

Stellungnahme Hubert Burda Media

Anhörung im Ausschuss für Wirtschaft und Technologie: Entwurf eines Achten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (8. GWB-ÄndG)

1. Wie beurteilen Sie die geplante Anhebung der Aufgreifschwelle bei der Pressefusionskontrolle?

Die geplante Anhebung der Aufgreifschwelle ist ein Schritt in die richtige Richtung, geht aber noch nicht weit genug. Angesichts der Gegebenheiten in verwandten und angrenzenden Märkten sind spezifische Schwellen für den Pressemarkt nicht zu rechtfertigen. Die beiden großen TV-Vermarkter IP Deutschland und SevenOne Media vereinen rund 70 % des Marktes, besonders obsolet erscheinen die Aufgreifschwellen für Presseverlage aber bei einem Blick in den Online-Werbemarkt: Google alleine kontrolliert 61 % des deutschen Onlinewerbemarkts und nimmt in Deutschland jährlich 2 Mrd. Euro mit Werbung ein (Quelle: Werben & Verkaufen) – das ist mehr als alle deutschen Publikumszeitschriftenverlage zusammen. Vor diesem Hintergrund sollten die Aufgreifschwellen im Pressebereich eher noch weiter angehoben werden.

2. Wie beurteilen Sie die wirtschaftliche Situation der Presseverlage in Deutschland? Rechtfertigt die immer wieder zitierte „tiefe Krise des Zeitungsmarktes“ [und des Zeitschriftenmarktes, Anmerkung Hubert Burda Media] die vorhergesehenen kartellrechtlichen Änderungen oder macht diese notwendig und welche Auswirkung sind mit Blick auf die Pressevielfalt zu erwarten?

Die Zeitschriftenbranche befindet sich infolge der Digitalisierung und der veränderten Mediennutzung in einem tiefgreifenden strukturellen Wandel. So gingen die Presseverkäufe im Grosso in den vergangenen zehn Jahren um 32 % zurück, der Umsatz sank im gleichen Zeitraum um 17 % von jährlich 4,1 Mrd. Euro auf jährlich 3,4 Mrd. Euro. Tendenz: weiter sinkend.

Der Anzeigenmarkt der Publikumszeitschriften vollzog – durch die Überlagerung von strukturellen und konjunkturellen Effekten – eine noch weitaus dramatischere Entwicklung: Im Zuge der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise ging der Werbeumsatz der Publikumszeitschriften im Jahre 2009 um 13 % (entspricht 500 Mio. Euro) auf 3,4 Mrd. Euro zurück. Davon hat sich der Anzeigenmarkt nicht wieder erholt. Vielmehr wird für das Jahr 2012 ein Verlust von 5,4 % im Vergleich zum Vorjahr prognostiziert (Quelle: Nielsen Media Research).

Für die kommenden Jahre ist eine weitere Beschleunigung dieser Entwicklung abzusehen. Für Publikumszeitschriftenverlage bedeutet dies, dass die Zukunftssicherung ihres Geschäfts hohe Investitionen in Technologieinnovationen und die Erschließung neuer Geschäftsfelder erfordert. Dieser Investitionsbedarf bei gleichzeitiger Erosion der Umsätze im Vertriebs- und Werbemarkt bedroht die Existenz vieler Verlage. Um dieser wirtschaftlichen Herausforderung begegnen zu können, müssen strategische Partnerschaften und Zusammenschlüsse von Verlagen und anderen Medienunternehmen durch eine Anpassung der rechtlichen Grundlage erleichtert werden (siehe unter 1.). Anderenfalls werden viele Verlage nicht mehr am Markt bestehen können. Die geplanten kartellrechtlichen Änderungen werden die Pressevielfalt also stützen, statt sie zu gefährden.

3. Wie stehen Sie den Forderungen nach einer gesetzlichen Absicherung des Alleinverhandlungsmandats des Presse-Grosso-Verbandes und der Verlegerverbände gegenüber?

Das Pressegrosso ist ein bewährtes Vertriebssystem, das die flächendeckende Verfügbarkeit der Presse gewährleistet und damit einen entscheidenden Beitrag zur Pressevielfalt und zur Meinungsfreiheit in Deutschland leistet. Es sichert neuen Objekten freien Marktzutritt und der Presse

insgesamt Zugang zu einem der weltweit breitesten Händlernetze und kommt sowohl den großen als auch den kleinen Verlage zu Gute. Daher muss dieses international einzigartige System dringend erhalten bleiben; angesichts der Kräfte, die das System in Frage stellen, scheint eine gesetzliche Regelung dafür unausweichlich zu sein.

Zwar hat das Zusammenspiel zwischen Verlagen, Grossisten und Einzelhandel bislang auch ohne gesetzliche Regelungen gut funktioniert: Stets wurde die diskriminierungsfreie Presseversorgung sichergestellt, notwendige Anpassungen des Systems wurden gemeinsam realisiert, ohne das System aus dem Gleichgewicht zu bringen. Angesichts des drohenden Kartellverbots für Grosso und Verlage ist diese bewährte Praxis aber in Gefahr geraten, weshalb es erforderlich geworden ist, die Möglichkeit gemeinsamer Verhandlungsmandate der Verbände von Verlagen und Grossisten gesetzlich zu regeln.

4. Wie stellen Sie sich eine gesetzliche Regelung vor, die auch im Kontext des Europarechts Bestand hat?

Bei der Ausgestaltung einer gesetzlichen Regelung gilt es, die oben skizzierten Realitäten der digitalisierten und globalisierten Medienwelt zu beachten. Zukünftig kann ein – wenn auch bewährtes – Monopolssystem nicht unverändert fortgeschrieben werden, sondern muss sich neuen Rahmenbedingungen gegenüber anpassungsfähig zeigen. Über die Notwendigkeit eines solchen Reformprozesses herrscht zwischen den Verlagen und dem Grosso Einvernehmen. Konsolidierungen und Effizienzsteigerungen des Grossosystems sind in der Zukunft zwingend erforderlich – letztlich auch zum Erhalt des qualitativ hochwertigen und pluralistischen Printjournalismus in Deutschland.

Folgende Ausgestaltung der gesetzlichen Regelung schlagen wir vor:

1. Beide Seiten, Grossisten und Verlage, müssen gegen das Risiko einer kartellrechtlichen Rechtswidrigkeit im Falle abgestimmter Verhandlungen von Grossovereinbarungen geschützt sein. Ein Schutz nur der Grossisten, der die Verlage dem Vorwurf der Kartellrechtswidrigkeit in gesteigerter Intensität aussetzen würde, ist nicht nur für die Verlage unzumutbar, sondern würde auch den transparenten, diskriminierungsfreien und ubiquitären Pressegrossovertrieb unmöglich machen. Gleichzeitig muss die Reformfähigkeit des Grossosystems unter sich verändernden Marktbedingungen sicher gestellt werden.
2. Der gesetzliche Schutz muss die Möglichkeit freiwilliger Grossovereinbarungen schützen, darf aber selbst keine Zementierung von Grossoelementen bewirken. Der Erfolg des deutschen Grossosystems beruht auf der Freiwilligkeit seiner Parameter. Diese Freiwilligkeit ist angesichts der Notwendigkeit weiterer Veränderungen in einem sich wandelnden Markt unverzichtbar.
3. Wir schlagen eine Freistellung von Grossovereinbarungen i. S. d. Art. 101 Abs. 3 AEUV vor und halten dies für einen, wenn nicht sogar den einzig richtigen Weg. Weitergehende Lösungen, die die vorgenannten Bedingungen erfüllen, schließen wir nicht aus – zunächst muss aber geprüft werden, ob sie sachgemäß oder gar zwingend sind.

Berlin, 27. Juni 2012