

tätige Unternehmen sind etwa Livit, Intercity und Spaltenstein. Genaue Zahlen über die Gesamtgrösse des Segments fehlen. Der kombinierte Anteil der beteiligten Unternehmen ist gering (unter 2%). Die räumliche Dimension auch dieses Segments umfasst im Wesentlichen die Schweiz. Auch wenn das Segment regional abgegrenzt wird, ändert sich der kombinierte Anteil der beteiligten Unternehmen nicht. Mit weiteren Markteintritten ist zu rechnen.

IV Ergebnis

18. Aus den dargelegten Gründen stuft die Wettbewerbskommission den Zusammenschluss als unbedenklich ein. Die Voraussetzungen für die Prüfung des Zusammenschlusses nach Artikel 10 KG sind somit nicht erfüllt.

B 2.3	11. Ziegler Druck- und Verlags-AG/Zürcher Oberland Medien AG - Kiebitz Verlag und Produktion AG
-------	--

Vorläufige Prüfung; Art. 4 Abs. 3, Art. 10 und 32 Abs. 1 KG

Examen préalable; art. 4 al. 3, art. 10 et 32 al. 1 LCart

Esame preliminare; art. 4 cpv. 3, art. 10 e 32 cpv. 1 LCart

Zusammenschlussvorhaben

1. Am 16. August 2001 ist beim Sekretariat der Wettbewerbskommission die vollständige Meldung des Zusammenschlussvorhabens Ziegler Druck- und Verlags-AG/Zürcher Oberland Medien AG - Kiebitz Verlag und Produktion AG eingegangen.
2. Die Ziegler Druck- und Verlags-AG (nachstehend "Ziegler Druck"), mit Sitz in Winterthur, ist in der Verlags- und Druckbranche tätig. Sie ist Herausgeberin der Tageszeitung "Landbote" und betreibt eine Akzidenzdruckerei.
3. Die Zürcher Oberland Medien AG (nachstehend "ZO Medien"), mit Sitz in Wetzikon, ist in der Verlagsbranche tätig. Sie gibt die Tageszeitung "Der Zürcher Oberländer" heraus. ZO Medien ist zu 76% an der Anzeiger von Uster AG beteiligt, welche die gleichnamige Tageszeitung herausgibt.
4. Die gemeinsam zu übernehmende Kiebitz Verlag und Produktion AG (nachstehend "Kiebitz Verlag"), mit Sitz in Effretikon, ist ebenfalls in der Verlagsbranche aktiv. Kiebitz Verlag ist Herausgeberin des wöchentlichen Publikationsorgans der Stadt Illnau-Effretikon "Kiebitz".
5. Zurzeit werden die Aktien von Kiebitz Verlag zu 65% von Herrn Beat Kaufmann, wohnhaft in Turbenthal, und zu 35% von Ziegler

Druck gehalten. ZO Medien beabsichtigt, sämtliche sich im Besitz von Herrn Kaufmann befindenden Aktien zu erwerben und anschliessend 15% des gesamten Aktienkapitals an Ziegler Druck zu veräussern. Damit werden Ziegler Druck und ZO Medien neu je 50% der Aktien von Kiebitz Verlag halten.

Meldepflichtiger Unternehmenszusammenschluss

6. Laut dem zwischen ZO Medien und Zieglerdruck abgeschlossenen Aktionärbindungsvertrag wird Kiebitz Verlag die eigene Redaktion weiterführen, während für den Text- und Inserateteil neu ZO Medien zuständig sein und Ziegler Druck den "Kiebitz" drucken und vertreiben wird. Beide Unternehmen verrechnen ihre Leistungen zu marktgerechten Preisen. Für die operative kaufmännische und redaktionelle Führung ist ZO Medien zuständig, wobei Ziegler Druck ein Recht auf umfassende Auskunft und Einsicht in Geschäftsführungsangelegenheiten hat. Dieses Vorhaben ist als Gemeinschaftsunternehmen gemäss Artikel 2 Absatz 1 Verordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen (VKU) und somit als Unternehmenszusammenschluss im Sinne von Artikel 4 Absatz 3 Buchstabe b Kartellgesetz (KG) zu qualifizieren.

7. Die beteiligten Unternehmen erzielten in der Schweiz zusammen einen Umsatz von rund CHF 104 Mio. Diese Umsätze wurden ausschliesslich mit dem Verlag und Druck von Zeitungen und Zeitschriften erreicht. Somit kommen die niedrigeren Aufgreifschwelle für den Medienbereich zur Anwendung (Art. 9 Abs. 2 KG i.V.m. Art. 7 Abs. 1 VKU). Multipliziert man diese Umsätze mit dem Faktor 20, wird der Schwellenwert gemäss Artikel 9 Absatz 1 Buchstabe a KG erreicht.

8. Ziegler Druck erzielte in der Schweiz einen Umsatz von CHF 70,5 Mio. ZO Medien erzielte in der Schweiz einen Umsatz von CHF 33,18 Mio. und Kiebitz Verlag von CHF 770'000.--. Nach Multiplikation der Umsätze von Ziegler Druck und von ZO Medien mit dem Faktor 20 werden die jeweiligen Schwellenwerte gemäss Artikel 9 Absatz 1 Buchstabe b KG ebenfalls überschritten.

9. Demnach handelt es sich um einen meldepflichtigen Unternehmenszusammenschluss.

Beurteilung

10. Um die Wettbewerbsverhältnisse zu beurteilen, ist vorab der relevante Markt in sachlicher und räumlicher Hinsicht abzugrenzen (vgl. Art. 11 Abs. 3 VKU).

11. Der sachlich relevante Markt umfasst alle Waren oder Dienstleistungen, die von der Marktgegenseite hinsichtlich ihrer Eigenschaften und ihres vorgesehenen Verwendungszwecks als substituierbar angesehen werden (Art. 11 Abs. 3 Bst. a VKU).

12. Der räumliche Markt umfasst das Gebiet, in welchem die Marktgegenseite die den sachlichen Markt umfassenden Waren oder Dienstleistungen nachfragt oder anbietet (Art. 11 Abs. 3 Bst. b VKU).

13. Die beteiligten Unternehmen sind in den Bereichen Herausgabe und Vertrieb von Druckmedien tätig. Ein Verleger tritt mit einer Zeitung gleichzeitig als Anbieter von Werberaum und Anbieter von Informationen auf. "Kiebitz" wird den Einwohnern von Illnau-Effretikon kostenlos abgegeben. Die Leser erhalten das Produkt also gratis. Auf die Ausscheidung eines separaten Lesermarktes wird deshalb vorliegend verzichtet. Für die Beurteilung des Zusammenschlusses sind die Anzeigemärkte und der Markt für Akzidenzdruck zu berücksichtigen.

14. Für die Abgrenzung der relevanten Anzeigen- beziehungsweise Werbemärkte stellt sich die Frage, welche Waren oder Dienstleistungen die Inserenten hinsichtlich ihrer Eigenschaften und ihres vorgesehenen Verwendungszwecks als substituierbar ansehen. Für nationale Anzeigen stehen die Verlage einer anderen Marktgegenseite gegenüber als für regionale Anzeigen. In sachlicher Hinsicht sind deshalb nach Praxis der Wettbewerbskommission die Märkte für nationale und regionale Werbung zu unterscheiden (vgl. Berner Oberland Medien AG, RPW 2000/3, S. 422 ff.). Vorliegend braucht nur auf den Markt für regionale Werbung eingegangen zu werden.

15. Beim Zeitungs- und Akzidenzdruck handelt es sich um unterschiedliche drucktechnische Verfahren. Der Praxis der Wettbewerbskommission entsprechend wird von einem sachlich relevanten Markt für Akzidenz- und einem für Zeitungsdruck ausgegangen (vgl. dazu Société Neuchâteloise de Presse S.A., RPW 1999/1, S. 138, Rz. 32 ff.; Berner Oberland Medien AG, RPW 2000/3, S. 424, Rz. 49).

16. Regional und lokal Werbende wollen mit Inseraten die Bevölkerung einer bestimmten Region oder sogar nur an einem bestimmten Ort erreichen. Der relevante Markt ist deshalb in räumlicher Hinsicht auf die Region Zürcher Oberland abzugrenzen.

17. Im Markt für Akzidenzdruck spielt die Distanz zwischen Auftraggeber und Druckerei eine untergeordnete Rolle. In räumlicher Hinsicht wird der Markt zumindest überregional abgegrenzt.

18. Der "Kiebitz" erscheint wöchentlich mit einer Auflage von 7'276 Exemplaren in Illnau-Effretikon.

19. Die beteiligten Unternehmen schätzen die Marktanteile des "Kiebitz" im räumlich auf Illnau-Effretikon abgegrenzten lokalen Werbemarkt auf zirka 25%, diejenigen von "Der Landbote" auf knapp 10% und diejenigen von "Der Zürcher Oberländer" auf ungefähr 20%. Diese räumliche Abgrenzung ist jedoch zu eng und muss wie bereits oben ausgeführt auf die Region Zürcher Oberland ausgeweitet werden. Die von den beteiligten Unternehmen angegebenen Marktanteile sind deshalb in dieser Hinsicht zu relativieren. Aktuelle Konkurrenten sind

unter anderen die "Zürichsee-Zeitung" (Regionalausgaben), die Neue Zürcher Zeitung und der Tages-Anzeiger.

20. Gemäss der Praxis der Wettbewerbskommission ist bei einer sachlich und räumlich relativ engen Marktabgrenzung der Einfluss anderer Wettbewerbsverhältnisse im Rahmen der aktuellen Konkurrenz zu berücksichtigen (JC Decaux/Affichage, RPW 2001/2, S. 320, Rz. 62). Das gilt auch für regionale Werbemärkte. Zu den lokalen Werbeträgern, welche den bereits bestehenden Wettbewerbsdruck erhöhen, sind die Lokalradios, das Lokalfernsehen sowie die Direktwerbung oder Plakatwerbung zu zählen.

21. Im durch grosse Überkapazitäten gekennzeichneten Markt für Akzidenzdruck ist eine Vielzahl verschiedener Unternehmen tätig. Die grössten unter ihnen sind die Farbendruck Weber, Biel, Zollikofer, St. Gallen, und die Aargauer Zeitung. Die Marktanteile von Ziegler Druck liegen weit unter 20%. Es erübrigt sich, näher auf diesen Markt einzugehen, da mangels Aktivitäten der ZO Medien und des Kiebitz Verlags in diesem Bereich das Zusammenschlussvorhaben zu keinen Marktanteilsadditionen führt.

Ergebnis

22. Aus den genannten Gründen ergeben sich keine Anhaltspunkte für die Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung (vgl. Art. 10 Abs. 1 KG). Das Zusammenschlussvorhaben ist als unbedenklich anzusehen. Die Voraussetzungen für die Einleitung eines Prüfungsverfahrens sind nicht gegeben.

B 2	6. Empfehlungen Recommandations Raccomandazioni
B 2.6	1. Staatliche Honorartarife in kantonalen Anwaltsgesetzgebungen (Kanton Schaffhausen)

Empfehlungen, Stellungnahmen; Art. 45 und Art. 46 KG

Recommandations et préavis; art. 45 et art. 46 LCart

Raccomandazioni e preavviso; art. 45 e art. 46 LCart

1. Allgemeine Bemerkung

Im Sinne einer generellen Bemerkung ist festzuhalten, dass jegliche Tarifordnung, sofern sie mit einem konkreten Zahlenrahmen arbeitet, aus wettbewerbsrechtlicher Sicht problematisch ist. Um eine solche