



EUROPÄISCHE KOMMISSION
GD Wettbewerb

***Fall M.10703 – QTRADO HOLDING /
SPRINGER / PRESS IMPACT***

Nur der deutsche Text ist verfügbar und verbindlich.

**VERORDNUNG (EG) Nr. 139/2004
ÜBER FUSIONSVERFAHREN**

Artikel 4(4)
Datum: 01/07/2022



EUROPÄISCHE KOMMISSION

Brüssel, 1.7.2022
C(2022) 4792 final

NICHTVERTRAULICHE FASSUNG

In der veröffentlichten Version dieser Entscheidung wurden bestimmte Informationen gem. Art. 17 (2) der Ratsverordnung (EG) Nr. 139/2004 über die Nichtveröffentlichung von Geschäftsgeheimnissen und anderen vertraulichen Informationen aus-gelassen. Die Auslassungen sind durch Klammern [...] gekennzeichnet. Soweit möglich wurden die ausgelassenen Informationen durch eine Bandbreite/
Bereichsangabe von Zahlen oder eine allgemeine Beschreibung ersetzt.

**QTRADO Holding GmbH & Co.
KG**
Hornpottweg 5
51375 Leverkusen
Deutschland

Axel Springer SE
Axel-Springer-Straße 65
10888 Berlin
Deutschland

Bundeskartellamt
Kaiser-Friedrich-Str. 16
53113 Bonn
Deutschland

**Sache: Fall M.10703 – QTRADO HOLDING / SPRINGER / PRESS IMPACT
Beschluss der Kommission infolge eines begründeten Antrags nach
Artikel 4 Absatz 4 der Verordnung Nr. 139/2004¹ und Artikel 57 des**

¹ ABl. L 24 vom 29.1.2004, S. 1 („Fusionskontrollverordnung“). Mit Wirkung vom 1. Dezember 2009 wurden mit dem Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union („AEUV“) einige Begriffe geändert. So wurde zum Beispiel „Gemeinschaft“ durch „Union“ und „Gemeinsamer Markt“ durch „Binnenmarkt“ ersetzt. In diesem Beschluss wird durchgehend die Terminologie des AEUV verwendet.

Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum² auf Verweisung der Sache an Deutschland

Einreichdatum: 24.05.2022

Rechtliche Rückmeldefrist für die Mitgliedstaaten: 17.06.2022

Rechtliche Frist für die Entscheidung der Kommission nach Artikel 4 Absatz 4:
01.07.2022

Sehr geehrte Damen und Herren,

1. EINLEITUNG

- (1) Am 24. Mai 2022 ging bei der Kommission in Bezug auf den Erwerb der gemeinsamen Kontrolle durch die QTRADO Holding GmbH & Co. KG („QTRADO Holding“) und die Axel Springer SE („Springer“) über das Zielunternehmen Press Impact GmbH („Press Impact“, im Folgenden zusammen mit QTRADO Holding und Springer die „beteiligten Unternehmen“) (im Folgenden das „Zusammenschlussvorhaben“) ein begründeter Antrag auf Verweisung nach Artikel 4 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung ein. Darin beantragen QTRADO Holding und Springer (zusammen die „Anmelder“), dass das gesamte Zusammenschlussvorhaben von der zuständigen deutschen Behörde geprüft werden soll.
- (2) Nach Artikel 4 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung können die Parteien vor der Anmeldung eines Zusammenschlusses in einem begründeten Antrag mitteilen, dass der Zusammenschluss den Wettbewerb in einem Markt innerhalb eines Mitgliedstaats, der alle Merkmale eines gesonderten Marktes aufweist, erheblich beeinträchtigen könnte und deshalb ganz oder teilweise von diesem Mitgliedstaat geprüft werden sollte.
- (3) Eine Kopie dieses begründeten Antrags wurde sämtlichen Mitgliedstaaten am 24. Mai 2022 weitergeleitet. Innerhalb der 15-tägigen Frist des Art. 4 Abs. 4 der Fusionskontrollverordnung hat kein Mitgliedsstaat Einwände gegen die beantragte Verweisung erhoben.

2. DIE BETEILIGTEN UNTERNEHMEN UND DER GEPLANTE ZUSAMMENSCHLUSS

- (4) QTRADO Holding ist ein Unternehmen mit Sitz in Deutschland, welches mit seinen Tochtergesellschaften hauptsächlich in den Bereichen Pressegroßhandel, Logistik und presseführender Einzelhandel tätig ist. Das Kerngeschäft der QTRADO Holding wird von der QTRADO GmbH & Co. KG (nachfolgend „QTRADO“) betrieben, einem Pressegrossisten in einem Vertriebsgebiet in der Mitte und im Westen von Nordrhein-Westfalen, das von der Grenze zu den Niederlanden über Krefeld und Duisburg die Region Köln/Düsseldorf, die Region um Essen und Gelsenkirchen sowie den Raum Dortmund umfasst. Innerhalb dieses Vertriebsgebietes liefert die QTRADO aufgrund entsprechender Vereinbarungen mit den Verlagen sämtliche Presseerzeugnisse an den stationären Einzelhandel (mit Ausnahme des Bahnhofs- und Flughafenbuchhandels).

² ABl. L 1 vom 3.1.1994, S. 3 („EWR-Abkommen“).

- (5) Springer ist die Muttergesellschaft einer Multimedia-Gruppe, die in mehr als 40 Ländern mit verschiedenen Medienmarken (z.B. BILD- und WELT-Gruppe, Insider Inc., Politico.eu) und Rubrikenportalen (z.B. StepStone, SeLogger, Immowelt) aktiv ist. In Deutschland und im Bereich Presse ist Springer insbesondere als Herausgeber der Zeitungen der BILD- und Welt-Gruppe sowie als Betreiber der entsprechenden Online-Auftritte tätig. Über ihre Tochtergesellschaft Sales Impact GmbH (nachfolgend „Sales Impact“) organisiert Springer den deutschlandweiten Vertrieb der konzerneigenen Presseerzeugnisse über den Pressegroßhandel. Im Bereich des Pressegroßhandels selbst ist Springer nicht mehr tätig.³
- (6) Press Impact, derzeit eine 100%ige Tochtergesellschaft von Springer, ist ein sogenannter „Nationalvertrieb“, der den Vertrieb einschließlich damit zusammenhängender Logistik-, Abrechnungs- und Marketingleistungen für Presseerzeugnisse von nicht mit Springer konzernverbundenen Verlagen anbietet. Press Impact übernimmt den Vertrieb dieser Presseerzeugnisse an Pressegrossisten sowie an den Einzelhandel bei Flughafen- und Bahnhofsbuchhandlungen.
- (7) Gegenstand des Zusammenschlussvorhabens ist der Erwerb von 50% der Anteile an Press Impact durch QTRADO Holding, während Springer die restlichen 50% der Anteile behält. Damit erwerben QTRADO Holding und Springer gemeinsame Kontrolle über die Zielgesellschaft Press Impact im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b und Artikel 3 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung.

3. UNIONSWEITE BEDEUTUNG

- (8) Der Erwerb hat eine unionsweite Bedeutung im Sinne von Artikel 1 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung, da die beteiligten Unternehmen zusammen einen weltweiten Umsatz von mehr als 5 Milliarden EUR erwirtschaften (QTRADO Holding: ca. 252 Millionen EUR im Wirtschaftsjahr 2020; Springer: [...] EUR im Wirtschaftsjahr 2020; Press Impact: [...] EUR im Wirtschaftsjahr 2020). Mindestens zwei beteiligte Unternehmen haben einen unionsweiten Umsatz von über 250 Millionen EUR (QTRADO Holding: ca. 252 Millionen EUR im Wirtschaftsjahr 2020; Springer: [...] EUR im Wirtschaftsjahr 2020). Zwar erzielen QTRADO Holding und Press Impact jeweils mehr als 2/3 ihres unionsweiten Umsatzes in ein und demselben Mitgliedsstaat (Deutschland), auf Springer trifft dies jedoch nicht zu. Somit erzielen nicht alle beteiligten Unternehmen jeweils mehr als 2/3 ihres EU-weiten Umsatzes in ein und demselben Mitgliedsstaat.
- (9) Bei dem geplanten Zusammenschluss handelt es sich daher um einen Zusammenschluss mit unionsweiter Bedeutung im Sinne von Artikel 1 Absatz 2 und Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b und Artikel 3 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung.

4. BEWERTUNG

- (10) Gemäß den Angaben im begründeten Antrag betrifft das Zusammenschlussvorhaben den Vertrieb von Presseerzeugnissen in Deutschland außerhalb des

³ Nach Angaben von Springer bestehen lediglich Minderheitsbeteiligungen an [...]. Die früher als Pressegrossist tätige 100%ige Tochtergesellschaft von Springer, Buch- und Presse-Großvertrieb Hamburg GmbH & Co. KG, hat ihre Tätigkeit als Pressegrossist eingestellt.

Abonnementvertriebs, also den Vertrieb von Presseerzeugnissen, die über den stationären Einzelhandel an Endkunden verkauft werden.

- (11) Die beteiligten Unternehmen beschreiben die Wertschöpfungskette für den Vertrieb von Presseerzeugnissen in Deutschland wie folgt:⁴
- (a) Verlage können ihre Presseerzeugnisse wie folgt vertreiben:
 - im Abonnement direkt oder durch zwischengeschaltete Agenturen an Endkunden;
 - über den presseführenden Einzelhandel. Dieser Vertrieb erfolgt (mit Ausnahme des Flughafen- und Bahnhofsbuchhandels) nicht direkt an den Einzelhandel, sondern über die in Deutschland tätigen Pressegroßhändler.
 - (b) Die Pressegroßhändler schließen ihrerseits Verträge mit Einzelhändlern und beliefern die Einzelhandelsverkaufsstellen.
- (12) Kleinere Verlage, die nicht unmittelbar mit den einzelnen Pressegroßhändlern eigene Vertragsbeziehungen eingehen wollen, zentralisieren den Vertrieb und schalten einen sog. „Nationalvertrieb“ ein, der für sie den Vertrieb an die Pressegrossisten und den Flughafen- und Bahnhofsbuchhandel organisiert. Nationalvertriebe sind ganz überwiegend verlagsunabhängig, teilweise gibt es Minderheitsbeteiligungen von Verlagen. Die Pressegroßhändler sind mittelständisch geprägte Unternehmen und von den Verlagen unabhängig.⁵
- (13) Gemäß den Angaben im begründeten Antrag ist der Pressegroßhandel in Deutschland von folgenden Besonderheiten geprägt:⁶
- (a) Grundlage des Pressegroßhandelssystems in Deutschland ist die Neutralität des Pressegroßhandels gegenüber allen Verlagen und Verlagsprodukten. In einem bestimmten Vertriebsgebiet vertreibt nur ein Pressegroßhändler das Pressegesamtsortiment aller Verlage an den Einzelhandel in diesem Gebiet. Pressegrossisten liefern dabei das volle Sortiment der Verlage aus einer Hand an den Einzelhandel. Die Pressegrossisten unterliegen gegenüber den Verlagen und den Nationalvertrieben einem Kontrahierungszwang für den Vertrieb ihrer jeweiligen Presseerzeugnisse.
 - (b) Es besteht eine zweistufige Preisbindung, die den Vorgaben der Freistellung vom Kartellverbot nach § 30 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen („GWB“) entspricht. Die Pressegrossisten kaufen die Presseerzeugnisse von den Verlagen bzw. ihren Vertriebsgesellschaften oder den Nationalvertrieben und verkaufen sie in ihrem Vertriebsgebiet zu von den Verlagen festgesetzten, gebundenen Preisen an die Einzelhändler und verpflichten diese bei der Abgabe an ihre Kunden zur Einhaltung der von den Verlagen festgelegten Endverkaufspreise.
 - (c) Der Pressegroßhändler hat ein Sortiments- und Mengendispositionsrecht gegenüber dem Einzelhandel, das sich an der Verkäuflichkeit der Presseerzeugnisse ausrichtet. Anders als sonst im Einzelhandel üblich, bestellt der Einzelhändler also keine einzelnen Presseerzeugnisse, die er

⁴ Form RS, Rn. 39.

⁵ Form RS, Rn. 39 und Fn. 12.

⁶ Form RS, Rn. 40.

verkaufen möchte. Vielmehr bestellt er ein Pressesortiment, dessen Inhalt vom Pressegroßhändler vorgegeben wird.

- (d) Von den Einzelhändlern nicht verkaufte Presseerzeugnisse können an die Großhändler und von diesen entlang der Lieferkette an die Verlage zurückgegeben werden (sog. „Remissionsrecht“). Damit trägt der Verlag das wesentliche Risiko der Nichtverkäuflichkeit seiner Produkte.
- (14) Diese Strukturen haben sich historisch im letzten Jahrhundert in Deutschland entwickelt und wurden im Jahr 2013 vom deutschen Gesetzgeber durch die Änderung des GWB und der Freistellung in § 30 Abs. 2a GWB anerkannt und geschützt.

4.1. Definition der relevanten Produktmärkte

4.1.1. Gesamtmarkt für den Vertrieb von Pressesortimenten

- (15) Die Kommission geht in ihrer Entscheidungspraxis bei Presseerzeugnissen von jeweils separaten Leser-⁷ und Anzeigenmärkten⁸ aus und hat gerade bei Lesermärkten zum Teil noch weitere Untergliederungen dieser Märkte nach Inhalt und Zielgruppe der Presseerzeugnisse in Betracht gezogen.
- (16) Die beteiligten Unternehmen sind hingegen der Ansicht, dass diese auf Horizontalzusammenschlüsse zwischen Verlagen zugeschnittenen Marktabgrenzungen vorliegend nicht zur Erfassung der relevanten Wettbewerbskräfte geeignet seien, da der Zusammenschluss keine Auswirkungen auf einen so abgegrenzten Markt habe. Das Zusammenschlussvorhaben führe nicht zu einem Wegfall von Wettbewerbern bei Presseerzeugnissen.⁹
- (17) Nach Auffassung der beteiligten Unternehmen ist der Angebotsmarkt für Presseerzeugnisse (durch die verlagseigene Vertriebsorganisation oder durch Dienstleister), jedenfalls beim Vertrieb über den Pressegroßhandel, ein einheitlicher Markt, der nicht nach der Art der Presseerzeugnisse zu unterteilen ist, da der Pressegroßhandel den Vertrieb aller ihm von den Verlagen und Nationalvertrieben angebotenen Presseerzeugnisse gewährleistet. Der Pressegroßhandel beziehe von jedem Verlag bzw. Nationalvertrieb dessen gesamtes Pressesortiment und biete auch dem Einzelhandel keine Einzelobjekte, sondern die Pressesortimente aller Verlage und Nationalvertriebe an. Dabei sei das Vertriebssystem vertragsrechtlich so ausgestaltet, dass der Einzelhändler keine Auswahlmöglichkeit habe, sondern in einer Einzelhandelsverkaufsstelle dem Endkunden genau das Pressesortiment anbiete, das ihm vom Pressegroßhändler entsprechend einer Verkäuflichkeitsprognose zusammengestellt werde.¹⁰
- (18) Für die Zwecke der Bewertung des Verweisungsantrags kann die genaue Abgrenzung des Produktmarktes für den Vertrieb von Pressesortimenten über den presseführenden Einzelhandel und die Frage, ob er weiter in separate Leser- und Anzeigenmärkte unterteilt werden muss, offenbleiben. Das Ergebnis der Bewertung würde für alle oben genannten plausiblen Marktabgrenzungen unverändert bleiben.

⁷ Entscheidung vom 16. Juni 2004, M.3420 – *GIMD/Socpresse*, Rn. 11; Entscheidung vom 7. Juli 2005, M.3817 – *Wegener/PCM/JV*, Rn. 10.

⁸ Entscheidung vom 16. Juni 2004, M.3420 – *GIMD/Socpresse*, Rn. 17.

⁹ Form RS, Rn. 44.

¹⁰ Form RS, Rn. 42.

- (19) Die beteiligten Unternehmen geben an, dass von den Zusammenschlussbeteiligten nur Springer auf Verlagebene tätig ist und vor allem deutschlandweit eigene Presseerzeugnisse zum Verkauf anbietet. Daneben vertreibt Springer über das Zielunternehmen Press Impact in geringem Umfang deutschlandweit auch Pressesortimente anderer Verlage. Der grenzüberschreitende Vertrieb spielt bei den von Springer herausgegebenen Titeln wegen sprachlicher Barrieren und auch deswegen, weil sich die Presseerzeugnisse vorwiegend an Leser in der Bundesrepublik Deutschland richten, praktisch keine Rolle. Insoweit vertreibt Springer die eigenen Presseprodukte nur über wenige Vertriebspartner an ausländische Verkaufsstellen, die deutsche Presse führen. Press Impact vertreibt Presseprodukte im Wesentlichen in Deutschland und in sehr geringem Umfang im deutschsprachigen Ausland. Press Impact vertreibt auch Presseprodukte aus dem Ausland, soweit diese in Deutschland nachgefragt werden.¹¹

4.1.2. Teilmarkt für Nationalvertriebsleistungen

- (20) Nationalvertriebe erbringen für ihre Kunden (also für Verlage) Dienstleistungen rund um den Vertrieb von Presseobjekten. Sie organisieren insbesondere die Disposition der Presseerzeugnisse und die Lieferung von Presseerzeugnissen an die Pressegrossisten und den Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel einschließlich der Abwicklung des Rechnungs- und Zahlungsverkehrs. Nationalvertriebe gehören überwiegend zu einzelnen Verlagshäusern oder sind Gemeinschaftsunternehmen verschiedener Verlage. Im Ausgangspunkt unterscheiden sich die Leistungen von Nationalvertrieben und Vertriebsgesellschaften, die nur die Titel des eigenen Verlags vermarkten, nicht grundlegend. Nationalvertriebe sind aber als Anbieter ihrer Vertriebsdienstleistungen am Markt auch oder sogar ausschließlich für andere Verlage tätig.
- (21) Die Kommission hat bislang keine Entscheidungspraxis zu einem potentiellen Markt für Nationalvertriebsleistungen.
- (22) Das Bundeskartellamt geht in seiner Praxis bisher von einem eigenständigen Markt für Nationalvertriebsleistungen aus,¹² und fasst hierfür verschiedene Leistungen zusammen, *„die spezialisierte Dienstleister für Zeitungs- und Zeitschriftenverlage im Einzelverkauf, d.h. im Absatz über den Einzelhandel und den Bahnhofsbuchhandel erbringen. Zu diesen Leistungen gehören insbesondere die Mengendisposition, die Organisation von Versand und Logistik, die Abrechnung gegenüber Presse-Grossisten und Bahnhofsbuchhändlern, die Platzierung der betreuten Objekte im Einzelhandel und Absatzanalysen sowie die Marktbeobachtung.“*¹³
- (23) Nach Ansicht der beteiligten Unternehmen verschwimmen in der aktuell im Markt zu beobachtenden vertrieblichen Praxis die Grenzen zwischen dem verlagseigenen Vertrieb und Nationalvertriebsleistungen zunehmend. Dies rechtfertigt nach Ansicht der Zusammenschlussbeteiligten eher die Abgrenzung eines sachlich einheitlichen Marktes für den Vertrieb von Pressesortimenten. Wenn man dennoch von einem eigenen Markt für Nationalvertriebsleistungen ausgeht, sind die

¹¹ Form RS, Rn. 41.

¹² Bundeskartellamt, Fallbericht zur Entscheidung vom 22. Dezember 2009, B6-119/09 S. 1 f.

¹³ Bundeskartellamt, Tätigkeitsbericht 2015/2016, BT-Drs., 18/12760 vom 15. Juni 2017, S. 93. So wohl auch Fusionskontrollverfahren zum Erwerb der Mitkontrolle des Klambt-Verlags an MZV, Bundeskartellamt, Pressemitteilung vom 1. September 2021.

beteiligten Unternehmen der Ansicht, dass es sich um einen Ausschnitt des Markts für den Vertrieb von Pressesortimenten handelt.¹⁴

- (24) Für die Zwecke der Bewertung des Verweisungsantrags kann die genaue Abgrenzung des Produktmarktes für Nationalvertriebsleistungen und die Frage, ob es sich um einen separaten Markt oder einen Ausschnitt des Gesamtmarkts für den Vertrieb von Pressesortimenten über den presseführenden Einzelhandel handelt, offenbleiben. Das Ergebnis der Bewertung würde für alle oben genannten plausiblen Marktabgrenzungen unverändert bleiben.
- (25) Bei dem Gemeinschaftsunternehmen Press Impact handelt es sich um einen im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland tätigen Nationalvertrieb.¹⁵

4.1.3. *Pressegroßhandelsmarkt*

- (26) In Deutschland werden alle Presseerzeugnisse, die über den stationären Einzelhandel (mit Ausnahme der Bahnhofs- und Flughafenbuchhandlungen) verkauft werden, auf der Großhandelsebene von Pressegrossisten vertrieben, die in bestimmten Vertriebsgebieten in Deutschland tätig sind.
- (27) Die Kommission hat bislang keine Entscheidungspraxis zu einem potentiellen Pressegroßhandelsmarkt.
- (28) Das Bundeskartellamt legt im Pressegroßhandel-Bereich einen sachlichen Markt zugrunde, der dadurch gekennzeichnet ist, dass die Pressegrossisten den Verlagen den Vertrieb von Presseerzeugnissen an den Einzelhandel anbieten.¹⁶
- (29) Nach Auffassung der beteiligten Unternehmen besteht ein einheitlicher Markt, der Vertriebsleistungen für alle Presseerzeugnisse der Verlage umfasst.¹⁷
- (30) Für die Zwecke der Bewertung des Verweisungsantrags geht die Kommission daher von einem einheitlichen Produktmarkt für Pressegroßhandel aus.
- (31) Von den Zusammenschlussbeteiligten ist nur QTRADO Holding mit ihrer 100%-Tochter QTRADO als Pressegroßhändler tätig.¹⁸

4.2. **Definition der räumlich relevanten Märkte**

4.2.1. *Gesamtmarkt für den Vertrieb von Pressesortimenten*

- (32) In räumlicher Hinsicht geht die Kommission in ihrer Entscheidungspraxis sowohl für Leser- als auch Anzeigenmärkte von nationalen Märkten aus.¹⁹
- (33) Auch die beteiligten Unternehmen gehen von einem bundesweiten Markt aus, da die Verlage und Nationalvertriebe ihre Presseerzeugnisse bundesweit an die

¹⁴ Form RS, Rn. 49.

¹⁵ Form RS, Rn. 47.

¹⁶ Entscheidung vom 30. März 2010, B6-98-09, *Roth + Horsch Pressevertrieb GmbH & Co. KG / Presse-Vertrieb Pfalz GmbH & Co. KG*, S. 10, Rn. 30.

¹⁷ Form RS, Rn. 56.

¹⁸ Form RS, Rn. 54.

¹⁹ Entscheidung vom 20. April 1999, M.1455 – *Gruner + Jahr/Financial Times/JV*, Rn. 21; Entscheidung vom 16. Juni 2004, M.3420 – *GIMD/Socpresse*, Rn. 29; Entscheidung vom 7. April 2017, M.8354 – *Fox/Sky*, Rn. 118, 134 f.

Pressegrossisten vertreiben. Der grenzüberschreitende Vertrieb fällt aufgrund sprachlicher Barrieren und der Zielgruppe der Presseerzeugnisse praktisch nicht ins Gewicht. Zudem gelten die o.g. Besonderheiten des Pressevertriebs so nur für den Vertrieb in Deutschland.²⁰

- (34) Für die Zwecke der Bewertung des Verweisungsantrags geht die Kommission daher davon aus, dass sowohl der potentielle Gesamtmarkt für den Vertrieb von Pressesortimenten über den presseführenden Einzelhandel, als auch mögliche Teilmärkte davon, national und im vorliegenden Fall deutschlandweit sind.

4.2.2. *Teilmarkt für Nationalvertriebsleistungen*

- (35) Die Kommission hat bislang keine Entscheidungspraxis zum räumlichen Umfang eines potentiellen Marktes für Nationalvertriebsleistungen.
- (36) Das Bundeskartellamt geht in seiner Entscheidungspraxis in räumlicher Hinsicht von einem deutschlandweiten Markt aus.²¹
- (37) Die beteiligten Unternehmen sind ebenfalls der Auffassung, dass der Teilmarkt für Nationalvertriebsleistungen ein deutschlandweiter Markt ist.²²
- (38) Für die Zwecke der Bewertung des Verweisungsantrags geht die Kommission daher davon aus, dass im vorliegenden Fall der potentielle (Teil-)Markt für Nationalvertriebsleistungen deutschlandweit ist.

4.2.3. *Pressegroßhandelsmarkt*

- (39) Die Kommission hat bislang keine Entscheidungspraxis zum räumlichen Umfang eines potentiellen Pressegroßhandelsmarktes.
- (40) Das Bundeskartellamt geht in räumlicher Hinsicht von regionalen, entlang der Vertriebsgebiete der Pressegrossisten, abzugrenzenden Pressegroßhandelsmärkten aus.²³
- (41) Dies entspricht auch der Ansicht der beteiligten Unternehmen.²⁴
- (42) Für die Zwecke der Bewertung des Verweisungsantrags geht die Kommission daher davon aus, dass der Pressegroßhandelsmarkt enger als national, nämlich regional entlang der Vertriebsgebiete der Pressegrossisten abzugrenzen ist. Im vorliegenden Fall entspricht daher der räumliche Pressegroßhandelsmarkt dem Vertriebsgebiet der QTRADO Holding, nämlich der Mitte und dem Westen Nordrhein-Westfalens.

²⁰ Form RS, Rn. 43.

²¹ Bundeskartellamt, Tätigkeitsbericht 2015/2016, BT-Drs., 18/12760 vom 15. Juni 2017, S. 93. So wohl auch Fusionskontrollverfahren zum Erwerb der Mitkontrolle des Klambt-Verlags an MZV, Bundeskartellamt, Pressemitteilung vom 1. September 2021.

²² Form RS, Rn. 50.

²³ Entscheidung vom 30. März 2010, B6-98-09, *Roth + Horsch Pressevertrieb GmbH & Co. KG / Presse-Vertrieb Pfalz GmbH & Co. KG*, S. 10, Rn. 31.

²⁴ Form RS, Rn. 56.

4.3. Bewertung des Verweisungsantrags

- (43) Bei Anwendung der Entscheidungspraxis in Deutschland, den Pressegroßhandelsmarkt regional nach dem Vertriebsgebiet abzugrenzen, ergeben sich für das Zusammenschlussvorhaben folgende betroffene Märkte:²⁵
- (a) der Pressegroßhandelsmarkt im Gebiet von QTRADO;
 - (b) der vorgelagerte bundesweite Vertriebsmarkt für Pressesortimente, auf dem Springer eigene und fremde Pressesortimente über den Pressegroßhandel vertreibt;
 - (c) der ebenfalls vorgelagerte Teilmarkt für Nationalvertriebsdienstleistungen, auf dem Springer über Press Impact für andere Verlage deren Pressesortimente über den Pressegroßhandel vertreibt.

4.3.1. Rechtliche Voraussetzungen

- (44) Entsprechend der Mitteilung der Kommission über die Verweisung von Fusionsfällen²⁶ müssen die folgenden zwei rechtlichen Voraussetzungen erfüllt sein, damit die Kommission eine Verweisung an einen oder mehrere Mitgliedsstaaten gemäß Artikel 4 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung vornehmen kann:
- (a) es müssen Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass der Zusammenschluss den Wettbewerb in einem Markt oder mehreren Märkten erheblich beeinträchtigen kann,²⁷ und
 - (b) der fragliche Markt oder die fraglichen Märkte müssen sich innerhalb eines Mitgliedstaates befinden und alle Merkmale eines gesonderten Marktes aufweisen.²⁸
- (45) Aus den nachstehend dargelegten Gründen ergibt sich, dass beide rechtlichen Voraussetzungen des Artikels 4 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung erfüllt sind.
- (46) Erstens führt der Zusammenschluss gemäß den Angaben im begründeten Antrag zu vertikal betroffenen Märkten, wenn man den Markt für Pressegroßhandelsleistungen wie das Bundeskartellamt räumlich anhand der Vertriebsgebiete der Pressegrossisten abgrenzt. In diesem Fall hat QTRADO im eigenen Vertriebsgebiet einen Marktanteil von 100%, da QTRADO dort die Publikationen sämtlicher Verlage an alle presseführenden Einzelhändler liefert.²⁹ Der nachgelagerte Markt für den Vertrieb von Pressesortimenten und der ebenfalls nachgelagerte Teilmarkt für Nationalvertriebsleistungen sind damit ebenfalls betroffen, auch wenn die Marktanteile der Parteien in beiden Märkten unter 30% liegen.³⁰ Die Existenz betroffener Märkte indiziert bereits, dass der

²⁵ Geht man hingegen von einem bundesweiten Pressegroßhandelsmarkt aus, hätte QTRADO im Jahr 2020 lediglich einen Marktanteil von rund [10-20]% und es lägen keine betroffenen Märkte vor, vgl. Form RS, Rn. 69.

²⁶ ABl. C 56 vom 5.3.2005, S.2.

²⁷ Weiter ausgeführt in Rn. 17 der Mitteilung der Kommission über die Verweisung von Fusionsfällen.

²⁸ Weiter ausgeführt in Rn. 18 der Mitteilung der Kommission über die Verweisung von Fusionsfällen.

²⁹ Form RS, Rn. 69.

³⁰ Gemäß den Angaben im begründeten Antrag liegt der Marktanteil des Pressesortiments von Springer sowohl bundesweit als auch im Vertriebsgebiet von QTRADO auf einem Gesamtmarkt für den Vertrieb von Pressesortimenten bei schätzungsweise rund [10-20]%, vgl. Form RS, Rn. 67. Wenn

Zusammenschluss den Wettbewerb in einem Markt oder mehreren Märkten erheblich beeinträchtigen kann.³¹

- (47) Zweitens sind die betroffenen Märkte (Vertrieb von Pressesortimenten, der Teilmarkt für Nationalvertriebsleistungen sowie Pressegroßhandel) gesonderte Märkte im Sinne von Artikel 4 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung, die räumlich maximal bundesweit oder enger abzugrenzen sind.

4.3.2. *Sonstige Kriterien*

- (48) Nach Randnummer 19 der Mitteilung der Kommission über die Verweisung von Fusionsfällen sollte in einem Verweisungsantrag auch darauf eingegangen werden, ob die Wettbewerbsbehörde, an die der Fall verwiesen werden soll, tatsächlich am besten für die Prüfung des Falles geeignet ist. Hierbei ist nicht nur zu erwägen, wo sich die Wettbewerbsfolgen des Zusammenschlussvorhabens besonders bemerkbar machen, sondern auch, inwieweit die nationale Wettbewerbsbehörde zu einer Prüfung des Zusammenschlussvorhabens in der Lage ist.
- (49) Erstens werden sich die Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens höchstwahrscheinlich auf Deutschland beschränken und angesichts der im begründeten Antrag enthaltenen Informationen wird der Schwerpunkt der wirtschaftlichen Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses in Deutschland liegen. Alle der plausiblen, möglicherweise betroffenen Märkte für den Vertrieb von Pressesortimenten, für Nationalvertriebsleistungen sowie der Pressegroßhandelsmarkt sind im Umfang nicht weiter als national und liegen ausschließlich in Deutschland.
- (50) Zweitens prüft das Bundeskartellamt regelmäßig Zusammenschlüsse im Bereich des Pressevertriebs in Deutschland³², ist mit den Besonderheiten des deutschen Pressevertriebssystems vertraut und verfügt somit über umfangreiche Erfahrung und Sachkenntnis bei der Prüfung der betroffenen Märkte.
- (51) Drittens entspricht die beantragte Verweisung dem Grundsatz der einzigen Anlaufstelle, da das Zusammenschlussvorhaben komplett an eine einzige Wettbewerbsbehörde verwiesen wird.
- (52) Daher ist das Bundeskartellamt besonders geeignet, die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses auf den Wettbewerb auf den betroffenen Märkten zu bewerten.

man den Vertrieb über Nationalvertriebe als eigenständigen Markt zugrunde legt, hat Press Impact als Anbieter von Nationalvertriebsleistungen auf einem bundesweiten Markt und im Vertriebsgebiet von QTRADO einen geschätzten Marktanteil von [5-10]%, vgl. Form RS, Rn. 67.

³¹ Vgl. Rn. 17 und Fn. 21 der Mitteilung der Kommission über die Verweisung von Fusionsfällen.

³² Vgl. Bundeskartellamt, Fallbericht zur Entscheidung vom 6. Februar 2015, B6-21/15 – *Umbreit, buch und presse / Roth + Horsch*; Fallbericht zur Entscheidung vom 23. November 2011, B6-39/11 – *Köln Doll & Esser / Probst Heuser*. Darüber hinaus hat nach Angabe der beteiligten Unternehmen das Bundeskartellamt zahlreiche weitere Fusionskontrollverfahren im Bereich Pressegroßhandel in den letzten Jahren innerhalb der für das deutsche Fusionskontrollverfahren geltenden Monatsfrist entschieden, ohne das Zusammenschlussvorhaben genauer zu untersuchen. Zu diesen Fusionskontrollverfahren wurden daher keine Fallberichte oder Pressemitteilungen veröffentlicht. Zu einem Zusammenschluss im Bereich Pressevertrieb durch die Verlage bzw. durch Nationalvertriebe vgl. Bundeskartellamt, Erwerb der Mitkontrolle des Klambt-Verlags an MZV, Pressemitteilung vom 1. September 2021.

4.3.3. *Schlussfolgerung zur Verweisung*

- (53) Laut den von den beteiligten Unternehmen in ihrem begründeten Antrag übermittelten Informationen erfüllt der Fall die rechtlichen Voraussetzungen nach Artikel 4 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung, da der Zusammenschluss den Wettbewerb auf Märkten innerhalb eines Mitgliedstaats, die jeweils alle Merkmale eines gesonderten Markts aufweisen, erheblich beeinträchtigen kann.
- (54) Das Bundeskartellamt ist gut geeignet, den Fall zu prüfen.

5. SCHLUSSFOLGERUNG

- (55) Aus den oben genannten Gründen hat die Kommission beschlossen, das gesamte Zusammenschlussvorhaben zur Prüfung an das Bundeskartellamt zu verweisen. Dieser Beschluss gründet sich auf Artikel 4 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung und Artikel 57 des EWR-Abkommens.

Für die Kommission

*(Unterzeichnet)
Olivier GUERSENT
Generaldirektor*