



Bundeskartellamt prüft Auswirkungen eines Zusammenschlusses auf dem Lesermarkt für populäre Wissenszeitschriften in Deutschland

Branche: Zeitschriften

Aktenzeichen: B7-176/18

Datum der Rücknahme: 21. Januar 2019

Das Bundeskartellamt hat den erneuten Erwerb der deutschsprachigen Lizenz für die Herstellung und den Vertrieb von Produkten unter der Marke „National Geographic“ durch das Verlagshaus Gruner+Jahr (im Folgenden: „G+J“) geprüft. Das Vorhaben wurde im Rahmen eines fusionskontrollrechtlichen Hauptprüfverfahrens untersucht, wobei umfangreiche Ermittlungen durchgeführt wurden. In Kenntnis der dem Ermittlungsstand entsprechenden Einschätzung des Vorhabens durch das Bundeskartellamt haben die beteiligten Unternehmen die Anmeldung zurückgenommen. Eine abschließende Stellungnahme zu den Bedenken des Amtes wurde von den Beteiligten nicht mehr abgegeben. Das Verfahren ist aufgrund der Rücknahme der Anmeldung ohne eine förmliche Entscheidung des Bundeskartellamtes zu Ende gegangen. Der Zusammenschluss darf damit nicht vollzogen werden. Der vorläufigen Beurteilung des Amtes lagen folgende Erwägungen zugrunde:

Das Vorhaben erfüllte den Zusammenschlusstatbestand des § 37 Abs. 1 Nr. 2 a GWB. Die zu erwerbende mehrjährige Lizenz stellt einen wesentlichen Vermögensteil im Sinne dieser Vorschrift dar. In dem Verfahren *National Geographic* entschied der BGH im Jahr 2006 (BGH, Beschluss vom 10. Oktober 2006 – KVR 32/05, Rz. 16), dass im Lizenzerwerb der Erwerb der Kontrolle über einen wesentlichen Vermögensteil liegen kann (§ 37 Abs. 1 Nr. 2a GWB). Zwar verneinte der BGH im damaligen Fall das Vorliegen eines Zusammenschlusstatbestands unter Hinweis darauf, dass die Lizenz vor dem in Rede stehenden Erwerb im Jahr 1999 nicht in Deutschland genutzt worden war und daher keine tragende Grundlage einer bereits vorhandenen Marktstellung darstellte, in die der Erwerber hätte einrücken können. Inzwischen aber liegt der Fall anders. Die Lizenzinhaberin vergibt die deutschsprachige Lizenz bereits seit 1999. Seit diesem Zeitpunkt ist der Titel auch auf dem deutschen Markt etabliert und hat eine Marktstellung erlangt, die derzeit noch die aktuelle Lizenznehmerin – d.h. die G+J – innehat. Diese Marktstellung geht auf dasjenige Unternehmen über, welches die Lizenz- und die weiteren damit verbundenen Rechte für den kommenden Lizenzzeitraum erwirbt. Die Lizenzrechte sind somit

die tragende Grundlage der nunmehr auf dem Markt bestehenden Stellung des deutschsprachigen Titels.

Bei der deutschsprachigen Ausgabe des „National Geographic“ Magazins handelt es sich um ein Reportage- und Wissensmagazin. Das Magazin behandelt primär natur- und erdkundliche Themen, enthält aber auch Beiträge über Geschichte, Völkerkunde und andere populärwissenschaftliche Themen wie z.B. Astronomie oder Religionsgeschichte. Zum sachlich relevanten Markt gehören danach diejenigen Zeitschriften, deren Schwerpunkt bei der Berichterstattung über fremde Länder und Kulturen bzw. - entsprechend der Zielsetzung von „National Geographic“ - über Geographie, Natur und Umwelt liegt. Diese Zeitschriften zeichnen sich durch aufwändige Bebilderung und hochwertige Gestaltung aus und können unter dem Begriff „populäre Wissenszeitschriften“ zusammengefasst werden. In räumlicher Hinsicht ist der Markt aufgrund der Sprache und nationaler Vertriebsstrukturen auf Deutschland begrenzt. Die Verlage, die Zeitschriften in diesem Bereich herausgeben, konkurrieren miteinander um inländische Abonnenten und Leser.

Nach vorläufiger Einschätzung hätte der Erwerb zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs geführt. In Märkten mit differenzierten Produkten spielt die wettbewerbliche Nähe („closeness of competition“) eine besondere Rolle für die Einschätzung, welche Beschränkung des Verhaltensspielraums durch den Erwerb eines (künftigen) Wettbewerbers entfällt. G+J ist Herausgeberin des nach Stück- und nach Umsatzzahlen größten Wissensmagazins auf dem deutschen Markt, der Zeitschrift „GEO“. Die Zeitschrift „National Geographic“ (im Folgenden: „NG“) ist umsatzmäßig das zweitgrößte Magazin, nach Stückzahlen die drittgrößte Zeitschrift auf dem Markt. Bei GEO und NG handelt es sich um diejenigen Zeitschriften auf dem Markt, die sich wettbewerblich am nächsten stehen. Durch den erneuten Erwerb der NG-Lizenz wäre G+J auch künftig Herausgeberin der beiden engsten und umsatzmäßig größten Wettbewerber auf dem Markt gewesen. Zudem ist G+J ebenfalls Herausgeberin des nach Stückzahlen zweitgrößten und umsatzmäßig drittgrößten Magazins auf dem Markt, der Zeitschrift P.M. Durch den Erwerb hätte G+J deshalb auch die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB erfüllt.

Zur Bemessung des fusionsbedingten Marktmachtzuwachses ist der hypothetische künftige Zustand *mit und ohne* den geplanten Zusammenschluss zu vergleichen. Maßgeblich ist im vorliegenden Fall daher der Vergleich zweier zukunftsgerichteter Szenarien. Zu vergleichen sind die Marktverhältnisse bei einem Erwerb der Lizenz durch G+J mit denjenigen Marktverhältnissen bei einem Erwerb durch einen Dritten. Die aktuelle Lizenz endet in Kürze. Bereits derzeit ist G+J Lizenzinhaberin. Diesem Umstand kam für die wettbewerbliche Beurteilung insoweit Bedeutung zu, als dies eine genaue Prognose desjenigen Zustands zuließ, welcher bei erneutem

Lizenerwerb durch G+J zu erwarten gewesen wäre. Für das relevante Alternativszenario war dagegen darauf abzustellen, dass nicht G+J, sondern ein dritter Verlag die Lizenz erwirbt.

Das Bundeskartellamt ging auf Grundlage der im Rahmen seiner Ermittlungen gewonnenen Erkenntnisse vorläufig davon aus, dass der von den übrigen Wissensmagazinen ausgehende Wettbewerbsdruck (intramedialer Wettbewerb) nicht in der Lage gewesen wäre, den Verhaltensspielraum von G+J bei einem Neuerwerb der NG-Lizenz wirksam zu beschränken. Nichts anderes galt im Hinblick auf monothematische Zeitschriften, welche sich unter bekannten etablierten Marken Themen widmen, die auch in Wissensmagazinen zu finden sind (sog. Line Extensions). Dabei war insbesondere zu berücksichtigen, dass G+J selbst der mit Abstand größte Anbieter solcher monothematischer Zeitschriften ist. Schließlich konnte das Bundeskartellamt auch nicht feststellen, dass kostenlose und kostenpflichtige Internetangebote sowie lineare und non-lineare Bewegtbild-Angebote den Verhaltensspielraum von G+J wirksam beschränken würden (intermedialer Wettbewerb).

Infolge der Digitalisierung verändert sich die Mediennutzung. Digitale Medien unterscheiden sich von den klassischen Medien u.a. durch Interaktivität und Multimedialität und führen zu einem veränderten Mediennutzungsverhalten. Traditionelle Medien wie Radio, TV und Print verlieren an Konsumenten. Ihr relativer Anteil an der Mediennutzung verringert sich. Sie verschwinden aber nicht vom Markt. Eine solche Entwicklung war auch für die vorliegend betroffenen Wissenszeitschriften in der Vergangenheit zu beobachten. Die Fortsetzung dieser Entwicklung ist auch für den Prognosezeitraum zu erwarten. Betroffen davon sind auch die Wissensmagazine der Zusammenschlussbeteiligten. Aus dem kontinuierlichen Auflagenrückgang kann allerdings nicht auf eine wirksame Begrenzung des Verhaltensspielraums von G+J auf dem Markt geschlossen werden. Insoweit kommt es entscheidend auf die Ursache(n) des Auflagenrückgangs an. Dementsprechend ist das Bundeskartellamt der Frage nachgegangen, ob der Auflagenrückgang Ausdruck einer wettbewerblichen Reaktion ist, oder lediglich Folge aus einer allgemeinen Veränderung der Verbraucherpräferenzen ist.

Anzeichen dafür, dass Publikumszeitschriften im Allgemeinen und die Wissensmagazine von G+J im Besonderen in einem relevanten Substitutionsverhältnis zu anderen – namentlich digitalen – Medien stehen, die den Verhaltensspielraum von G+J in hinreichendem Maße begrenzen, hat das Bundeskartellamt bei seinen Ermittlungen nicht gefunden. Auch die Zusammenschlussbeteiligten hatten bis zur Rücknahme der Anmeldung keinen solchen Zusammenhang belegen können. Der Auflagenrückgang auf dem Markt für Wissensmagazine im Zeitraum zwischen 2008 und 2017 ist deutlich größer als der Umsatzrückgang, welcher durch kontinuierliche - offensichtlich durchsetzbare - Preiserhöhungen aller Verlage verlangsamt wird.

Insbesondere in Bezug auf G+J haben die Ermittlungen nicht erbracht, dass der Mengenrückgang bei G+J Folge eines Ausweichens auf andere Wissenstitel oder andere Medien und damit Folge einer wettbewerblichen Reaktion – etwa auf die Preiserhöhungen - wäre.

Der kontinuierliche Nachfragerückgang infolge des strukturellen Wandels durch technologische Entwicklungen und die daraus folgende Schrumpfung des Marktes schränken nach vorläufiger Einschätzung des Bundeskartellamts den Verhaltensspielraum von G+J gegenüber der verbleibenden Nachfrage nicht in hinreichendem Maße ein. Insoweit kommt es maßgeblich darauf an, ob und in welchem Umfang sich im Rahmen des Strukturwandels die Preissensitivität der Nachfrager erhöht. Nur wenn das zu bejahen wäre, würden sich die Preissetzungsspielräume von G+J verringern, welche nach Fusion erneut die beiden engsten Wettbewerber auf dem Markt in sich vereint hätte. Gegen einen verringerten Preissetzungsspielraum spricht aber bereits die Tatsache der regelmäßigen Preiserhöhungen in den letzten Jahren.