche Aspekte der internationalen Besteuerung aus europäischer Perspektive*, Mai 2005, ISBN 3-86010-782-8
- Heft 41 Jan Bron, *Grenzüberschreitende Verschmelzung von Kapitalgesellschaften in der EG*, Juli 2005, ISBN 3-86010-791-7
- Heft 42 Christian Tietje/Sebastian Wolf, *REACH Registration of Imported Substances – Compatibility with WTO Rules*, July 2005, ISBN 3-86010-793-3
- Heft 43 Claudia Decker, *The Tension between Political and Legal Interests in Trade Disputes: The Case of the TEP Steering Group*, August 2005, ISBN 3-86010-796-8
- Heft 44 Christian Tietje (Hrsg.), *Der Beitritt Russlands zur Welthandelsorganisation (WTO)*, August 2005, ISBN 3-86010-798-4
- Heft 45 Wang Heng, *Analyzing the New Amendments of China's Foreign Trade Act and its Consequent Ramifications: Changes and Challenges*, September 2005, ISBN 3-86010-802-6
- Heft 46 James Bacchus, *Chains Across the Rhine*, October 2005, ISBN 3-86010-803-4
- Heft 47 Karsten Nowrot, *The New Governance Structure of the Global Compact – Transforming a "Learning Network" into a Federalized and Parliamentarized Transnational Regulatory Regime*, November 2005, ISBN 3-86010-806-9
- Heft 48 Christian Tietje, *Probleme der Liberalisierung des internationalen Dienstleistungshandels – Stärken und Schwächen des GATS*, November 2005, ISBN 3-86010-808-5
- Heft 49 Katja Moritz/Marco Gesse, *Die Auswirkungen des Sarbanes-Oxley Acts auf deutsche Unternehmen*, Dezember 2005, ISBN 3-86010-813-1
- Heft 50 Christian Tietje/Alan Brouder/Karsten Nowrot (eds.), *Philip C. Jessup's *Transnational Law* Revisited – On the Occasion of the 50th Anniversary of its Publication*, February 2006, ISBN 3-86010-825-5
- Heft 51 Susanne Probst, *Transnationale Regulierung der Rechnungslegung – International Accounting Standards Committee Foundation und Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee*, Februar 2006, ISBN 3-86010-826-3
- Heft 52 Kerstin Rummel, *Verfahrensrechte im europäischen Arzneimittelzulassungsrecht*, März 2006, ISBN 3-86010-828-X

- Heft 53 Marko Wohlfahrt, Gläubigerschutz bei EU-Auslandsgesellschaften, März 2006, ISBN (10) 3-86010-831-X, ISBN (13) 978-3-86010-831-4
- Heft 54 Nikolai Fichtner, The Rise and Fall of the Country of Origin Principle in the EU's Services Directive – Uncovering the Principle's Premises and Potential Implications –, April 2006, ISBN (10) 3-86010-834-4, ISBN (13) 978-3-86010-834-5
- Heft 55 Anne Reinhardt-Salcinovic, Informelle Strategien zur Korruptionsbekämpfung – Der Einfluss von Nichtregierungsorganisationen am Beispiel von Transparency International –, Mai 2006, ISBN (10) 3-86010-840-9, ISBN (13) 978-3-86010-840-6
- Heft 56 Marius Rochow, Die Maßnahmen von OECD und Europarat zur Bekämpfung der Bestechung, Mai 2006, ISBN (10) 3-86010-842-5, ISBN (13) 978-3-86010-842-0
- Heft 57 Christian J. Tams, An Appealing Option? The Debate about an ICSID Appellate Structure, Juni 2006, ISBN (10) 3-86010-843-3, ISBN (13) 978-3-86010-843-7
- Heft 58 Sandy Hamelmann, Internationale Jurisdiktionskonflikte und Vernetzungen transnationaler Rechtsregime – Die Entscheidungen des Panels und des Appellate Body der WTO in Sachen "Mexico – Tax Measures on Soft Drinks and Other Beverages" –, Juli 2006, ISBN (10) 3-86010-850-6, ISBN (13) 978-3-86010-850-5
- Heft 59 Torje Sunde, Möglichkeiten und Grenzen innerstaatlicher Regulierung nach Art. VI GATS, Juli 2006, ISBN (10) 3-86010-849-2, ISBN (13) 978-3-86010-849-9
- Heft 60 Kay Wissenbach, Schadenersatzklagen gegen Kartellmitglieder – Offene Fragen nach der 7. Novellierung des GWB, August 2006, ISBN (10) 3-86010-852-2, ISBN (13) 978-3-86010-852-9
- Heft 61 Sebastian Wolf, Welthandelsrechtliche Rahmenbedingungen für die Liberalisierung ausländischer Direktinvestitionen – Multilaterale Investitionsverhandlungen oder Rückbesinnung auf bestehende Investitionsregelungen im Rahmen der WTO?, September 2006, ISBN (10) 3-86010-860-3, ISBN (13) 978-3-86010-860-4
- Heft 62 Daniel Kirmse, Cross-Border Delisting – Der Börsenrückzug deutscher Aktiengesellschaften mit Zweitnotierungen an ausländischen Handelsplätzen, Oktober 2006, ISBN (10) 3-86010-861-1, ISBN (13) 978-3-86010-861-1
- Heft 63 Karoline Kampermann, Aktuelle Entwicklungen im internationalen Investitionsschutzrecht mit Blick auf die staatliche Steuersouveränität, Dezember 2006, ISBN (10) 3-86010-879-4, ISBN (13) 978-3-86010-879-6
- Heft 64 Maria Pätz, Die Auswirkungen der Zinsrichtlinie innerhalb der EU und im Verhältnis zur Schweiz, April 2007, ISBN 978-3-86010-904-5

- Heft 65 Norman Hölzel, Kartellrechtlicher Individualrechtsschutz im Umbruch – Neue Impulse durch Grünbuch und *Zementkartell*, Mai 2007, ISBN 978-3-86010-903-8
- Heft 66 Karsten Nowrot, Netzwerke im Transnationalen Wirtschaftsrecht und Rechtsdogmatik, Mai 2007, ISBN 978-3-86010-908-3
- Heft 67 Marzena Przewlocka, Die rechtliche Regelung von Directors' Dealings in Deutschland und Polen – unter Berücksichtigung der Neuerungen durch das Transparenzrichtlinie-Umsetzungsgesetz –, Juni 2007, ISBN 978-3-86010-909-0
- Heft 68 Steffen Fritzsche, Open Skies EU-USA – an extraordinary achievement!? August 2007, ISBN 978-3-86010-933-5
- Heft 69 Günter Hirsch, Internationalisierung und Europäisierung des Privatrechts, September 2007, ISBN 978-3-86010-922-9
- Heft 70 Karsten Nowrot, The Relationship between National Legal Regulations and CSR Instruments: Complementary or Exclusionary Approaches to Good Corporate Citizenship? Oktober 2007, ISBN 978-3-86010-945-8
- Heft 71 Martin Brenncke, Is “fair use” an option for U.K. copyright legislation? November 2007, ISBN 978-3-86010-963-2
- Heft 72 Rainer Bierwagen, Das Grünbuch der Europäischen Kommission zu den handelspolitischen Schutzinstrumenten der EG – ein Meilenstein in der Reformdebatte? November 2007, ISBN 978-3-86010-966-3
- Heft 73 Murad L. Wisniewski, Employee involvement in multinational corporations – A European perspective, Februar 2008, ISBN 978-3-86010-996-0
- Heft 74 Christian Tietje/Karsten Nowrot/Clemens Wackernagel, Once and Forever? The Legal Effects of a Denunciation of ICSID, March 2008, ISBN 978-3-86829-011-0
- Heft 75 Christian Tietje/Bernhard Kluttig, Beschränkungen ausländischer Unternehmensbeteiligungen und –übernahmen – Zur Rechtslage in den USA, Großbritannien, Frankreich und Italien, Mai 2008, ISBN 978-3-86829-035-6
- Heft 76 Daniel Scharf, Die Kapitalverkehrsfreiheit gegenüber Drittstaaten, Juni 2008, ISBN 978-3-86829-048-6
- Heft 77 Martina Franke, Chinas Währungspolitik in der Kritik des US-amerikanischen und des internationalen Wirtschaftsrechts, August 2008, ISBN 978-3-86829-069-1
- Heft 78 Christian Tietje, The Applicability of the Energy Charter Treaty in ICSID Arbitration of EU Nationals vs. EU Member States, September 2008, ISBN 978-3-86829-071-4

- Heft 79 Martin Brenncke, The EU Roaming Regulation and its non-compliance with Article 95 EC, October 2008, ISBN 978-3-86829-078-3
- Heft 80 Katharina Winzer, Der Umzug einer GmbH in Europa – Betrachtungen im Lichte der Rechtsprechung des EuGH sowie der aktuellen Gesetzgebung, November 2008, ISBN 978-3-86829-083-7
- Heft 81 Jürgen Bering, Die rechtliche Behandlung von ‚Briefkastenfirmen‘ nach Art. 17 ECT und im allgemeinen internationalen Investitionsschutzrecht, Dezember 2008, ISBN 978-3-86829-101-8
- Heft 82 Clemens Wackernagel, Das Verhältnis von treaty und contract claims in der internationalen Investitionsschiedsgerichtsbarkeit, Januar 2009, ISBN 978-3-86829-103-2
- Heft 83 Christian Tietje, Die Außenwirtschaftsverfassung der EU nach dem Vertrag von Lissabon, Januar 2009, ISBN 978-3-86829-105-6
- Heft 84 Martina Franke, Historische und aktuelle Lösungsansätze zur Rohstoffversorgungssicherheit, Februar 2009, ISBN 978-3-86829-127-8
- Heft 85 Hans Tietmeyer, Währungs- und Finanzmarktstabilität als Aufgabe – Rückblick und Perspektiven, März 2009, ISBN 978-3-86829-119-3
- Heft 86 Wolfgang Ramsteck, Die Germany Trade and Invest GmbH und die Reformen der Außenwirtschaftsförderung des Bundes: Eine Kopie des britischen Ansatzes?, März 2009, ISBN 978-3-86829-129-2
- Heft 87 Sven Leif Erik Johannsen, Der Investitionsbegriff nach Art. 25 Abs. 1 der ICSID-Konvention, April 2009, ISBN 978-3-86829-131-5
- Heft 88 Koresuke Yamauchi, Das globale Internationale Privatrecht im 21. Jahrhundert – Wendung des klassischen Paradigmas des IPRs zur Globalisierung, Mai 2009, ISBN 978-3-86829-148-3
- Heft 89 Dana Ruddigkeit, Border Tax Adjustment an der Schnittstelle von Welt handelsrecht und Klimaschutz vor dem Hintergrund des Europäischen Emissionszertifikatehandels, Juli 2009, ISBN 978-3-86829-151-3
- Heft 90 Sven Leif Erik Johannsen, Die Kompetenz der Europäischen Union für ausländische Direktinvestitionen nach dem Vertrag von Lissabon, August 2009, ISBN 978-3-86829-155-1
- Heft 91 André Duczek, Rom II-VO und Umweltschädigung – Ein Überblick, September 2009, ISBN 978-3-86829-175-9
- Heft 92 Carsten Quilitzsch, Projektfinanzierung als Mittel zur Umsetzung internationaler Rohstoffvorhaben, Oktober 2009, ISBN 978-3-86829-183-4
- Heft 93 Christian Tietje, Internationales Investitionsschutzrecht im Spannungsverhältnis von staatlicher Regelungsfreiheit und Schutz wirtschaftlicher Individualinteressen, Februar 2010, ISBN 978-3-86829-218-3

- Heft 94 Carsten Quilitzsch, Grenzüberschreitende Verlustverrechnung bei gewerblichen Betriebsstätten und Tochterkapitalgesellschaften in der Europäischen Union – Eine ökonomische Analyse, März 2010, ISBN 978-3-86829-259-6
- Heft 95 Christian Maurer, Die gesetzlichen Maßnahmen in Deutschland zur Finanzmarktstabilisierung 2008 und 2009 – verfassungs- und europarechtliche Probleme, April 2010, ISBN 978-3-86829-273-2
- Heft 96 Karsten Nowrot, International Investment Law and the Republic of Ecuador: From Arbitral Bilateralism to Judicial Regionalism, Mai 2010, ISBN 978-3-86829-276-3
- Heft 97 Diemo Dietrich/Jasper Finke/Christian Tietje, Liberalization and Rules on Regulation in the Field of Financial Services in Bilateral Trade and Regional Integration Agreements, Juni 2010, ISBN 978-3-86829-278-7
- Heft 98 Stefan Hoffmann, Bad Banks als Mittel zur Bewältigung der Wirtschaftskrise – Ein Vergleich der Modelle Deutschlands, der Schweiz, der Vereinigten Staaten und Großbritanniens, Juli 2010, ISBN 978-3-86829-283-1
- Heft 99 Alexander Grimm, Das Schicksal des in Deutschland belegenen Vermögens der Limited nach ihrer Löschung im englischen Register, September 2010, ISBN 978-3-86829-293-0
- Heft 101 Daniel Scharf, Das Komitologieverfahren nach dem Vertrag von Lissabon – Neuerungen und Auswirkungen auf die Gemeinsame Handelspolitik, Dezember 2010, ISBN 978-3-86829-308-1
- Heft 102 Matthias Böttcher, „Clearstream“ – Die Fortschreibung der Essential Facilities-Doktrin im Europäischen Wettbewerbsrecht, Januar 2011, ISBN 978-3-86829-318-0
- Heft 103 Dana Ruddigkeit, Die kartellrechtliche Beurteilung der Kopplungsgeschäfte von *eBay* und *PayPal*, Januar 2011, ISBN 978-3-86829-316-6