

Inhaltsübersicht

Zum Geleit	VII
Vorwort	XI
Inhaltsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XXI
Literaturverzeichnis	XXV

1. Teil: Strukturelemente der Kommunikationsmärkte

I.	Umfeld der Kommunikationsmärkte	3
A.	Technik	3
B.	Wirtschaft	17
C.	Politik und Kultur	20
II.	Regulierung in den Kommunikationsmärkten	30
A.	Bisheriges Regulierungssystem und seine Problematik	30
B.	Wirtschaftspolitische Entwicklungslinien in den Kommunikationsmärkten	48
C.	Gegenwärtiger Regulierungsstand	52
III.	Wettbewerb und Gemeinwohlbindung in den Kommunikationsmärkten	84
A.	Gemeinwohl als Regulierungsrechtfertigung	84
B.	Wirtschaftsrechtliche Stellung von Gemeinwohlunternehmen	103
C.	Einfluss des Gemeinwohlargumentes auf Organisationsstrukturen	114
D.	Zwischenergebnis	138

2. Teil: Verwirklichung von Wettbewerbsstrukturen

IV.	Schaffung offener Märkte	141
A.	Abbau nicht rechtfertigbarer Marktzutrittsschranken	141
B.	Liberalisierung wettbewerbsbeschränkender Restriktionen	151
C.	Rahmenbedingungen für einen offenen Marktzugang	171

V.	Erhaltung offener Märkte	184
A.	Vorübergehende Tätigkeitsverbote	184
B.	Verhinderung der Ausnützung faktischer Monopolstellungen	187
C.	Verhinderung von Funktionenpotenzierungen	193
D.	Schutz vor wettbewerbsbeschränkenden Absprachen und Entstehung von Marktmacht	197
VI.	Begleitende Regulierungen	238
A.	Preisregulierung	238
B.	Verzicht auf protektionistische Massnahmen	259
3. Teil: Neukonzeption der Strukturen in den Kommunikationsmärkten		
VII.	Umsetzung der entwicklungshistorischen Erkenntnisse	273
A.	Technische und wirtschaftliche Grundprämissen	273
B.	Wirtschaftsrechtliche Lehren aus dem Deregulierungsprozess	278
VIII.	Reformüberlegungen	281
A.	Kommunikation als Gesamtkonzeption	281
B.	Marktstruktur- statt Organisationsrecht	287
C.	Monopol oder Wettbewerb?	291
	Sachregister	299