



Fallbericht

3. Januar 2012

Freigabe des Anteilserwerbs an der C.W. Busse Holding durch Aschendorff Medien

Branche: Regionale Tageszeitungen und Anzeigenblätter

Aktenzeichen: B6 - 57/11

Datum der Entscheidung: 30. September.2011

Das Bundeskartellamt hat die Übernahme der C.W. Busse Holding GmbH, Bielefeld (nachfolgend C.W. Busse Holding) durch die Aschendorff Medien GmbH & Co. KG, Münster (nachfolgend Aschendorff Medien) innerhalb der Monatsfrist freigegeben. Die Aschendorff Medien plant den Erwerb der alleinigen Kontrolle über die C.W. Busse Holding in zwei Schritten.

Aschendorff Medien gibt im Raum Münster neben zahlreichen Anzeigenblättern vor allem die regionale Tageszeitung „Westfälische Nachrichten“ (Auflage 120.000) heraus.

Die C.W. Busse Holding ist mit ihrer Tochtergesellschaft Westfalen-Blatt GmbH vor allem Herausgeberin der regionalen Tageszeitung „Westfalen-Blatt“ (Auflage 119.000), welche in und um Bielefeld und Gütersloh erscheint. Des Weiteren vertreibt sie mit ihren diversen Tochterunternehmen zahlreiche Anzeigenblätter in derselben Region.

Das Zusammenschlussvorhaben erfüllt nicht die Untersagungsvoraussetzungen des § 36 Abs. 1 GWB. Insbesondere lässt der geplante Zusammenschluss keine Verstärkung der in einigen räumlichen Märkten bestehenden marktbeherrschenden Stellungen der Verlage erwarten. Da die Zusammenschlussbeteiligten mit ihren aneinander grenzenden Verbreitungsgebieten weder auf den betroffenen Leser- noch auf den Anzeigenmärkten aktuelle Wettbewerber sind, war in erster Linie eine Verstärkungswirkung durch den Wegfall von potenziellem Wettbewerb zu prüfen.

Lesermärkte

Von dem Zusammenschluss sind die Lesermärkte für Abonnement-Tageszeitungen im Raum Münster einerseits und im Raum Bielefeld/Gütersloh andererseits betroffen. Für die räumliche Abgrenzung des Lesermarktes ist das regionale bzw. lokale Verbreitungsgebiet (Regional- bzw.

Lokalausgaben) ausschlaggebend. Die Verbreitungsgebiete der „Westfälische Nachrichten“ und des „Westfalen-Blatt“ grenzen lediglich in einem kleinen Gebiet aneinander und weisen keine Überschneidungen auf.

Bei der Prüfung der Marktverhältnisse hat das Bundeskartellamt sowohl die Gesamtverbreitungsgebiete als auch die lokalen Verbreitungsgebiete der vom Zusammenschluss betroffenen Zeitungen betrachtet. Im Gesamtverbreitungsgebiet des „Westfalen-Blatt“ ist die „Neue Westfälische“ als Wettbewerber präsent. In den Regional- und Lokalmärkten, die an das Verbreitungsgebiet der Westfälischen Nachrichten angrenzen, hat das Westfalen-Blatt darüber hinaus keine starke Marktstellung, so dass das Bundeskartellamt insoweit keine marktbeherrschende Stellung des Westfalen-Blattes festgestellt hat.

Dagegen hat die „Westfälische Nachrichten“ bezogen auf ihr Gesamtverbreitungsgebiet eine Alleinstellung, da hier kein Wettbewerber mit einer vergleichbaren räumlichen Abdeckung existiert. Es gibt zwar einige, teilweise starke Wettbewerber wie z.B. die „Ruhr-Nachrichten“, die jedoch jeweils nur in einem Teil der betroffenen Regional- bzw. Lokalmärkte tätig sind. In einzelnen lokalen Märkten hat wiederum die „Westfälische Nachrichten“ eine faktische Alleinstellung. Die Beschlussabteilung geht insoweit mit Blick auf die starke Stellung im Gesamtverbreitungsgebiet für die „Westfälische Nachrichten“ von einer marktbeherrschenden Stellung aus.

Es ist aber nicht zu erwarten, dass durch den Zusammenschluss potentieller Wettbewerb auf den relevanten Lesermärkten entfällt: Das Hauptverbreitungsgebiet der Westfälischen Nachrichten umschließt den Raum Münster und liegt 60-70 Kilometer von der Region Bielefeld/Gütersloh entfernt, dem Hauptverbreitungsgebiet des Westfalen-Blattes. Die Gebiete bilden weitgehend separate Wirtschaftsräume. Es gibt keine direkte Autobahnverbindung zwischen den Städten und auch die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist eingeschränkt. Es herrscht zudem nur eine geringe Pendlerbewegung, was ebenfalls auf eine geringe Verflechtung der beiden Wirtschaftsräume hindeutet. Darüber hinaus besteht im Verbreitungsgebiet der „Westfälische Nachrichten“ aktueller Wettbewerb u.a. durch die Zeitungsgruppe „Ruhr Nachrichten“. Ein weiterer Marktzutritt in ein solches, bereits durch mehr als eine Zeitung bedientes Gebiet ist weniger wahrscheinlich als bei einem Monopolgebiet. Das Marktvolumen und der erreichbare Umsatz im Wettbewerb mit zwei weiteren Zeitungen stellen die Wirtschaftlichkeit eines Marktzutritts im Hinblick auf die erforderlichen Investitionen und die zu erwartenden Vertriebskosten in Frage.

Anzeigenmärkte

Die Marktstruktur auf den Anzeigenmärkten ist anders beschaffen, als die der Lesermärkte, da die Beteiligten hier jeweils mit gut positionierten Anzeigenblättern vertreten sind und auf vielen Märkten hohe Marktanteile von mehr als 70 % erzielen. Die Belegungseinheiten¹, die die Zusammenschlussbeteiligten anbieten, sind jedoch nicht im Wesentlichen deckungsgleich und bilden daher getrennte Märkte. Es stellte sich auch hier ausschließlich die Frage, ob durch den Zusammenschluss potenzieller Wettbewerb entfallen würde.

Ein Markteintritt ist auf einem Anzeigenmarkt zwar grundsätzlich leichter möglich als auf dem Lesermarkt, weil die Leser-Blatt-Bindung bei Anzeigenblättern keine vergleichbare Rolle spielt. Auch die mit einem Wettbewerbsvorstoß verbundenen Kosten sind geringer. Dennoch ist ein Wegfall potentiellen Wettbewerbs im vorliegenden Fall nicht anzunehmen.

Für einen Marktzutritt kämen insbesondere die Märkte in Betracht, die an der Grenze beider Verbreitungsgebiete liegen (Gütersloh und Warendorf). In diesen Märkten erscheinen aber bereits zwei Regionalzeitungen und ein etabliertes Anzeigenblatt. Des Weiteren sind eine weitere Tageszeitung bzw. ein Anzeigenblatt in den Gebieten präsent, wenngleich mit anders zugeschnittenen Belegungseinheiten. Durch Veränderung ihrer Belegungseinheiten könnten diese Anbieter ohne große Zusatzkosten mit den relevanten Anzeigenmärkten im Wesentlichen deckungsgleiche Belegungseinheiten anbieten.

¹ Eine Belegungseinheit ist die kleinste mit Werbemitteln zu belegende Ausgabe eines Werbeträgers.