

Unterrichtung

durch die Bundesregierung

Bericht der Bundesregierung über die Erfahrungen mit der Fusionskontrolle bei Presseunternehmen

Inhalt	Textziffer
Erstes Kapitel	
Vorbemerkungen und allgemeiner Überblick	1 bis 10
Zweites Kapitel	
Erfahrungen in Teilbereichen	
A. Tageszeitungen	
I. Marktabgrenzung und Marktstruktur	11
II. Abonnementstageszeitungen	12 bis 15
III. Straßenverkaufszeitungen	17 bis 18
B. Anzeigenblätter	20 und 21
C. Unterhaltende Publikumszeitschriften	22 und 23
D. Fachzeitschriften	24 und 25
E. Pressevertrieb	26 bis 28

Erstes Kapitel

Vorbemerkungen und allgemeiner Überblick

1. Der Deutsche Bundestag hat die Bundesregierung bei der Verabschiedung des Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen in einem Entschließungsantrag aufgefordert, anläßlich der nächsten Novelle zum Kartellgesetz über die bis dahin vorliegenden Erfahrungen mit der Fusionskontrolle bei Presseunternehmen zu berichten ¹⁾.

2. Seit Inkrafttreten des Zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom 3. August 1973 (BGBl. I S. 917) unterliegen Zusammenschlüsse von Unternehmen der allgemeinen Fusionskontrolle. Presseunternehmen werden davon grundsätzlich miterfaßt. Die allgemeine Fusionskontrolle erstreckt sich jedoch nur auf Großzusammenschlüsse von überregionaler Bedeutung. Als hinreichend gewichtig unterliegen Zusammenschlüsse danach der Kontrollpflicht dann, wenn die am Zusammenschluß beteiligten Unternehmen insgesamt Umsatzerlöse von mindestens 500 Millionen Deutsche Mark aufweisen (§ 24 Abs. 8 Satz 1 Nr. 1 GWB). Darüber hinaus sind durch weitere Toleranzgrenzen Zusammenschlüsse von der allgemeinen Fusionskontrolle freigestellt, wenn ein Anschluß suchendes Unternehmen nicht mehr als fünfzig Millionen Deutsche Mark Umsatz hat oder der Zusammenschluß sich nicht im gesamten Bundesgebiet oder in einem wesentlichen Teil oder auf einem Markt mit einem Volumen von weniger als zehn Millionen Deutsche Mark auswirkt (§ 24 Abs. 8 Satz 1 Nr. 2 bis 4 GWB).

3. In der Pressewirtschaft reicht eine Fusionskontrolle, die auf Großzusammenschlüsse von überregionaler Bedeutung beschränkt ist, nicht aus. Eine wesentliche Besonderheit vieler Märkte der periodischen Presse besteht darin, daß die Nachfrage nach bestimmten Leistungen lokal und/oder regional begrenzt ist und diese Leistungen überwiegend von kleinen und mittleren Unternehmen angeboten wer-

den, die nur regional oder lokal tätig sind. Das Aufgreifkriterium der allgemeinen Fusionskontrolle von 500 Millionen Deutsche Mark Jahresumsatz (§ 24 Abs. 8 Satz 1 Nr. 1 GWB) läßt sich auf Zusammenschlüsse dieser Unternehmen nicht anwenden. Ganze Pressebereiche (Lokalzeitungen, Anzeigenblätter u. ä.) wären darüber hinaus durch die Regionalklausel (§ 23 Abs. 8 Nr. 3 GWB) von der Fusionskontrolle ausgeschlossen, da hier das Verbreitungsgebiet regelmäßig nicht den Umfang eines „wesentlichen Teils“ des Geltungsbereiches des Gesetzes erreicht. Mit Einschränkungen gilt dies auch für den Pressegroßhandel. Schließlich wäre die Kontrollpflicht nach den Vorschriften der allgemeinen Fusionskontrolle vielfach wegen der Umsatzgrenze von 50 Millionen Deutsche Mark in der Anschlußklausel (§ 24 Abs. 8 Nr. 2 GWB) entfallen, selbst wenn das Aufgreifkriterium von 500 Millionen Deutsche Mark erfüllt gewesen wäre. Selbständige Verlage von Lokalzeitungen, kleinere Regionalzeitungen, Anzeigenblätter, Fachzeitschriften sowie Pressegroßhandelsunternehmen überschreiten nur in Ausnahmefällen diese Umsatzgrenze.

4. Als weitere Besonderheit des lokalen Pressemarktes kommt hinzu, daß insbesondere die Presseleistungen, für die nur eine räumlich eng begrenzte Nachfrage besteht, nur in Verbundproduktion zu wettbewerbsfähigen Preisen angeboten werden können: Die regelmäßige Berichterstattung über das örtliche Geschehen kann nur auf der Basis eines ausreichenden Anzeigengeschäfts wirtschaftlich betrieben werden, setzt also bereits einen relativ hohen Auflagenanteil am örtlichen Markt voraus; denn der Inserent mit örtlich begrenztem Kontaktinteresse will in seinem Gebiet meist möglichst viele Personen ansprechen. Deshalb führt das Ausscheiden eines Anbieters durch Zusammenschluß meist zur Monopolisierung des Angebots an nur örtlich nachgefragten Leistungen. Solche hohen Marktzutrittschranken begrenzen die Aussicht für das Auftreten neuer Anbieter. Wegen der räumlichen und sachlichen Trennung der Märkte ist ein Ausweichen der Nachfrage auf andere Presseerzeugnisse oft nicht möglich. Deshalb kann eine wettbewerbsschädigende Verengung der Marktstrukturen schon durch Zusammenschlüsse bewirkt werden, deren Größenordnung wesentlich unter den auf die übrige Wirtschaft

¹⁾ „Er fordert sie ferner auf, anläßlich der nächsten Novelle zum Kartellgesetz, spätestens aber nach zwei Jahren über die bis dahin vorliegenden Erfahrungen mit der Fusionskontrolle bei Presseunternehmen zu berichten, insbesondere darüber, ob die gesetzlichen Regelungen ausreichen“ (Drucksache 7/4842).

zugeschnittenen Aufgreifkriterien der allgemeinen Fusionskontrolle liegt.

5. Um diesen Besonderheiten der Pressewirtschaft Rechnung zu tragen und die Vielfalt des Angebots auch und gerade im regionalen und lokalen Bereich zu sichern, sind die Vorschriften der Fusionskontrolle durch das Dritte Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom 28. Juni 1976 (BGBl. I S. 1697) angepaßt worden. Die materiellen Eingreifkriterien blieben dabei unverändert. Dies gilt insbesondere für den Begriff „marktbeherrschendes Unternehmen“ und für die Marktbeherrschungsvermutungen in § 22 GWB, die Prüfungsmerkmale in I 24 Abs. 1 GWB (Entstehung oder Verstärkung marktbeherrschender Stellungen) sowie für das Fusionskontrollverfahren. Auch die Feststellung des relevanten Marktes richtet sich nach allgemeinen Grundsätzen. Änderungen waren lediglich bei den Aufgreifkriterien sowie bei den Toleranzklauseln in § 24 Abs. 8 GWB notwendig.

Hier wurden

- die Grenze des § 24 Abs. 8 Satz 1 Nr. 1 GWB von 500 auf 25 Millionen Deutsche Mark Gesamtumsatz der beteiligten Unternehmen und
- die Bagatellmarktgrenze des § 24 Abs. 8 Satz 1 Nr. 4 GWB von 10 Millionen auf 500 000 Deutsche Mark gesenkt sowie
- die Regionalklausel (§ 24 Abs. 8 Satz 1 Nr. 3 GWB) und
- die Anschlußklausel (§ 24 Abs. 8 Satz 1 Nr. 2 GWB) gestrichen

um die kartellrechtliche Fusionskontrolle auch auf lokale und regionale Pressezusammenschlüsse sowie auf den Aufkauf mittlerer und kleinerer Presseunternehmen zu erstrecken.

Durch diese Änderungen war es möglich, die Fusionskontrolle den besonderen Markt- und Unternehmensstrukturen des Pressemarktes anzupassen, ohne dabei von der wettbewerblichen Orientierung der allgemeinen Fusionskontrolle abzuweichen. Damit ist die Pressefusionskontrolle voll in die allgemein geltenden Regeln des Kartellgesetzes integriert worden.

6. Die Erfahrungen seit Inkrafttreten des Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen bestätigen die Notwendigkeit der mit diesem Gesetz vorgenommenen Erweiterung der Kontrollpflicht von Pressezusammenschlüssen. Von den in der beigefügten Übersicht (Anlage A) vom Bundeskartellamt erfaßten 71 Pressezusammenschlüssen (= Zusammenschlüsse unter Beteiligung von Unternehmen mit Presseumsätzen im Sinne von § 23 Abs. 1 Satz 7 GWB einschließlich der nicht oder noch nicht vollzogenen Zusammenschlußvorhaben) seit Inkrafttreten der Vorschriften des Dritten Änderungsgesetzes am 28. Januar 1976 wären nach den allgemeinen Vorschriften nur 26 % kontrollpflichtig gewesen (vgl. Anlage C). In 74 % der Fälle wäre also von vornherein die Überprüfung ohne Rücksicht auf die Bedeutung der beteiligten Unternehmen und der Auswirkungen im Pressebe-

reich ausgeschlossen gewesen. Darunter befinden sich zwei Zusammenschlüsse, die vom Bundeskartellamt untersagt werden mußten (Anlage A Nr. 11 und 37).

Es ist ferner anzunehmen, daß über diese quantifizierbaren Effekte hinaus die erweiterte Kontrollmöglichkeit der Pressefusionskontrolle den Konzentrationstendenzen stärker entgegenwirkt als dies in den vorliegenden Daten zum Ausdruck kommt. Die bloße Existenz der Fusionskontrolle dürfte dazu führen, daß Unternehmen von wettbewerblich problematischen Zusammenschlußprojekten Abstand nehmen oder zumindest wettbewerblich tolerablere Formen finden, weil sie eine negative Entscheidung im Kontrollverfahren für möglich halten.

Dies anzunehmen liegt gerade im Tageszeitungsbereich nahe, weil bedeutende Zusammenschlüsse hier seit dem Inkrafttreten der Pressefusionskontrolle nur noch vereinzelt vorgekommen sind. Auf der anderen Seite ist zu berücksichtigen, daß eine beachtliche Konzentrationsbewegung im Tageszeitungsbereich bereits vor Inkrafttreten der Pressefusionskontrolle im wesentlichen abgeschlossen war.

7. Auch nach der Erweiterung der Fusionskontrolle für Pressezusammenschlüsse ist ein kontrollfreier Raum für die Fälle verblieben, wo entweder der Umsatz der beteiligten Unternehmen unterhalb der Grenze von 25 Millionen Deutsche Mark bleibt oder auf dem jeweils betroffenen relevanten Markt weniger als 500 000 Deutsche Mark umgesetzt werden. Es bestehen aber keine Anhaltspunkte dafür, daß im kontrollfrei gebliebenen Bereich Zusammenschlüsse vorkommen, die bei einer umfassenden Kontrollpflicht zu untersagen wären.

Schließen sich nämlich Unternehmen zusammen, die insgesamt weniger als 25 Millionen Deutsche Mark Umsatz haben, dürften sie nicht über die finanziellen Ressourcen verfügen, eine, gemessen an ihrem Marktanteil, eventuell in engen Teilbereichen bestehende starke Marktstellung wirksam gegen den Wettbewerb aus Nachbargebieten abzusichern.

8. Wie für die allgemeine Fusionskontrolle, so läßt sich auch für die Pressefusionskontrolle feststellen, daß einige wenige Unternehmen — naturgemäß führende Großunternehmen der Branche — sehr oft an Zusammenschlüssen beteiligt sind (vgl. Anlage B). So entfallen allein auf vier Presseunternehmen 36 der seit dem 28. Januar 1976 erfolgten Zusammenschlüsse. Diese Fälle stellen rd. die Hälfte aller überhaupt erfaßten Pressezusammenschlüsse dar.

9. Die Kriterien für die materielle Beurteilung von kontrollpflichtigen Pressezusammenschlüssen ergeben sich unverändert aus der allgemeinen Regelung des § 24 Abs. 1 GWB. Danach sind Zusammenschlüsse zu untersagen, wenn durch sie eine marktbeherrschende Stellung entsteht oder verstärkt wird. Das Bundeskartellamt hat von der Untersagung abzusehen, wenn die beteiligten Unternehmen nachweisen, „daß durch den Zusammenschluß auch Verbesserungen der Wettbewerbsbedingungen eintreten und daß diese Verbesserungen die Nachteile

der Marktbeherrschung überwiegen". (§ 24 Abs. 1 Teilersatz 2 GWB). Der Bundesminister für Wirtschaft kann einen vom Bundeskartellamt untersagten Zusammenschluß erlauben, „wenn im Einzelfall die Wettbewerbsbeschränkung von gesamtwirtschaftlichen Vorteilen aufgehoben wird oder der Zusammenschluß durch ein überragendes Interesse der Allgemeinheit gerechtfertigt ist" (§ 24 Abs. 3 Satz 1 GWB).

Während bis zum Inkrafttreten des Dritten Änderungsgesetzes in keinem Fall ein Pressezusammenschluß untersagt wurde, hat das Bundeskartellamt seither in folgenden drei Fällen von seiner Untersagungsbefugnis Gebrauch gemacht:

- Erwerb der Deutschen Verkehrs-Verlag GmbH durch die Bertelsmann AG (Anlage A, Übersicht Nr. 37; vgl. dazu unten Abschnitt Fachzeitschriften).
- Beteiligung der Axel Springer Verlag AG an der Elbe Wochenblatt Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Anlage A, Übersicht Nr. 11; vgl. dazu unten Abschnitt Anzeigenblätter),
- Beteiligung der Axel Springer Verlag AG an Münchener Zeitungsverlag GmbH & Co. (Anlage A, Übersicht Nr. 3; vgl. dazu unten Abschnitt Tageszeitungen).

Im Fall der Beteiligung der Bertelsmann AG an der W. E. Saarbach GmbH (Anlage A, Übersicht Nr. 43; vgl. dazu unten Abschnitt Pressevertrieb) wurde von dem Zusammenschlußvorhaben Abstand genommen, nachdem das Bundeskartellamt eine Untersagung angekündigt hatte.

10. Nach den bisherigen Erfahrungen ist die Bundesregierung der Auffassung, daß sich die Pressefusionskontrolle insgesamt bewährt hat und insoweit die durch das Dritte Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen eingeführten Regelungen ausreichen. Die Praxis der Fusionskontrolle hat gezeigt, daß weitere Fusionen und die damit verbundene Verschlechterung der Marktstrukturen, soweit erforderlich, verhindert werden können.

Die Anzahl der bisher untersagten Zusammenschlüsse macht deutlich, daß — vor dem Hintergrund der höheren Zahl der kontrollpflichtigen Fälle insgesamt — von einer faktischen Gleichsetzung von Aufgreif- und Eingreif- bzw. Untersagungskriterien nicht die Rede sein kann. Das Aufgreifen eines Zusammenschlusses im Pressebereich bedeutet durchaus nicht bereits seine notwendige Untersagung. Auf der anderen Seite stellt die für die Pressefusionskontrolle charakteristische Kombination aus modifizierten, den besonderen Verhältnissen angepaßten Aufgreifkriterien und den unverändert aus der allgemeinen Fusionskontrolle übernommenen Kriterien für die materielle Beurteilung sicher, daß qualitativ bedeutsame Zusammenschlüsse im Pressebereich adäquat erfaßt und — wenn die Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung zu erwarten ist — auch untersagt werden können.

Die bisherigen Erfahrungen mit der Pressefusionskontrolle bestätigen, daß das Wettbewerbsrecht und die Zielsetzungen der Medienpolitik sich sinnvoll ergänzen können. So kann eine konsequente Handhabung des Instrumentariums des Wettbewerbsrechts in hohem Maß zu dem vom Staat zu schützenden Institut „Freie Presse“ beitragen.

Zweites Kapitel

Erfahrungen in Teilbereichen

A. Tageszeitungen

I. Marktabgrenzung und Marktstruktur

11. Für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung von Konzentrationsvorgängen ist auch im Bereich der Tageszeitungen die Frage der Marktabgrenzung von grundlegender Bedeutung. Nach den bisherigen Erfahrungen mit der Pressefusionskontrolle bei Tageszeitungen hat sich gezeigt, daß hier in der Regel von verschiedenen Lesermärkten für Abonnements-tageszeitungen einerseits und Straßenverkaufszeitungen andererseits auszugehen ist. Beide Zeitungsarten unterscheiden sich zunächst einmal durch unterschiedliche Vertriebssysteme. Während die Abonnementszeitungen ins Haus geliefert werden, dafür aber für einen längeren Zeitraum zu bestellen sind, können Straßenverkaufszeitungen nur an Kiosken oder anderen Zeitungsverkaufsstellen erworben werden. Da die Straßenverkaufszeitung nicht für eine

bestimmte Periode fest bestellt wird, besteht für die Käufer jeden Tag die Möglichkeit einer anderen Entscheidung. Daß diese Möglichkeit zum Teil auch genutzt wird, zeigt die im Durchschnitt erheblich höhere Fluktuation der Leser von Straßenverkaufszeitungen im Verhältnis zu der der Leser von Abonnements-tageszeitungen bei vergleichbaren Wechselmöglichkeiten. Abonnementszeitungen und Straßenverkaufszeitungen unterscheiden sich grundlegend durch ihre redaktionelle und grafische Gestaltung, die Lesegewohnheiten ihrer Leser sowie ihren Anzeigenteil und ihren Vertriebsweg.

Viele Leser von Straßenverkaufszeitungen lesen daneben zu Hause auch noch eine Abonnements-tageszeitung. Aus allen diesen Gründen sind Straßenverkaufs- und Abonnements-tageszeitungen, auch wenn sie im Lokalteil über die gleiche Region berichten, in der Regel unterschiedlichen Märkten zuzuordnen.

Die Möglichkeiten der Pressefusionskontrolle werden nicht nur vom Verlauf der Grenzlinien zwischen den einzelnen Zeitungsmärkten beeinflusst, sondern hängen in besonderem Maße auch von den Strukturen auf den Einzelmärkten ab. Wirkungsweise und Erfahrungen mit der Pressefusionskontrolle werden daher erst auf dem Hintergrund der Marktstrukturen und ihrer Entwicklung verständlich. Hierauf wird im folgenden im Zusammenhang mit der Darstellung der Einzelbereiche näher eingegangen.

II. Abonnementszeitungen

12. Zum Zeitpunkt des Inkrafttretens des Dritten Änderungsgesetzes hatten sich auf den regionalen Zeitungsmärkten bereits zahlreiche marktbeherrschende Zeitungsunternehmen oder Gruppen solcher Unternehmen herausgebildet, deren Abonnementszeitungen ganz auf die Region zugeschnitten sind. Die Marktstrategie und die damit erreichte Marktposition dieser Unternehmen werden entscheidend vom Typ der jeweiligen Region bestimmt.

In den Ballungsräumen zielt die Marktstrategie der großen Regionalzeitungen¹⁾ auf möglichst vollständige Erfassung wirtschaftlich eng verflochtener, kaufkraftstarker Wirtschaftsräume mit ihren großstädtischen Zentren.

Auflage und Verbreitung der Abonnementszeitungen, die solche Wirtschaftsräume abdecken, richten sich — soweit die Wettbewerbssituation es zuläßt — im wesentlichen nach dem hier möglichen reichhaltigen Anzeigengeschäft.

Im Jahre 1976 verfügte bereits in den meisten Wirtschaftsräumen jeweils eine Zeitung oder Zeitungsgruppe über eine marktbeherrschende Stellung in Ballungszentren der Region.

Beispiele für diesen Typ der marktbeherrschenden Abonnementszeitung im Bereich eines Wirtschaftsraumes finden sich im Ruhrgebiet sowie in den Kern- und Einzugsräumen der Städte Hannover, Braunschweig, Bremen, Hamburg, Saarbrücken, Ludwigshafen, Stuttgart und Nürnberg.

Demgegenüber weisen z. B. die Wirtschaftsräume von Frankfurt, München und Dortmund ausgewogenere Marktstrukturen auf. Hier läßt sich von einer nahezu unangefochtenen Stellung einzelner Zeitungsunternehmen, wie sie in den meisten der größeren Wirtschaftsräume anzutreffen ist, nicht sprechen.

Außerhalb der Ballungsgebiete läßt sich im allgemeinen feststellen, daß die regionale Marktstruktur vor allem von Unternehmen mit flächendeckenden Regionalzeitungen in ländlichen Gebieten sowie von Unternehmen geprägt wird, die einen Mischtypus der Regionalzeitung herausgeben. Diese

Mischformen haben ihren ökonomischen Schwerpunkt zwar in einzelnen Wirtschaftsräumen, aber decken auch außerhalb liegende ländliche Gebiete nahezu vollständig ab. Bei beiden Zeitungstypen ist der Wettbewerb zumeist örtlich begrenzt und richtet sich vor allem gegen Tageszeitungen lokaler oder kleinregionaler Verbreitung.

Der bei Inkrafttreten des Dritten Änderungsgesetzes erreichte Konzentrationsstand auf den regionalen Zeitungsmärkten ist das Ergebnis einer konzentrativen Entwicklung, die in den Jahren 1974 und 1975 einen Höhepunkt erreichte, als auch große Regionalzeitungen nachrangiger Marktposition ihre Selbständigkeit verloren. Dabei bildeten sich regionale Zeitungsgruppen beträchtlicher Größe heraus (Raum Stuttgart, Ruhrgebiet). Neue bedeutende Lokal- und Regionalmonopole entstanden ferner in Aachen, Hannover, Bremen, Trier und Fulda. Einen Überblick über diese Entwicklung gibt die als Anlage D beigefügte Zusammenstellung.

13. Auf den lokalen Zeitungsmärkten ist die Entwicklung seit Jahren durch eine gewisse Verfestigung der Marktpositionen gekennzeichnet. So starke Auflagenkonzentrationen wie bei der Abonnementszeitungspresse in den Jahren 1974 und 1975 lassen sich bei den Tageszeitungen lokaler und kleinregionaler Verbreitung heute nicht mehr feststellen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, daß hierüber wegen der begrenzten Kontrollpflicht keine vollständigen Informationen vorliegen und daß die (partielle) Aufgabe der Selbständigkeit oftmals in Kooperationsformen verläuft, die der Fusionskontrolle nicht oder nur in besonderen Fällen zugänglich sind (Mantellieferungsverträge und Anzeigenverbund). Bereits 1973 standen in der Größenklasse bis 20 000 Stück Auflage 253 Zeitungen mit übernommenem Mantel nur 17 Zeitungen mit eigenem Mantel gegenüber. Nahezu sämtliche Lokalzeitungen gehören einem Anzeigenverbund an.

Rund 45 % aller Kreise und kreisfreien Städte in der Bundesrepublik Deutschland mit etwa einem Drittel der Gesamtbevölkerung waren 1976 Einzeitungskreise²⁾. Berücksichtigt man, daß selbst dort, wo die Lokalberichterstattung noch von Zweitzeitungen angeboten wird, die Marktstellung dieser Zweitzeitung vielfach keine relevanten Wettbewerbssimpulse erlaubt, so ergeben sich für den Zeitpunkt des Inkrafttretens des Dritten Änderungsgesetzes folgende Schlußfolgerungen:

Die weitaus überwiegende Zahl der lokalen Zeitungsmärkte ist nur noch sehr bedingt wettbewerblich strukturiert; der vorherrschende Typ der Lokalzeitung ist entweder eine Lokalausgabe der Regionalzeitung oder ein redaktionell und anzeigemäßig mit großen Zeitungen funktionell verbundenes Lokalmedium.

¹⁾ Regionalzeitungen werden nicht bundesweit, sondern in Gebieten vertrieben, die in der Regel kleiner als ein Bundesland (Flächenstaat) sind und mehrere Orte mit ihrem Umfeld umfassen.

²⁾ Ein-Zeitungs-Kreise sind kreisfreie Städte und Kreise, in denen die Einwohnerzahl der Gebietsteile überwiegt, deren Bevölkerung sich nur aus einer Tageszeitung über das aktuelle örtliche Geschehen unterrichten kann.

Selbständige Lokalzeitungen haben langfristig insbesondere dann Chancen sich zu behaupten, wenn sie über eine lokal sehr starke Marktstellung verfügen oder wenn die Wettbewerbskonstellation der angrenzenden Regionalzeitungen für sie günstig ist. Über das Schicksal vieler Lokalzeitungen entscheidet letztlich die Entwicklung auf den Regionalmärkten.

14. Marktstrukturen werden nicht nur durch das Ausscheiden von Unternehmen durch Zusammenschluß, sondern auch durch das Auftreten neuer Unternehmen aufgrund von Neugründungen beeinflusst. Die Entwicklung bei Abonnementszeitungen hat jedoch gezeigt, daß die Marktzutrittsschranken hier sehr hoch sind, weil der Vertrieb einer Zeitung erst dann wirtschaftlich ist, wenn die für ein ausreichendes Anzeigengeschäft erforderliche Haushaltsabdeckung erreicht wird. Neugründungen sind allenfalls Ergebnisse der Produktdifferenzierungsstrategie bestehender Zeitungsverlage (neue Bezirks- und Lokalausgaben, neue Anzeigenbelegungseinheiten etc.). Vereinzelte Versuche von Newcomern, neue Zeitungen auf den Markt zu bringen, sind bisher innerhalb kurzer Zeit gescheitert.

Diese Tatsache ist für die Wettbewerbspolitik und speziell für die Pressefusionskontrolle von erheblichem Gewicht: Die Möglichkeiten zur Erhaltung wettbewerblicher Marktstrukturen auf dem für „Newcomer“ in der Regel verschlossenen Zeitungsmarkt sind vom einmal erreichten Konzentrationsgrad abhängig. Denn strukturelle Schädigungen des Marktes sind erfahrungsgemäß unwiderruflich. Daher ist eine rechtzeitige und konsequente Anwendung der Fusionskontrolle auf diejenigen Zeitungsmärkten, die wettbewerblich im wesentlichen intakt geblieben sind, auch weiterhin dringlich. Andererseits kann von der Fusionskontrolle keine grundlegende Verbesserung der Marktstrukturen in den zahlreichen Ein-Zeitungs-Kreisen oder nicht mehr wettbewerblich strukturierten Regionen erwartet werden. Vor dem Hintergrund des Konzentrationsstandes von 1976 ging es deshalb bei den wirtschaftlich bedeutenden vom Bundeskartellamt überprüften Fällen vor allem um die Erhaltung von Wettbewerbsstrukturen in Überschneidungsgebieten (Kooperation Rheinische Post/Westdeutsche Zeitung und Prisma) und nur in einem Fall um die Erhaltung kompetitiver Strukturen innerhalb einer Region mit intakter Wettbewerbsstruktur (München). Alle anderen im Rahmen der Pressefusionskontrolle überprüften Zusammenschlüsse hatten nur lokale Auswirkungen. Eine Übersicht über die Zusammenschlüsse seit Inkrafttreten des Dritten Änderungsgesetzes am 28. Januar 1976 ist als Anlage A beigelegt (Teil I Tageszeitungen).

15. Insgesamt sind von der Fusionskontrolle im Bereich der Abonnement-Tageszeitungen neun Zusammenschlüsse erfaßt worden. Darunter waren fünf Zusammenschlüsse mit primär lokaler Auswirkung (Anlage A, Übersicht Nr. 1, 4, 5, 6 und 9), drei kooperative Zusammenschlüsse mit regionaler Auswirkung (Anlage A, Übersicht Nr. 2, 7 und 8) und ein wirtschaftlich und publizistisch sehr bedeutender Zusammenschluß mit regional und überregional

schwerwiegenden Folgen (Anlage A, Übersicht Nr. 3). Dabei hat die Dynamik des Konzentrationsprozesses auf regionaler Ebene gegenüber der Entwicklung in den Jahren 1974 und 1975 deutlich nachgelassen: Mit Ausnahme des zuletzt genannten Falles verursachte keiner der danach erfolgten Zusammenschlüsse ähnliche Strukturveränderungen wie die zwei großen Zusammenschlüsse in den beiden vorangegangenen Jahren. Dafür dürften folgende Gründe zumindest mitentscheidend gewesen sein:

- Die Vorfeldwirkung der Pressefusionskontrolle hat sich bemerkbar gemacht.
- Die heute am Markt befindlichen Zeitungen haben auf ihrem Markt zumeist eine führende Position und weisen deshalb eine relativ höhere Stabilität (Konzentrations-Immunität) auf.
- Der Rückgang der Anzeigenerlöse infolge der Rezession 1974/1975 hat strukturelle Schwächen auch auflagestärkter Regionalzeitungen zutage treten lassen; seit 1976 haben sich mit der Besserung des Anzeigengeschäfts auch die konjunkturbedingten Schwierigkeiten vermindert.

16. Das Bundeskartellamt hatte sich u. a. mit folgenden Zusammenschlüssen zu befassen:

Der beabsichtigte Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung der Axel Springer Verlag AG am Münchner Zeitungsverlag (Anlage A, Übersicht Nr. 3) ist vom Bundeskartellamt untersagt worden. Diese Entscheidung ist noch nicht unanfechtbar. Der Zusammenschluß hätte u. a. eine Verstärkung der mit über 60 % Auflagenanteilen marktbeherrschenden Stellung des Münchner Merkur in den oberbayerischen Landkreisen infolge Ressourcenvergrößerung erwarten lassen. Die wichtigeren Auswirkungen des Zusammenschlusses im Bereich der Straßenverkaufszeitungen werden im Abschnitt „Straßenverkaufszeitungen“ wiedergegeben.

Die Emil Griebisch Graphische Betriebe KG, Hamm, ein mittleres Zeitungsunternehmen, Herausgeber des „Westfälischen Anzeigers“ in Hamm, hat eine Beteiligung in Höhe von 50 % am Zeitungsverlag Altena erworben. Es handelt sich um ein kleines Zeitungsunternehmen, das die Lokalzeitung „Altenaer Kreisblatt“ mit einer Auflage von ungefähr 6 000 Exemplaren herausgibt. Das „Altenaer Kreisblatt“ besitzt eine eigene Lokalredaktion, bezieht aber den Mantel des „Westfälischen Anzeigers“. Dieser Zusammenschluß ist nicht untersagt worden.

Das „Altenaer Kreisblatt“ erscheint mitten im Verbreitungsgebiet der Zeitungen der WAZ-Gruppe. In Altena selbst erscheint mit eigener Lokalausgabe die zur WAZ-Gruppe gehörende „Westfälische Rundschau“. Das „Altenaer Kreisblatt“ ist im lokalen Markt Altena mit Abstand Erstzeitung. Mit einem Erbgang zusammenhängende Schwierigkeiten haben dazu geführt, daß die Zeitung in die Verlustzone gekommen ist. Die Beteiligung der Griebisch KG hat zu verstärkten Wettbewerbsmaßnahmen der „Westfälischen Rundschau“ in Altena geführt. So wurde die Lokalredaktion der „Westfälischen Rundschau“ personell verstärkt und eine intensive Abonnentenwerbung von Haus zu Haus betrieben. Im lo-

kalen Markt Altena herrscht wesentlicher Wettbewerb. Die Position der kleinen Lokalzeitung wird im Wettbewerb mit dem großen Zeitungskonzern durch die Beteiligung des mittleren Zeitungsunternehmens Griebisch gestärkt. Es ist nicht zu verkennen, daß durch den Zusammenschluß eine bisher in ihrem lokalen Teil eigenständige kleine Tageszeitung ihre vollständige Selbständigkeit aufgibt. Die Zeitung wird aber nicht dem Verbreitungsgebiet einer benachbarten großen Zeitung einverleibt. Diese neue Marktsituation läßt erwarten, daß das „Altenaer Kreisblatt“ als relativ eigenständige Lokalzeitung geführt wird und daß der lokale Markt Altena als Wettbewerbsmarkt erhalten bleibt.

Die Tageszeitungsverlage der „Rheinische Post“ (Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft) und „Westdeutsche Zeitung“ (W. Girardet) haben zwei Gemeinschaftsunternehmen für den gemeinsamen Druck und Vertrieb gegründet. Zusammen mit weiteren zwölf Tageszeitungsverlagen haben sie außerdem die Prisma GmbH & Co KG zur Herstellung der gemeinsamen Wochenendbeilage „Prisma“ gegründet (Anlage A, Überblick Nr. 2 und 7). Beide Zusammenschlußvorgänge sind nicht untersagt und zugleich von der Landeskartellbehörde Nordrhein-Westfalen nach § 5 b GWB vom Kartellverbot des § 1 GWB freigestellt worden.

Es handelt sich um kooperative Zusammenschlüsse unter Beteiligung größerer Regionalzeitungen. Die wettbewerbsrechtliche Problematik ist in beiden Fällen ähnlich: In ihrem Verbreitungsgebiet aneinandergrenzende Zeitungen, die zum großen Teil in bedeutenden Lokalmärkten über marktbeherrschende Positionen verfügen, integrieren bestimmte Funktionen in Redaktion, Herstellung oder Vertrieb in einem Gemeinschaftsunternehmen und neutralisieren damit die entsprechenden Wettbewerbsparameter untereinander. Die verlegerischen und redaktionellen Kernbereiche bleiben jedoch unangetastet. Die beteiligten Zeitungen sind überwiegend dem Wettbewerbsdruck der weitaus größeren und in vielen Regionen marktbeherrschenden WAZ-Gruppe ausgesetzt. Die Zusammenschlüsse verstärken die Wettbewerbsposition der beteiligten Zeitungen gegenüber der WAZ-Gruppe und können angesichts der starken Expansion dieser Gruppe — insbesondere in den Jahren 1974 und 1975 — als Reaktionen angesehen werden, mit deren Hilfe der ungleichgewichtig gewordene Zeitungsmarkt in Nordrhein-Westfalen auf höherer Konzentrationsstufe wieder stabilisiert werden soll.

Die Gefahren einer solchen — gegenüber dem regionalen Marktbeherrscher die Wettbewerbsbedingungen durchaus verbessernden — Konzentration sollten jedoch nicht übersehen werden. Die Orientierung am Marktführer könnte die Interventionsbereitschaft gegenüber Konzentrationsvorgängen bei nachrangigen Wettbewerbern so weit mindern, daß trotz wettbewerbsrechtlicher Kontrolle schließlich nur noch zwei Anbieter oder Anbietergruppen übrig bleiben.

Auf der anderen Seite ist nicht zu verkennen, daß auf dem Kooperationswege erreichte Kostenminde-

rungen (Satz, Druck, Vertrieb) und Verbesserungen des verlegerischen Angebots (Beilage) zur wirtschaftlichen Stabilisierung der beteiligten Unternehmen und damit zur Erhaltung der Eigenständigkeit hinsichtlich der verbleibenden Verlagsfunktionen beitragen können. Soweit solche Kooperationen unterhalb der wesentlichen kaufmännischen und redaktionellen Dispositionsebene der beteiligten Verlage angesiedelt sind, stellen sie gegenüber drohenden Vollfusionen sicherlich die wettbewerbspolitisch bessere Alternative dar.

Der Pressefusionskontrolle stellt sich somit bei kooperativen Zusammenschlüssen die Aufgabe, im Einzelfall sorgfältig zwischen den extern wettbewerbsfördernden Kooperationswirkungen und den internen Wettbewerbsbeschränkungen abzuwägen, ökonomischen und technischen Notwendigkeiten Rechnung zu tragen, aber solche Entwicklungen abzubremesen, die schrittweise und nicht mehr reversibel zu unerwünschten Verlagsintegrationen führen.

III. Straßenverkaufszeitungen

17. Die Entwicklung der Straßenverkaufszeitung unterliegt teilweise anderen ökonomischen Bedingungen als die der Abonnementszeitungen. Sie hat daher auch einen anderen Verlauf genommen. Nach dem Kriege sind zahlreiche Straßenverkaufszeitungen neu- oder wiedergegründet worden, die in einer Großstadt verankert und zum Teil auch regional verbreitet sind. Eine völlig andere Art der Straßenverkaufszeitung, nämlich eine bundesweit relativ gleichmäßig gestreute Zeitung, stellte die Anfang der 50er Jahre gegründete Bild-Zeitung dar. Sie verdankt ihren Erfolg nicht unwesentlich bestimmten Konstellationen im Vertrieb und im Anzeigengeschäft, die in dieser Form nicht wiederholbar sind und deren Veränderungen sie heute zu neuen verlegerischen Strategien (Regionalisierung und Lokalisierung) zwingen.

Ein Überblick über die bestehenden Straßenverkaufszeitungen (Berlin, Hamburg, München, Köln, Düsseldorf, Frankfurt, Nürnberg) macht deutlich, daß — von der Bundesausgabe der Bildzeitung abgesehen — der Markt der Straßenverkaufszeitungen der Wirtschaftsraum um eine Großstadt ist. Die Verbreitung darüber hinaus ist, falls überhaupt vorhanden, demgegenüber für die redaktionelle Ausgestaltung und für das Anzeigengeschäft von zweitrangiger Bedeutung. Für die Wettbewerbsposition spielt angesichts der für die Großstadt typischen unterdurchschnittlichen Haushaltsabdeckung weniger die Stärke der örtlichen Abonnementszeitungen als vielmehr das Wettbewerbsverhältnis der Straßenverkaufszeitungen untereinander die entscheidende Rolle. Die Straßenverkaufszeitung ist, vom Lesemarkt her gesehen, primär ein Komplementärmedium, das neben, aber nicht anstelle einer Abonnementszeitung gelesen wird. Auch auf dem Anzeigenmarkt gibt es Anzeichen dafür, daß die Straßenverkaufszeitung als ein eigener Werbeträger angesehen wird, der nicht in direkte Konkurrenzbeziehungen zur Abonnementszeitung tritt, sondern zusätzlich belegt wird, und daß auch hier der Schwerpunkt des

Wettbewerbs im Verhältnis der Straßenverkaufszeitungen untereinander zu sehen ist. Daher betrifft die regionale und lokale Expansion der Bild-Zeitung weniger die Abonnementszeitungen als vielmehr die örtlichen Straßenverkaufszeitungen.

18. Einer der wichtigsten Zusammenschlüsse im Bereich der Straßenverkaufszeitungen wurde bereits in den 50er Jahren vollzogen, als die Axel Springer Verlag AG mit dem Ullstein-Verlag die alteingesessene Berliner Straßenverkaufszeitung BZ übernahm. Einen weiteren wichtigen Zusammenschluß bildet die Übernahme des Nürnberger 8-Uhr-Blatts durch die Münchner AZ im Jahre 1966. Auf traditionellen Viel-Zeitungs-Märkten wie Berlin hat sich mit der Einstellung von Straßenverkaufszeitungen (Kurier, Nachtdepesche) die Anzahl der Anbieter wesentlich verringert. Gegenteilend wurden durch die Neugründung von Straßenverkaufszeitungen deutlich. In den 60er Jahren wurde von Springer und der Rheinischen Post gemeinsam der Düsseldorfer Mittag gegründet, der jedoch wieder eingestellt werden mußte. Erfolgreicher war der von Neven DuMont (Kolner Stadtanzeiger) herausgegebene Express in Köln, der eine weitere Ausgabe in Düsseldorf (zusammen mit W. Girardet) unterhält und der in seinem Verbreitungsgebiet die Bild-Zeitung zurückdrängen konnte. In München wurde 1968 die „tz“ gegründet.

19. Seit dem Inkrafttreten der Pressefusionskontrolle sind vom Bundeskartellamt im Bereich der Straßenverkaufszeitungen zwei Zusammenschlüsse geprüft worden. Es handelt sich einmal um die Übernahme des Berliner „Abend“ durch ein bisher nicht im Verlagsgeschäft tätiges Unternehmen (Anlage A, Übersicht Nr. 10). In einigen anderen Ländern (Italien) ist diese Form der Konglomerate, die für die Bundesrepublik Deutschland noch weitgehend atypisch sind, weit verbreitet. Der Zusammenschluß wird nach vorläufiger Beurteilung des Bundeskartellamtes voraussichtlich nicht zu untersagen sein.

Im zweiten Fall beabsichtigte die Axel Springer Verlag AG, eine Mehrheitsbeteiligung an dem Münchner Zeitungsverlag GmbH & Co. zu erwerben. Dieses Zusammenschlußvorhaben ist vom Bundeskartellamt untersagt worden; die Entscheidung ist noch nicht unanfechtbar. Maßgebend für die Untersagung sind im wesentlichen folgende Erwägungen des Amtes:

„Durch den Zusammenschluß ist eine Verstärkung der marktbeherrschenden Stellung der Axel Springer Verlag AG bei Straßenverkaufszeitungen im gesamten Bundesgebiet zu erwarten. „Bild“ mit einer Auflage von 4,78 Millionen und einem Anteil von 74,6 % an der verkauften Auflage aller Straßenverkaufszeitungen ist weder im Lesermarkt noch im Anzeigenmarkt wesentlichem Wettbewerb von seiten anderer Tageszeitungen ausgesetzt. Die sechs nicht zum Springer Verlag gehörenden Straßenverkaufszeitungen sind lokal und regional begrenzt tätig. Selbst innerhalb ihrer Kernverbreitungsgebiete haben nur die Wettbewerber „AZ“ und „tz“ in München sowie der „Express“ in Köln und Düsseldorf eine lokal begrenzte Vorrangstellung vor

„Bild“. Diese drei Zeitungen mit einem Anteil von zusammen 13,5 % an der Gesamtauflage aller Straßenverkaufszeitungen sind angesichts ihrer finanziellen, personellen und sachlichen Mittel nicht in der Lage, über den lokal begrenzten Markt hinaus den Verhaltensspielraum des Springer Verlags im Bereich der Straßenverkaufszeitungen in irgendeiner Weise einzuschränken oder zu kontrollieren. Durch den Zusammenschluß entfielen in München mit der „tz“ ein Wettbewerber von „Bild“. Die Stellung von „Bild“ würde dadurch noch weniger angreifbar. Die Eingliederung der „tz“ wäre ein weiterer Schritt zur Regionalisierung im Bereich der Straßenverkaufszeitungen.

Durch den Zusammenschluß ist ferner die Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung der Axel Springer Verlag AG für Straßenverkaufszeitungen in der Region München zu erwarten. Das Bundeskartellamt geht davon aus, daß Abonnements- und Straßenverkaufszeitungen jeweils unterschiedlichen Leser- und Anzeigenmärkten zuzuordnen sind. Unter dieser Voraussetzung ist die Entstehung einer überragenden Marktstellung in geringerem Umfang aufgrund der Marktanteile, in stärkerem Maße aufgrund der den Wettbewerbern weit überlegenen Ressourcen der Axel Springer Verlag AG zu erwarten. Die Abendzeitung GmbH & Co., der Verlag der in München auflagenstärksten Straßenverkaufszeitung AZ, erreicht nicht einmal 5 % des Umsatzes der Springer-Gruppe, die allein mit der Herausgabe von Zeitungen den etwa 15fachen Umsatz der „AZ“ erreicht; während die „AZ“ ca. 265 000 Straßenverkaufszeitungen täglich vertreibt, verkauft der Springer-Konzern täglich mehr als 5,1 Millionen Straßenverkaufszeitungen und 3 Millionen Sonntagszeitungen. Aufgrund dieser großen Erfahrungen und Erfolge im Geschäft mit Straßenverkaufszeitungen stehen im Wettbewerb zur Verfügung, die geeignet sind, die „AZ“ langfristig als selbständigen Wettbewerber aus dem Markt zu verdrängen.“

B. Anzeigenblätter

20. Anzeigenblätter sind unentgeltlich verteilte Werbeträger, die meist alle Haushaltungen in einem bestimmten Verbreitungsgebiet erreichen. Es gibt vielfältige Erscheinungsformen in bezug auf Inhalt, Verbreitungsform und Erscheinungshäufigkeit. Die weit überwiegende Zahl der Anzeigenblätter erscheint regelmäßig einmal wöchentlich in einem festgelegten Verbreitungsgebiet. Unter den Herausgebern von Anzeigenblättern findet sich eine wachsende Zahl von Tageszeitungsverlegern, obwohl gerade diese Verleger den Anzeigenblättern zunächst ablehnend gegenüberstanden. Es werden mittlerweile mehr als ein Drittel der Anzeigenblätter von Tageszeitungen herausgegeben. Von den Tageszeitungen unterscheiden sie sich durch den meist geringen, wenn auch in jüngster Zeit wachsenden redaktionellen Teil und die unentgeltliche Verteilung.

21. Das Bundeskartellamt hat seit dem Inkrafttreten des Dritten Änderungsgesetzes vom 20. Januar 1976 neun Zusammenschlüsse mit Anzeigenblattver-

lagen erfaßt.¹⁾ In den bisher abgeschlossenen drei Kontrollverfahren wurde ein Zusammenschluß untersagt (vgl. unten Springer/Elbe Wochenblatt).

Alle Zusammenschlüsse in diesem Bereich mit einer Ausnahme betrafen den Erwerb eines Anzeigenblattes oder die gemeinsame Gründung eines Anzeigenblattes durch die am gleichen Ort erscheinende Tageszeitung bzw. die örtlichen konkurrierenden Tageszeitungen. Das Haupt-Motiv für den Erwerb und die Herausgabe des Anzeigenblattes durch die Zeitungsverlage war die Abwehr neu in den Markt tretender Anzeigenblätter bzw. die Abwehr potentieller Anzeigenblattkonkurrenz. Hinzu trat in einigen Fällen die Aussicht auf zusätzliche Anzeigeneinnahmen. Ob das erstgenannte Motiv immer auf einer zutreffenden Einschätzung der Wettbewerbsverhältnisse am örtlichen Anzeigenmarkt beruht, ist nicht eindeutig klar.

Eine generelle Aussage dahin gehend, daß Anzeigenblätter sich auf Kosten des Anzeigengeschäfts der örtlichen Tageszeitungen ausdehnen, läßt sich bisher nicht belegen. Die Intensität der Wettbewerbsbeziehungen zwischen Anzeigenblatt und Tageszeitung im gleichen Verbreitungsgebiet scheinen von einer größeren Zahl örtlich jeweils ganz unterschiedlich gegebener Bedingungen abzuhängen wie: Kongruenz des Verbreitungsgebietes von Tageszeitung und Anzeigenblatt, Haushaltsabdeckung durch die Tageszeitung, Ortsgröße, Höhe des Gesamtanzeigenaufkommens usw. Je nach Auftreten dieser einzelnen Bedingungen kann das Anzeigenblatt den Tageszeitungen Anzeigen wegnehmen oder selbst zusätzliches Anzeigenaufkommen erschließen. Das Anzeigengeschäft einer Tageszeitung mit eindeutiger Erstzeitungsstellung wird allerdings durch den Wettbewerb eines Anzeigenblattes im allgemeinen nicht nennenswert beeinträchtigt werden. Probleme wirft die Anzeigenblattkonkurrenz eher für die eventuell noch am Ort erscheinende Zweit- und Drittzeitung auf. Diese Probleme werden dann durch ein zusätzlich von der Erstzeitung herausgegebenes „Abwehr-Anzeigenblatt“ noch erheblich verschärft.

Von dieser Situation ausgehend hat das Bundeskartellamt den Zusammenschluß des Axel Springer Verlages mit dem Elbe Wochenblattverlag in Hamburg (Anlage A, Übersicht Nr. 11) untersagt. Die Entscheidung ist noch nicht unanfechtbar und stützt sich auf folgende Feststellungen und Erwägungen des Amtes: „Die Axel Springer Verlag AG, hatte eine 50 %ige Beteiligung an der Elbe Wochenblatt Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG erworben. Dieses Unternehmen gibt in mehreren Stadtteilen Hamburgs Anzeigenblätter unter dem Titel „Elbe-Wochenblatt“ mit einer Gesamtauflage von 230 000 heraus. Durch den Beteiligungserwerb verstärkt die Axel Springer Verlag AG ihre marktbeherrschende Stellung auf dem Hamburger Anzeigenmarkt. Mit den Zeitungen „Hamburger Abendblatt“, „Bergedorfer Zeitung“ und „Bild“ hat sie den weitaus höchsten Anteil am Anzeigengeschäft. Darüber hinaus gibt sie weitere Anzeigenblätter unter dem Titel

„Hamburger Wochenblatt“ heraus. Die Gesamtauflage der in einer Gesamtkombination belegbaren Ausgaben dieser Anzeigenblätter beträgt 900 000. Der Erwerb des „Elbe Wochenblattes“ hat die Wirkung, bestehenden und potentiellen Wettbewerb durch andere Anzeigenblätter zurückzudrängen und dadurch die marktbeherrschende Stellung der Axel Springer Verlag AG abzusichern.

Die Herausgabe der Anzeigenblätter als Abwehrmaßnahme der marktbeherrschenden Zeitung führt zur Verschlechterung der Wettbewerbsbedingungen im Anzeigengeschäft für die Zweit- und Drittzeitungen. Unter solchen Marktstrukturgesichtspunkten muß die Herausgabe von „Abwehranzeigenblättern“ allenfalls Zweit- bzw. Drittzeitungen vorbehalten bleiben. Die Herausgabe eines Anzeigenblattes durch sie würde aber als Kampfmaßnahme mit „branchenfremden“ Mitteln gegenüber der Erstzeitung verstanden und deren entsprechende Reaktion auslösen. Das führt zwangsläufig zu Lösungen, bei denen das „Abwehr-Anzeigenblatt“ von den am Ort erscheinenden Tageszeitungen gemeinsam herausgegeben wird. Einige der noch nicht abschließend geprüften Zusammenschlüsse sind so zustande gekommen. Die Gründung solcher Gemeinschaftsunternehmen unterliegt erheblichen kartellrechtlichen Bedenken, da eventuell ein wesentlicher Teil des Wettbewerbs im Anzeigengeschäft ausgeschlossen wird. Auf der anderen Seite wird ein im Einzelfall denkbarer existenzgefährdender Wettbewerbsdruck, der zugleich von seiten eines Anzeigenblattes wie auch der marktbeherrschenden Tageszeitung auf die Zweit- bzw. Drittzeitung ausgeht, abgemildert. Es ist denkbar, daß die Abwägung zwischen dem Maß der Wettbewerbsbeschränkung im Anzeigengeschäft und der Bestandssicherung eines lokalen Mehrzeitungsmarktes in einzelnen Fällen zur Nichtuntersagung solcher Gemeinschaftsgründungen führen kann. Hierbei dürfen allerdings die strukturellen Voraussetzungen für den Wettbewerb der am Ort befindlichen Tageszeitungen außerhalb des Anzeigenblattgeschäftes nicht nennenswert beeinträchtigt werden.“

C. Unterhaltende Publikumszeitschriften

22. Publikumszeitschriften umfassen eine Vielzahl unterschiedlicher Objekte von den hochauflagigen, aktuellen Illustrierten bis hin zu den speziellen Publikumszeitschriften mit fließendem Übergang zu den Fachzeitschriften. Insbesondere der Bereich der aktuellen Illustrierten und der Programmzeitschriften weist einen hohen Konzentrationsgrad auf. Hier dominieren die vier großen Zeitschriftenverlage Gruner + Jahr, Springer, Bauer und Burda. Es handelt sich um hochauflagige Objekte mit zumeist hohem redaktionellen Kostenaufwand. Daraus ergeben sich hohe Marktzutrittsschranken; zudem ist es außerordentlich schwierig, für neue Objekte Zugang zu dem Anzeigengeschäft zu finden. In diesem Bereich sind deshalb seit langer Zeit keine Neuerscheinungen zu verzeichnen.

Die Chance des Marktzutritts mit neuen Objekten wird von Zeitschriftenverlagen demgegenüber in der

¹⁾ Vgl. Anlage A Teil II. „Anzeigenblätter“

Spezialisierung des redaktionellen Inhalts gesehen. In den ebenfalls auflagenstarken Bereichen Wirtschaftsmagazine, Allgemeine Frauenzeitschriften, Modezeitschriften, Unterhaltene Wochenzeitschriften (Yellow Press) und Wohnzeitschriften sind nach wie vor die vier genannten Großverlage mit führenden Objekten vertreten; es treten jedoch mittlere und kleine Verlage hinzu. Mit zunehmender Spezialisierung und Einengung des Leserkreises nimmt die Fluktuation mit Einstellung und Neuerscheinungen zu; dies läßt den Schluß zu, daß in diesem Bereich die Marktzutrittsschranken nicht sehr hoch sind. Insgesamt erreichen jedoch die führenden vier Verlage einen Zwei-Drittel-Anteil für unterhaltende Publikumszeitschriften insgesamt.

23. Das Bundeskartellamt hat seit Inkrafttreten des Dritten Änderungsgesetzes am 28. Januar 1976 acht Zusammenschlüsse erfaßt. Von den bisher überprüften vier Zusammenschlüssen wurde keiner untersagt. Mit einer Ausnahme handelt es sich um Zusammenschlüsse von geringer wirtschaftlicher Bedeutung. Bei diesem Fall ging es um den Erwerb einer Beteiligung in Höhe von 33,3 %, an der Ehrlich & Sohn KG durch die zum Bertelsmann-Konzern gehörende Gruner + Jahr AG. Ehrlich & Sohn, ein mittelständisches Unternehmen, gibt die Zeitschrift „Frau im Spiegel“ mit 1,3 Millionen verkaufter Auflage heraus. Die Zeitschrift ist dem Lesermarkt für unterhaltende Frauenzeitschriften zuzuordnen und steht dort im Wettbewerb mit den Zeitschriften von Bauer, Burda, Brost & Funke, Klambt und Tönjes. Bauer ist in diesem Zeitschriftenbereich mit etwa 50 % Marktanteil Marktführer. Ein weiteres mittelständisches Verlagsunternehmen ist damit unter den Einfluß eines großen Medien-Konzerns gekommen. Da der Zusammenschluß jedoch nach den Feststellungen des Bundeskartellamtes nicht zu einer marktbeherrschenden Stellung der zusammengeschlossenen Unternehmen führte, wurde er nicht untersagt.

D. Fachzeitschriften

24. Die Fachzeitschriftenverlage erzielten im Jahre 1975 mit 1 872 Objekten bei einer Gesamtauflage von 17,4 Millionen einen Gesamtumsatz in Höhe von etwa 1,1 Milliarden Deutsche Mark ¹⁾. Dieser bedeutende Pressebereich wird weitgehend von mittelständischen Unternehmen geprägt. Die führenden Verlage mit Fachzeitschriftenumsätzen zwischen 30 Millionen und 50 Millionen Deutsche Mark haben jeweils nur einen verhältnismäßig niedrigen Anteil am gesamten Fachzeitschriftengeschäft. Nur wenige dieser führenden Verlage sind mit Großunternehmen aus dem Pressebereich oder aus anderen Wirtschaftsbereichen verflochten. Sie stehen mit einer nicht genau bestimmbar vielen Zahl von Verlagen in lebhaftem Wettbewerb um die Neukonzeption und die Anpassung von Fachzeitschriften an den Informationsbedarf einzelner Zielgruppen und an die Bedürfnisse der Werbung treibenden Wirtschaft.

¹⁾ Einschließlich der unentgeltlich abgegebenen Exemplare; Angaben nach Bundespressestatistik 1975; Statistisches Bundesamt, Fachserie 11, Reihe 5.

Obwohl eine gewisse Tendenz zu größeren Verlagseinheiten mit einem breitgefächerten oder spezielle Bereiche umfassend abdeckenden Programm erkennbar und damit ein Rückgang der Gesamtzahl der selbständigen Fachzeitschriftenverlage zu erwarten ist, haben im allgemeinen auch kleine und mittlere Unternehmen eine Chance, ihre Zeitschriften in ständiger Anpassung fortzuführen und neue Zeitschriften zu konzipieren. Hinzu kommt, daß die Marktzutrittsschranken vielfach relativ niedrig sind. Darüber hinaus gilt, daß angesichts der weitgehenden Themen- und Zielgruppenspezialisierung bei Fachzeitschriften leicht relativ hohe Marktanteile bei einzelnen Unternehmen zu verzeichnen sind, ohne daß deswegen schon von überragender Marktmacht gesprochen werden kann. Daher bestehen im allgemeinen keine wettbewerbspolitischen Bedenken, wenn sich Fachzeitschriftenverlage untereinander oder mit anderen Unternehmen zusammenschließen oder jedenfalls bestimmte Objekte auf andere Verlage übertragen. Selbst wenn Großunternehmen kleinere Fachzeitschriftenverlage mit ihren Objekten aufkaufen, werden marktbeherrschende Stellungen zumindest dann nicht entstehen, wenn konkurrierende Verlage mit ihren Fachzeitschriften fest im Markt verankert sind und über ausreichende finanzielle Ressourcen und verlegerische Erfahrungen zur Behauptung verfügen. Bei den durch eine weitgehende Themen- und Zielgruppenspezialisierung bedingten kleinen Teilmärkten und den so zustande kommenden hohen Marktanteilen der wenigen speziellen Fachzeitschriften für einen einzelnen Teilmarkt liegt nicht schon deswegen eine Marktmacht des Verlages vor.

25. Mit zehn ausnahmslos horizontalen Zusammenschlüssen war die Konzentrationsbewegung seit dem Inkrafttreten des Dritten Änderungsgesetzes am 28. Januar 1976 zwar rein zahlenmäßig bedeutsam ²⁾. Weit überwiegend handelte es sich aber um wettbewerblich unbedeutende Vorgänge. Von den erfaßten Zusammenschlüssen waren nach den allgemeinen Vorschriften nur drei und auch nach den besonderen Regelungen der Pressefusionskontrolle lediglich fünf weitere anzeigepflichtig. Kontrollpflichtig waren insgesamt nur sieben Zusammenschlüsse in diesem Bereich, weil die Umsatzgrenze von 25 Millionen Deutsche Mark erreicht wurde und damit die Kontrollpflicht galt.

Das Bundeskartellamt hat aus folgenden Gründen nur in einem Fall einen Zusammenschluß zwischen Fachzeitschriftenverlagen untersagt:

„Der Bertelsmann-Konzern beabsichtigte, die Geschäftsanteile an der Deutscher Verkehrs-Verlag GmbH zu erwerben ³⁾. Dieser Verlag gibt insbesondere die Deutsche Verkehrszeitung heraus und hat mit dieser dreimal wöchentlich erscheinenden Zeitschrift mit hohem Aktualitätsgrad eine herausragende Stellung für die aktuelle, allgemeine und umfassende Information des Bereichs Güterver-

²⁾ Vgl. Anlage A, Übersicht Nr. 31 bis 40

³⁾ Anlage A, Übersicht Nr. 37

kehrswirtschaft. Der Bertelsmann-Konzern ist in diesem Bereich mit der Zeitschrift „Verkehrswirtschaft“ ein bedeutender Wettbewerber. Nach dem Zusammenschluß wären in diesem Fachzeitschriftenbereich etwa Dreiviertel der Vertriebs Erlöse und — wegen einer weiteren Marktabgrenzung — mindestens die Hälfte der Anzeigenerlöse auf den Bertelsmann-Konzern entfallen. Durch die Zusammenfassung der im einzelnen unterschiedlichen Verkehrsfachzeitschriften in einem Konzern wäre eine kaum mehr vom Wettbewerb kontrollierte Spitzenstellung des Bertelsmann-Konzerns mit einer umfassenden Angebotspalette und überragenden Möglichkeiten zur Herausgabe immer neuer Zeitschriften für Teilbereiche der Verkehrswirtschaft erreicht worden. Der Konzern verfügt über eine Finanzkraft, die jeden denkbaren Finanzbedarf der zusammengefaßten Verkehrsfachzeitschriften unter allen Umständen mühelos decken könnte. Dies müßten auch andere Fachverlage in Betracht ziehen, wenn sie etwa konkurrierende Fachzeitschriften aktivieren oder neu konzipieren wollten. Eine weitgehende Entmutigung potentieller Wettbewerber wäre die Folge gewesen.“

E. Pressevertrieb

26. Neben dem Abonnement mit Auslieferung über eigene und fremde Vertriebsorganisationen einschließlich des Postzeitungsdienstes ist der Einzelverkauf der wichtigste Vertriebsweg im Pressebereich. Den schätzungsweise 85 000 Einzelhandelsverkaufsstellen für Zeitungen und Zeitschriften stehen nur etwa 83 Großhändler gegenüber, von denen fünf mit Verlagen verflochten sind. Dabei hat jeder Pressegroßhändler in seinem Vertriebsgebiet die Alleinauslieferung für die von ihm vertriebenen Zeitungen und Zeitschriften. Da von Ausnahmen abgesehen in jedem Vertriebsgebiet überhaupt nur ein Großhändler tätig ist, hat er dort die Alleinauslieferung für sämtliche Zeitungen und Zeitschriften an den Einzelhandel (ausgenommen Bahnhofsbuchhandel). Er ist also einziger Lieferant des Einzelhandels ebenso, wie er für jeden Verlag der einzige Vermittler des Einzelverkaufsvertriebs ist. Obwohl die Effektivität des gegenwärtigen Vertriebssystems, das von den führenden vier Großverlagen mitgestaltet worden ist, unbestritten ist, erfordert seine wettbewerbliche Problematik besondere Aufmerksamkeit.

27. Die Pressefusionskontrolle muß sich mit zwei möglichen Entwicklungen befassen:

- Großverlage könnten vermehrt dazu übergehen, sich an Pressegroßhandlungen zu beteiligen mit der Folge, daß diese ihre Leistungen nicht mehr im gleichen Umfang und mit gleicher Sicherheit auch konkurrierenden Verlagen zur Verfügung stellen;
- Pressegroßhändler könnten sich vermehrt zusammenschließen mit der Folge, daß die von dem einzelnen Unternehmen allein versorgten Gebiete immer größer und der Absatz der Verlage

sich auf immer weniger Unternehmen konzentrieren würde.

Die wesentlichen Beteiligungen von Großverlagen an fünf Pressegroßhändlern sind bereits vor Einführung der Fusionskontrolle zustande gekommen, unterlagen also nicht einer Prüfung unter wettbewerblichen Gesichtspunkten. Neue Beteiligungen dieser oder anderer Verlage sind nicht bekannt geworden, lediglich die Burda GmbH hat ihre Minderheitsbeteiligung an der Pressevertrieb Saar GmbH & Co. KG auf 45 % erhöht ¹⁾.

Ein weiteres Eindringen von Großverlagen in den Pressegroßhandel würde die Forderung nach Zulassung weiterer konkurrierender Großhändler durch einen den Verlagen auferlegten Kontrahierungszwang verstärken und das bisherige System der Alleinauslieferung in Frage stellen.

Zusammenschlüsse zwischen Pressegroßhändlern unterlagen bisher nur in zwei Fällen der Kontrolle und wurden wegen Besonderheiten des Einzelfalls vom Bundeskartellamt nicht untersagt. Durch den Erwerb des Pressevertriebs der P. Rau KG im Bereich Herne ²⁾ vergrößerte sich zwar ein führender Pressegroßhändler, jedoch waren die Auswirkungen wegen der niedrigen Umsätze der P. Rau KG nur sehr gering. In einem anderen Fall beabsichtigt ein Pressegroßhändler, den Betrieb eines anderen hinzuzuerwerben, mit dem er bereits vorher eng kooperiert hat ³⁾. Beide zusammen erreichen nur eine durchschnittliche Unternehmensgröße und bilden ein gewisses Gegengewicht gegenüber benachbarten wesentlich größeren Pressegroßhändlern.

28. Ausländische Verlage verfügen meist nicht über eine eigene inländische Vertriebsorganisation für die Belieferung des Pressegroß- und Bahnhofsbuchhandels. Sie müssen sich eines Importeurs bedienen, an dessen bundesweite Vertriebsorganisation insbesondere bei Zeitungen und aktuellen Zeitschriften hohe Anforderungen gestellt werden. Er beliefert seinerseits Pressegroßhändler und den Bahnhofsbuchhandel mit einer Vielzahl von Verlagszeugnissen zahlreicher ausländischer Verlage. Die beabsichtigte Beteiligung des Bertelsmann-Konzerns an einem derartigen Importeur, der W. E. Saarbach GmbH ⁴⁾, ist von den beteiligten Unternehmen aufgegeben worden, da das Bundeskartellamt diesen Zusammenschluß andernfalls untersagt hätte. Maßgebend für die Untersagungsabsicht war nach Auffassung des Amtes die überragende Stellung des Importeurs auf seinem Tätigkeitsgebiet und die bedeutende Stellung, die ein Unternehmen des Bertelsmann-Konzerns für den Export von Pressezeugnissen habe. Die Stellung des Importeurs wäre durch die Verbindung zu Bertelsmann ebenso verstärkt worden, wie auch die Stellung dieses Konzerns durch seine mittelbare Verbindung zu dem Hauptgesellschafter des Importeurs, dem französischen Hachette-Konzern, weiter verbessert worden wäre.

¹⁾ Anlage A, Übersicht Nr. 41

²⁾ Anlage 1, Übersicht Nr. 42

³⁾ Anlage A, Übersicht Nr. 44

⁴⁾ Anlage A, Übersicht Nr. 43

Anlage A**Gliederung nach Pressemärkten und sonstigen betroffenen Bereichen****Pressemärkte und sonstige betroffene Bereiche**

	Seite
I. Tageszeitungen	14 bis 16
II. Anzeigenblätter	16 bis 18
III. Publikumszeitschriften	18 und 19
IV. Fachzeitschriften	20 und 21
V. Pressevertrieb	22
VI. Diversifikation von Presseunternehmen in	
a) Druckbereich	22
b) Buchmarkt und Markt für Romanhefte	23 bis 25
c) Bereich der Buchgemeinschaften	25
d) Bereich Neue Medien	26
e) Sonstige Bereiche	26 bis 27

**Übersicht über Zusammenschlüsse und Zusammenschlußvorhaben
mit Beteiligung von Presseunternehmen 1976 bis Mitte 1978**

Anlage A

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)

I. Tageszeitungen

1	1. Oliva Druck- und Verlags-GmbH, Cuxhaven (SPD - Sozialdemokratische Partei Deutsch- land)	Cuxhavener Presse (6 500)	
	2. Gesellschafter der Verlag Grüter & Huster KG, Cuxhaven Anteilserwerb (je 50 %, Gemeinschaftsunter- nehmen) an der neugegründeten Verlagsgesellschaft Cuxhaven GmbH & Co. Cuxhavener Nachrichten KG, Cuxhaven	(Presseerzeugnisse aller Art) Neue Cuxhavener Zeitung (8 300) Cuxhavener Nachrichten (15 600)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
2	1. Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf	Rheinische Post (373 000)	
	2. W. Girardet KG, Düsseldorf	Westdeutsche Zeitung Düsseldorfer Nachrichten Generalanzeiger Wuppertal (200 000)	
	Anteilserwerb (je 50 %, Gemeinschaftsunter- nehmen), Vereinbarung zur gemeinsamen Beherrschung der neugegründeten a) Nordrhein Druck GmbH & Co. KG b) Rheinisch-Bergische Zeitungsvertriebsgesell- schaft mbH & Co. KG	Druckerei Zeitungsvertrieb	Zusammenschluß- vorhaben nicht untersagt Rationalisierungs- kartellvertrag nach § 5 b legalisiert
3	Axel Springer Verlag AG, Hamburg/Berlin (Axel Springer Gesellschaft für Publizistik KG, Berlin)	Bild (4,8 Millionen) Bild, Bayern (807 000) Bild, München (222 000) (Zeitungen, Zeitschriften aller Art, Buchverlag, Film-, Fernsehproduktion)	Zusammenschlußtat- bestand nicht abschließend geklärt
	a) Anteilserwerb (24,99 %) und Gesellschafter- rechte an der Münchener Zeitungsverlag GmbH & Co. KG, München b) beabsichtigte Erhöhung der Beteiligung auf eine Mehrheitsbeteiligung an der Münchener Zeitungsverlag GmbH & Co. KG, München	Münchener Merkur (172 000) tz (162 000)	Zusammenschlußvor- haben untersagt (nicht rechtskräftig)
4	Verlag Nürnberger Presse Druckhaus Nürnberg GmbH & Co., Nürnberg	Nürnberger Nachrichten und Nürnberger Zeitung (324 000)	
	Erwerb des wesentlichen Teils des Vermögens der Karl Müller vorm. Fa. Feuerlein OHG, Roth (Roth-Hiltpoltsteiner Volkszeitung)	Roth-Hiltpoltsteiner Volks- zeitung (8 000)	vollzogener Zusammenschluß nicht untersagt
5	Emil Griebisch Graphische Betriebe KG, Hamm	Westfälischer Anzeiger (45 000) AWT-Arbeitsgemeinschaft Westdeutscher Tages- zeitungen Kreiszeitung (54 000)	

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
	Anteilerwerb (50%) an der Zeitungsverlag Altena GmbH & Co. KG, Altena	Leine-Deister-Zeitung (4 300) Altenaer Kreisblatt (6 000)	Nicht untersagt
6	Badischer Verlag GmbH, Freiburg Erwerb des wesentlichen Teils des Vermögens des Verlages Franz X. Stückle, Ettenheim (Ettenheimer Heimatbote)	Badische Zeitung (160 000) Ettenheimer Heimatbote (3 500)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
7	a) 1. Verlag M. DuMont Schauberg, Köln 2. Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf Anteilerwerb an der neugegründeten ACN-Beteiligungs-GmbH, Düsseldorf b) 1. Verlag M. DuMont Schauberg, Köln 2. Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf Rheinische Gruppe 3. Heinen Verlag GmbH, Köln 4. W. Girardet, Düsseldorf/Wuppertal 5. Bonner Zeitungsdruckerei und Verlagsan- stalt H. Neusser KG, Bonn 6. W. Boll GmbH & Co., Solingen 7. J. F. Ziegler KG, Remscheid Vereinbarung zur gemeinsamen Beherrschung der neugegründeten Prisma-Verlag GmbH & Co. KG, Düsseldorf Gesellschafter der Prisma-Verlag GmbH & Co. KG sind ferner: Westfälische Gruppe 8. Ruhr-Nachrichten Verlag, Dortmund 9. Verlag J. Bauer KG, Marl 10. Graphische Betriebe F. W. Rubens KG, Unna 11. Laumanns Druck- und Verlagsgesellschaft mbH, Lippstadt 12. Verlag Buersche Zeitung Heinz Klöckner, Gelsenkirchen	Kölner Stadtanzeiger (230 000) Rheinische Post (373 000) Rheinische Gruppe Kölnische Rundschau (157 000) Westdeutsche Zeitung, Düsseldorfer Nachrichten, Generalanzeiger Wuppertal (200 000) Bonner Generalanzeiger (63 000) Solinger Tageblatt (31 000) Remscheider Generalanzeiger (25 000) Illustrierte Wochenbeilage (Supplement) für Abo- Tageszeitungen Westfälische Gruppe Ruhr-Nachrichten (249 000) Recklinghäuser Zeitung (70 000) Hellweger Anzeiger (24 000) Der Patriot (23 000) Buersche Zeitung (16 000)	

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbenen/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
	13. W. Jahn Verlag GmbH & Co., Soest	Soester Anzeiger (20 000)	Zusammenschlußvor- haben nicht untersagt
	14. Zeitungsverlag Aachen GmbH, Aachen	Aachener Volkszeitung/ Aachener Nachrichten (157 000)	Rationalisierungs- kartellvertrag nach § 5b legalisiert
8	1. Schwäbischer Verlag KG, Leutkirch 2. Südkurier GmbH, Konstanz Beabsichtigter Anteilserwerb (Gemeinschafts- unternehmen) an der neugegründeten Südblock GmbH & Co. KG	Schwäbische Zeitung (176 000) Südkurier (130 000) Anzeiengemeinschaft	Prüfung noch nicht abgeschlossen
9	Kreiszeitung Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Syke Erwerb des wesentlichen Teils des Vermögens der Fa. Schröder & Plenge, Diepholz (Diepholzer Kreisblatt)	Kreiszeitung (54 000) Westfälischer Anzeiger (45 000) Leine-Deister Zeitung (4 300) Diepholzer Kreisblatt (15 500), bisher Neue Osnabrücker Zeitung jetzt: Kreiszeitung + Diepholzer Kreisblatt	Prüfung noch nicht abgeschlossen
10	Carl E. Press, Frankfurt/Main Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (100%) an der Verlag Der Abend GmbH, Berlin	Spedition Brennstoffhandel Grundstücksgeschäft Der Abend (54 000)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
II. Anzeigenblätter			
11	Bergedorfer Buchdruckerei von Ed. Wagner oHG/ Hamburger Wochenblatt Verlag GmbH & Co. KG, Hamburg (Axel Springer Gesellschaft für Publizistik KG, Berlin) Anteilserwerb (50%) an der Elbe Wochenblatt Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Hamburg	Anzeigenblätter, Bergedorfer Nachrichten (57 000) Wochenblatt (345 000) Bild Hamburg (298 000), Hamburger Abendblatt (212 600), Welt Hamburg (41 400), Bergedorfer Zeitung (11 700) Anzeigenblätter, Elbe Wochenblatt (insgesamt 230 000)	vollzogener Zusammen- schluß untersagt (nicht rechtskräftig)
12	1. Anzeigenblätter-Beteiligungs-GmbH & Co. KG, Frankfurt/Main (Nederlandse Dagbladunie N. V., Rotterdam) 2. Mittrich & Wolf GmbH, Hamburg Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung bzw. einer Beteiligung (Gemeinschaftsunternehmen) an der a) Hanse Rundschau-Verlags-GmbH & Co. KG, Hamburg b) Printas-Verlags-GmbH & Co. KG, Hamburg	Beteiligungsgesellschaft (Zeitungen, Zeitschriften und sonstige grafische Erzeug- nisse aller Art) Anzeigenblätter Anzeigenblätter, Rundschau Blickpunkt (insgesamt 904 700)	vollzogener Zusammen- schluß nicht untersagt

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
13	1. Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf 2. W. Girardet KG, Düsseldorf Anteilserwerb (Gemeinschaftsunternehmen) und Vereinbarung zur gemeinsamen Beherrschung der neugegründeten Panorama GmbH, Düsseldorf	Rheinische Post (373 000) Westdeutsche Zeitung Düsseldorfer Nachrichten Generalanzeiger Wuppertal (200 000) Anzeigenblätter	vollzogener Zusammen- schluß nicht untersagt
14	1. Delta-Beteiligungsgesellschaft für Verlags- und Werbeunternehmen mbH, Köln (Wegener's Couranten Coucern N. V., Apel- doorn, Niederlande) 2. Anzeigenblätter-Beteiligungs-GmbH & Co. KG, Frankfurt/Main (Nederlandse Dagbladunie N. V., Rotterdam) 3. Mittrich & Wolf GmbH, Hamburg Beabsichtigter Anteilserwerb (Gemeinschafts- unternehmen) an der a) Hanse Rundschau Verlag GmbH & Co. KG, Hamburg b) Service Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg	Beteiligungsgesellschaft (Zeitungen, Zeitschriften aller Art, Anzeigenblätter) Beteiligungsgesellschaft (Zeitungen, Zeitschriften und sonstige grafische Erzeug- nisse aller Art) Anzeigenblätter Anzeigenblätter, Rundschau, Blickpunkt (insgesamt 904 700)	Zusammenschlußvor- haben aus sonstigen Gründen aufgegeben
15	Hamburger Wochenblatt Verlag GmbH & Co. KG, Hamburg (Axel Springer Gesellschaft für Publi- zistik KG, Berlin) Anteilserwerb (50 %) an der Verlagsgesellschaft Hanse mbH & Co., Hamburg	Wochenblatt (345 000) Elbe Wochenblatt (insgesamt 230 000) Heimat Echo (39 000)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
16	Münchener Wochenblatt Verlags- und Werbe- gesellschaft mbH, München (Süddeutscher Verlag GmbH, München) Erwerb des wesentlichen Teils des Vermögens der Anzeigenblattverlag Stadler + Faber oHG, München (Anzeigenblätter)	Anzeigenblätter, Münchener Wochenblatt (insgesamt 265 000) (Süddeutsche Zeitung - 344 400) Schwabinger Anzeiger (75 000) Münchener Ost-Anzeiger (60 000) Süd-Ost-Anzeiger (44 000)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
17	Münchener Wochenblatt Verlags- und Werbe- gesellschaft mbH, München (Süddeutscher Verlag GmbH, München) Anteilserwerb an der Amper-Kurier GmbH, Fürstenfeldbruck	Anzeigenblätter, Münchener Wochenblatt (insgesamt 265 000) Amper Kurier (50 800)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
18	1. Zeitungsverlag Westfalen GmbH & Co. KG, Essen (Familien E. Brost und J. Funke - WAZ-Gruppe)	Westfälische Rundschau (WAZ Westdeutsche Allgemeine, NRZ Neue	

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
	2. Ruhr-Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH & Co., Dortmund Anteilserwerb (Gemeinschaftsunternehmen) an der neugegründeten Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft mbH & Co. KG, Lünen	Ruhr-Zeitung, NRZ Neue Rhein-Zeitung, WR Westfälische Rundschau, WP Westfalenpost – insgesamt 1,292 Millionen) Ruhr-Nachrichten (258.000) Kleiner Luener Anzeiger (51400) Anzeiger für Castrop-Rauxel (38 000) Werner Anzeigenblatt (8 800)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
19	1. Rheinpfalz-Verlag und Druckerei GmbH, Ludwigshafen 2. Speyerer Tagespost Verlag W. W. Ed. Klaubolt KG, Speyer Anteilserwerb an einem neugegründeten Gemeinschaftsunternehmen	Rheinpfalz (251 600) Mannheimer Wochenblatt Speyerer Tagespost (6 400) (Mannheimer Morgen – 189 300) Wochenmarkt (47 000)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
III. Publikumszeitschriften			
20	1. Dr. Jürgen Christ, Frankfurt 2. NDU – Nederlandse Dagblad Unie N. V., Rotterdam Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (65 %) bzw. Beteiligung (35 %, Gemeinschaftsunternehmen) an der neugegründeten J. Christ Zeitschriftenverlag GmbH, Frankfurt/M.	Spezielle Publikumszeitschriften Zeitungen, Zeitschriften und sonstige grafische Erzeugnisse aller Art Deutsche Automobil Revue (255 800)	vollzogener Zusammenschluß nicht untersagt
21	Nederlandse Dagblad Unie, N. V., Rotterdam Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (65 %) an der neugegründeten New Magazines Verlagsgesellschaft mbH, München	Zeitungen, Zeitschriften und sonstige Erzeugnisse aller Art Lui (deutsche Ausgabe) (206 000) Photo (170 000)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
22	Gruner + Jahr AG & Co., Itzehoe (Bertelsmann AG, Gütersloh) Anteilserwerb an der Ehrlich & Sohn KG, Lübeck	Zeitschriften aller Art Brigitte (1,6 Millionen) Constance Strickmode Frau im Spiegel (1,5 Millionen)	Zusammenschlußvorhaben nicht untersagt
23	Panmedia Informationssysteme GmbH, Stuttgart (Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH, Stuttgart)	Handelsblatt (83 000) Wirtschaftswoche (106 000)	
	Erwerb des wesentlichen Teils des Vermögens v + s verlag + service GmbH & Co. KG, Frankfurt/Main (Verbrauchermagazin DM)	DM (100 000)	Prüfung noch nicht abgeschlossen

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
24	Gruner + Jahr AG & Co., Itzehoe (Bertelsmann AG, Gütersloh) Anteilserwerb an der Modes et Travaux Editions Edouard Boncherit S. A., Paris	Zeitschriften Aller Art Stern Brigitte (1,5 Millionen) Modes et Travaux (1,3 Millionen)	keine Anwendung des Gesetzes wegen § 98 Abs. 2 (Inlandsauswirkung)
25	1. Sebaldis Druck und Verlag GmbH, Nürnberg 2. Gruner + Jahr AG & Co., Itzehoe (Bertelsmann AG, Gütersloh) Erhöhung der Beteiligung (50%) auf eine Mehr- heitsbeteiligung (74,9%, Gemeinschaftsunter- nehmen) an der Gong Verlag GmbH, Nürnberg	Spezielle Publikumszeit- schriften, Jugendbücher, Tief-, Offsetdruck Zeitschriften aller Art Gong (1,1 Millionen)	Zusammenschlußvor- haben nicht untersagt
26	Axel Springer Verlag AG, Berlin (Axel Springer Gesellschaft für Publizistik KG, Berlin) Erwerb eines wesentlichen Teils des Vermögens des Hans Zauner Verlag, Dachau (Das Ski Magazin)	(Zeitungen, Zeitschriften aller Art, Buchverlag, Film-, Fernsehproduktion) Das Ski-Magazin (25 600)	Zusammenschluß- tatbestand noch nicht abschließend geklärt
27	1. Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH, Stuttgart 2. Verlagskaufmann Rolf Poppe, Hamburg Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (74,9%) bzw. Beteiligung (25,1%, Gemeinschaftsunternehmen) an der neugegründeten Gesellschaft für Wirtschaftspublizistik GWP mbH & Co. KG, Düsseldorf	Handelsblatt (83 000) Wirtschaftswoche (106 000)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
28	Gruner + Jahr AG & Co., Itzehoe (Bertelsmann AG, Gütersloh) Anteilserwerb an der Parents Magazine Enterprises Inc., N.Y.	Publikumszeitschriften aller Art Eltern (811 300) Parents (1,5 Millionen)	Inlandsauswirkung noch nicht abschließend geklärt
29	Martin Brost, Essen Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an der PC Moderner Verlag GmbH, München	Spezielle Publikumszeit- schriften u. a. Photo-Revue (116 100)	Anzeigespflicht noch nicht abschließend geklärt
30 a)	Nederlandse Dagblad Unie N. V., Rotterdam Erwerb des wesentlichen Teils des Vermögens der Verlag Freizeit und Reisen Wolf & Co. GmbH, Hamburg (Zeitschrift Freizeit und Reisen)	Zeitungen, Zeitschriften und sonstige grafische Erzeugnisse aller Art Freizeit und Reisen (107 000)	
b)	J. Christ Zeitschriftenverlag GmbH, Frankfurt/Main (Dr. Jürgen Christ, Frankfurt/Main) Abschluß eines Objektpachtvertrages mit der Nederlandse Dagblad Unie N. V., Rotterdam (Zeitschrift Freizeit und Reisen)	Deutsche Automobil Revue (255 800) Freizeit und Reisen (107 000)	Prüfung noch nicht abgeschlossen

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
IV. Fachzeitschriften			
31	Thalhammer Verlags-GmbH, München (Kluwer N. V., Deventer) Erwerb des wesentlichen Teils des Vermögens der Firma Verlag + Druckerei Thalhammer, München	(Bücher, Zeitschriften aller Art; Modezeitschriften, juristische Fachbücher) Hoch- und Tiefbau (16 000) 3 B-Baustoffe, Bauelemente, Bauchemie (8 000) GV Großverbraucher (25 000)	vollzogener Zusammenschluß nicht untersagt
32	e. f. b.-Verlagsgesellschaft, Hanau Erwerb eines wesentlichen Teils des Vermögens des Verlag Carl Kohler, Ludwigshafen (Zeitschrift Messer + Schere)	efb-eisenhändler- fachblatt (11 000) Messer und Schere M+S (2 000)	keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Anzeige- pflicht (§ 23 Abs. 1)
33	Thalhammer Verlags-GmbH, München (Kluwer N. V., Deventer) Erwerb eines wesentlichen Teils des Vermögens des Metzmeier Verlag, Verlag für Wirtschaft und Verkehr, Baden-Baden	Bau-, GV-Fachzeitschriften (Bücher, Zeitschriften aller Art) Der Fachberater Fachzeitschrift für Papier und Schreibwareneinzelhandel (5 000)	vollzogener Zusammenschluß nicht untersagt
34	Heering Verlag GmbH, München Erwerb des Vermögens der Zeitschrift „Südkurs“, München	Foto-Magazin (57 300) Film + Ton Magazin (16 000) Alpinismus (8 900) Submarin (8 000) Südkurs (10 000)	keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Kontroll- pflicht (§ 24 Abs. 8 Nr. 1)
35	Verlagsgesellschaft Rudolf Müller GmbH & Co., Köln Erwerb eines wesentlichen Teils des Vermögens des a) Verlag W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart (ÖVD – Öffentliche Verwaltung und Daten- verarbeitung) und b) Abschluß eines Objektpachtvertrages mit dem adl-Verlag, Kiel (adl-Nachrichten)	Fachzeitschriften in dem Bereich Datenverarbeitung: Online (5 934) jetzt: Online/adl-Nachrichten (11 300) ÖVD-Online/adl ÖVD – Öffentliche Verwaltung und Datenver- arbeitung (1 400) adl-Nachrichten (5 778)	keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Anzeige- pflicht (§ 23 Abs. 1)
36	Kommentator Verlag GmbH, Frankfurt (Kluwer N. V., Deventer) Erwerb eines wesentlichen Teils des Vermögens der Institut für Personalwirtschaft GmbH, München (Verlags- und Seminargeschäft)	Juristische Fachbücher (Bücher, Zeitschriften aller Art) Personalwirtschaft-Praxis der Personalarbeit (4 500)	vollzogener Zusammenschluß nicht untersagt

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
37	Bertelsmann Thomson Fachverlag, Gütersloh (Bertelsmann AG, Gütersloh)	Fachzeitschriften aus den Bereichen Bauwirtschaft, Medizin und Verkehr Verkehrsrundschau (11 000 bzw. 92 000)	
	Beabsichtigter Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an der Deutscher Verkehrsverlag GmbH, Hamburg	DVZ-Deutsche Verkehrs- zeitung (12 500) Der Spediteur (5 700)	Zusammenschlußvor- haben untersagt (rechtskräftig)
38	Bertelsmann Fachzeitschriften GmbH, Berlin (Bertelsmann AG, Gütersloh)	Bauwelt (11 300) Betriebsausrüstung (12 000)	
	Erwerb eines wesentlichen Teils des Vermögens der Moderne Industrie Publikationsgesellschaft, München (Fachzeitschrift JOT - Journal für Oberflächen- technik)	Oberfläche (9 830) Adhäsion (4 200) JOT (9 500)	Zusammenschlußtat- bestand noch nicht abschließend geklärt
39	Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt	Fachzeitschriften aus den Bereichen Textilhandel, Textilindustrie, Papier- und Verpackung, Lebensmittel- handel, (u. a. Lebensmittel- zeitung - 37 000), Gemeinschaftsverpflegung	
	Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an der a) Verlagshaus Sponholz GmbH & Co., Frankfurt b) Westdeutsche Verlags- und Druckerei GmbH, Frankfurt	Feinkost Revue (6 900) NGZ Fachillustrierte für Gastronomie und Hotellerie (9 700) Fleisch-Lebensmittel-Markt (43 800) Allgemeine Fleischer-Zeitung (16 600) Die Fleischwirtschaft (6 200) Schuhwirtschaft (13 200) Schuh im Bild (9 600)	Prüfung noch nicht abgeschlossen
40 1.	Verlagskaufmann Dieter Benecke, Hamburg	Fachpublikationen in den Bereichen Nahrungs- und Genußmittelindustrie	
2.	Verlagskaufmann Konrad Kohlhammer, Stuttgart	Fachzeitschriften in diversen Bereichen	
	Anteilerwerb (50%, Gemeinschaftsunternehmen) an der Benecke & Kohlhammer Wirtschafts- informationen GmbH, Hamburg	Wirtschafts- und Firmen- informationsdienste, Wirtschaftsadreßbücher	Anzeigepflicht noch nicht abschließend geklärt

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)

V. Pressevertrieb

41 1. Erhard Linsenmeier, Saarbrücken

Erhöhung der Beteiligung auf eine Mehrheitsbeteiligung (55%)

2. Burda GmbH, Offenburg

Zeitschriften aller Art

Erhöhung der Beteiligung (45%) und Vereinbarung zur gemeinsamen Beherrschung der

Pressevertrieb Saar GmbH & Co. KG, Saarbrücken

Großhandel mit Zeitungen und Zeitschriften im Raum Saarbrücken

Prüfung noch nicht abgeschlossen

42 Wilhelm Schmitz, Buch- und Zeitschriftenhandel, Verlag GmbH & Co. KG, Bochum

Groß- und Einzelhandel mit Zeitungen und Zeitschriften in Dortmund, Bochum, Duisburg

Erwerb eines wesentlichen Teils des Vermögens der

P. Rau KG, Presse Großvertrieb, Herne
(Belieferungsrechte in Herne)

Pressevertrieb in Herne

Zusammenschlußvorhaben nicht untersagt

43 1. DPV – Deutscher Pressevertrieb
Buch-Hansa GmbH, Hamburg
(Bertelsmann AG, Gütersloh)

Import, Export und Inlandsvertrieb von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften

2. Librairie Hachette S. A., Paris

Verlagserzeugnisse aller Art

Beabsichtigter Anteilserwerb (30%, Gemeinschaftsunternehmen) an der

W. E. Saarbach GmbH, Köln

Import, Export, Inlandsvertrieb von Zeitungen, Zeitschriften, Büchern

Zusammenschlußvorhaben aufgrund Untersagungsabsicht des BKartA aufgegeben

44 Pressevertriebsunternehmen

Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (100%) an

einem anderen Pressevertriebsunternehmen

Zusammenschluß noch nicht vollzogen

VI. Diversifikation von Presseunternehmen in

- Druckbereich
- Buchmarkt und Markt für Romanhefte
- Buchgemeinschaften
- Neue Medien
- sonstige Bereiche

Via. Diversifikation von Presseunternehmen in den Druckbereich

45 1. Bertelsmann AG, Gütersloh

Offset-, Tiefdruck

2. Gustav und Grete Schickedanz KG, Fürth

Versandhandel

Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (75%, Gemeinschaftsunternehmen) an der

Maul & Co. GmbH & Co. Nürnberg

Lohntiefdruck

Zusammenschlußvorhaben nicht untersagt

46 Bertelsmann AG, Gütersloh

Offset-, Tiefdruck

Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (100%) an der

Ch. Belser GmbH & Co. KG, Druckerei und Verlag, Stuttgart

Lohntiefdruck

Zusammenschlußvorhaben nicht untersagt

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
47 1.	Gustav und Grete Schickedanz KG, Fürth	Versandhandel	
2.	Bertelsmann AG, Gütersloh	Offset-, Tiefdruck	
	Beabsichtigter Anteilserwerb (25 %, Gemeinschafts- unternehmen) an der		
	Ch. Belser GmbH & Co. KG, Stuttgart	Lohntiefdruck	Zusammenschlußvor- haben nicht untersagt

VI b. Diversifikation von Presseunternehmen in den Buchmarkt und Markt für Romanhefte

48	Koralle Verlag GmbH, Berlin (Axel Springer Gesellschaft für Publizistik KG, Berlin)	Periodische Unterhaltungs- publikationen (Zeitungen, Zeitschriften aller Art, Bücher, Romanhefte, Film-, Fernsehproduktion)	keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Kontroll- pflicht (§ 24 Abs. 8 Nr. 2)
	Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (100 %) an der Element Bau GmbH, Elze	Romanheftreihen	
49	Verlag Ullstein GmbH, Frankfurt (Axel Springer Gesellschaft für Publizistik KG, Berlin)	Buchverlag (Zeitungen, Zeitschriften aller Art, Bücher, Romanhefte, Film-, Fernsehproduktion)	vollzogener Zusammenschluß im Pressebereich nicht untersagt im Buch- bereich keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Kontroll- pflicht (§ 24 Abs. 8 Nr. 2)
	Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (90 %) an der Gebr. Mann Verlag GmbH & Co. KG, Berlin	Wissenschaftlicher Buch- verlag, Kunstblätter	
50 1.	Harlequin Enterprises GmbH, Berlin (Harlequin Enterprises Ltd. Toronto, Canada)	Vertrieb von Zeitschriften, Büchern (Bücher, Romanhefte, Musik-, Film-, Titelrechte, Lizenzen)	
2.	Koralle Verlag GmbH, Berlin (Axel Springer Gesellschaft für Publizistik KG, Berlin)	Periodische Unterhaltungs- publikationen (Zeitungen, Zeitschriften aller Art, Bücher, Romanhefte, Film-, Fernsehproduktion)	
	Anteilserwerb (50 %, Gemeinschaftsunternehmen) an der Cora Verlag GmbH & Co., Berlin	Romanheftreihen Julia, Romana, Bianca	vollzogener Zusammenschluß nicht untersagt
51	Verlagsgruppe Bertelsmann GmbH, Gütersloh (Bertelsmann AG, Gütersloh)	Verlags-, Druck-, Phonoer- zeugnisse aller Art (Buch-, Zeitschriften-, Musik- verlag, Druckereierzeugnisse)	vollzogener Zusammenschluß im Pressebereich nicht untersagt, im Buch- bereich keine Anwen- dung des Gesetzes wegen fehlender Kontrollpflicht (§ 24 Abs. 8 Nr. 2)
	Erwerb je einer Mehrheitsbeteiligung (94 % bzw. 100 %) an der		
	a) Wilhelm Goldmann Verlag GmbH, München	Taschenbuchverlag	
	b) Cenfa AG, Zug, Schweiz	Abschluß, Verwertung von Autoren-, Verlagsverträgen	

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
52	N. V. Uitgeversmaatschappij Elsevier, Amsterdam Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (100%) an der Edicom N. V., Den Haag	Verlagserzeugnisse aller Art; Inland: Fachzeitschriften, -bücher aus technischen Bereichen Bücher aller Art	Prüfung noch nicht abgeschlossen
53	Coron Verlag Monika Schoeller, Zürich (Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH, Stuttgart) Anteilserwerb (49%) an der Kindler Verlag AG, Zürich	Buch-, Taschenbuchverlag (Buch-, Schallplattengemein- schaft, Buch-, Zeitungs-, Zeit- schriftenverlag) Buchverlag	Unternehmensverbin- dung zur Holtzbrinck- Gruppe noch nicht abschließend geklärt
54	Deutsche Bücherbund GmbH & Co., Stuttgart (Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck, Stuttgart) Anteilserwerb (49%) an der Verwaltungs-Verlag GmbH, Verlag für staatliche und Kommunale Veröffentlichungen & Co. Betriebs KG, München	Buch-, Schallplattengemein- schaft (Buch-, Schallplattengemein- schaft, Buch-, Zeitungs-, Zeit- schriftenverlag) Stadtpläne, Kreiskarten, Faltpläne, Druckerei	Prüfung noch nicht abgeschlossen
55	Schlütersche Verlagsanstalt und Druckerei, Hannover Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (100%) an der Kommunikation und Wirtschaft GmbH, Oldenburg	Handwerkszeitungen, -zeit- schriften, Tierarztzeitschriften, u. a. Nordwestdeutsches Handwerk (66 000) Buchreihen, Adreßbücher	keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Kontroll- pflicht (§ 24 Abs. 8 Satz 1 GWB)
56	1. Verlagsgruppe Bertelsmann International GmbH, Gütersloh (Bertelsmann AG, Gütersloh) 2. IFI International S. A., Luxemburg (Agnelli- Gruppe) Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (51 %, Gemein- schaftsunternehmen) an der IFINT-USA Inc./Bantam Books Inc., New York/ Transworld Publishers Ltd., London	Beteiligungsgesellschaft (Buch-, Zeitschriften-, Musik- verlag, Druckereierzeugnisse) Beteiligungsgesellschaft, Taschenbuchverlag, Autoren-, Titelrechte	Prüfung noch nicht abgeschlossen
57	1. Verlagsgruppe Bertelsmann GmbH, Gütersloh (Bertelsmann AG, Gütersloh) 2. IFI, Turin (Agnelli-Gruppe) Beabsichtigter Anteilserwerb (30%, Gemeinschafts- unternehmen) an der Fratelli Fabbri Editori S. p. A., Mailand	Verlags-, Druck-, Phono- erzeugnisse aller Art (Buch-, Zeitschriften-, Musik- verlag, Druckereierzeugnisse) Beteiligungsgesellschaft (Industrieerzeugnisse aller Art) Lexika, Kunstbücher, Reihenwerke und sonstige Verlagserzeugnisse aller Art	Prüfung noch nicht abgeschlossen

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
58	Verlagsgruppe Bertelsmann GmbH, Gütersloh (Bertelsmann AG, Gütersloh) Erhöhung der Beteiligung (49%) auf eine Mehrheits- beteiligung (100%) an der Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler KG, Wiesbaden	Verlags-, Druck-, Phono- erzeugnisse aller Art (Buch-, Zeitschriften-, Musik- verlag, Druckereierzeugnisse) Wirtschaftliche Fachbücher, -zeitschriften, -lehrgänge	Prüfung noch nicht abgeschlossen
59 1.	Verlagsgruppe Bertelsmann GmbH, Gütersloh (Bertelsmann AG, Gütersloh)	Verlags-, Druck-, Phono- erzeugnisse aller Art (Buch-, Zeitschriften-, Musik- verlag, Druckereierzeugnisse)	im Buchbereich keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Kontroll- pflicht (§ 24 Abs. 8 Nr. 2)
2.	Albert W. Herrnberger Anteilserwerb (49%, Gemeinschaftsunternehmen) an der		
	a) Verlag Herrnberger KG, München b) PRO Gesellschaft für graphische Produktion Herrnberger & Co., München	Bücher, kartografische Erzeugnisse für Werbe- zwecke Satz-, Druckerzeugnisse	

Vlc. Diversifikation von Presseunternehmen in Buchgemeinschaften

60	Deutscher Bücherbund KG, Stuttgart (Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH, Stuttgart) Abschluß eines Betriebsüberlassungsvertrages mit der Fackel Buchklub Verlags- und Vertriebs GmbH (Buch- und Schallplatten-Clubmitglieder)	Buch-, Schallplattengemein- schaft (Buch-, Schallplattengemein- schaft, Buch-, Zeitungs-, Zeit- schriftenverlag) Herstellung, Vertrieb von Büchern (Buch- und Schallplatten- Clubmitglieder)	keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Kontroll- pflicht (§ 24 Abs. 8 Nr. 2)
61 1.	Axel Springer Verlags AG, Berlin (Axel Springer Gesellschaft für Publizistik KG, Berlin)	Hörzu (4,2 Millionen) (Zeitungen, Zeitschriften aller Art, Buchverlag, Film-, Fern- sehproduktion)	
2.	Deutscher Bücherbund KG, Stuttgart (Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH, Stuttgart) Anteilserwerb (50%, Gemeinschaftsunternehmen) an der neugegründeten Hörzu-Buchservice GmbH & Co. KG, Stuttgart	Buch-, Schallplattengemein- schaft (Buch-, Schallplattengemein- schaft, Buch-, Zeitungs-, Zeit- schriftenverlag) Werbung für Buchgemein- schaft	Zusammenschlußvor- haben nicht untersagt

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbenen/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
62	Bertelsmann AG, Gütersloh Anteilserwerb Verlag Plaza y Janes, Barcelona	Verlagserzeugnisse aller Art Buch-, Schallplattengemein- schaft Buch-, Schallplattengemein- schaft, Buchvertrieb, Lizenzen	keine Anwendung des Gesetzes wegen § 98 Abs. 2 (Inlandsauswirkung)

VI d. Diversifikation von Presseunternehmen in den Bereich Neue Medien

63	1) Burda GmbH, Offenburg 2) Ferenczy Verlag AG, Zürich 3) Ringier & Co. AG, Zofingen 4) Ullstein AV Produktions- und Vertriebsgesellschaft mbH, Berlin (Axel Springer Gesellschaft für Publizistik KG, Berlin) 5) Droemersch Verlagsgesellschaft, München 6) Intervisa GmbH, Hamburg (BAT) Vereinbarung zur gemeinsamen Beherrschung der neugegründeten Studiengesellschaft für neue Medien AG, Zürich	Verlagserzeugnisse aller Art Herstellung und Vertrieb von Ton- und Bildträgern Beteiligung an der Studien- gesellschaft für audiovisuelle Medien GmbH, Wien	 Zusammenschlußstat- bestand noch nicht abschließend geklärt
64	1) Republik Österreich 2) Kabel-TV-Wien-Studien und Forschungsgesell- schaft für Kabelfernsehen GmbH, Wien 3) Österreichischer Rundfunk Wien 4) Vienna Mediengesellschaft mbH & Co. KG, Wien 5) Studiengesellschaft für neue Medien AG, Zürich Vereinbarung zur gemeinsamen Beherrschung der neugegründeten Studiengesellschaft für audiovisuelle Medien GmbH, Wien	 Forschung und Dokumen- tation der neuen Medien- formen	 Zusammenschlußstat- bestand noch nicht abschließend geklärt

VI e. Diversifikation von Presseunternehmen in sonstige Bereiche

65	Management Travel GmbH, Frankfurt/M. (Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt/M.) Anteilserwerb (40%) an der Inter Air Voss Reisen GmbH, Frankfurt/M.	Reisebüro (Fachzeitschriften in diversen Bereichen) Reisebüro	vollzogener Zusammen- schluß im Pressebereich nicht untersagt im Reisebürobereich keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Kontroll- pflicht (§ 24 Abs. 8 Nr. 2)
----	---	--	--

Lfd. Nr.	Erwerber (Konzernobergesellschaft) Zusammenschlußform Erworbener/Veräußerer (Vermögensteil)	Art des Geschäftsbetriebes bzw. betroffene Zeitungen und Zeitschriften (Auflage) sonstige betroffene Märkte	Ergebnis der kartell- rechtlichen Prüfung
(1)	(2)	(3)	(4)
66	1. Gruner + Jahr AG & Co., Itzehoe (Bertelsmann AG, Gütersloh) 2. Herbert Schulzen, Bad Schwalbach 3. Kolloid Chemie GmbH, Heidenrod Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (70%) bzw. Beteiligung (30 %, Gemeinschaftsunternehmen) an der neugegründeten Polytransfer Print GmbH & Co. KG, Itzehoe	Zeitschriften aller Art, Druckereierzeugnisse (Buch-, Zeitschriften-, Musik- verlag, Druckereierzeugnisse) Transferdruckfarben Textildruck nach Thermo- Transferdruckverfahren	 keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Kontroll- pflicht (§ 24 Abs. 8 Nr. 2)
67	Display-Werk Sarstedt Werbemittel-Herstellungsgesellschaft mbH, Sarstedt (Verlagsgesellschaft Madsack & Co., Hannover) Abschluß eines Betriebsüberlassungsvertrages mit der Fritz Kammler, Sarstedt	Werbemittel (HAZ-Hannoversche All- gemeine Zeitung - 211 000) Werbemittel	 keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Kontroll- pflicht (§ 24 Abs. 8 Nr. 2)
68	Carl-Gust. Vogel OHG, Würzburg Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an der Becker & Van Hüllen Niederrheinische Maschinenfabrik GmbH & Co., Krefeld	spezielle Publikumszeit- schriften, Fachzeitschriften in diversen Bereichen Maschinenbau	 keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Anzeige- pflicht (§23 Abs. 1)
69	Heinz Heinrich Bauer Heinrich Bauer Verlag, Hamburg Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (74 %) an der Elba Werk, Maschinengesellschaft mbH & Co., Ettlingen	Zeitschriften, Romanhefte, Druckerzeugnisse aller Art Betonbereitungsmaschinen	 Prüfung noch nicht abgeschlossen
70	Heinz Heinrich Bauer Heinrich Bauer Verlag, Hamburg Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (94 %) an der Maschinenfabrik Otto Kaiser KG, St. Ingberg	Zeitschriften, Romanhefte, Druckerzeugnisse aller Art Kräne u. a. Baumaschinen	 keine Anwendung des Gesetzes wegen fehlender Kontroll- pflicht (§ 24 Abs. 8 Nr. 2)
71	Heinrich Bauer Verlag, Hamburg Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung (95 %) an der Optyl S. A., Zug	Zeitschriften, Romanhefte, Druckerzeugnisse aller Art Brillen, Brillenfassungen	 Prüfung noch nicht abgeschlossen

Übersicht über Mehrfacherwerbe nach Pressemärkten
und sonstigen Bereichen

Anlage B

Erwerber	Anzahl insgesamt	I. Tageszeitungen		II. Anzeigenblätter		III. Publikumszeit-schriften		IV. Fachzeit-schriften		V. Presse-vertrieb		VI. Diversifikation davon in:					
		Anzahl lfd. Nr.		Anzahl lfd. Nr.		Anzahl lfd. Nr.		Anzahl lfd. Nr.		Anzahl lfd. Nr.		Anzahl insgesamt	Druck	Buch	Buchge-meinsch.	Neue Medien	Sonstige
		Anzahl	lfd. Nr.	Anzahl	lfd. Nr.	Anzahl	lfd. Nr.	Anzahl	lfd. Nr.	Anzahl	lfd. Nr.		a	b	c	d	
1 Bertelsmann AG, Gütersloh	17	-	-	-	-	4 22 24 25 28		2 37 38		1 43		10	45 46 47	51 56 57 58 59	62		66
2 Axel Springer Gesellschaft für Publizistik AG, Berlin	9	1	3	2 11 15		1 26		-	-	-	-	5		48 49 50	61	63	
3 Verlagsgruppe Georg von Holzbrinck GmbH, Stuttgart	5	-	-	-	-	2 23 27		-	-	-	-	3		54	60 61		
4 NDU-Nederlandse Dagblad Unie N.V., Rotterdam	5	-	-	2 12 14		3 20 21 30		-	-	-	-	-					
5 Heinrich Bauer bzw. Heinrich Bauer Verlag, Hamburg	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3					69 70 71
6 Rheinisch-Bergische Druckerei u. Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf	3	2	2 7	1 13		-	-	-	-	-	-	-					
7 W. Girardet KG, Düsseldorf	3	2	2 7	1 13		-	-	-	-	-	-	-					
8 Kluwer N.V., Deventer	3	-	-	-	-	3 31 33 36		-	-	-	-	-					
9 Burda GmbH, Offenburg	2	-	-	-	-	-	-	-	-	1 41		1				63	
10 Süddeutscher Verlag, München	2	-	-	2 17		-	-	-	-	-	-	-					
11 Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt/M.	2	-	-	-	-	-	-	1 39		-	-	1					65
12 Gustav u. Grete Schickedanz KG, Fürth	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	45 47				
13 Dr. Jürgen Christ, Frankfurt/M.	2	-	-	-	-	2 20 30		-	-	-	-	-					
14 Mittrich & Wolf GmbH, Hamburg	2	-	-	2 12 14		-	-	-	-	-	-	-					

Anlage C

Übersicht über die Verfahren nach §§ 23, 24 und 24a

Pressemärkte und sonstige betroffene Bereiche	Anzahl der erfaßten Zusammenschlüsse	Anzeigepflicht					
		nach allgemeinen Kriterien	nach pressespezifischen Kriterien ¹⁾	nicht anzeigepflichtig	insgesamt anzeigepflichtig	nicht kontrollpflichtig	insgesamt kontrollpflichtig
I. Tageszeitungen	10	5	5	-	10	-	10
II. Anzeigenblätter	9	4	5	-	9	-	9
III. Publikumszeitschriften	11	6	4	1	10	-	10
IV. Fachzeitschriften	10	3	5	2	8	1	7
V. Pressevertrieb	4	2	2	-	4	-	4
VI. Diversifikation	27	23	2	2	25	12	13
davon in							
a) Druckbereich	3	3	-	-	3	-	3
b) Buch-, Romanheftmärkte	12	12	-	-	12	7	5
c) Buchgemeinschaften	3	2	-	1	2	1	1
d) Neue Medien	2	2	-	-	2	-	2
e) sonstige Bereiche	7	4	2	1	6	4	2
Insgesamt	71	43	23	5	66	13	53

¹⁾ § 23 Abs. 1 Satz 7: Bei Unternehmen, deren Geschäftsbetrieb ganz oder teilweise im Verlag, in der Herstellung oder im Vertrieb von Zeitungen oder Zeitschriften oder deren Bestandteilen besteht, ist insoweit das Zwanzigfache der Umsatzerlöse in Ansatz zu bringen.

²⁾ § 24 Abs. 9: § 24 Abs. 8 Satz 1 Nr. 2 (Anschlußklausel) und Nr. 3 (Regionalklausel) ist nicht anzuwenden, soweit durch den Zusammenschluß der Wettbewerb beim Verlag, bei der Herstellung oder beim Vertrieb von Zeitungen oder Zeitschriften oder deren Bestandteilen im Sinne des Absatzes 1 (Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung) beschränkt wird.

³⁾ Bei den in Klammern gesetzten Zahlen handelt es sich um die tatsächlichen präventiv kontrollpflichtigen Zusammenschlußvorhaben: darin sind die Fälle enthalten, die bereits nach allgemeinen Kriterien der Fusionskontrolle unterliegen würden; durch die pressspezifische Rechenklausel unterliegen diese Fälle der präventiven Fusionskontrolle.

Anlage C

Kontrollpflicht					Ergebnis der kartellrechtlichen Prüfung				
nach allgemeinen Kriterien		nur nach pressespezifischen Kriterien ^{1) 2)}		noch in wirtschaft- licher und recht- licher Prüfung	Untersagung		Vorhaben aufgegeben		keine Unter- sagung
§ 24	§ 24 a	§ 24	§ 24 a ³⁾		rechts- kräftig	nicht rechts- kräftig	wegen Unter- sagungs- absicht	aus sonstigen Gründen	
2	-	7	1(3)		5	-	1	-	
1	-	6	2(3)	5	-	1	-	1	2
3	-	7	-(3)	7	-	-	-	-	3
-	-	7	-	3	1	-	-	-	3
1	1	2	-	1	-	-	1	-	2
8	3	2	-(3)	8	-	-	-	-	5
1	2	-	-	-	-	-	-	-	3
2	1	2	-	4	-	-	-	-	1
1	-	-	-(1)	-	-	-	-	-	1
2	-	-	-(2)	2	-	-	-	-	-
2	-	-	-	2	-	-	-	-	-
15	4	31	3(12)	29	1	2	1	1	19

Anlage D

Zusammenschlüsse im Bereich der Abo-Tageszeitungen 1974 bis 1975

Lfd. Nr.	Region	Zeitpunkt	Erwerber Erworbener	betroffene Zeitungen
1	Aachen	1. Mai 1975	a) Aachener Verlagsgesellschaft mbH (AVG) b) Verlagsanstalt Cerfontaine (VAC) Neugründung der Zeitungsverlag Aachen GmbH (ZVA) Pachtverträge	Aachener Volkszeitung (98 000) Aachener Nachrichten (49 000) gemeinsamer Verlag der Volkszeitung und der Nachrichten
2	Stuttgart	Anfang 1974	Stuttgarter Zeitungsverlag Mehrheitsbeteiligung an der Stuttgarter Nachrichten GmbH	Stuttgarter Zeitung (STZ) 164 000 Stuttgarter Nachrichten (STN) 74 000
3	Stuttgart/Ulm	1. Juli 1974	1. a) Zeitungsverlags- und Druckhaus GmbH, Göppingen (ZDV) b) J. Ebner, Graphische Betriebe, Ulm 2. Zeitungsverlags- und Druckhaus GmbH, Göppingen, Anteilserwerb an der Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG, Ulm	Neue Württemberger Zeitung 38 000 Südwest Presse (SWP) 320 000
4	Stuttgart	November 1974	Stuttgarter Verlagsgesellschaft Eberle GmbH & Co. (Stuttgarter Zeitung) Anteilserwerb (50%) an der Leonberger Kreiszeitung Willy Reichert	Leonberger Kreiszeitung Willy Reichert 11 000
5	NRW	März 1974	Brost + Funke KG Erhöhung einer Beteiligung auf eine Mehrheitsbeteiligung an der Westfalenpost GmbH, Hagen	WAZ 630 000 Westfalenpost 146 000
		März 1975	Anteilsübertragung auf die WAZ GmbH	
6	NRW	September 1974	Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlag Brost + Funke (WAZ GmbH), Essen Erwerb des Vermögens der Westfälischen Verlagsgesellschaft mbH, Dortmund, zu einem wesentlichen Teil	Westfälische Rundschau 216 000
7	NRW	November 1974	WAZ GmbH; Mehrheitsbeteiligung an der Flothmann KG, Velbert	Velberter Zeitung 15 000
8	NRW	Ende 1975/Anfang 1976	WAZ GmbH, Erwerb des Vermögens der Rheinisch-Westfälische Verlagsgesellschaft mbH, Essen	NRZ 230 000 WAZ + WP + WR + NRZ 1,2 Millionen
9	Recklinghausen	1. Oktober 1975	Ruhr-Nachrichten Verlagsgesellschaft mbH & Co., Dortmund Anteilserwerb an der J. Bauer KG, Merl	Ruhr-Nachrichten 230 000 Recklinghauser Zeitung 66 000
10	Hannover	Ende 1974/Anfang 1975	1. a) Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft, Hamburg (DDVG), b) Dietrich Oppenberg Anteilserwerb an der Madsack & Co., Hannover 2. Madsack & Co., Hannover Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an der Neue Hannoversche Zeitung GmbH & Co.	Hannoversche Allgemeine Zeitung (HAZ) 180 000 Neue Hannover-Presse (NHP) 70 000

Anlage D

Auswirkungen auf den Pressemärkten	Gründe für das Fehlen der Anzeige- bzw. Kontrollpflicht
Entstehung eines regionalen Tageszeitungsmonopols, da der einzige Wettbewerber, die Aachener Ausgabe der NRZ, 1975 eingestellt wurde;	anzeigepflichtig, wenn wesentlicher Teil des Geltungsbereichs; nicht kontrollpflichtig, da Umsatz von 500 Millionen nicht erreicht wurde
Die Zusammenschlüsse Nr. 2 bis 4 kennzeichnen den Aufbau der Stuttgarter/Ulmer Zeitungsgruppe. Der Zusammenschluß STZ/STN führt zu einem lokalen MA von 90 % und zu einem bedeutenden regionalen MA. Über die Gruppe Württemberger Verleger sind eine Reihe von Verlegern der Region mit zusammen 43,57 % an der Holding Stuttgarter Zeitungsverlag GmbH beteiligt; dafür wurden der STZ Beteiligungen an den einzelnen Verlagen eingeräumt. Die vielfältigen Verbindungen dieser Zeitungen zur STZ erstrecken sich auf Herstellung, Redaktion (Mantel) und Anzeigengeschäft. Mit ebenfalls 43,57 % ist die Rheinpfalz an der STZ beteiligt (nach dem Ausscheiden von Luise Madsack, HAZ). Über die Beteiligung an dem Göppinger Verlag (ZVD) mit 50 % ist die STZ mit der Südwest Presse Ulm (SWP), verflochten. Die bisher von ZDV verlegte Neue Württembergische Zeitung erscheint als Unterausgabe der Südwest Presse in dem neu gegründeten SWP-Verlag Neue Pressegesellschaft Ulm, an der das Gemeinschaftsunternehmen zwischen dem bisherigen SWP-Verleger Ebner und dem ZVD, die Neue Pressegesellschaft mbH Göppingen, als Komplementär fungiert. ZVD selbst hat an dem Ulmer Südwest Presse-Verlag einen Anteil von 50 %. Der andere Gesellschafter, Ebner, ist seinerseits über die Gruppe Württemberger Verleger an der STZ beteiligt. Damit erreicht die Zeitungsgruppe Stuttgart/Ulm folgende Auflagenhöhe: Stuttgarter Gruppe: 469 000 Südwest Presse: 320 000 Die Südwest Presse ist in der Region Ulm/Göppingen sowie in Tübingen, Zollernalbkreis und Schwäbisch Hall marktbeherrschend.	Kompliziertheit der Unternehmensverbindungen; Anzeigepflicht aufgrund von MA umstritten; keine 500 Millionen Umsatz
Innerhalb von knapp 2 Jahren hatte die WAZ-Gruppe einen Auflagenzuwachs von ca. 600 000 Exemplaren zu verzeichnen. In den 20 Jahren vor 1974 wurden 11 Zeitungstitel mit einer Gesamtauflage von über 130 000 Exemplaren übernommen. Die Zusammenschlüsse von 1974/75 haben der WAZ-Gruppe von Kleve bis Siegen marktbeherrschende Stellungen auf zahlreichen Lokalmärkten und darüber hinaus auf regionalen Märkten, insbesondere im Ruhrgebiet, verschafft. Damit ist die bisher noch wettbewerblich strukturierte Presselandschaft in großen Teilen Nordrhein-Westfalens zerstört worden.	anzeigepflichtig, unter 500 Millionen
	angezeigt, unter 500 Millionen
	angezeigt, unter 500 Millionen
	anzeige- und kontrollpflichtig, freiwillig nach § 24 a angemeldet
Einstellung von 3 Lokalausgaben der RN; Keine redaktionelle Kooperation; Vertriebskooperation	angezeigt, unter 500 Millionen
Verbesserung der Wettbewerbsposition von Ruhr-Nachrichten und Recklinghauser Zeitung gegenüber der WAZ-Gruppe	
Lokalmonopol in Hannover; Ausbau der marktbeherrschenden Stellung der HAZ in der Region; lediglich eigener Lokalteil der NHP	angezeigt, uner 500 Millionen, wobei allerdings die Unternehmensverbindung der DDVG mit der SPD noch nicht vollständig geklärt ist

Lfd. Nr.	Region	Zeitpunkt	Erwerber Erworbener	Betroffene Zeitungen
11	Bremen	25. Juli 1974	Weserkurier GmbH Erwerb einer Mehrheits- beteiligung an dem Verlag Schünemann & Partner	Weser-Kurier 159 000 Bremer Nachrichten 80 000
12	Trier	1. April 1974	Trierischer Volksfreund GmbH, Trier Mehrheitsbeteiligung an der Trierische Landeszeitung	Trierischer Volksfreund 96 000 Trierische Landeszeitung 19 000
13	Fulda	1. April 1974	Fuldaer Zeitung Parzellen & Co. Erwerb eines wesentlichen Teils des Vermögens der Volkszeitung	Fuldaer Zeitung 36 000 Fuldaer Volkszeitung 16 000
14	Ingolstadt	1. Januar 1975	Süddeutscher Verlag GmbH, München Anteilserwerb an der Donau Kurier KG, Ingolstadt	Süddeutsche Zeitung 350 000 Donaukurier 63 000
15	Marne (Dithmarschen)	22. Dezember 1974	Rundschau KG, Itzehoe, Erwerb des Vermögens der OHG G. Probst, Marne, zu einem wesentlichen Teil	Norddeutsche Rundschau 32 000 Marner Zeitung 2 500
16	Rendsburg/Itzehoe	1975	Eider Verlag Heinz Mötter KG, Rendsburg, Erwerb des Vermögens der Rundschau KG, Itzehoe, zu einem wesentlichen Teil	Schleswig-Holsteinische Landeszeitung 32 000

Auswirkungen auf den Pressebereich	Gründe für das Fehlen der Anzeige- bzw. Kontrollpflicht
lokales Tageszeitungsmonopol in Bremen; Zwangskombination im Bremer Anzeigenblock Einstellung der Wümme-Zeitung (5 100)	nicht anzeigepflichtig, da kein wesentlicher Teil des Geltungsbereichs, unter 500 Millionen
Vorgeschichte der Fusion: Weser-Kurier hat jahrelang den Abo-Bezugspreis auf 6,- DM eingefroren (niedrigster Preis in der Bundesrepublik)	
Lokalmonopole und regionales Monopol in der Region Trier/Mosel/Eifel	nicht anzeigepflichtig, da kein wesentlicher Teil des Geltungsbereichs, unter 500 Millionen
Entstehung eines lokalen und regionalen Zeitungsmonopols in der Region Fulda	nicht anzeigepflichtig, da kein wesentlicher Teil des Geltungsbereichs, unter 500 Millionen
Auswirkungen auf den Wettbewerb bisher nicht spürbar; Option auf eine Mehrheitsbeteiligung	nicht anzeigepflichtig, da kein wesentlicher Teil des Geltungsbereichs, unter 500 Millionen
keine	nicht anzeigepflichtig, da kein wesentlicher Teil des Geltungsbereichs
Die Rundschau KG, eine Tochtergesellschaft des Heinrich Bauer Verlags, wurde im Gegenzug gegen die Überlassung der bisher von Möller herausgegebenen Fernsehzeitschrift „Schalt ein / Telestar“ (520 000) an die Möller KG veräußert. Wettbewerbliche Auswirkungen im Tageszeitungsbereich gering	nicht anzeigepflichtig, da kein wesentlicher Teil des Geltungsbereichs