

KOMISSION PÄÄTÖS,
tehty 3 päivänä toukokuuta 2005,
keskittymän julistamisesta yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan soveltuvaksi

(Asia COMP/M.3178 – Bertelsmann/Springer/JV)

(tiedoksiannettu numerolla K(2005) 1368)

(Ainoastaan englanninkielinen teksti on todistusvoimainen)

(ETA:n kannalta merkityksellinen teksti)

(2006/171/EY)

Komissio teki 3 päivänä toukokuuta 2005 päätöksen sulautuma-asiassa yrityskeskittymien valvonnasta 20 päivänä tammikuuta 2004 annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 139/2004 ⁽¹⁾ ja erityisesti sen 8 artiklan 1 kohdan nojalla. Päätöksen koko teksti, josta on poistettu luottamukselliset tiedot, on saatavilla todistusvoimaisella kielellä ja komission työkielillä kilpailun pääosaston verkkosivuilla osoitteessa: http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html

- (1) Komissio vastaanotti 4 päivänä marraskuuta 2004 neuvoston asetuksen (EY) N:o 139/2004 (jäljempänä 'sulautuma-asetus') 4 artiklan mukaisen ilmoituksen ehdotetusta yrityskeskittymästä, jolla saksalaiset yritykset Bertelsmann AG (jäljempänä 'Bertelsmann'), sen yksinomisessa määräysvallassa oleva tytäryritys Gruner+Jahr AG & Co. KG (jäljempänä 'G+J') ja Axel Springer AG (jäljempänä 'Springer') hankkivat yhteisen määräysvallan saksalaisessa yrityksessä NewCo (jäljempänä 'NewCo') ostamalla äskettäin perustetun yhteisyrityksen osakkeita. Yrityksiin Bertelsmann (ja G+J) ja Springer viitataan jäljempänä yhteisesti 'osapuolina'.
- (2) Saksan kilpailuviranomainen Bundeskartellamt ilmoitti 29 päivänä marraskuuta 2004 komissiolle, että ehdotettu keskittymä uhkaa vaikuttaa tuntuvasti kilpailuun syväpainoalan markkinoilla Saksassa tai vaihtoehtoisesti aikakriittisten painotuotteiden ja erityisesti aikakauslehtien markkinoilla Saksassa.
- (3) Komissio totesi 23 päivänä joulukuuta 2004 päivätyspäätöksessään, että ilmoitettu toimenpide herättää vakavia epäilyjä sen soveltuvuudesta yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan. Tämän vuoksi komissio aloitti asiaa koskevan menettelyn sulautuma-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan c alakohdan mukaisesti ja päätti, että sulautuma-asetuksen 9 artiklan 3 kohdan a alakohdan nojalla sen olisi itse käsiteltävä Saksan kilpailuviranomaisen ilmoittamat kysymykset.
- (4) Bertelsmann on kansainvälinen mediayhtiö. Sen painoalan toiminta on keskitetty Arvato AG (jäljempänä 'Arvato') -tytäryritykseen. Arvaton määräysvallassa on Nürnbergissä toimiva saksalainen syväpainolaitos maul-belser, Güterslohissa toimiva saksalainen offsetpainolaitos Mohn Media ja monia muita eurooppalaisia kirjapainoja, kuten syväpainolaitokset Eurogravure S.p.A Italiassa ja Euro
- huco S.A. Espanjassa. Lisäksi Arvato aikoo seuraavien kahden vuoden kuluessa käynnistää uuden syväpainolaitoksen Liverpoolissa Yhdistyneessä kuningaskunnassa. Bertelsmannin yksinomisessa määräysvallassa oleva G+J kustantaa, painaa ja jakelee sanoma- ja aikakauslehtiä. G+J:llä on Saksassa kaksi syväpainolaitosta, joista toinen sijaitsee Hampurin lähellä Itzehoessa ja toinen Dresdnessä.
- (5) Springer kustantaa, painaa ja jakelee sanoma- ja aikakauslehtiä, ja se on osakkaana myös televisio- ja radioyhtiöissä. Springerillä on Saksassa kaksi syväpainolaitosta, joista toinen toimii Hampurin lähellä Ahrensburgissa ja toinen Darmstadtissa. Sillä on myös kolme offsetpainolaitosta, joissa painetaan pelkästään sanomalehtiä.
- (6) Keskittymässä NewColle siirretään Arvaton, G+J:n ja Springerin viisi Saksassa toimivaa syväpainolaitosta ja Arvaton Yhdistyneeseen kuningaskuntaan suunnittelema syväpainolaitos. Yrityskaupan myötä Bertelsmann ja G+J saavat molemmat 37,45 prosentin osuuden NewCosta. Springerin hallussa on loput 25,1 prosenttia ja strategisia päätöksiä koskeva veto-oikeus. NewCo on kaiken itsenäiselle taloudelliselle yksikölle kuuluvan toiminnan hoitava yhteisyritys, ja se on Bertelsmannin ja Springerin yhteisessä määräysvallassa.
- (7) Keskittymiä käsittelevän neuvoo-antavan komitean enemmistö kannatti 22 päivänä huhtikuuta 2005 pidetyssä 131. kokouksessaan komission ehdotusta myönteisen päätöksen tekemisestä ⁽²⁾.
- (8) Kuulemismenettelystä vastaava neuvonantaja totesi 27 päivänä huhtikuuta 2005 antamassaan kertomuksessa, että osapuolten oikeutta tulla kuulluiksi on noudatettu ⁽³⁾.

⁽¹⁾ EUVL L 24, 29.1.2004, s. 1.

⁽²⁾ EUVL C 52, 2.3.2006, s. 2.

⁽³⁾ EUVL C 52, 2.3.2006, s. 3.

I MERKITYKSELLISET MARKKINAT

Merkitykselliset tuotemarkkinat

- (9) Merkityksellisiä tuotemarkkinoita koskevassa komission markkinatutkimuksessa keskityttiin siihen, ovatko syväpaino- ja offsetpainotekniikka keskenään korvattavissa olevia painotekniikoita ja missä määrin. Lisäksi tarkasteltiin, muodostavatko eri painotuotteet kuten aikakauslehdet, esitteet ja mainokset erilliset tuotemarkkinat.
- (10) Markkinatutkimus osoitti, että syväpainotekniikka ei yleisesti ottaen ole korvattavissa offsetpainotekniikalla. Syväpainotekniikkaa käytetään yleensä suurten kappale- ja sivumäärien painamiseen (suuriin tilauksiin). Offsetmenetelmän käyttö on yleensä rajattu vain pienempiin kappale- ja sivumääriin (pienempiin tilauksiin). Sekä offset- että syväpainoprosessin kustannukset vaihtelevat merkittävästi tilauksen volyymin mukaan. Syväpainojen kiinteät kustannukset ovat suhteellisesti suuremmat, mutta niillä on suurempi kapasiteetti ja suorituskyky ja ne voivat tämän vuoksi käsitellä suuria sivumääriä nopeammin ja kustannustehokkaammin. Offsetpainoilla on myös enemmän rajoituksia sen suhteen, montako sivua ne pystyvät kerralla painamaan (enintään 72 sivua verrattuna syväpainokoneen 192 sivuun). Markkinatutkimus on vahvistanut, että offsetpainatus ei aiheuta kilpailupainetta yli 64-sivuisten aikakauslehtien syväpainatukselle, kun painos on yli 360 000 kappaletta, eikä yli 64-sivuisten esitteiden ja mainosten syväpainatukselle, kun painos on yli 450 000 kappaletta.
- (11) Syväpainokoneella voidaan painaa aikakauslehtiä, mainoksia ja esitteitä. Ainakin aikakauslehtien markkinoita voidaan kuitenkin pitää erillisinä tuotemarkkinoina. Aikakauslehdet ovat yleensä mainoksia tai esitteitä aikakriittisempiä niiden sisällön ajankohtaisuuden vuoksi ja koska määräaika mainosten jättämiselle lehteen päättyy myöhään. Aikakauslehtien painamisen viimeistelyprosessiin (erityisesti liitteet ja oheistetut tuotenäytteet) liittyy kuitenkin suurempia vaatimuksia. Tarvittavat viimeistelylaitteet sijaitsevat yleensä painopaikassa tai sen lähellä, jotta aikakauslehdet saadaan viimeistelyä nopeasti, mutta esitteiden viimeistely suorittavat useimmin kolmannet osapuolet. Lisäksi aikakauslehtien jakelujärjestelmä poikkeaa merkittävästi esitteiden ja mainosten jakelusta. Tämän vuoksi painoprosessia on mukautettava vastaamaan näitä aikakauslehtien erityisvaatimuksia. Esitteiden ja mainosten osalta voidaan jättää avoimeksi, kuuluvatko ne samoille vai erillisille tuotemarkkinoille, sillä kilpailuongelmia ei aiheudu kumpaakaan markkinoiden määrittelyä sovellettaessa.

Merkitykselliset maantieteelliset markkinat

- (12) Ainakin Saksan on katsottava muodostavan aikakauslehtien painamisen kansalliset maantieteelliset markkinat.

Muulla Euroopan talousalueella aikakauslehtien painamisen maantieteelliset markkinat voidaan jättää avoimiksi, sillä kapeimmallakaan markkinoiden määrittelyllä (kansalliset markkinat) ei aiheudu kilpailuongelmia.

- (13) Saksalaiset aikakauslehdet painetaan lähes yksinomaan Saksassa. Yhtenä syynä tähän on aikakauslehtien aika-kriittisyys, sillä toimituksen viivästymisriski kasvaa painopaikan ja jakelualan välisen etäisyyden myötä. Lisäksi monilla ulkomaisilla kirjapainoilla on nykyisin vaikeuksia toimittaa saksalaisille kustantamoille. Saksan aikakauslehtien jakelujärjestelmä on suhteellisen monimutkainen hajutetun rakenteensa vuoksi (toisin kuin esim. Ranskassa, missä Pariisi toimii pääasiallisena jakelukeskuksena). Lisäksi kustantamot jakavat Saksan useampaan ns. Nielsen-alueeseen, jotka muodostuvat mainonnan eri kohde-ryhmistä. Painoprosessia on mukautettava alueittain, joka on vaikeaa monille Saksan ulkopuolella toimiville kirjapainoille.
- (14) Markkinatutkimus osoitti, että esitteiden painotilaukset jaetaan yleensä useammille kirjapainoille, jotta edellytettyjen suurten kappalemäärien toimitusvarmuus ja oikea-aikainen jakelu voidaan turvata. Tutkimus vahvisti kattavasti, että muiden maiden esiteasiakkaat tuovat painopalveluja pääasiassa Saksasta, mutta myös saksalaiset asiakkaat pitävät ulkomaisia kirjapainoja käyttökelpoisina vaihtoehtoina. Esitteiden painamisen merkityksellisten maantieteellisten markkinoiden voidaan määrittellä kattavan Saksan lisäksi sen naapurimaat (Ranska, Belgia, Alankomaat, Luxemburg, Sveitsi, Itävalta, Tšekki, Puola ja Tanska) sekä Italian ja Slovakian. Merkityksellisille markkinoille kuuluvat siis alueen suuret ulkomaiset kirjapainot kuten Quebecor, RotoSmeets, Mondadori, Ilte, Rotocalcografica ja Ringier.
- (15) Mainosten painaminen saksalaisille asiakkaille näyttää tapahtuvan pääasiassa Saksassa. Vaikka mainospainatusten tuonnin osuus on alhaisempi kuin esitepainatusten, saksalaiset asiakkaat voivat helposti siirtyä käyttämään luotettavia ulkomaisia kirjapainoja. Mainosten painaminen ei aiheuta erityisiä vaikeuksia aikakauslehtien painamisen markkinoihin verrattuna, joilla ongelmina ovat erityiset viimeistelyvaatimukset tai jakeluolosuhteet. Lisäksi mainokset eivät yleensä ole yhtä aikakriittisiä kuin aikakauslehdet. Koska merkittävimpien esitteiden julkaisijat jakelevat myös mainoksia, niiden olisi lisäksi helppoa käyttää jo olemassa olevia yhteyksiään ulkomaisiin kirjapainoihin myös mainostilauksia varten. Tästä syystä mainosten syväpainamisen maantieteellisten markkinoiden laajuuden voidaan katsoa olevan sama kuin esitteiden, eli markkinat kattavat Saksan, sen naapurimaat sekä Italian ja Slovakian.

Muulla Euroopan talousalueella esitteiden ja/tai mainosten painamisen maantieteelliset markkinat voidaan jättää avoimiksi, sillä kapeimmallakaan maantieteellisten markkinoiden määrittelyllä (kansalliset markkinat) kilpailuongelmia ei aiheudu.

II ARVIOINTI

- (16) Ehdotettu yhteisyritys toimii aikakauslehtien, esitteiden ja mainosten syväpainamisen markkinoilla joissakin Euroopan talousalueen maissa. Ehdotetun keskittymän vakavimmat vaikutukset kohdistuvat Saksaan, sillä viisi yhteisyritykseen osallistuvaa, nykyisin toimivaa kirjapainoa sijaitsee siellä.

1. Esitteiden ja mainosten syväpainamisen markkinat

- (17) Komissio päätelee, että esitteiden ja mainosten syväpainamisen markkinoilla NewCon markkinaosuus olisi noin [20–25] prosenttia (*), kun markkinat kattavat Saksan, sen naapurimaat sekä Italian ja Slovakian. Arvio perustuu osapuolten ennusteisiin, joiden lähtökohtana on vuoden 2003 painosmäärät. Jos esitteiden ja mainosten markkinoita tarkastellaan erillisinä markkinoina, ehdotetun yhteisyrityksen osuus olisi [15–20] prosenttia (*) esitteiden ja [20–25] prosenttia (*) yhteisyrityksen ulkopuolelle, kumpaankin markkinaosuuteen on vielä lisättävä [0–5] prosenttia (*). Sekä erillisillä markkinoilla että esite- ja mainospainatuksen yhdistetyillä markkinoilla melko lähellä seuraisivat Schlott [10–15] prosentin (*) markkinaosuudella, Quebecor [10–15] prosentin (*) osuudella ja TSB noin [10–15] prosentin (*) osuudella. Kilpailuongelmia ei tämän vuoksi aiheudu yhdistetyillä eikä erillisillä markkinoilla. Yhteisyrityksen markkinaosuudet eivät aiheuta kilpailuongelmia myöskään millään muulla mahdollisilla maantieteellisillä markkinoilla Euroopan talousalueella⁽¹⁾.

2. Aikakauslehtien syväpainamisen markkinat

- (18) Yhteisyrityksen osuus aikakauslehtien syväpainamisen markkinoilla Saksassa on noin [0–50] prosenttia (*). Seuraavaksi suurimpia ovat TSB ja Schlott, joiden kummankin markkinaosuus on noin [20–25] prosenttia (*), ja Burda, jonka markkinaosuus on [0–5] prosenttia (*). Tuonnin osuus on noin [0–5] prosenttia (*), ja se on pääosin peräisin Burdan painolaitoksilta Ranskasta (Vieux-Thann) ja Slovakiasta (Bratislava). Tämän tuonnin lisäksi vain yhden saksalaisen aikakauslehden painaa ulkomainen kirjapaino eli alankomaalainen RotoSmeets. Muilla vaikutuspiiriin kuuluvilla kansallisilla markkinoilla Euroopan talousalueella yhteisyrityksen markkinaosuudet

eivät aiheuta kilpailuongelmia. Tämän vuoksi komissio on analysoinut ainoastaan Saksan markkinoita.

- (19) Aikakauslehtien syväpainamisen markkinoilla Saksassa asiakkaille (julkaisijoille) voisi aiheutua haittaa, jos NewCo voisi korottaa hintoja, eivätkä asiakkaat pystyisi saatavilla olevan kapasiteetin puutteen vuoksi vastaamaan tällaisiin hinnankorotuksiin siirtymällä käyttämään muita kirjapainoja. Osapuolten myyntimarkkinoille toimittama volyyymi oli [150–200 kt] (*) (Bertelsmann: [100–150 kt] (*); Springer: [45–50 kt] (*) vuonna 2003. Lisäksi [10–15 kt] (*) tarjonnasta on tällä välin muuttunut konsernin sisäiseksi, kun osapuolet ovat ostaneet kirjapainoja. Kun tämä otetaan huomioon osapuolten myyntimarkkinoille toimittama volyyymi oli yhteensä [100–150 kt] (*).
- (20) Komissio on analysoinut seuraavia näkökohtia: 1) onko kilpailijoilla nykyisin riittävästi käyttämätöntä kapasiteettia tuntuvan osuuden korvaamiseksi tästä myynnistä; 2) voisivatko kilpailijat asettaa kapasiteettia käyttöön siirtämällä kapasiteettia aikakauslehtien painamiseen; 3) antavatko suunnitellut kapasiteetin laajennukset käyttöön lisäkapasiteettia; ja 4) voisivatko mahdolliset kilpailijat osallistua aikakauslehtien painamisen lisäkapasiteetin tarjoamiseen, jos hinnat olisivat korkeammat.
- (21) Nykyinen *käyttämätön kapasiteetti*: Kapasiteetin käyttöaste on ollut painoalalla viime vuosina melko korkea. Kun lähtökohdaksi otetaan varovaisesti kapasiteetin 95 prosentin enimmäiskäyttöaste ja toimitetut vuotta 2003 koskevat luvut, vaikuttaa realistiselta olettaa, että saksalaisilla kilpailijoilla on 17 kilotonnia käyttämätöntä kapasiteettia aikakauslehtien painamiseen.
- (22) *Siirroilla saatava kapasiteetti*: Syväpainolaitokset voivat siirtää kapasiteettiaan esitteiden ja mainosten painamisesta aikakauslehtien painamiseen vain rajatussa määrin. Tämä johtuu erityisesti eri painotuotteiden julkaisutiheyden, painamisajan ja painosvolyymin eroista. Aikakauslehdet painetaan säännöllisin väliajoin (viikoittain, kaksi kertaa tai kerran kuukaudessa). Koska niitä julkaistaan pitkällä aikavälillä ja säännöllisin väliajoin, ne muodostavat kirjapainon tilauskannan perustan, joka työllistää painoja koko vuoden ajan. Sitä vastoin esim. postimyyntiyritysten tai matkatoimistojen esitteitä julkaistaan tavallisesti vain kahdesti vuodessa. Painokset ovat tällöin erittäin suuria (sekä kappalemääräisesti että sivumääräisesti) ja painoajat pidempiä (jopa useita viikkoja). Esitteet painetaan tavallisesti touko-kesäkuussa ja loka-joulukuussa, ja nämä kuukaudet ovat kiireisimpiä aikoja kirjapainoille. Kolmatta painotuotteiden ryhmää eli mainoksia käytetään pääasiassa kattamaan painokapasiteettia esitteiden painatuskausien ulkopuolella ja niinä viikonpäivinä, jolloin on vähemmän aikakauslehtiä painatettavana. Näiden aikatauluvaatimusten vuoksi enemmistö kirjapainoista katsoo, että ne eivät voisi siirtyä rajoituksetta esitteiden/mainosten painamisesta aikakauslehtien painamiseen.

(*) Osa tästä tekstistä on muutettu luottamuksellisten tietojen suojaamiseksi. Luottamukselliset kohdat on esitetty hakasulkeissa ja merkitty asteriskilla: [...]*.

(1) Jopa esite- ja/tai mainospainatuksen hypoteettisilla Saksan markkinoilla yhteisyrityksen markkinaosuus olisi 22–35 prosenttia, mutta se on silti pienempi kuin markkinajohtaja Schlottin osuus.

- (23) Komission markkinatutkimukseen numerotiedoin vastaan neet kilpailijat totesivatkin, että ne voisivat siirtää mainosten ja esitteiden painokapasiteetistaan aikakauslehtien painamiseen enintään [15–20] prosenttia (*) kokonaiskapasiteetistaan. Eräs saksalainen kirjapaino ei esittänyt asiaa koskevia numerotietoja. Varovaisesti arvioiden ja markkinatutkimuksen muut tulokset huomioon ottaen komissio arvioi, että tämä kirjapaino, jolla on nykyisin suhteellisen pieni osuus aikakauslehtien painamisen markkinoista, voisi osoittaa vielä [10–15] prosenttia (*) kapasiteetistaan aikakauslehtien painamiseen. Tällä perusteella kolme saksalaista kirjapainoa voisi yhdessä osoittaa noin 130 kilotonnin kapasiteetin aikakauslehtien painamiseen. Tämä muodostaisi suuren osuuden koko siitä kapasiteetista, jonka osapuolet käyttävät kolmansien osapuolten aikakauslehtien painamiseen ([150–200 kt] (*) vuonna 2003). Aikakauslehtien painaminen on yleensä kannattavampaa kuin pelkkä mainosten painaminen tai sekä mainosten että esitteiden painaminen. Kilpailijoilla olisi siinä ollen mahdollisuus ja kannustin siirtää kapasiteettiään aikakauslehtien painamiseen.
- (24) *Suunnitellut kapasiteetin laajennukset:* Osapuolten kolme tärkeintä kilpailijaa Saksassa ovat Schlott, TSB ja Burda. Ne aikovat lisätä kapasiteettiään vähintään 50 kilotonnia seuraavien kahden tai kolmen vuoden aikana. Lisäksi ne voisivat vielä lisätä nettokapasiteettiään ainakin väliaikaisesti lykkäämällä suunniteltua vanhojen, mutta edelleen toimintakuntoisten, painokoneiden vähittäistä alasajoa.
- (25) *Mahdollinen kilpailu:* Hintojen korotuksen todennäköisyyttä aikakauslehtien painamisen markkinoilla Saksassa rajoittaa lisäksi monien uskottavien potentiaalisten kilpailijoiden läsnäolo, kuten RotoSmeets (Alankomaat), Quebecor (Ranska), Mondadori (Italia) ja hieman vähemmässä määrin Ringier (Sveitsi). Niillä kaikilla on painolaitokset melko lähellä Saksan rajaa. Tämän vuoksi kirjapainot pystyisivät täyttämään aikakauslehtien painamiseen liittyvät aikarajoitukset ainakin käyttämällä lähimpänä Saksan rajaa sijaitsevia painolaitoksiaan. Jakelujärjestelmän ja viimeistelymenetelmien erot edellyttäisivät ulkomaisilta kirjapainoilta jonkin verran mukautuksia ja tiivistä yhteistyötä saksalaisten asiakkaiden kanssa. RotoSmeets on nykyisin ainoa ulkomainen kirjapaino, joka painaa saksalaista aikakauslehteä. Sen esimerkki osoittaa kuitenkin, että tällaiset mukautukset ovat mahdollisia. RotoSmeetsillä, Quebecorilla ja Mondadorilla on tällä hetkellä vähintään 32 kilotonnia käyttämätöntä kapasiteettia, jonka ne voisivat helposti osoittaa saksalaisten lehtitalojen käyttöön. Lisäkapasiteettia voitaisiin tarjota nopeasti suunniteltujen kapasiteetinlaajennusten ja tuotevalikoiman muutosten avulla.
- (26) Kapasiteettikysymysten lisäksi kilpailuongelmia voisi aiheuttaa teoreettisesti myös yhden kilpailijan poistuminen markkinoilta. Springer poistuu keskittymän myötä markkinoilta itsenäisenä kilpailijana. Vaikka tarkasteltaisiin vain saksalaisia syväpainolaitoksia, asiakkaat voivat silti käyttää kolmea muuta merkittävää kilpailijaa Schlottia, TSB:tä ja Burdaa, joilla on jo paljon kapasiteettia. Kuten edellä mainitaan, markkinoille voi lisäksi tulla uskottavia potentiaalisia kilpailijoita.
- (27) Edellä esitettyjen laskelmien perusteella kolme merkittävintä saksalaista kilpailijaa eli Schlott, TSB ja Burda voisivat osoittaa vielä noin 197 kilotonnia (17 kt käyttämättömää kapasiteettia, 130 kt siirtämällä tuotantoaan ja 50 kt laajentamalla nettokapasiteettia) aikakauslehtien painamiseen vastauksena mahdolliselle hintojen korotukselle saksalaisten aikakauslehtien painamisen markkinoilla. Osapuolten volyyymi myyntimarkkinoilla on noin [100–150 kt] (*). Lisäksi RotoSmeetsiä, Quebecoria ja Mondadoria voidaan pitää uskottavina potentiaalisina kilpailijoina, joiden puoleen saksalaiset lehtitalot voisivat kääntyä, jos yhteisyritys pyrki korottamaan hintoja.

3. Aikakauslehtien julkaisumarkkinoiden koordinaatio

- (28) Komissio arvioi sulautuma-asetuksen 2 artiklan 4 kohdan nojalla myös sitä, johtaisiko yhteisyrityksen perustaminen Bertelsmannin (ml. G+) kilpailukäyttämisen ja Springerin kilpailukäyttämisen koordinoitiin aikakauslehtien julkaisemisen tuotantoketjun loppupään markkinoilla. Painokustannukset muodostavat kuitenkin vain suhteellisen pienen osuuden aikakauslehden kokonaiskustannuksista ja aikakauslehtien julkaisu toiminta on osapuolille huomattavasti tärkeämpää kuin niiden syväpainotoiminta. Tämän vuoksi komissio päätelee, että aikakauslehtien julkaisu toiminnan koordinaatio ei ole todennäköistä.

III PÄÄTELMÄT

- (29) Edellä esitetyistä syistä komissio päätelee, että ehdotettu keskittymä ei estä olennaisesti tehokasta kilpailua yhteismarkkinoilla tai niiden merkittävällä osalla, varsinkaan luomalla tai vahvistamalla määräävää asemaa. Se ei myöskään rajoita kilpailua sulautuma-asetuksen 2 artiklan 4 kohdassa ja EY:n perustamissopimuksen 81 artiklassa tarkoitettulla tavalla. Toimenpide on sen vuoksi julistettava sulautuma-asetuksen 8 artiklan 1 kohdan ja ETA-sopimuksen 57 artiklan nojalla yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan soveltuva.