

---

**Datum:** 19.01.2009  
**Gericht:** Oberlandesgericht Düsseldorf  
**Spruchkörper:** 1. Kartellsenat  
**Entscheidungsart:** Beschluss  
**Aktenzeichen:** VI-Kart 7/06 (V)  
**ECLI:** ECLI:DE:OLGD:2009:0119.VI.KART7.06V.00

---

**Tenor:**

I. Wegen offenkundiger Unrichtigkeit wird der Senatsbeschluss vom 3. Dezember 2008 auf Seite 37 des Umdrucks dahin abgeändert, dass Satz 3 des dritten Absatzes richtig lautet:

„Insbesondere in den Segmenten Motorzeitschriften, Elternzeitschriften, Wirtschaftszeitschriften, Finanzzeitschriften und Überregionale Tageszeitungen sind beide Unternehmen mit jeweils eigenen Produkten vertreten.“

II. Der Senatsbeschluss vom 3. Dezember 2008 wird auf Antrag der

Beteiligten zu 1. ferner auf Seite 26 des Umdrucks dahin abgeändert, dass der Satz

„Verstärkt wurde dieser Effekt durch eine Regelung in dem Rabattvertrag der SevenOne Media GmbH (P7S1) mit seinen Werbepartnern, der eine Deckelung nach oben dergestalt vorsah, dass bereits die Platzierung eines Werbebudgets von mehr als 60 % nur in Ausnahmefällen vereinbart werden sollte und der Zustimmung des Sales Directors bedurfte“

durch die Formulierung

„Verstärkt wurde dieser Effekt durch eine Regelung in dem Rabattleitfaden der SevenOne Media GmbH (P7S1), der eine Deckelung nach oben dergestalt vorsah, dass bereits die Platzierung eines Werbebudgets von mehr als 60 % nur in Ausnahmefällen vereinbart werden sollte und der Zustimmung des Sales Directors bedurfte“

ersetzt wird.

III. Der weitergehende Tatbestandsberichtigungsantrag der Beteiligten

ten vom 22. Dezember 2008 wird zurückgewiesen.

---

## **Gründe**

- |   |   |
|---|---|
|   | 1 |
| 1. Der Senatsbeschluss vom 3. Dezember 2008 war in entsprechender Anwendung der §§ 319 Abs. 1 ZPO, 118 Abs. 1 VwGO wegen einer offenbaren Unrichtigkeit dahin zu berichtigen, dass auf Seite 37 des Beschlussumdrucks im dritten Absatz die Begriffe " <u>Motorzeitung, Elternzeitung, Wirtschaftszeitung, Finanzzeitung</u> " durch die Formulierung " <u>Motorzeitschriften, Elternzeitschriften, Wirtschaftszeitschriften, Finanzzeitschriften</u> " ersetzt werden. Bereits aus dem unmittelbar vorstehenden Satz der Beschlussgründe " <i>Sowohl AS als auch Bertelsmann verfügen über eine Vielzahl von Zeitungen und Zeitschriften mit gleichen Nutzergruppen</i> ", der sowohl Zeitungen als auch Zeitschriften erwähnt und durch den nachfolgenden Satz " <i>Insbesondere in den Segmenten Motorzeitung, Elternzeitung, Wirtschaftszeitung, Finanzzeitung und Überregionale Tageszeitungen sind beide Unternehmen mit jeweils eigenen Produkten vertreten</i> " konkretisiert werden sollte, ist zu schlussfolgern, dass mit den Druckerzeugnissen "Motorzeitung, Elternzeitung, Wirtschaftszeitung, Finanzzeitung" richtigerweise Zeitschriften aus jenen Segmenten gemeint waren. Dementsprechend hat der Senat im Anschluss an die erwähnte Textstelle auch auf die entsprechenden Ausführungen des Bundeskartellamtes in der angefochtenen Untersagungsentscheidung (dort Seite 38) Bezug genommen und sich damit (auch) die diesbezüglichen Feststellungen des Amtes (" <u>Motor-, Eltern-, Wirtschafts- und Finanzzeitschriften</u> ") zu eigen gemacht. | 2 |
| 2. Der Senatsbeschluss war in entsprechender Anwendung der §§ 320 Abs. 1 ZPO, 119 Abs. 1 VwGO ferner auf Seite 26 im ersten Absatz dahin klarstellend zu präzisieren, dass die Handhabung zu einem über 60 % hinausgehenden SoA ihre Grundlage in dem Rabattleitfaden der SevenOne Media GmbH – und nicht in dem Rabattvertrag selbst – hatte. Das hat das Bundeskartellamt in seiner Beschwerdeerwiderung vom 16. Mai 2008 (dort Seite 15, GA 448) unwidersprochen vorgetragen.  | 3 |
| 3. Der weitergehende Tatbestandsberichtigungsantrag der Beteiligten zu 1. bleibt erfolglos. In der Textpassage  | 4 |

*"Verstärkt wurde dieser Effekt durch eine Regelung in dem Rabattvertrag der SevenOne Media GmbH (P7S1) mit seinen Werbepartnern, der eine Deckelung nach oben dergestalt vorsah, dass bereits die Platzierung eines Werbebudgets von mehr als 60 % nur in Ausnahmefällen vereinbart werden sollte und der Zustimmung des Sales Directors bedurfte",*

ist die Formulierung 6

*".... dass bereits die Platzierung eines Werbebudgets von mehr als 60 % ...."* 7

nicht durch den Text 8

*"... dass bereits ein SoA-Rabatt für die Platzierung eines Werbebudgets von mehr als 60 % ...."*

zu ersetzen. Der Senatsbeschluss weist insoweit keine Unrichtigkeit im Sinne von §§ 320 Abs. 1 ZPO, 119 Abs. 1 VwGO auf. Die Feststellung des Senats entspricht vielmehr dem Sach- und Streitstand im Zeitpunkt der letzten mündlichen Verhandlung. Sie beruht auf dem Bußgeldbescheid vom 27. November 2007 (B 6 – 92200 – LB – 93/07-2), den das Bundeskartellamt zur Ahndung des kartellrechtswidrigen Rabattsystems gegen die SevenOne Media GmbH erlassen und den der Senat im Termin vom 20. August 2008 zum Gegenstand der Verhandlung gemacht hat. Auf Seite 18 des Bußgeldbescheides heißt es unter wörtlicher Wiedergabe der betreffenden Regelung in der Rabattstaffel wie folgt: 10

*"Ein SevenOneMedia-SoA über 60 Prozent sollte nur in Ausnahmefällen vereinbart werden und bedarf der Zustimmung des Sales Director (Unterstreichung hinzugefügt)".* 11

Wie sich aus Fußnote 21 des Bußgeldbescheides ergibt, steht "SoA" dabei für "Share of Advertising" und bezeichnet den - nach Nielsen Media Research berechneten - Anteil der Werbeinvestitionen, den der betreffende Werbekunde bei der SevenOne Media GmbH bucht. Demgemäß heißt es auf Seite 18 des Bußgeldbescheides unter dem Stichwort "*Handling*" auszugsweise: 12

*"Zur Berechnung des Share of Advertising werden alle von Nielsen Media Research erhobenen Sender sowie alle unterjährig hinzugekommenen Sender herangezogen. Die Ermittlung der SoA-Anteile erfolgt monatlich im Nachhinein. Die endgültige Berechnung des Share of Advertising erfolgt mit dem Kampagnenende bzw. spätestens zum 15.01.2008 auf Basis der bis dahin von Nielsen Media Research gelieferten Daten."* 13

Bei dieser Ausgangslage hat der Senat mit Recht festgestellt, dass sich die 60 %-Grenze, die nur in Ausnahmefällen und ausschließlich mit Zustimmung des Sales Directors überschritten werden sollte, auf das bei der SevenOne Media GmbH gebuchte bzw. zu buchende Werbebudget des Werbekunden – und nicht auf den SoA-Rabatt bezieht. Aus der Tatsache, dass die 60 %-Regelung der Rabattstaffel im Abschnitt mit der Überschrift "SevenOne Media SoA-Rabatt" steht, kann – anders als die Beteiligte zu 1. reklamiert – nichts Entgegenstehendes hergeleitet werden. 14

Dr. J. Kühnen Dr. Maimann Ausetz 15

---

