

DECYZJA KOMISJI

z dnia 3 maja 2005 r.

stwierdzająca zgodność koncentracji ze wspólnym rynkiem oraz funkcjonowaniem Porozumienia EOG**(Sprawa COMP/M.3178 – Bertelsmann/Springer/JV)***(notyfikowana jako dokument nr C(2005) 1368)***(Jedynie tekst w języku angielskim jest autentyczny)****(Tekst mający znaczenie dla EOG)**

(2006/171/WE)

Dnia 3 maja 2005 r. Komisja przyjęła decyzję w sprawie połączenia na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 139/2004 z dnia 20 stycznia 2004 r. w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw⁽¹⁾, w szczególności art. 8 ust. 1 tego rozporządzenia. Niepoufną wersję pełnego tekstu decyzji Komisji w oryginalnym języku postępowania oraz w językach roboczych Komisji można znaleźć na stronie internetowej Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji pod adresem: http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html

- (1) Dnia 4 listopada 2004 r. Komisja otrzymała zgłoszenie na mocy art. 4 rozporządzenia Rady (WE) nr 139/2004 („rozporządzenie w sprawie połączeń”) dotyczące zaplanowanej koncentracji, dzięki której niemieckie przedsiębiorstwo Bertelsmann AG (zwane dalej: „Bertelsmann”), kontrolowana wyłącznie przez nie spółka zależna Gruner+Jahr AG & Co. KG (zwana dalej: „G+J”) oraz Axel Springer AG (zwane dalej: „Springer”) uzyskałyby wspólną kontrolę nad niemieckim przedsiębiorstwem NewCo (zwanym dalej: „NewCo”) nabywając udziały w nowo utworzonym wspólnym przedsiębiorstwie. Bertelsmann (i G+J) oraz Springer będą określane wspólnie, jako „strony”.
- (2) Dnia 29 listopada 2004 r. niemiecki organ ochrony konkurencji (Bundeskartellamt), zawiadomił Komisję, że zaplanowana koncentracja może stanowić znaczące zagrożenie dla konkurencji na niemieckim rynku druku metodą wkłęsłodruku lub alternatywnie na niemieckim rynku produktów drukarskich, których wytworzenie odbywa się pod presją czasu, w szczególności czasopism.
- (3) Decyzją z dnia 23 grudnia 2004 r. Komisja uznała, że zgłoszona operacja wzbudza poważne wątpliwości odnośnie jej zgodności ze wspólnym rynkiem i funkcjonowaniem Porozumienia EOG. W związku z tym Komisja wszczęła postępowanie w tej sprawie zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. c) rozporządzenia w sprawie połączeń i zadecydowała, że na podstawie art. 9 ust. 3 lit. a) tegoż rozporządzenia sama zajmie się kwestiami poruszonymi przez niemiecki organ ochrony konkurencji.
- (4) Bertelsmann jest międzynarodowym przedsiębiorstwem medialnym. Jego działalnością drukarską zajmuje się spółka zależna Arvato AG (zwana dalej: „Arvato”), kontrolująca niemiecką drukarnię wkłęsłodruku Maul-Belser, drukarnię druku offsetowego Mohn Media w Guetersloh oraz wiele innych drukarni w Europie, takich jak drukarnia wkłęsłodruku Eurogravure S.p.A. we Włoszech, czy Eurohucio S.A. w Hiszpanii. Dodatkowo Arvato planuje uruchomienie w ciągu najbliższych dwóch lat nowego zakładu drukarskiego wkłęsłodruku w Liverpoolu (Zjednoczone Królestwo). Ponadto kontrolowana wyłącznie przez Bertelsmanna G+J zajmująca się wydawaniem, drukiem i dystrybucją gazet i czasopism, posiada dwa zakłady drukarskie wkłęsłodruku w Niemczech: w Itzehoe (blisko Hamburga) i Dreźnie.
- (5) Springer zajmuje się wydawaniem, drukiem i dystrybucją gazet i czasopism oraz posiada udziały w przedsiębiorstwach zajmujących się nadawaniem programów radiowych i telewizyjnych. Springer prowadzi dwa zakłady drukarskie wkłęsłodruku w Niemczech, mianowicie w Ahrensburg (blisko Hamburga) i Darmstadt. Prowadzi on również trzy zakłady druku offsetowego zajmujące się wyłącznie drukiem gazet.
- (6) Koncentracja polega na połączeniu NewCo z pięcioma niemieckimi zakładami wkłęsłodruku kontrolowanymi przez Arvato, G+J i Springera oraz należącym do Arvato zakładem wkłęsłodruku, który ma zostać uruchomiony w Wielkiej Brytanii. Po dokonaniu transakcji zarówno Bertelsmann jak i G+J będą dysponowały udziałami w NewCo w wysokości 37,45 % każdy, a do Springera należało będzie pozostałe 25,1 % z prawem weta w zakresie podejmowania decyzji strategicznych. NewCo jest w pełni funkcjonującym wspólnym przedsiębiorstwem i podlega wspólnej kontroli Bertelsmanna i Springera.
- (7) Komitet Doradczy ds. Koncentracji na swoim 131. posiedzeniu dnia 22 kwietnia 2005 r. poparł większością głosów wniosek Komisji o wydanie decyzji zatwierdzającej⁽²⁾.
- (8) Urzędnik prowadzący spotkania wyjaśniające w sprawozdaniu z dnia 27 kwietnia 2005 r. uznał, że prawo do złożenia ustnych wyjaśnień zostało zachowane⁽³⁾.

⁽¹⁾ Dz.U. L 24 z 29.1.2004, str. 1.

⁽²⁾ Dz.U. C 52 z 2.3.2006, str. 2.

⁽³⁾ Dz.U. C 52 z 2.3.2006, str. 3.

I. ODNOŚNE RYNKI**Oдноśne rynki produktów**

- (9) W zakresie odnośnych rynków produktów badanie Komisji skupiło się na pytaniu, czy i w jakim zakresie wkłesłodruk i druk offsetowy są technikami wymiennymi, oraz czy ich różnorodne zastosowania: do druku czasopism, katalogów czy ogłoszeń reklamowych, stanowią oddzielne rynki produktów.
- (10) Badanie rynku wykazało, że generalnie wkłesłodruku nie można zastąpić drukiem offsetowym. Wkłesłodruk stosowany jest głównie przy zamówieniach dotyczących druków o większym nakładzie, tzn. zamówień większej ilości kopii i stron, podczas gdy zastosowanie metody druku offsetowego ogranicza się do mniejszych nakładów. Koszty związane z procesem drukarskim zasadniczo różnią się w wypadku druku offsetowego i wkłesłodruku i zależą od zamówionego nakładu drukarskiego. Prasy drukarskie stosowane przy wkłesłodruku charakteryzują się stosunkowo wysokimi kosztami stałymi, są one jednak bardziej wydajne i dlatego też mogą wydrukować większą ilość stron w bardziej opłacalny sposób. Ponadto prasy drukarskie stosowane przy druku offsetowym są bardziej ograniczone w zakresie ilości możliwych do wydrukowania stron przypadających na jeden egzemplarz (maksymalnie 72 strony w porównaniu do 192 stron przy wkłesłodruku). Badanie rynku potwierdziło, że druk offsetowy nie stanowi ograniczenia konkurencji dla druku metodą wkłesłodruku czasopism o ilości stron nieprzekraczającej 64 stron i nakładzie nieprzekraczającym 360 000 egzemplarzy, a także katalogów i ogłoszeń o ilości stron nieprzekraczającej 64 stron i nakładzie nieprzekraczającym 450 000 egzemplarzy.
- (11) Prasy drukarskie stosowane przy wkłesłodruku mogą drukować czasopisma, ogłoszenia reklamowe i katalogi. Niemniej jednak przynajmniej w wypadku czasopism istnieje odrębny rynek produktów. Czasopisma podlegają z reguły większej presji czasowej niż ogłoszenia reklamowe czy katalogi, ze względu na aktualność ich treści i późne terminy zamieszczania ogłoszeń reklamowych. Druk czasopism jest ponadto związany z podwyższonymi wymaganiami w zakresie procesu wykończeniowego, w szczególności dotyczącymi wkładek czy dołączonych próbek produktów. Odpowiednie maszyny wykończeniowe są zainstalowane w większości wypadków w miejscu gdzie przebiega proces drukarski lub w pobliżu tego miejsca, tak aby pozwolić na punktualne wykończenie produkcji czasopism, podczas gdy wykończenie katalogów zlecane jest zazwyczaj podwykonawcom. Ponadto system dystrybucji czasopism różni się zasadniczo od systemu dystrybucji katalogów i ogłoszeń reklamowych, należy zatem odpowiednio dostosować proces drukarski do specyficznych wymogów związanych z produkcją czasopism. W odniesieniu do katalogów i ogłoszeń reklamowych pozostaje kwestią otwartą, czy stanowią one jeden rynek produktu, czy rynki oddzielne, ponieważ niebezpieczeństwo naruszenia konkurencji nie zachodzi w żadnym z wymienionych przypadków.

Oдноśne rynki geograficzne

- (12) Przynajmniej w przypadku Niemiec należy założyć istnienie rynku geograficznego druku czasopism. Dla pozostałej części EOG rynek geograficzny druku czasopism może pozostać otwarty, gdyż nawet według najbardziej zawężonej definicji tego rynku (rynk krajowe) nie zachodzi niebezpieczeństwo zakłócenia konkurencji.
- (13) Niemieckie czasopisma są drukowane prawie wyłącznie w Niemczech. Jedną z przyczyn jest tutaj presja czasowa towarzysząca procesowi druku czasopism, oraz fakt że ryzyko opóźnień w dostawach wzrasta wraz z odległością, jaka dzieli zakład drukarski od obszaru dystrybucji. Ponadto wiele zagranicznych drukarni ma obecnie problemy z dostawami dla niemieckich wydawców. Niemiecki system dystrybucji czasopism jest stosunkowo skomplikowany ze względu na jego zdecentralizowaną strukturę (w przeciwieństwie na przykład do francuskiej, gdzie Paryż jest scentralizowanym ośrodkiem dystrybucyjnym). Ponadto wydawcy dzielą Niemcy na tzw. „obszary Nielsena”, które charakteryzują się zróżnicowanym przekrojem grup docelowych dla ogłoszeń reklamowych. Proces drukarski musi zostać odpowiednio dostosowany do tych kryteriów, co może spowodować trudności dla wielu położonych za granicą drukarni.
- (14) Jeżeli chodzi o katalogi to badanie rynku wykazało, że zamówienia drukarskie są regularnie dzielone pomiędzy kilka drukarni dla zabezpieczenia dostaw oraz punktualnego dostarczania o katalogów o większym nakładzie. W wyczerpujący sposób potwierdzono, że zamawiający katalogi w innych krajach sprowadzają usługi drukarskie, głównie z Niemiec, lecz również klienci niemieccy uważają zagraniczne drukarnie za dobrą alternatywę. Za odnośne rynki geograficzne katalogów uznać można Niemcy i kraje z nimi sąsiadujące (Francję, Belgię, Niderlandy, Luksemburg, Szwajcarię, Austrię, Republikę Czeską, Polskę, Danię), a także Włochy i Słowację, obejmujące duże zagraniczne drukarnie na tych obszarach, takie jak Quebecor, RotoSmeets, Mondadori, Ilte, Rotocalcografica i Ringier.
- (15) Druk ogłoszeń reklamowych dla klientów niemieckich dokonuje się w dużym stopniu w Niemczech. Jednak mimo niskiego wskaźnika przywozów usług drukarskich w zakresie ogłoszeń reklamowych w porównaniu z przywozem usług drukarskich w zakresie katalogów, klienci niemieccy łatwo mogą zwrócić się do wiarygodnych drukarni zagranicznych. Druk ogłoszeń reklamowych w porównaniu z rynkiem druku czasopism nie stwarza szczególnych problemów, takich jak specjalne wykończenie czy szczególne warunki dystrybucji. Ponadto ogłoszenia reklamowe nie stawiają z reguły takich wymogów czasowych jak czasopisma. Ponieważ wydawcy głównych publikacji katalogowych wydają również ogłoszenia reklamowe, łatwiej byłoby im korzystać z już istniejących relacji z zagranicznymi drukarniami także w wypadku zamówień ogłoszeń reklamowych. Z tego powodu zakres geograficzny rynku druku ogłoszeń reklamowych można uznać za taki sam, jak w wypadku katalogów, tzn. obejmujący Niemcy, kraje sąsiadujące z Niemcami oraz Włochy i Słowację.

Dla pozostałej części EOG rynek geograficzny druku katalogów i/lub ogłoszeń reklamowych może pozostać otwarty, gdyż nawet według najbardziej zawężonej definicji tego rynku (rynk krajowe) nie zachodzi niebezpieczeństwo zakłócenia konkurencji.

II. OCENA

- (16) Zaplanowane wspólne przedsiębiorstwo będzie działało na rynkach druku czasopism, katalogów i ogłoszeń reklamowych metodą wkłęsłodruku, w wielu krajach należących do EOG. Najpoważniejsze skutki zaplanowanej koncentracji – z powodu lokalizacji pięciu istniejących zakładów drukarskich objętych wspólnym przedsiębiorstwem – będzie można odczuć w Niemczech.

1. Rynek druku katalogów i ogłoszeń reklamowych metodą wkłęsłodruku

- (17) Komisja uznała, że na rynku druku katalogów i ogłoszeń reklamowych metodą wkłęsłodruku, udziały rynkowe NewCo wyniosłyby [20–25] % (*) na rynku obejmującym Niemcy, kraje z nimi sąsiadujące oraz Włochy i Słowację, zgodnie z szacunkami przeprowadzonymi przez strony na podstawie wielkości nakładów z 2003 r. Na podstawie odrębnych rynków katalogów i ogłoszeń reklamowych, zaplanowane wspólne przedsiębiorstwo miałyby udział w wysokości [15–20] % (*) w rynku druku czasopism oraz [20–25] % (*) w rynku ogłoszeń reklamowych. Dla działalności Bertelsmanna w zakresie druku metodą wkłęsłodruku poza wspólnym przedsiębiorstwem, należy doliczyć [0–5] % (*) do każdego z wymienionych udziałów w rynku. Na odrębnych rynkach, a także na wspólnym rynku katalogów i ogłoszeń reklamowych, Schlott i Quebecor znalazłyby się tuż za wspólnym przedsiębiorstwem z udziałami w rynku pomiędzy [10–15] % (*) i [10–15] % (*) oraz TSB z udziałami w wysokości około [10–15] % (*). Na takim rynku niebezpieczeństwo zakłócenia konkurencji nie zachodzi zatem ani w wypadku rynku łączącego druk katalogów i ogłoszeń reklamowych ani odrębnych rynków druku katalogów i ogłoszeń reklamowych. Niezależnie od tego na żadnym z potencjalnych geograficznych rynków w EOG udziały wspólnego przedsiębiorstwa nie stanowią niebezpieczeństwa naruszenia konkurencji⁽¹⁾.

2. Rynek druku czasopism metodą wkłęsłodruku

- (18) Udział wspólnego przedsiębiorstwa w niemieckim rynku detalicznym druku czasopism metodą wkłęsłodruku będzie wynosił około [0–50] % (*). Kolejnymi udziałowcami rynku są TSB i Schlott z udziałami w wysokości [20–25] % (*) każdy, oraz Burda z udziałem w wysokości [0–5] % (*). Wartość przywozów wynosi [0–5] % (*) i w znacznej części pochodzą one z zakładów drukarskich Burdy w Vieux-Thann we Francji i Bratysławie na Słowacji. Oprócz wymienionych przywozów tylko jedno czasopismo niemieckie jest drukowane za granicą przez holenderską drukarnię RotoSmeets. Udziały wspólnego przedsiębiorstwa nie stanowią niebezpieczeństwa

naruszenia konkurencji na żadnym z rynków krajowych w EOG, na które mogłyby mieć wpływ. Dlatego też Komisja przeprowadziła jedynie analizę rynku niemieckiego.

- (19) Na niemieckim rynku druku czasopism metodą wkłęsłodruku klienci (wydawcy) mogliby ponieść szkodę, jeżeli NewCo byłoby w stanie podnieść ceny, a klienci nie mogliby podjąć żadnych kroków zaradczych zmieniając drukarnię, ze względu na brak dostępnych możliwości produkcyjnych. Nakład dostarczony przez strony na rynek detaliczny wynosił [150–200 kt] (*) ([100–150 kt] (*) dla Bertelsmanna; [45–50 kt] (*) dla Springera w 2003 r., a dalsze [10–15 kt] (*) tych dostaw zostało w międzyczasie przeznaczone do użytku własnego z powodu przejścia wydawnictw przez strony. Uwzględniając wyżej wymienione dane nakład dostarczony przez strony na rynek detaliczny wyniósł ogółem [100–150 kt] (*).
- (20) Komisja sprawdziła czy: 1) konkurenci dysponują wystarczającą ilością wolnych mocy produkcyjnych dla zastąpienia w znacznym stopniu powyższych obrotów; 2) konkurenci mogą udostępnić te moce produkcyjne przesuując ich wykorzystanie w kierunku druku czasopism; 3) zaplanowane rozszerzenie mocy produkcyjnych spowoduje udostępnienie dodatkowych mocy produkcyjnych; oraz 4) czy potencjalni konkurenci, w wypadku wzrostu cen, mogliby przyczynić się do udostępnienia dodatkowych mocy produkcyjnych dla druku czasopism.
- (21) *Wolne obecnie moce produkcyjne:* Wykorzystanie mocy produkcyjnych w sektorze, o którym mowa było znaczne w ciągu ostatnich lat. Opierając się na ostrożnych szacunkach maksymalnego wykorzystania mocy produkcyjnych w wysokości 95 % oraz danych przedłożonych za 2003 r. wydaje się, iż bezpiecznym jest założenie, że wielkość wolnych mocy produkcyjnych w zakresie druku czasopism konkurentów niemieckich wynosi 17 kt.
- (22) *Moce produkcyjne udostępnione dzięki przesunięciu:* Drukarnie zajmujące się wkłęsłodrukiem mogą przechodzić od druku katalogów i ogłoszeń reklamowych do druku czasopism jedynie w ograniczonym zakresie. Wynika to w szczególności z różnic w okresowości, ilości czasu jaki zajmuje druk oraz nakładu różnych produktów drukarskich. Czasopisma są drukowane okresowo (tygodniowo, co dwa tygodnie lub co miesiąc). Ze względu na długoterminowość i okresowość związaną z ich publikacją stanowią one „podstawowe obciążenie” zakładu drukarskiego, które zapełnia prasy drukarskie przez cały rok. W przeciwieństwie – katalogi domów wysyłkowych, organizatorów wyjazdów itd., są wydawane z reguły dwa razy do roku w bardzo wysokim nakładzie (zarówno jeżeli chodzi o liczbę egzemplarzy jak i stron), a ich wydrukowanie zajmuje więcej czasu (do kilku tygodni). Drukuje się je zazwyczaj w maju/czerwcu oraz od października do grudnia i stanowią one „szczytowe obciążenie” pras drukarskich. Trzecia kategoria produktów drukarskich – ogłoszenia reklamowe, wykorzystuje zasadniczo moce produkcyjne pomiędzy okresami druku katalogów oraz w dniach tygodnia, w których drukuje się mniejszą ilość czasopism. Z powodu uwarunkowań czasowych większość przedsiębiorstw drukarskich zaznaczyła, że nieograniczone przejścia od druku katalogów/ogłoszeń reklamowych do druku czasopism byłoby niewykonalne.

(*) Części niniejszego tekstu zostały odpowiednio zredagowane w celu zapewnienia poufności informacji; części te są zawarte w nawiasach kwadratowych i oznaczone gwiazdką.

(1) Nawet na hipotetycznym niemieckim krajowym rynku katalogów lub ogłoszeń reklamowych, wspólne przedsiębiorstwo osiągnęłoby udziały pomiędzy 22 % i 35 %, byłoby jednak ciągle mniejsze od wiodącego na tych rynkach przedsiębiorstwa Schlott.

- (23) W związku z tym konkurenci, którzy wzięli udział w przeprowadzonym przez Komisję badaniu rynku, wskazali jako wskaźniki przejścia od druku katalogów/ogłoszeń reklamowych do druku czasopism wielkość [15–20] % (*) ich ogólnych mocy produkcyjnych. Jedna niemiecka drukarnia nie podała żadnych danych; dokonując ostrożnego oszacowania zgodnie z wynikami badania rynku, Komisja uznała, że drukarnia ta, w której działalności udział druku czasopism jest relatywnie niski, mogłaby poświęcić dalsze [10–15] % (*) swoich mocy produkcyjnych na druk czasopism. W związku z tym trzy niemieckie drukarnie mogłyby udostępnić w sumie około 130 kt na druk czasopism, co stanowiłoby dużą część ogólnych mocy produkcyjnych wykorzystywanych przez strony do druku czasopism zamawianych przez strony trzecie ([150–200 kt] (*) w 2003 r). Druk czasopism przynosi generalnie zarówno większe zyski od druku ogłoszeń reklamowych, jak i kombinacji druku ogłoszeń reklamowych i katalogów. Konkurenci zyskaliby zatem nie tylko możliwość, ale i zachętę do przesunięcia swoich mocy produkcyjnych na druk czasopism.
- (24) *Zaplanowane rozszerzenie mocy produkcyjnych:* Przedsiębiorstwa Schlott, TSB oraz Burda – główni konkurenci stron w Niemczech planują rozszerzenie swoich mocy produkcyjnych dla podniesienia wydajności netto o co najmniej 50 kt w ciągu najbliższych dwóch do trzech lat. Ponadto mogliby oni, przynajmniej tymczasowo, jeszcze bardziej podwyższyć wydajność netto odraczając zaplanowany demontaż starych, lecz ciągle jeszcze funkcjonujących pras drukarskich.
- (25) *Potencjalna konkurencja:* Prawdopodobieństwo wzrostu cen na niemieckim rynku druku czasopism jest raczej ograniczone dzięki obecności kilku wiarygodnych, potencjalnych konkurentów, w szczególności RotoSmeets (Niderlandy), Quebecor (Francja), Mondadori (Włochy) i w mniejszym zakresie Ringier (Szwajcaria), które posiadają zakłady drukarskie w niewielkiej odległości od granicy niemieckiej. W rezultacie wymienione drukarnie byłyby w stanie sprostać wymogom czasowym związanym z drukiem czasopism, przynajmniej korzystając z zakładów drukarskich położonych najbliżej granicy niemieckiej. Różnice w systemach dystrybucji oraz metodach wykończeniowych wymagałyby pewnych dostosowań ze strony zagranicznych drukarni oraz bliskiej współpracy z niemieckimi klientami. Przykład przedsiębiorstwa Roto Smeets, który obecnie jest jedyną zagraniczną drukarnią zajmującą się drukiem niemieckich czasopism udowadnia, że realizacja takich dostosowań jest możliwa. RotoSmeets, Quebecor i Mondadori dysponują obecnie co najmniej 32 kt wolnych mocy produkcyjnych, które mogliby bez problemu przeznaczyć na potrzeby wydawców niemieckich czasopism. Dodatkowe moce produkcyjne mogłyby zostać udostępnione niedługo po przeprowadzeniu zaplanowanego rozszerzenia mocy produkcyjnych oraz przesunięciu kombinacji produkcyjnej.
- (26) Dalsze naruszenie konkurencji, oprócz problemów, które mogą powstać w związku z wykorzystaniem mocy produkcyjnych, mogłyby teoretycznie wynikać z eliminacji konkurentów w wyniku przeprowadzenia koncentracji. Koncentracja zlikwidowałaby pozycję Springera, jako niezależnego konkurenta. Jednak, jeżeli mowa jest tylko o niemieckich drukarniach wkłęsłodruku, klienci ciągle mogą zwracać się do trzech innych ważnych uczestników rynku: przedsiębiorstw Schlott, TSB i Burda, dysponujących dużymi mocami produkcyjnymi. Ponadto, jak wspomniano, wiarygodni potencjalni konkurenci mogą wejść na rynek.
- (27) Na podstawie powyższych obliczeń, trzech najważniejszych niemieckich konkurentów: przedsiębiorstwa Schlott, TSB i Burda mogłyby udostępnić około kolejnych 197 kt (17 kt wolnych mocy produkcyjnych, 130 kt przesunięcia mocy produkcyjnych, 50 kt rozszerzenia mocy produkcyjnych netto) na druk czasopism w odpowiedzi na potencjalny wzrost cen druku niemieckich czasopism, przy czym udział stron w rynku detalicznym wynosi [100–150 kt] (*). Ponadto przedsiębiorstwa RotoSmeets, Quebecor i Mondadori można uznać za wiarygodnych potencjalnych konkurentów, do których zamawiający czasopisma w Niemczech mogliby się zwracać w wypadku podniesienia cen przez wspólne przedsiębiorstwo.

3. Koordynacja rynku publikacji czasopism

- (28) Komisja sprawdziła również zgodnie z art. 2 ust. 4 rozporządzenia w sprawie połączeń, czy utworzenie wspólnego przedsiębiorstwa doprowadziłoby do koordynacji zachowań konkurencyjnych Bertelsmanna (łącznie z G+) oraz Springera na rynku, który stanowi poprzednie ogniwo w stosunku do rynku publikacji czasopism. W związku ze względnie niewielkim udziałem kosztów druku w ogólnych kosztach produkcji czasopisma oraz istotnego znaczenia działalności handlowej stron w zakresie publikacji czasopism w porównaniu do działalności handlowej w zakresie druku metodą wkłęsłodruku, Komisja uznała, że koordynacja w zakresie publikacji czasopism nie jest prawdopodobna.

III. WNIOSEK

- (29) Z przedstawionych powyżej powodów Komisja uznała, że zaplanowana koncentracja nie zakłóca w znacznym stopniu konkurencji na wspólnym rynku lub jego istotnej części, zwłaszcza przez wzmocnienie pozycji dominującej, oraz że nie ogranicza ona konkurencji w rozumieniu art. 2 ust. 4 rozporządzenia w sprawie połączeń oraz art. 81 Traktatu. Koncentrację uznać należy zatem za zgodną ze wspólnym rynkiem zgodnie z art. 8 ust. 1 rozporządzenia w sprawie połączeń oraz art. 57 Porozumienia EOG.