

Kartellrecht KVR 12/06 - BGH bestätigt Verbot des Erwerbs des vollständigen Anteils an National Geographic durch Gruner+Jahr

Die deutschsprachige Ausgabe von "National Geographic" wird seit 1999 von einem Gemeinschaftsunternehmen herausgegeben, an dem Gruner+Jahr und ein spanisches Medienunternehmen zu gleichen Teilen [beteiligt](#) sind. Gruner+Jahr beabsichtigt, die von dem spanischen Medienunternehmen gehaltenen Anteile zu erwerben. Das Bundeskartellamt hat das von Gruner+Jahr angemeldete Zusammenschlussvorhaben untersagt. Das Oberlandesgericht Düsseldorf hat die hiergegen von den Zusammenschlussbeteiligten eingelegte Beschwerde zurückgewiesen.

Der Kartellsenat des Bundesgerichtshofs hat in dem heute verkündeten Beschluss die gegen diese Entscheidung eingelegte Rechtsbeschwerde von Gruner+Jahr zurückgewiesen. Für die Entscheidung spielte die Frage eine zentrale Rolle, wie der sachliche Markt, auf dem Gruner+Jahr mit den Zeitschriften "GEO" und "National Geographic" tätig ist, abzugrenzen ist. Der Bundesgerichtshof ist dabei in Übereinstimmung mit dem Bundeskartellamt und dem OLG Düsseldorf von dem Lesermarkt für populäre Wissensmagazine ausgegangen, zu dem die von Gruner+Jahr herausgegebenen Zeitschriften "GEO", "P.M" und "National Geographic" sowie die Zeitschriften "Spektrum der Wissenschaft", "Bild der Wissenschaft" und "Natur und Kosmos" zu rechnen sind.

Bei "National Geographic" handele es sich um eine so genannte "Special-Interest"-Zeitschrift, die sich durch ihre auf das Leserinteresse an (fremden) Landschaften und Kulturen gerichtete Reise- und Exkursionsberichte und durch besonders aufwendige Fotostrecken auszeichne. Wesentlich für den Kauf einer solchen Zeitschrift sei in der Regel der jeweilige thematische Bild- und Textschwerpunkt; es sei deshalb anerkannt, dass innerhalb des Marktes der Publikumszeitschriften solche Titel eigene Teilmärkte bildeten.

Für die Abgrenzung des sachlichen Marktes seien die Grundsätze des Bedarfsmarktkonzeptes maßgeblich. Danach komme es darauf an, welche Produkte bei der Kaufentscheidung als zur Befriedigung gleichartiger Bedürfnisse geeignet in Betracht gezogen würden. Dieses Konzept bedürfe aber eines Korrektivs. Es müsse berücksichtigt werden, dass [Unternehmen](#), die bislang kein austauschbares Produkt anböten, in der Lage seien, ihr Angebot bei Vorliegen günstiger Marktbedingungen kurzfristig zu ergänzen. Eine solche Angebotsumstellungsflexibilität setze allerdings voraus, dass die Umstellung kurzfristig und mit wirtschaftlich vertretbarem Aufwand möglich sei. Die großen Tages- und Wochenzeitungen, von denen immer wieder Pilotprojekte für neue Wissensmagazine gestartet würden, müssten insofern außer Betracht bleiben, weil die Umstellung der Zeitungsverlage auf neue Wissensmagazine einen erheblichen Investitionsaufwand erfordere. Die wettbewerblichen Impulse, die von solchen Projekten ausgingen, seien deshalb nicht bei der Marktabgrenzung heranzuziehen, sondern erst bei Beantwortung der Frage, ob Gruner+Jahr eine überragende Marktstellung inne habe.

Auf dem danach allein relevanten Lesermarkt für populäre Wissensmagazine habe Gruner+Jahr eine marktbeherrschende Stellung. Nach den Feststellungen des Beschwerdegerichts habe der Marktanteil der von ihr (mit-)herausgegebenen Titel im Jahre 2003 bei etwa 75% gelegen. Diesem hohen Marktanteil sei nicht nur wegen seiner absoluten Größe, sondern auch deswegen besondere Bedeutung beizumessen, weil der Abstand zu den Wettbewerbern beträchtlich sei. Diese Marktstellung von Gruner+Jahr werde durch die

latente Neigung großer Zeitungsverlage, ihre Ressourcen im Bereich des Wissenschaftsjournalismus zu nutzen, um neue Wissensmagazine auf den Markt zu bringen, nicht in entscheidender Weise relativiert. Diese Vorstöße betreffen vor allem die Wissensmagazine, die sich durch ein breites Spektrum populärwissenschaftlicher Beiträge aus den Bereichen Naturwissenschaft und Technik auszeichneten. Die beiden Titel "GEO" und "National Geographic", mit denen Gruner+Jahr bereits einen Marktanteil von nahezu 50% erreichte, nähmen demgegenüber mit ihren aufwendig bebilderten Reise- und Exkursionsberichten eine Sonderstellung unter den Wissensmagazinen ein, die durch den potentiellen [Wettbewerb](#), der von weiteren Wissensmagazinen ausgehen könnte, nicht gefährdet werde.

Der beabsichtigte Vollerwerb des Gemeinschaftsunternehmens führt nach Auffassung des Bundesgerichtshofs zu einer Verstärkung der Stellung von Gruner+Jahr in rechtlicher und tatsächlicher Hinsicht. Gruner+Jahr würden hierdurch Verhaltensspielräume eröffnet, die sie aufgrund der teilweise gegenläufigen Interessenlage bislang nicht habe nutzen können.

BGH-Beschluss vom 16. Januar 2007 – [KVR 12/06](#) – [National Geographic II](#); PM 07/2007

Bundeskartellamt, Beschluss vom 3. August 2004 – B 6 – 045/04, WuW/E DE-V 955

OLG Düsseldorf, Beschluss vom 15. Juni 2005 – VI Kart 25/04 (V), WuW/E DE-R 1501

Hinweis:

Bereits am 7. Oktober 2006 hatte der Kartellsenat entschieden, dass der [Vertrag](#), mit dem das deutsch-spanische Gemeinschaftsunternehmen Ende der neunziger Jahre die Lizenz für eine deutschsprachige Ausgabe von "National Geographic" erworben hatte, nicht unter die Zusammenschlusskontrolle fiel (vgl. BGH, Beschl. v. 10.10.2006 – KVR 32/05, Pressemitteilung 134/2006).