
Datum: 15.06.2005
Gericht: Oberlandesgericht Düsseldorf
Spruchkörper: Kartellsenat
Entscheidungsart: Beschluss
Aktenzeichen: VI-Kart 25/04 (V)
ECLI: ECLI:DE:OLGD:2005:0615.VI.KART25.04V.00

Tenor:

I. Die sofortigen Beschwerden der Beteiligten zu 1. und zu 3. gegen den Beschluss des Bundeskartellamtes vom 3. August 2004 (B 6 - 045/04) werden zurückgewiesen.

II. Die Kosten des Beschwerdeverfahrens einschließlich der dem Bundeskartellamt entstandenen Auslagen werden den Beteiligten zu 1. und 3. auferlegt.

III. Der Beschwerdewert wird auf 7,5 Mio EUR festgesetzt.

Gründe:

I.

Die Beteiligte zu 2. ist ein paritätisches Gemeinschaftsunternehmen, dessen Geschäftsanteile zu jeweils 50 % von der Beteiligten zu 1. und der Beteiligten zu 3. gehalten werden. Die Beteiligte zu 2. ist seit 1999 Herausgeberin der deutschsprachigen Ausgabe der Zeitschrift "N. G.". Die Herausgaberechte erwarb sie durch Lizenzvertrag mit der N. G. S. vom 01.02.1999.

Die Beteiligte zu 1. beabsichtigt, die von der Beteiligten zu 3. gehaltenen Anteile an der Beteiligten zu 2. in Höhe von 50 % zu erwerben.

Mit Beschluss vom 3. August 2004 hat das Bundeskartellamt das mit Schreiben vom 26. April 2004 angemeldete Zusammenschlussvorhaben untersagt. Der Tatbestand des

1

2

3

4

5

Kontrollerwerbs nach § 37 Abs. 1 Nr. 2 GWB sei erfüllt. Der beabsichtigte Anteilerwerb der Beteiligten zu 1. führe dazu, dass das bislang gemeinsam kontrollierte Gemeinschaftsunternehmen künftig allein von der Beteiligten zu 1. kontrolliert werde. Hierdurch werde ihre marktbeherrschende Stellung auf dem Lesermarkt für populäre Wissenszeitschriften in Deutschland verstärkt. Die Zeitschrift "N. G." sei dem Lesermarkt für Publikumszeitschriften und innerhalb dieses Marktes nach dem gemeinsamen speziellen Interessengebiet der Leser dem Bereich der populären Wissensmagazine zuzuordnen. Hierzu gehörten die Zeitschriften, deren Schwerpunkt bei anspruchsvoller, authentischer Berichterstattung über fremde Länder und Kulturen bzw. über Geografie, Natur und Umwelt liege. In räumlicher Hinsicht sei der Markt durch die geografische Grenze des Erscheinungsgebietes begrenzt. Dies sei in ökonomischer Hinsicht der deutschsprachige Raum; rechtlich sei der Markt auf den Geltungsbereich des GWB beschränkt.

Nach den Ermittlungen des Bundeskartellamtes ergibt sich auf dem betroffenen Lesermarkt für das Jahr 2003 folgende Marktstruktur: 6

Titel Verlag Gründungs- Ew.p.a. Auflage Marktanteil 7

jahr in % 8

G. G. 1976 12 380.000 29,8 9

P. G. 1978 12 335.000 26,2 10

N. G. 1999 12 247.000 19,3 11

Summe: 962.000 75 12

S. d. v. H. 1978 12 100.500 7,9 13

a. 14

B. d. W. K. 1964 12 114.328 9,0 15

N. & K. K. 1999 12 100.105 7,8 16

Summe 314.933 25 17

Gesamtmarkt 1.276.933 100 18

Die vor allem im Marktanteil von 75 % und der Finanzkraft der Beteiligten zu 1. zum Ausdruck kommende überlegene Marktstellung werde durch das Zusammenschlussvorhaben weiter abgesichert und verstärkt. Nach Ausscheiden der Beteiligten zu 3. könne sie künftig alle Entscheidungen des Gemeinschaftsunternehmens allein treffen und die Geschäfte bestimmen, ohne auf die Interessen der Beteiligten zu 3. Rücksicht nehmen zu müssen. Hierdurch würden neue, zusätzliche strategische Möglichkeiten eröffnet. Wettbewerbsmaßnahmen zwischen den drei von ihr herausgegebenen Zeitschriften könnten aufeinander abgestimmt und nachstoßender Wettbewerb noch besser als bisher abgewehrt werden. 19

Gegen die Untersagungsverfügung haben sowohl die Beteiligte zu 1. als auch die Beteiligte zu 3. Beschwerde eingelegt. Ihrer Meinung nach entspricht die vorgenommene Marktabgrenzung nicht den tatsächlichen wettbewerblichen Gegebenheiten. Es sei vielmehr von einem einheitlichen Markt für deutschsprachige Publikumszeitschriften, die der 20

allgemeinen Information und Unterhaltung dienen, auszugehen. Darüber hinaus bestehe eine Angebotsflexibilität der Verlage und entgegen den Ausführungen des Bundeskartellamtes niedrige Marktzutrittschranken. Aber selbst bei einer engen Marktabgrenzung habe die Beteiligte zu 1. keine marktbeherrschende Stellung. Ihr Verhaltensspielraum werde insbesondere durch zahlreiche Markteintritte neuer Wettbewerber ausreichend kontrolliert. Darüber hinaus führe das Zusammenschlussvorhaben nicht zu einer Veränderung der wettbewerblichen Strukturen.	
Die Beteiligten zu 1. und 3. beantragen,	21
den Beschluss des Bundeskartellamtes vom 3. August 2004 (Az.: B6 - 045/04) aufzuheben.	22
Das Bundeskartellamt beantragt,	23
die Beschwerde zurückzuweisen.	24
Es verteidigt den angefochtenen Beschluss und tritt dem Beschwerdevorbringen mit umfangreichen Sach- und Rechtsausführungen entgegen.	25
Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die tatbestandlichen Ausführungen in dem angefochtenen Beschluss, auf die Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen sowie auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.	26
II.	27
Die zulässigen Beschwerden der Beteiligten zu 1. und 3. haben keinen Erfolg.	28
Der angemeldete Anteilserwerb, der gemäss §§ 35 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2, 37 Abs. 1 Nr. 2 GWB der Fusionskontrolle unterliegt, ist zu untersagen. Das Bundeskartellamt hat zu Recht angenommen, dass das Zusammenschlussvorhaben eine Verstärkung der marktbeherrschenden Stellung der Beteiligten zu 1. auf dem Lesermarkt für populäre Wissenszeitschriften in D. erwarten lässt (§§ 36 Abs. 1 1. Halbsatz, 19 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 GWB), ohne dass eine fusionsbedingte Verbesserung von Wettbewerbsbedingungen nachgewiesen ist, welche die Nachteile dieser Marktbeherrschung überwiegt (§ 36 Abs. 1 2. Halbsatz GWB).	29
1.	30
Ohne Erfolg wendet sich die Beschwerde gegen die sachliche Marktabgrenzung.	31
Das Bundeskartellamt hat den relevanten Markt begrenzt auf den Lesermarkt für populäre Wissenszeitschriften. Zu diesem Markt hat es außer "G.", "P." und "N. G." die Zeitschriften "S. d. W.", "B. d. W." und "N. & K." gerechnet.	32
Zutreffend ist das Bundeskartellamt bei seiner Beurteilung davon ausgegangen, dass dem relevanten Markt diejenigen Produkte zuzurechnen sind, die der Verbraucher nach Eigenschaft, Verwendungszweck und Preislage zur Deckung eines bestimmten Bedarfs als austauschbar ansieht (BGHZ 131, 107, 110 - Backofenmarkt; BGH WRP 2004, 1502, 1504 - Staubsaugerbeutelmarkt; BGH WuW/E BGH 2433, 2437 - Gruner + Jahr - Zeit). Danach ist es gerechtfertigt, als relevanten Markt den Lesermarkt für populäre Wissensmagazine anzunehmen, der Zeitschriften umfasst, deren Themenschwerpunkte (fremde Länder und Kulturen, Geografie, Natur und Umwelt) und Art der Darstellung in Schrift und Bild (anspruchsvolle Berichterstattung und Fotografie) vergleichbar sind. Es besteht - worauf das	33

Bundeskartellamt zutreffend abgestellt hat - ein typischer Bedarf an derartigen Wissensmagazinen, die für eine breite Leserschaft anspruchsvolle Themen aus der Wissenschaft verständlich darstellen.

Die Beschwerde wendet sich gegen diese Marktabgrenzung ohne Erfolg. 34

a. 35

Die vorgenommene Marktabgrenzung beruht entgegen der Ansicht der Beschwerde auf einer ausreichenden Prüfung der tatsächlichen Umstände. 36

Es ist nicht zu beanstanden, dass das Bundeskartellamt zum tatsächlichen Nachfrageverhalten der Leser keine zusätzlichen Ermittlungen in Form einer Marktstudie durchgeführt hat. Solche zusätzlichen Ermittlungen waren nicht erforderlich. 37

Der Umfang der Ermittlungen hängt von den Umständen des Einzelfalles und insbesondere von ihrer Erforderlichkeit ab. Beweiserhebungen, die nur noch der Vervollständigung dienen, aber nicht mehr zur Entscheidungsreife beitragen, sind unzulässig. 38

Ausgehend hiervon ist eine weitere Sachaufklärung zum Nachfrageverhalten der Leser nicht erforderlich. Bei der Feststellung, ob Nischen- und Spezialtitel, die inhaltlich nur einzelne Teilbereiche (z.B. Reisen, Archäologie oder Geschichte) abdecken, und andere möglicherweise in Frage kommende Presseerzeugnisse aus Sicht der Leser mit einem themenumfassenderen Wissensmagazin funktionell austauschbar sind, konnte das Bundeskartellamt auf eigene allgemeine Lebenserfahrungen seiner Mitarbeiter zurückgreifen, da diese selbst zu dem betreffenden Nachfragerkreis gehören (vgl. BGH WuW/E BGH 2433, 2437 - Gruner + Jahr - Zeit; Ruppelt in Langen/Bunte, Kommentar zum deutschen und europäischen Kartellrecht, 9. Aufl., § 19 Rn. 11). Die diesbezügliche Einschätzung des Bundeskartellamtes teilt der Senat, dessen Mitglieder gleichermaßen zum betreffenden Nachfragerkreis gehören. 39

Gestützt werden die Feststellungen des Bundeskartellamtes im übrigen durch die Ergebnisse einer Befragung der Marktgegenseite. Das Bundeskartellamt hat sich mit zwei unterschiedlichen Fragebögen an insgesamt 13 Verlage gewandt. Allerdings ist der Beschwerde darin zuzustimmen, dass die an die S. d. W. V. GmbH und den K. V. gerichtete Frage zum Markt (Abschnitt C. Nr. 1 des Fragebogens) für die Ermittlung des relevanten Marktes ungeeignet und die entsprechenden Antworten nicht verwertbar sind, weil in der Fragestellung bereits der "sachlich relevante Lesermarkt für populärwissenschaftliche Zeitschriften" vorgegeben und auf diesem Markt nach Wettbewerbern gefragt worden ist. Gleichwohl lassen sich zum Teil aus den Antworten der 11 übrigen Verlage, die einen sog. Nischentitel herausgeben, Erkenntnisse darüber gewinnen, ob sie sich als Wettbewerber zu den Wissensmagazinen "G.", "P." und "N. G." sehen. Ihnen war unter C. Nr. 3 des Fragebogens die "Möglichkeit eingeräumt worden, aus Ihrer Sicht zu dem ... Zusammenschlussvorhaben und seinen wirtschaftlichen und insbesondere wettbewerblichen Auswirkungen Stellung zu nehmen". Vier Verlage haben von dieser Gelegenheit Gebrauch gemacht und sich dahingehend geäußert, dass die von ihnen herausgegebenen Zeitschriftentitel ("A. W.", "T. R.", "m." und "m."), nach ihrer Einschätzung nicht zu dem Marktsegment Wissensmagazine gehören ("T. R.", "m.") bzw. wegen ihrer speziellen Inhalte im Vergleich zu den thematisch breiter aufgestellten Wissensmagazinen allenfalls am Rande im Wettbewerb betroffen sind ("A. W.", "m."). 40

Warum bei dieser Sachlage dennoch weitere Marktuntersuchungen unerlässlich sein sollen, hat die Beschwerde nicht aufzuzeigen vermocht. Dass das Bundeskartellamt im Bereich von Taschenbüchern und juristischen Büchern - so jedenfalls die Behauptung der Beschwerdeführerinnen - umfangreichere Ermittlungen für erforderlich gehalten hat, begründet keine Verpflichtung, jedes Mal, wenn es um die Frage nach der funktionellen Austauschbarkeit von Presseerzeugnissen geht, Ermittlungen in vergleichbarem Umfang durchzuführen. Wie bereits ausgeführt, hängt es von den Besonderheiten des jeweiligen Einzelfalles ab, ob und in welchem Umfang Ermittlungen erforderlich sind. Eine schematische Vorgehensweise scheidet aus.

b. 42

Soweit die Beschwerde geltend macht, die Zuordnung der Themenbereiche unter dem Schlagwort "populäre Wissenszeitschriften" führe nicht zu einer sachgerechten Erfassung der Wettbewerbsbeziehungen, vielmehr bestehe ein einheitlicher Markt für Zeitschriften der allgemeinen Unterhaltungs- und Informationssegmente, ist diesem Vorbringen nicht zu folgen. 43

Der Bereich allgemein unterhaltender Publikumszeitschriften ist weiter nach Publikumszeitschriften zu unterteilen, die spezielle Interessen befriedigen. Hierbei handelt es sich beispielsweise um Programmzeitschriften, Mode- oder Sportzeitschriften (Möschel in Immenga/Mestmäcker, GWB, 3. Aufl., § 19 Rn. 30). Eine Publikumszeitschrift, die sich schwerpunktmäßig mit anspruchsvollen Themen aus dem Bereich der Wissenschaft befasst, befriedigt ein spezielles Informationsinteresse der Leser. Sie wollen sich durch fachkundige und gut verständliche Berichte sowie ansprechende Bebilderung über komplexe wissenschaftliche Themen informieren. Das Interesse gerade an diesem Themenbereich und die Art der Darstellung stehen im Vordergrund. Publikumszeitschriften mit anderen Themenschwerpunkten - beispielsweise Fußball, Mode oder Kochen - oder einer anderen qualitativen Darstellung sind deshalb mit diesen Zeitschriften nicht austauschbar, da der Leser, der an populärwissenschaftlichen Themen interessiert ist, zu diesem Themenbereich gerade keine Informationen erhält, sondern zu einem Thema, das ihn nicht interessiert. 44

Nichts anderes ergibt sich aus der Entscheidung des Kammergerichts, in der ein einheitlicher Lesemarkt für Taschenbücher der allgemeinen Unterhaltungs- und Informationslektüre zu Grunde gelegt worden ist (KG WuW/E OLG 2825, 2831 f. - Taschenbücher). 45
Ausschlaggebend für diese Marktabgrenzung war, dass auf dem Gebiet der allgemeinen Unterhaltung und Information trotz der einzelnen engeren Sachgebiete (z.B. Krimi, Science fiction, Frauenromane) eine weitreichende Austauschbarkeit bis zur Erweckung eines besonderen titelbezogenen Interesses besteht. Jeder Leser kommt grundsätzlich als Interessent für alle Titel in Betracht, da Taschenbüchern einem allgemeinen Unterhaltungs- und Informationsbedürfnis entsprechen. Im Gegensatz dazu decken Zeitschriften mit einem inhaltlichen Themenschwerpunkt weniger ein Unterhaltungsbedürfnis sondern vielmehr ein spezielles, tiefergehendes Informationsinteresse ab, das durch Zeitschriften mit anderen Themenbereichen nicht befriedigt werden kann.

c. 46

Es ist nicht zu beanstanden, dass das Bundeskartellamt Wochenmagazine, Wochenzeitungen wie die "F. A. Z.", "S. Z." und "D. W." sowie Verlagsbeilagen von Tageszeitungen nicht dem relevanten Markt für populäre Wissenszeitschriften zugerechnet hat. Zwar beinhalten diese Presseerzeugnisse auch Wissenschaftsrubriken, in denen populäre Wissenschaftsthemen behandelt werden. Gleichwohl sind sie mit einer monatlich 47

erscheinenden Wissenszeitschrift nicht austauschbar.

Verlagsbeilagen scheiden allein schon deshalb aus, weil sie den Zeitungen in unregelmäßigen Abständen kostenlos beigelegt werden und nicht ausschließlich wissenschaftliche Themen ansprechen. Auch die Wissenschaftsrubriken anderer Wochenmagazine und Tageszeitungen sind hinsichtlich der Art der Darstellung und der Ausführlichkeit der Berichte mit den Wissensmagazinen nicht vergleichbar. Ziel der genannten Tageszeitungen ist es, über das aktuelle Weltgeschehen täglich zu informieren. Die genannten Wissens- bzw. Wissenschaftsrubriken bilden daher nur einen Teil und nicht den Schwerpunkt der Berichterstattung. Dementsprechend ist der Umfang der Berichte in der Regel viel kürzer und weniger ausführlich als bei den monatlich erscheinenden Wissensmagazinen, die sich zudem besonders ausführlich mit dem jeweiligen Titelthema befassen. Auch die Art der Darstellung ist nicht vergleichbar. Die Wissensmagazine erscheinen anders als Tageszeitungen auf qualitativ hochwertigerem Papier; zudem sind die Berichte mit zahlreichen, nicht alltäglichen Farbfotografien unterlegt.

48

d. 49

Zur Erfassung der durch das Zusammenschlussvorhaben betroffenen Wettbewerbsverhältnisse ist das Bedarfsmarktkonzept nicht zu modifizieren und ergänzend auf die Produktions- und Angebotsumstellungsflexibilität abzustellen.

50

Unter dem Gesichtspunkt der Produktionsflexibilität zählen zum relevanten Markt auch solche Anbieter, die zwar bislang die aus Nachfragersicht zu ein und demselben Markt gehörenden Erzeugnisse noch nicht produzieren, die ihre Produktion aber kurzfristig und ohne spürbare Kosten und Risiken auf die betreffenden Erzeugnisse umstellen können (BGH WRP 2004, 1502, 1504 -Staubsaugerbeutelmarkt; OLG Düsseldorf, Beschluss vom 27. Oktober 2004 - VI-Kart 7/04 (V) - Seite 14; Bechtold, GWB, 3. Aufl., § 19 Rn. 6).

51

Im vorliegenden Fall kann nicht festgestellt werden, dass Zeitschriftenverlage kurzfristig und ohne spürbare Kosten und Risiken in der Lage sind, ein mit der deutschen Ausgabe von "N. G." vergleichbares Magazin herauszugeben.

52

aa. 53

Eine solche Angebotsumstellungsflexibilität besteht nicht im Verhältnis zwischen einem populären Wissensmagazin und einem sog. Nischentitel, der inhaltlich nur einen Teilbereich des Wissenssegments, wie etwa nur Geschichte, Archäologie oder Umwelt abdeckt. Ohne nennenswerte Zusatzkosten kann das Themenangebot einschließlich der zur Berichterstattung gehörenden Fotografien nicht erweitert werden. Die bisherigen Redaktionen sind in personeller und finanzieller Hinsicht zu erweitern, um inhaltlich und qualitativ mit "N. G." vergleichbare Berichte erstellen zu können. Dies gilt selbst dann, wenn die Berichte und Fotos überwiegend nicht in Eigenleistung erbracht werden. Es sind zumindest nicht unerhebliche Zusatzkosten notwendig, um sich beides in der erforderlichen Qualität von verlagsunabhängigen Dritten zu beschaffen. Bis zur erstmaligen Herausgabe eines neuen Wissensmagazins sind zudem zeitintensive Vorbereitungen erforderlich, so dass nicht von einer kurzfristigen Umstellung ausgegangen werden kann. Wie dem Senat aufgrund der eigenen Angaben der Beteiligten zu 1. in einem Parallelverfahren zur Neueinführung eines Wissensmagazins bekannt ist, liegt zwischen der Durchführung einer Marktstudie bzw. der hierauf gestützten Entscheidung zur Herausgabe eines neuen Wissensmagazins und der erstmaligen Herausgabe der Zeitschrift ein Zeitraum von mindestens sechs Monaten.

54

bb.	
Eine Produktionsflexibilität besteht auch nicht generell im Verhältnis zu Zeitschriften- und Zeitungsverlagen, ggfls. in Kooperation mit Veranstaltern von TV-Wissenssendungen. Unabhängig davon, ob - so der Vortrag der Beteiligten zu 1. - zahlreiche Verlage die Möglichkeit und die Ressourcen haben, ein mit "N. G." vergleichbares Konkurrenzprodukt herauszugeben, ist ein solcher Markteintritt, wie bereits oben ausgeführt, jedenfalls nicht kurzfristig und auch nicht ohne nennenswerte Zusatzkosten zu bewerkstelligen. Die erfolgreiche Platzierung eines neuen Wissensmagazins erfordert zudem einen nicht unbedeutenden finanziellen Aufwand für Werbung, Marketing und Vertrieb. Die Beteiligte zu 1. selbst hat zur Einführung des Magazins "N. G." einen Betrag von mehr als 6 Mio. EUR für erforderlich gehalten.	56
2.	57
Die Beteiligte zu 1. ist auf dem relevanten Markt für populäre Wissensmagazine gemäss § 19 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 GWB marktbeherrschend, weil sie eine im Verhältnis zu ihren Wettbewerbern überragende Marktstellung hat.	58
Die Feststellung einer überragenden Marktstellung erfordert eine Gesamtbetrachtung aller für den betroffenen Markt bedeutsamen Wettbewerbsbedingungen. Ergibt sich hieraus eine einseitige Verteilung der relevanten Strukturmerkmale zugunsten eines Unternehmens, so verfügt es im Regelfall über einen von Wettbewerbern nicht mehr hinreichend kontrollierten Verhaltensspielraum beim Einsatz seiner Wettbewerbsparameter oder seiner Marktstrategien (BGHZ 71, 102, 111 f. - Kfz.-Kupplungen; KG WuW/E OLG 2120, 2124 - Mannesmann-Brueninghaus). Eine solche Situation liegt hier vor allem wegen des hohen Marktanteils der Beteiligten zu 1., ihrer Finanzkraft und der bestehenden Marktzutrittsschranken vor.	59
a.	60
Der Marktanteil ist das wichtigste Kriterium zur Bestimmung der Marktmacht, weil er am einfachsten den Erfolg und die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens ausweist und dessen wirtschaftliche Überlegenheit erkennen lässt (BGH WuW/E BGH 1749, 1755 - Klöckner-Becorit; BGH WuW/E BGH 2575, 2580 - Kampffmeyer/Plange). Hohe Marktanteile bedeuten eingeschränkte Ausweichmöglichkeiten der Marktgegenseite und erhöhen infolgedessen den Verhaltensspielraum eines Unternehmens.	61
Das Bundeskartellamt hat - von der Beschwerde insoweit nicht beanstandet - auf der Basis der im Inland verkauften Auflage der Titel "G.", "P." und "N. G." für das Jahr 2003 einen Marktanteil der Beteiligten zu 1. von 75 % ermittelt. Auf die Zeitschrift "S. d. W." aus dem Verlag v. H. entfällt ein Marktanteil von 7,9 % und auf die vom K. V. herausgegebenen Zeitschriften "B. d. W." und "N. & K." von 9,0 % bzw. 7,8 %.	62
Die absolute Höhe des Marktanteils der Beteiligten zu 1. ist mit 75 % außerordentlich hoch; sie liegt weit über der Vermutungsgrenze des § 19 Abs. 3 Satz 1 GWB. Auch die relative Höhe der Marktanteils spricht für eine überragende Marktstellung der Beteiligten zu 1.. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist beträchtlich. Der Marktanteil der Beteiligten zu 1. (75 %) ist mehr als vier mal so groß wie der des K. V. (9 % + 7,8 % = 16,8 %).	63
Soweit die Beteiligte zu 1. einwendet, sie habe keinen langfristig abgesicherten hohen Marktanteil, da sie abhängig von den jeweiligen Titelthemen und Inhalten der Zeitschriften "G.", "P." und "N. G." Verkaufs- und damit Marktanteilsschwankungen ausgesetzt sei,	64

entkräftet dieses Vorbringen die Bedeutung des hohen Marktanteils von 75 % nicht.

Leichte Schwankungen oder geringfügige Verluste beim Marktanteil stehen einer Marktbeherrschung grundsätzlich nicht entgegen (KG WuW/E OLG 2403, 2405 - Fertigfutter; KG WuW/E OLG 5549, 5560 -Fresenius/Schiwa). Dies gilt um so mehr, je höher und dauerhafter der Marktanteil und je größer der Abstand zu den übrigen Wettbewerbern ist. 65

Wie bereits ausgeführt, ist für das Jahr 2003 der auf der Basis der durchschnittlichen, jährlichen Auflagenstärke ermittelte Marktanteil der Beteiligten zu 1. und der Marktanteilsabstand zu den übrigen Wettbewerbern beträchtlich. Dass die geltend gemachten monatlichen Verkaufsschwankungen der einzelnen Titel zu einem signifikanten Marktanteilsverlust in den vorangegangenen Jahren oder im Jahr 2004 geführt haben, ergibt sich aus dem Vortrag der Beteiligten zu 1. nicht. 66

b. 67

Neben dem hohen Marktanteil der Beteiligten zu 1. auf dem Lesermarkt für populäre Wissensmagazine ist ihre bedeutende Finanzkraft ein weiterer entscheidender Anhaltspunkt für eine überragende Markstellung. 68

Überlegene Finanzkraft als wichtigster Ausdruck der einem Unternehmen zur Verfügung stehenden Ressourcen eröffnet ihm Verhaltensspielräume beim Einsatz seiner Wettbewerbsparameter, die aktuelle oder potentielle Wettbewerber in ihrem Marktverhalten entmutigen und von wettbewerbsaktiven Maßnahmen abschrecken können (BGH WuW/E BGH 2575, 2581 -Kampffmeyer-Plange). 69

Die Beteiligte zu 1. kann nicht in Abrede stellen, dass sie im Verhältnis zu ihren Wettbewerbern über wesentlich bessere finanziellen Ressourcen verfügt. Sie ist als Herausgeberin von 125 Zeitschriften und Zeitungen und einem Umsatz von 2,5 Mrd. EUR Europas größtes Verlagshaus und Teil der B. Gruppe mit einem weltweiten Umsatz von 16,8 Mrd. EUR. Nach den nicht beanstandeten Feststellungen des Bundeskartellamts erreichte demgegenüber der größte aktuelle Wettbewerber, der H.-Konzern, im Jahr 2003 nur einen Umsatz von 1,9 Mrd. EUR. 70

Aufgrund der Größe ihres Unternehmens kann die Beteiligte zu 1. überdies Synergien im Vertrieb, beim Druck oder im Redaktionsbereich nutzen. Im Hinblick auf den weltweiten Tätigkeitsbereich der B.-Gruppe auf zahlreichen Medienmärkten hat sie zusätzlich die Möglichkeit, entsprechende cross-mediale Synergien zu nutzen. Hierdurch bestehen Verhaltensspielräume, die ihr gegenüber Wettbewerbern einen erheblichen Vorsprung verschaffen. 71

c. 72

Ohne Erfolg wendet die Beteiligte zu 1. gegen die Annahme einer überragenden Markstellung ein, ihr Verhaltensspielraum in Bezug auf die deutschsprachige Ausgabe von "N. G." werde durch Markteintritte neuer Wettbewerber wie z.B. die Titel "H.", "Z. W." und "S. W." sowie durch potentielle Wettbewerber in Gestalt jederzeit möglicher Markteintritte weiterer Anbieter kontrolliert. Die genannten Marktzutritte beeinträchtigen die starke Markstellung der Beteiligten zu 1. nicht in nennenswerter Weise. Gleiches gilt für potentiellen Wettbewerb. 73

aa. 74

Zunächst teilt der Senat die Bedenken des Bundeskartellamts, ob die erstmals im Jahr 2004 herausgegebenen Zeitschriften "H.", "Z. W." und "S. W." überhaupt dem relevanten Markt zuzurechnen sind. Zwar besteht zwischen den Beteiligten Einigkeit, dass sie inhaltlich dem Bereich populärer Wissenszeitschriften zuzurechnen sind. Jedoch erscheinen sie nicht monatsweise, wie die anderen, dem relevanten Markt zugerechneten Zeitschriften, sondern in größeren, teils unregelmäßigen Intervallen. Die Erstausgabe der Zeitschrift "H." aus dem H. B. V. erschien im April 2004 und sodann ein weiteres Mal im Dezember 2004. Ein weiterer Erscheinungstermin steht noch nicht fest. Nach Auskunft des Verlages war für das erste Quartal 2005 eine weitere Testphase vorgesehen. Seit Dezember 2004 wird von der H.-Verlagsgruppe der Titel "Z. W." und vom S. V. die Zeitschrift "S. W." herausgegeben. Sie erscheinen vier bzw. sechs mal im Jahr.	75
Aber selbst wenn aus Sicht des Lesers ein monatlich erscheinendes Wissensmagazin mit einer nur vier bzw. sechs mal im Jahr oder noch seltener erscheinenden Ausgabe einer anderen Wissenszeitschrift austauschbar ist, belegen die jüngsten Marktzutritte nicht, dass Beteiligte zu 1. wesentlichem Wettbewerb ausgesetzt ist und keine marktbeherrschende Stellung hat. Die Marktstellung der Beteiligten zu 1. ist so überlegen, dass sich durch die Marktzutritte die Wettbewerbsbedingungen nicht wesentlich verändern.	76
Die Beteiligten zu 1. gibt mit "G.", "P." und "N. G." die drei auflagenstärksten Titel heraus. Die verkaufte Auflage von "G." liegt durchschnittlich bei etwa 500.000 Exemplaren, von "P." bei 400.000 und "N. G." bei knapp 300.000 Exemplaren. "G." und "P." sind bereits seit 1976/1978 auf dem Markt vertreten, so dass eine starke Leser-Blatt-Bindung besteht. Auch "N. G." hat sich seit der Erstausgabe im Herbst 1999 im Markt mit einer nahezu konstanten Auflagenstärke etabliert.	77
Demgegenüber ist ungewiss, ob und in welcher Auflagenstärke sich die genannten Neuerscheinungen am Markt überhaupt durchsetzen können. Für die Zeitschrift "H." ist nach Auskunft des Verlages eine endgültige Einführungsentscheidung noch nicht getroffen, da mit der zweiten Ausgabe weniger als 100.000 Exemplare verkauft worden sind und das Ergebnis einer weiteren Testphase abgewartet werden soll. Die verkaufte Auflage der Titel "Z. W." und "S. W." ist noch niedriger. Sie befindet sich im Bereich zwischen 50.000 und 100.000 Exemplaren und ist daher nicht geeignet, die bisherigen strukturellen Wettbewerbsbedingungen entscheidend zu ändern. Ob das am 20. Mai 2005 erstmals als Sonderheft erschienene Wissensmagazin "W. W." aus dem B. V. zukünftig regelmäßig erscheinen wird, steht derzeit nicht fest. Nach Presseberichten soll der Titel erst dann regelmäßig erscheinen, wenn er sich erfolgreich erweist. Ob und wann der Wissenstitel "G." erscheinen wird, ist ungewiss.	78
bb.	79
Das Bundeskartellamt hat entgegen den Ausführungen der Beschwerde auch die Wahrscheinlichkeit und Wirksamkeit potentiellen Wettbewerbs ausreichend berücksichtigt.	80
Das bisherige Marktgeschehen zeigt, dass im Hinblick auf die zu überwindenden Marktzutrittsschranken und des damit verbundenen Risikos nur in einem Umfang mit dem Aufkommen neuer Wettbewerber zu rechnen ist, der die gefestigte Stellung der Beteiligten zu 1. nicht in nennenswerter Weise beeinträchtigt.	81
Die Marktzutrittsschranken sind nicht als gering anzusehen. Wie bereits ausgeführt, erfordert die Herausgabe eines neuen populären Wissensmagazins, das von der Berichterstattung und Darstellung mit "N. G." vergleichbar ist, den Einsatz nicht unbedeutender personeller und	82

finanzieller Mittel. Dies wird bestätigt durch das bisherige Marktgeschehen. Trotz einer in verschiedenen Presseveröffentlichungen zum Ausdruck gekommenen grundsätzlich positiven Markteinschätzung hat seit der Herausgabe von "N. G." im Herbst 1999 kein anderer Verlag ein 12 Mal im Jahr erscheinendes Wissensmagazin auf den Markt gebracht. "Z. W." und "S. W." sollen lediglich vier bzw. sechs mal im Jahr erscheinen; ob "H." in Zukunft überhaupt regelmäßig erscheinen wird, steht noch nicht fest. Dass der dauerhafte Markteintritt weiterer Wissenstitel zu erwarten ist, wie die Beschwerde pauschal behauptet, ist jedenfalls durch das kürzlich erschienene Sonderheft "W. W." nicht belegt. Vielmehr spricht das für eine erfolgreiche und dauerhafte Einführung eines neuen Wissensmagazins erforderliche Investitionsvolumen grundsätzlich dagegen. Das Bundeskartellamt hat in nicht zu beanstandender Weise ein jährliches Investitionsvolumen von mehreren Millionen EUR ermittelt.

3. 83

Durch den angemeldeten Anteilserwerb ist eine Verstärkung der marktbeherrschenden Stellung der Beteiligten zu 1. auf dem Lesermarkt für populäre Wissenszeitschriften zu erwarten. 84

Die Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung bedeutet die Veränderung der die Marktmacht nach § 19 Abs. 2 GWB bestimmenden Größen dergestalt, dass auf einem bestimmten Markt die neutralisierende Wirkung des Wettbewerbs im Wege der Änderung von der markt- und unternehmensbezogenen Strukturen in noch höherem Maße eingeschränkt wird, als dies schon vor dem Zusammenschluss der Fall war (BGHZ 76, 55, 73 - Springer-Elbe Wochenblatt I). Die durch den Zusammenschluss zu erwartende Verstärkung einer bereits bestehenden marktbeherrschenden Stellung muss nicht im Sinne von § 1 GWB spürbar sein. Angesichts der Zielsetzung der Zusammenschlusskontrolle, Märkte auch für geringen Wettbewerb offen zu halten, reichen bei bereits bestehender hoher Konzentration schon geringe Verschiebung der die Marktmacht bestimmenden Größen aus, um eine Verstärkungswirkung zu bejahen. Sie kann deshalb schon in der Stärkung der Fähigkeit liegen, nachstoßenden Wettbewerb abzuwehren und den von Wettbewerbern und potentiellen Wettbewerbern zu erwartenden Wettbewerbsdruck zu mindern, um die bereits errungene Marktposition zu erhalten und zu sichern (BGHZ 76, 55, 73 - Springer/Elbe Wochenblatt I; BGH WuW/E BGH 1854, 1858 - Zeitungsmarkt München; BGH, Beschl. v. 21.12.2004 - KVR 26/03 - Seite 14 - Deutsche Post/trans-o-flex; BGH WuW/E DE-R 1301, 1304 - Sanacorp/ANZAG). Dabei ist ein trotz Marktbeherrschung verbliebener oder potentieller Wettbewerb um so nachhaltiger zu schützen, je stärker der Grad der durch Konzentration eingetretenen Beschränkung des Wettbewerbs bereits ist (BGHZ 82, 1, 11 - Zeitungsmarkt München; BGHZ 136, 268, 278 - Stromversorgung Aggertal; KG WuW/E DE-R 336, 341 - WAZ/IKZ). 85

Nach Maßgabe dieser Voraussetzungen führt das angemeldete Zusammenschlussvorhaben zu einer Verstärkung der marktbeherrschenden Stellung der Beteiligten zu 1. auf dem Lesermarkt für populäre Wissenszeitschriften, weil ihre überragende Marktstellung mit einem Marktanteil von 75 % durch den Erwerb des von der Beteiligten zu 3. gehaltenen Anteils von 50 % an der Beteiligten zu 2. weiter gesichert und gefestigt wird. 86

Derzeit stellt sich die Situation so dar, dass die Beteiligten zu 1. und 3. jeweils einen Geschäftsanteil von 50 % an der Beteiligten zu 2. halten und das Gemeinschaftsunternehmen gemeinsam beherrschen. Die geschäftsführende Komplementärin, die G./R. B. mbH, wird durch den paritätisch besetzten Beirat beaufsichtigt (§ 9.a Satz 1 des Kommanditgesellschaftsvertrages). Zudem bedürfen eine Vielzahl von 87

Geschäftsführungsmaßnahmen und sonstige Maßnahmen der einstimmigen (§ 9.2) oder der mehrheitlichen Zustimmung (§ 9.3) des Beirates. Nach dem beabsichtigten Anteilserwerb durch die Beteiligten zu 1. scheidet die Beteiligte zu 3. aus dem Gemeinschaftsunternehmen aus. Dies hat zur Folge, dass die Beteiligte zu 2. sodann allein von der Beteiligten zu 1. kontrolliert und beherrscht wird.

Nach den zutreffenden Ausführungen des Bundeskartellamt führt diese Erhöhung der Einflussmöglichkeiten auf die Beteiligte zu 2. zu einer Absicherung der marktbeherrschenden Stellung der Beteiligten zu 1.. In Anbetracht der erheblichen Marktmacht der Beteiligten zu 1., die vor allem auf einem Marktanteil von 75 % und ihrer überlegenen Finanzkraft gründet, reicht bereits dieser geringfügige Vorteil aus, um ihre Markstellung weiter zu festigen. Die mit der Beschwerde hiergegen vorgebrachten Einwände greifen nicht durch. 88

a. 89

Der Auffassung der Beteiligten zu 1., die Aufstockung des Anteils bewirke schon deshalb keine Veränderung der Marktstruktur, weil sie, die Beteiligte zu 1., bereits in der Vergangenheit autonom das operative Geschäft des Gemeinschaftsunternehmens bestimmt und die Beteiligte zu 3. stets allen Vorschlägen zugestimmt habe, ist nicht beizupflichten. 90

Der beabsichtigte Anteilserwerb hat zur Folge, dass die Einflussmöglichkeiten der Beteiligten zu 1. auf das Gemeinschaftsunternehmen gesellschaftsrechtlich abgesichert sind. Keine geschäftsführende oder sonstige Maßnahme bedarf mehr der Zustimmung der Beteiligten zu 3. im Beirat. Ist die Beteiligte zu 1. aber nicht mehr darauf angewiesen, dass ihre Vorschläge auf die Akzeptanz der Beteiligten zu 3. stoßen, kann sie den "N. G." zuzurechnenden Marktanteil uneingeschränkt beherrschen. Hierdurch werden Verhaltensspielräume eröffnet, die die Beteiligte zu 1. bisher aufgrund der teilweise gegenläufigen Interessenlage so nicht nutzen kann. Die Interessen der Beteiligten zu 3. sind allein auf den Markterfolg von "N. G." gerichtet. Ihr geht es ausschließlich darum, die Zeitschrift gewinnbringend zu vermarkten und möglichst viele Leser zum Kauf der Zeitschrift zu bewegen. Bei anstehenden unternehmerischen Entscheidungen hat sie keine Veranlassung, auf ihre Wettbewerber, zu denen vor allem die auflagenstarken Konkurrenten "G." und "P." gehören, in irgendeiner Weise Rücksicht zu nehmen. In ihrem Interesse liegt vielmehr im Gegenteil, den Marktanteil von "N. G." unter Umständen auch zu Lasten der genannten Konkurrenten zu vergrößern. Die Interessen der Beteiligten zu 1. sind hingegen weiter gefächert. Zwar ist auch ihr als Kommanditist und Lizenznehmer zweifelsohne am wirtschaftlichen Erfolg von "N. G." gelegen. Als Herausgeberin der beiden stärksten Konkurrenten für "N. G." ("G." und "P.") hat sie aber gleichzeitig auch ein wirtschaftliches Interesse daran, dass sich der Markterfolg von "N. G." nicht mehr als notwendig zu Lasten dieser Zeitschriften auswirkt. Ihr Ziel ist es vielmehr, alle drei Zeitschriftentitel gleichermaßen erfolgreich im Markt zu halten. Dies kann vor allem dadurch erreicht werden, dass die Zeitschriften nach ihrer Ausrichtung und Darstellung unterschiedliche Lesergruppen ansprechen und sie nicht gezielt versuchen, das Leserpotential der anderen Titel auf sich überzuleiten. Erwirbt die Beteiligte zu 1. den Geschäftsanteil der Beteiligten zu 3., braucht sie zukünftig auf die dargestellten gegenläufigen Interessen der Beteiligten zu 3. keine Rücksicht zu nehmen. Sie kann die unternehmerischen Entscheidungen ohne ihre Zustimmung im Beirat treffen und damit allein nach ihren Interessen ausrichten und im Markt umsetzen. Hierbei kann sie insbesondere Strategie- und Marketingentscheidungen so treffen, dass sie sich in ein abgestimmtes Gesamtkonzept für alle drei Zeitschriftentitel integrieren. 91

b. 92

93

Nicht zu folgen ist der Ansicht der Beteiligten zu 1., kurzfristige strategische Maßnahmen zu Lasten von "N. G." seien weder wahrscheinlich, noch lizenzvertraglich möglich oder aus kaufmännischer Sicht zu erwarten.

Auf Grund der oben dargestellten Interessenlage ist bei lebensnaher Betrachtungsweise aus kaufmännischer Sicht vielmehr im Gegenteil davon auszugehen, dass die Beteiligte zu 1. von den erweiterten Verhaltensspielräumen, die ihr durch den Anteilserwerb eröffnet werden und die für sie von Vorteil sind, auch Gebrauch machen wird. Die lizenzvertraglichen Regelungen, die die Beteiligte zu 1. verpflichten, das Magazin "nach besten Kräften" zu vermarkten, stehen dem nicht notwendig entgegen. Abgesehen davon, dass auch im Rahmen der lizenzvertraglichen Vorgaben Verhaltens- und Entscheidungsspielräume bestehen, bedeutet eine Vermarktung "nach besten Kräften" jedenfalls nicht, dass eine solche auch ggfls. zum eigenen Schaden des Unternehmens zu erfolgen hat.

c. 95

Der beabsichtigte Anteilserwerb hätte entgegen der Auffassung der Beschwerde auch einen Abschreckungs- und Entmutigungseffekt auf (potentielle) Wettbewerber. Hierbei ist die Einschätzung und Reaktion der aktuellen und potentiellen Wettbewerber abzustellen. In Anbetracht der überragenden Marktstellung der Beteiligten zu 1. und des mit einem Markteintritt verbundenen Risikos würde die Tatsache, dass die Beteiligte zu 2. nunmehr allein von der Beteiligten zu 1. beherrscht wird, bei lebensnaher Betrachtung bei (potentiellen) Wettbewerbern den Eindruck der Marktdominanz der Beteiligten zu 1. verstärken und damit aus ihrer Sicht einen Marktzutritt noch erschweren. Sie müssen damit rechnen, dass die Beteiligte zu 1. aufgrund ihrer uneingeschränkten Beherrschungsmöglichkeit auf die Beteiligte zu 2. noch besser als vorher im Zusammenspiel mit den Zeitschriften "G." und "P." auf vorstoßenden Wettbewerb reagieren kann. Ermittlungen dazu, wie die Wettbewerber die Anteilsaufstockung empfinden, bedurfte es bei dieser Situation nicht.

III. 97

Die Kostenentscheidung folgt aus § 78 GWB. 98

Die Beteiligten zu 1. und 3. haben als im Beschwerdeverfahren unterlegene Parteien die Gerichtskosten zu tragen und dem obsiegenden Bundeskartellamt die ihm in der Beschwerdeinstanz entstandenen notwendigen Auslagen zu erstatten (§ 78 Satz 2 GWB).

IV. 100

Den Wert des Beschwerdegegenstandes hat der Senat gemäss § 12 a Abs. 1 GKG i.V.m. 3 ZPO nach dem Interesse der Beteiligten zu 1. an dem begehrten Zusammenschluss bemessen und unter Berücksichtigung des vereinbarten Kaufpreises auf 7,5 Mio. EUR geschätzt.

Die Rechtsbeschwerde wird nicht zugelassen, weil die Voraussetzungen des § 74 Abs. 2 GWB nicht vorliegen. 102

Rechtsmittelbelehrung: 103

Die Hauptsacheentscheidung kann nur aus den in § 74 Abs. 4 GWB genannten absoluten Rechtsbeschwerdegründen mit der Rechtsbeschwerde angefochten werden. Die Rechtsbeschwerde ist binnen einer Frist von einem Monat schriftlich beim Oberlandesgericht Düsseldorf, Cecilienallee 3, 40474 Düsseldorf, einzulegen. Die Frist beginnt mit der

Zustellung dieser Beschwerdeentscheidung. Die Rechtsbeschwerde ist durch einen beim Beschwerdegericht oder Rechtsbeschwerdegericht (Bundesgerichtshof) einzureichenden Schriftsatz binnen eines Monats zu begründen. Diese Frist beginnt mit der Einlegung der Rechtsbeschwerde und kann auf Antrag des Vorsitzenden des Rechtsbeschwerdegerichts verlängert werden. Die Begründung der Rechtsbeschwerde muss die Erklärung enthalten, inwieweit die Beschwerdeentscheidung angefochten und ihre Abänderung oder Aufhebung beantragt wird. Die Rechtsbeschwerdeschrift und die Rechtsbeschwerdebegründung müssen durch einen bei einem deutschen Gericht zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet sein.

Gegen die Nichtzulassung der Rechtsbeschwerde ist die Nichtzulassungsbeschwerde 105
gegeben. Diese ist binnen einer Frist von einem Monat schriftlich beim Oberlandesgericht Düsseldorf einzulegen. Die Frist beginnt mit der Zustellung dieser Beschwerdeentscheidung. Die Nichtzulassungsbeschwerde ist durch einen beim Oberlandesgericht Düsseldorf oder beim Bundesgerichtshof einzureichenden Schriftsatz binnen eines Monats zu begründen. Diese Frist beginnt mit der Einlegung der Nichtzulassungsbeschwerde und kann auf Antrag von dem Vorsitzenden des Rechtsbeschwerdegerichts (Bundesgerichtshof) verlängert werden. Die Begründung muss die Erklärung enthalten, inwieweit die Beschwerdeentscheidung angefochten und ihre Abänderung oder Aufhebung beantragt wird. Die Nichtzulassungsbeschwerde kann nur darauf gestützt werden, dass die Beschwerdeentscheidung auf einer Verletzung des Gesetzes beruht. Die Nichtzulassungsbeschwerdeschrift und die -begründung müssen durch einen bei einem deutschen Gericht zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet sein.

a. Dr. M.

106