



Fallbericht

20. 1. 2010

Zusammenschluss Rheinische Post mit Aachener Nachrichten und Aachener Zeitung nach Abmahnung aufgegeben

Branche: Abonnement-Tageszeitungen

Aktenzeichen: B 6 – 79/09

Datum der Entscheidung: 26. 11. 2009

Der Verlag der Rheinischen Post, die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH, hat seine Anmeldung eines Zusammenschlusses mit der Aachener Verlagsgesellschaft am 26. November 2009 zurückgenommen. Zwei Tage zuvor hatten die Gesellschafter der Aachener Verlagsgesellschaft entschieden, den Verkaufsprozess an die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft zu beenden.

Das Zielunternehmen, die Aachener Verlagsgesellschaft, gibt über den Zeitungsverlag Aachen GmbH, die beiden Tageszeitungen Aachener Nachrichten und Aachener Zeitung heraus. Im Verbreitungsgebiet dieser Zeitungen ist das Zielunternehmen (über die Zeitungsverlag Aachen GmbH) auch an den beiden auflagenstarken Anzeigenblättern Super Sonntag und Super Mittwoch beteiligt. Die Erwerberin, die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft, hält sowohl an diesen Anzeigenblättern als auch an den beiden Tageszeitungen Aachener Nachrichten und Aachener Zeitung über eine Minderheitsbeteiligung an der Zeitungsverlag Aachen bereits eine mittelbare Beteiligung. Die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft ist weiterhin Inhaberin der Titelrechte der Aachener Nachrichten. Außerdem gehört ihr auch eine Beteiligung an dem niederländischen Anzeigenblattverlag „Nederlandse Weekbladen Groep“, die u.a. in der gesamten deutsch-niederländischen Grenzregion tätig ist.

Die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft ist die Holdinggesellschaft der Mediengruppe Rheinische Post, welche über Tochtergesellschaften und eine Vielzahl von Beteiligungen insbesondere auf unterschiedlichen deutschen und europäischen Medienmärkten tätig ist, u.a. mit Tageszeitungen, Anzeigenblättern, lokalen Hörfunksendern, TV-Sendern und Online-Angeboten. Sie verlegt insbesondere die Abonnement-Tageszeitung Rheinische Post, deren Verbreitungsgebiet sich im Kreis Heinsberg mit dem Verbreitungsgebiet der Aachener Nachrichten und der Aachener Zeitung überschneidet.

Das Bundeskartellamt hat den Verfahrensbeteiligten Anfang November 2009 mitgeteilt, dass es beabsichtigt, das Vorhaben zu untersagen, weil auf Leser- und Anzeigenmärkten im

Verbreitungsgebiet der Aachener Nachrichten und der Aachener Zeitung die Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung droht. Eine Stellungnahme der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft erfolgte angesichts der Rücknahme der Anmeldung nicht mehr. Insoweit handelt es sich weiterhin lediglich um eine vorläufige Einschätzung des Bundeskartellamts.

Zu einer solchen Verstärkung wäre es aus Sicht des Bundeskartellamtes u.a. aus den nachstehenden Erwägungen gekommen, von denen jede für sich genommen ausgereicht hätte, das Vorhaben zu untersagen:

1. In der Region Heinsberg wäre sowohl auf dem Leser- als auch auf dem Anzeigenmarkt tatsächlicher Wettbewerb durch den Zusammenschluss entfallen und es wäre zu einer weiteren Konzentration der Marktanteile gekommen. Hier stehen sich die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft und die Aachener Verlagsgesellschaft als unmittelbare Wettbewerber gegenüber. Im Süden des Kreises Aachen (Monschau, Simmerath, Roetgen) ist neben den Zusammenschlussbeteiligten zwar auch der Verlag Weiss mit einem Anzeigenblatt tätig, nach dem Zusammenschluss mit der finanzkräftigen Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft wäre die Marktstellung der Aachener Zeitung und der Aachener Nachrichten auf dem Anzeigenmarkt gegenüber diesem Wettbewerber aber verstärkt worden. Flankiert wird die Verstärkung zudem durch die Beteiligung der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft an dem niederländischen Anzeigenblattverlag „Nederlandse Weekbladen Groep“. Durch den Zusammenschluss wäre die Gebietslücke zwischen den Verbreitungsgebieten der Rheinischen Post und der niederländischen Anzeigenblätter geschlossen worden. Die Zusammenschlussbeteiligten hätten dann flächendeckend überregional nachfragenden Anzeigenkunden (z.B. Discounter im Lebensmitteleinzelhandel) entsprechend größere Belegungseinheiten anbieten können.

2. Im gesamten Verbreitungsgebiet der beiden Zeitungen wäre jeweils der potenzielle Wettbewerb zwischen der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft und der Aachener Verlagsgesellschaft entfallen. Bei monopolistisch strukturierten Märkten – wie den vorliegenden – kommt dem Erhalt potenziellen Wettbewerbs eine besondere Bedeutung zu. Zumindest die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft hätte die Möglichkeit und auch einen ausreichenden Anreiz zum Marktzutritt gehabt. Diese Einschätzung beruht auf einer Gesamtwürdigung der maßgeblichen Kriterien, darunter den folgenden:

a) Es besteht bereits aktueller Wettbewerb in anderen Teilen des Verbreitungsgebietes.

Die Aachener Nachrichten und die Aachener Zeitung sind im Kreis Heinsberg bereits aktuelle Wettbewerber der Rheinischen Post, die in diesem Gebiet mit der Lokalausgabe Mönchengladbach-Erkelenz tätig ist. Dieses Gebiet kann als Ausgangspunkt für die weitere Expansion genutzt werden. Für potenziellen Wettbewerb reicht es aus, dass die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft die Möglichkeit und das Interesse hat, in einen Teil des Verbreitungsgebiets der beiden Aachener Zeitungen des Zielunternehmens einzudringen. Dies

gilt für den Lesermarkt und für den Anzeigenmarkt. Dabei reicht auf dem Anzeigenmarkt ein Marktzutritt mit einem Anzeigenblatt.

Spiegelbildlich ist das Zielunternehmen potenzieller Wettbewerber im Verbreitungsgebiet der Rheinischen Post der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft.

b) Die Verbreitungsgebiete der Zusammenschlussbeteiligten grenzen aneinander.

Mit der Ausgabe Mönchengladbach/Mönchengladbach-Erkelenz der Rheinischen Post und den Anzeigenblättern „Extra Tipp Mönchengladbach“ und „Stadtspiegel Mönchengladbach“ grenzt die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft unmittelbar an das Verbreitungsgebiet der beiden Zeitungen des Zielunternehmens an, soweit sich die Verbreitungsgebiete nicht sogar überschneiden. Bei der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft handelt es sich um ein finanzstarkes, breit aufgestelltes Medienunternehmen, welches in der Lage ist, seine Aktivitäten in räumlich benachbarte Regionen auszudehnen. Die Kreisgrenze zwischen Mönchengladbach und Heinsberg stellt kein Expansionshindernis dar, weil diese bereits durch die bestehenden Aktivitäten dieses Verlags überschritten wurde. Zwischen den Verbreitungsgebieten der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft und der Zielgesellschaft liegen auch keine Landesgrenzen oder geografische Hindernisse in Form von Gebirgszügen oder größeren Flüssen. Zudem verfügt der Verlag im Kreis Heinsberg bereits über eine Lokalredaktion.

Obwohl es sich um zwei getrennte Wirtschaftsräume handelt, bestehen dennoch vielfältige Verflechtungen, die sich u.a. aus den Pendlerströmen ergeben. Außerdem weisen Änderungen in den Verbreitungsgebieten darauf hin, dass die Strukturen der betroffenen Märkte nicht völlig erstarrt sind. So reichte das Verbreitungsgebiet der Aachener Nachrichten und der Aachener Zeitung bis Ende 2005 in den Kreis Viersen hinein.

c) Das Verbreitungsgebiet der beiden Aachener Zeitungen ist wirtschaftlich attraktiv.

Das Verbreitungsgebiet der Aachener Nachrichten und der Aachener Zeitung ist attraktiv und vielfältig und bietet die wirtschaftlichen und journalistischen Bedingungen für eine echte und attraktive Zweitzeitung. Die Städtereion Aachen liegt im Dreiländereck Deutschland/Holland/Belgien und gehört zur Euregio mit 3,7 Millionen Einwohnern. Im Verbreitungsgebiet der Aachener Nachrichten und der Aachener Zeitung mit dem Grenzraum Belgien und Holland leben rund eine Million Menschen in über 450.000 Haushalten.

Die im Verbreitungsgebiet gelegenen Arbeitsmarktregionen Aachen, Düren und Heinsberg weisen nach den Regionalindikatoren der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ insgesamt eine überdurchschnittliche Wirtschaftskraft auf. Die wirtschaftliche Attraktivität wird durch das überregional und international bedeutende kulturelle und sportliche Angebot (z.B. Karlspreis und Reitturnier CHIO) in Aachen, durch die

Anziehungskraft der Exzellenzuniversität RWTH Aachen und durch die hervorragende Verkehrsanbindung gestützt.

Im Vergleich zu anderen Regionen in Nordrhein-Westfalen, die über zwei konkurrierende Zeitungen verfügen, ist die Region Aachen in Bezug auf Standort- und Berichtserstattungsqualität zumindest gleichwertig. In diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen, dass die Aachener Zeitung und die Aachener Nachrichten bis auf die ersten vier Seiten ihrer Ausgaben bereits identisch sind und Anzeigen nur für beide Zeitungen gemeinsam belegt werden können (mit Ausnahme des Kreises Heinsberg). Für einen Marktzutritt potentieller Wettbewerber ist die Region Aachen damit ein besonders attraktives Gebiet, weit über das erforderliche Maß hinaus.

d) Es liegen weitere konkrete Umstände vor, die einen Markteintritt der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft erwarten lassen.

Die Kosten für Lokalredaktionen liegen bei dem Einsatz von Newsdesks, wie sie z.B. bei der Rheinischen-Post verwendet werden, in der Regel deutlich niedriger als das in der Vergangenheit der Fall war. Weiterhin hält die Rheinische Post bereits die Titelrechte an den Aachener Nachrichten. Sie gehört zu einer Unternehmensgruppe, die über die finanziellen und journalistischen Ressourcen eines national und international auf einer Vielzahl von Medienmärkten tätigen Medienunternehmens verfügt. Weitere Faktoren sind die hohe Qualität der regionalen Abonnement-Tageszeitung Rheinische Post, die Schließung einer Gebietslücke im Verbreitungsgebiet durch den Zusammenschluss und die konkreten Erfahrungen des Erwerbers als aktiver Wettbewerber in Teilen des Verbreitungsgebietes der beiden Aachener Zeitungen.

Ein Marktzutritt wäre sowohl mit Lokalausgaben der Rheinischen Post als auch durch die Nutzung der Titelrechte der Aachener Nachrichten möglich. Dabei könnte sich der Verlag z.B. auf die Gebiete konzentrieren, in denen der Abstand zwischen der verkauften Auflage der Aachener Zeitung und der Aachener Nachrichten besonders gering ist. Dabei wären die Kosten des Marktzutritts geringer, soweit nur ein Teil des Verbreitungsgebiets der Aachener Zeitung und der Aachener Nachrichten abgedeckt wird und dies eine geringere Zahl von Lokalredaktionen erforderlich macht. Ihre gesamten Verbreitungsgebiete decken die Aachener Zeitung und die Aachener Nachrichten mit neun bzw. acht Lokalausgaben ab. Kostenvorteile eines teilweisen Eintritts können sich auch aus den unterschiedlichen Zustellungskosten in städtischen und ländlichen Gebieten ergeben. Alternativ könnte die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mit der qualitativ sehr hochwertigen Rheinischen Post als echte „Zweitzeitung“ in das Verbreitungsgebiet vordringen. Der Verlag verfügt über das erforderliche Know-How und ausreichende finanzielle Ressourcen, um die Anlaufphase eines neuen Zeitungstitels bewältigen zu können. Seine Unternehmensstrategie besteht darin, die lokale Marktführerschaft zu erringen und sich als Anbieter mit lokalen bzw. regionalen Inhalten quer

über alle Mediensegmente zu positionieren. Dabei werden Inhalte in verschiedenen Medien genutzt, d.h. die Rechercheaktivitäten von Journalisten können so mehrfach verwertet werden. Die Akquisition in Aachen fügt sich in diese Strategie ein, da der Verlag dort bereits über einige Aktivitäten verfügt, u.a. über eine Lokalredaktion im Kreis Heinsberg und eine Verlagsvertretung für Ortskunden in Aachen. Zudem können aktuelle Nachrichten aus der Euregio-Region teilweise auch aus den Redaktionen der niederländischen Anzeigenblätter der NWG und der Berichterstattung der Rheinischen Post übernommen werden. Die regionale Berichterstattung über Nordrhein-Westfalen ist in der Rheinischen Post ohnehin bereits enthalten.