

Nederlandse Mededingingsautoriteit

BESLUIT

Besluit van de Raad van Bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit als bedoeld in artikel 37, eerste lid, van de Mededingingswet.

Nummer 6666 / 76

Betreft zaak: 6666 / De Persgroep - PCM

I. MELDING

1. Op 16 april 2009 heeft de Raad van Bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit (hierna: NMa) een melding ontvangen van een voorgenomen concentratie in de zin van artikel 34 van de Mededingingswet. Hierin is medegedeeld dat De Persgroep N.V. voornemens is zeggenschap te verkrijgen, in de zin van artikel 27, eerste lid, onder b, van de Mededingingswet, over PCM Holding B.V. Van de melding is mededeling gedaan in Staatscourant 76 van 22 april 2009. Naar aanleiding van de mededeling in de Staatscourant zijn geen zienswijzen van derden naar voren gebracht. Ambtshalve zijn vragen gesteld aan verschillende marktpartijen.

2. Op grond van artikel 9 van de Tijdelijke wet mediaconcentraties heeft het Commissariaat voor de Media advies uitgebracht omtrent de onderhavige concentratie.¹

II. PARTIJEN

3. De Persgroep N.V. (hierna: De Persgroep) is een naamloze vennootschap naar Belgisch recht. De Persgroep is een mediabedrijf dat voornamelijk actief is op de Vlaamse mediemarkt met onder meer dagbladen en televisiezenders. In Nederland is De Persgroep uitgever van het dagblad Het Parool en exploiteert zij het radiostation Q-music.

4. PCM Holding B.V. (hierna: PCM) is een besloten vennootschap naar Nederlands recht. Zij heeft als aandeelhouders: Stichting Democratie en Media (90,25%), Stichting de Volkskrant (7,5%), Stichting ter bevordering van de Christelijke Pers in Nederland (2,5%) en Stichting Lux et Libertas (één aandeel), hierna tezamen: 'de Stichtingen'.

¹ Op 13 juni 2007 is de Wet van 16 mei 2007 tot vaststelling van tijdelijke regels voor mediaconcentraties en enige daarmee verband houdende wijzigingen in de Mediawet en de Mededingingswet ('Tijdelijke wet mediaconcentraties') in werking getreden. De NMa toetst op grond van deze wet, na advisering door het Commissariaat voor de Media, of de in artikel 2 van voornoemde wet genoemde marktaandeelpercentages worden overschreden. De Tijdelijke wet mediaconcentraties laat de eisen die de Mededingingswet stelt aan concentraties onverlet.

5. PCM is een uitgever die voornamelijk in Nederland actief is op het gebied van dagbladen, huis-aan-huisbladen, boeken, elektronische informatie, drukwerk en distributie. PCM geeft onder meer de dagbladen De Volkskrant, Trouw, NRC Handelsblad en nrc.next uit.

6. Met Wegener Nederland B.V., een onderdeel van Mecom Group plc (hierna: Mecom/Wegener), heeft PCM gezamenlijke zeggenschap over AD NieuwsMedia B.V. (hierna: ADN). Momenteel houdt PCM 63% van het aandelenkapitaal in ADN. ADN is uitgever van het Algemeen Dagblad (hierna: het AD).² PCM is voornemens om op korte termijn uitsluitende zeggenschap over ADN te verwerven door verkrijging van 100% van de aandelen in ADN.³

7. Voor de beoordeling van de gevolgen van de onderhavige concentratie op de verschillende markten wordt de volledige omzet/oplage van (de verschillende edities van) het AD aan PCM toegerekend.⁴

III. DE GEMELDE OPERATIE

8. De gemelde operatie behelst de overname van PCM door De Persgroep en is beschreven in een door partijen overgelegde Aandeelhoudersovereenkomst d.d. 8 juni 2009. Na de operatie zal De Persgroep 58,5% van het totaal geplaatste en uitstaande aandelenkapitaal van PCM houden. Het resterende aandeel zal worden gehouden door de Stichtingen. Uit de door partijen overgelegde gegevens blijkt dat De Persgroep uitsluitende zeggenschap over PCM zal verwerven.

9. Nadat partijen door de NMa op de hoogte waren gesteld van mogelijke mededingingsrechtelijke bezwaren op de lezersmarkt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen in de regio Amsterdam (zie punten 34 tot en met 48) als gevolg van de voorgenomen concentratie hebben partijen op 22 juni 2009 een definitieve wijziging van de melding ingediend.

IV. TOEPASSELIJKHEID VAN HET CONCENTRATIE TOEZICHT

10. De gemelde operatie is een concentratie in de zin van artikel 27, eerste lid, onder b, van de Mededingingswet. De hierboven, onder punten 8 en 9, omschreven transactie leidt er toe dat De Persgroep uitsluitende zeggenschap verwerft over PCM.

11. Betrokken ondernemingen zijn De Persgroep en PCM.

² ADN geeft het Algemeen Dagblad uit in de vorm van acht titels, waarvan één landelijke titel en zeven regionale titels. De regionale titels zijn AD Amersfoortse Courant, AD De Dordtenaar, AD Groene Hart, AD Haagsche Courant, AD Rotterdams Dagblad, AD Rivierenland en AD Utrechts Nieuwsblad.

³ Partijen hebben deze voorgenomen transactie op 8 mei 2009 bij de NMa gemeld.

⁴ Deze veronderstelling impliceert niet een beoordeling van de gevolgen van de afzonderlijke concentratie waardoor PCM door verkrijging van 100% van de aandelen uitsluitende zeggenschap zal verwerven over het AD.

12. Uit de bij de melding ter beschikking gestelde omzetgegevens blijkt dat de gemelde concentratie binnen de werkingssfeer van het in hoofdstuk 5 van de Mededingingswet geregelde concentratietoezicht valt.

V. BEOORDELING*

A. RELEVANTE MARKTEN

RELEVANTE PRODUCTMARKTEN

13. De activiteiten van partijen overlappen op het gebied van (i) het uitgeven van dagbladen, (ii) het aanbieden van advertentieruimte voor landelijke advertenties, (iii) het aanbieden van advertentieruimte voor regionale advertenties, (iv) het aanbieden van online advertenties en (v) het aanbieden van drukkerijactiviteiten. Aangezien er nauwelijks overlap bestaat tussen de activiteiten van partijen op het gebied van het aanbieden van advertentieruimte voor regionale advertenties⁵ en van drukkerijactiviteiten⁶ wordt hier in het onderstaande niet nader op ingegaan. De posities van partijen op het gebied van online advertenties zijn zeer beperkt; derhalve zal hier in het onderstaande ook niet nader op worden ingegaan.⁷

(i) De lezersmarkt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen

14. In eerdere besluiten⁸ heeft de NMa uitgebreid onderzoek gedaan naar de afbakening van de relevante lezersmarkt en is tot de conclusie gekomen dat de lezersmarkt zowel regionale als landelijke dagbladen omvat. De NMa heeft daarbij aangegeven dat dit onverlet laat dat bij de beoordeling rekening moet worden gehouden met het feit dat regionale dagbladen binnen het geheel van regionale en landelijke dagbladen een apart segment vormen en dat regionale

* In deze openbare versie van het besluit zijn delen van de tekst vervangen of weggelaten om reden van vertrouwelijkheid. Vervangen of weggelaten delen zijn met vierkante haken aangegeven, in geval van getallen of percentages kan de vervanging hebben plaatsgevonden in de vorm van vermelding van brandbreedtes.

⁵ De Persgroep is op het gebied van het aanbieden van regionale advertenties vrijwel uitsluitend actief in de regio Amsterdam. PCM is in de regio Amsterdam nauwelijks actief op het gebied van regionale advertenties.

⁶ PCM drukt haar dagbladen grotendeels zelf en drukt tevens Het Parool. In verband met een tijdige distributie van de dagbladen worden enkele titels van PCM in een beperkte oplage door derden gedrukt. De drukkerijactiviteiten van De Persgroep in Nederland beperken zich tot die van een drukkerij in Lokeren (België) die op zeer beperkte schaal actief is in Nederland.

⁷ Volgens gegevens van partijen behalen zij gezamenlijk nog geen [0-10]% van de totale netto bestedingen op het gebied van online advertenties.

⁸ Zie het tweede fase besluit van 12 mei 2000 in zaak 1538/*De Telegraaf – De Limburger*, punten 19 tot en met 81, en het tweede fase besluit van 13 maart 2000 in zaak 1528/*Wegener Arcade – VNU Dagbladen*, punten 22 tot en met 70. Deze besluiten hadden betrekking op regionale betaalde dagbladen.

dagbladen, als hun verspreidingsgebieden elkaar (deels) overlappen, elkaars meest nabije concurrenten zijn. De Europese Commissie heeft in een eerdere beschikking⁹ in het midden gelaten of de lezersmarkt zowel regionale, als landelijke dagbladen omvat.

15. Partijen stellen zich op het standpunt dat in het midden kan blijven of regionale en landelijke dagbladen tot dezelfde productmarkt behoren. De concurrentiedruk die beide typen dagbladen op elkaar uitoefenen, is volgens partijen gering.¹⁰

16. In het onderhavige besluit wordt de positie van partijen, evenals in de hierboven aangehaalde eerdere besluiten van de NMa, beoordeeld door uit te gaan van een lezersmarkt voor regionale en landelijke dagbladen.

Betaalde versus gratis dagbladen

17. De NMa heeft in een eerder besluit¹¹ in het midden gelaten of betaalde en gratis dagbladen tot dezelfde relevante markt behoren. De Europese Commissie heeft in een eerdere beschikking¹² bepaald dat betaalde en gratis dagbladen niet tot dezelfde relevante markt behoren. Als onderbouwing van haar marktafbakening voerde de Europese Commissie aan dat gratis dagbladen voornamelijk beknopte artikelen afdrukken die merendeels van het ANP afkomstig zijn, zich hoofdzakelijk richten op een jong lezerspubliek en een afwijkend formaat¹³ hebben.

18. Partijen stellen zich op het standpunt dat de relevante productmarkt uit een lezersmarkt bestaat die zowel betaalde, als gratis dagbladen omvat. Zij zijn van mening dat de redenen die ten grondslag liggen aan de marktafbakening van de Europese Commissie, zoals hierboven aangegeven, niet of in ieder geval niet langer de conclusie rechtvaardigen dat betaalde en gratis dagbladen niet tot dezelfde relevante markt behoren. Partijen wijzen er op dat inmiddels verschillende betaalde dagbladen op *tabloid* formaat worden gedrukt, dat een gratis dagblad als De Pers zich met langere zelfgeschreven artikelen meer op de inhoud richt en dat ook betaalde dagbladen zich in toenemende mate op jongeren richten.

⁹ Zie de beschikking van de Europese Commissie van 7 juli 2005 in zaak COMP/M. 3817 - *Wegener/PCM/JV*, punt 20.

¹⁰ Partijen verwijzen in dit verband naar het tweede fase besluit in zaak 1528/*Wegener Arcade – VNU Dagbladen*, reeds aangehaald, punten 36 tot en met 43, alsmede naar de beschikking van de Europese Commissie in zaak COMP/M. 3817 - *Wegener/PCM/JV*, reeds aangehaald, punt 16.

¹¹ Zie de gevoegde zaken van 11 augustus 2000, zaak 1405/*Metro Holland – NS Stations* en zaak 1584/*Splts vs. Metro en NS Stations*, punt 55.

¹² Zie de beschikking van de Europese Commissie in zaak COMP/M. 3817 - *Wegener/PCM/JV*, reeds aangehaald, punten 15 tot en met 19.

¹³ In Nederland worden dagbladen gedrukt op de formaten *broadsheet* (waarop o.a. De Volkskrant en NRC Handelsblad worden gedrukt) en *tabloid* (waarop o.a. gratis dagbladen, Trouw en nrc.next worden gedrukt).

19. Daarnaast zijn partijen van mening dat er een causaal verband bestaat tussen de sterk gestegen oplage van gratis dagbladen en de daling van de oplage van betaalde dagbladen waardoor betaalde en gratis dagbladen een substituut voor elkaar zouden zijn en tot dezelfde markt gerekend dienen te worden. De vier gratis dagbladen Metro, Splts, De Pers en DAG¹⁴ groeiden in 2008 naar een gezamenlijke oplage van meer dan 1,7 miljoen exemplaren. De betaalde dagbladen zagen hun totale oplage dalen van 4,5 miljoen in 1999 naar 3,6 miljoen in 2008.¹⁵

20. Ook het gegeven dat het aantal reguliere oftewel doordeweekse abonnementen is afgenomen, duidt volgens partijen op concurrentiedruk van gratis dagbladen aangezien deze op steeds meer locaties, die lezers met name door de week aandoen, worden verspreid en de gratis dagbladen niet in het weekend uitkomen. Partijen wijzen eveneens op diverse overgelegde marktonderzoeken waaruit zou blijken dat consumenten hun abonnement op een betaald dagblad hebben opgezegd vanwege de aanwezigheid van gratis dagbladen.¹⁶

Beoordeling betaalde versus gratis dagbladen

21. Op voorhand kan niet worden aangenomen dat de gratis dagbladen tot dezelfde relevante productmarkt behoren als de betaalde dagbladen. Ten eerste is de causale relatie tussen de stijging van de oplage van de gratis dagbladen en de daling van de oplage van de betaalde dagbladen niet ondubbelzinnig vastgesteld. Uit onderzoek blijkt dat in verschillende andere Europese landen waar gratis dagbladen niet of niet succesvol geïntroduceerd zijn er tevens sprake is van een daling in abonnementen van betaalde dagbladen die vergelijkbaar is aan die in Nederland.¹⁷ Dit duidt er op dat (ook) andere factoren dan de introductie van gratis dagbladen debet zijn aan de daling van de oplage van betaalde dagbladen. Aanvullend blijkt uit onderzoeken van partijen onder lezers die hun abonnement hebben stopgezet dat gratis dagbladen niet als een voornaam alternatief worden gezien voor een betaald dagblad.¹⁸

¹⁴ Het gratis dagblad DAG was een gezamenlijk initiatief van KPN en De Volkskrant en is per 28 oktober 2008 opgeheven.

¹⁵ Bron: HOI/Cebuco.

¹⁶ Zie bijvoorbeeld het rapport van Newcom Research & Consultancy (2008) waarin staat dat [30-40]% van de respondenten heeft aangegeven geen abonnement meer te nemen omdat gratis dagbladen voldoende in hun behoeften voorzien. Daarnaast verwijzen partijen naar een onderzoek in opdracht van Het Parool uitgevoerd in 2007 door Leon de Wolff waaruit blijkt dat [10-20]% van de bedankers van Het Parool als opzegreden aangeven voldoende informatie te ontvangen via gratis dagbladen.

¹⁷ Bakker, 2008, "The simultaneous rise and fall of free and paid newspapers in Europe", *Journalism Practice*, pag. 427 – 443.

¹⁸ In het door partijen aangeleverde bedankersonderzoek van De Volkskrant wordt vastgesteld dat het feit dat er gratis kranten beschikbaar zijn [...] voor [0-10]% van de bedankers een belangrijke rol speelt voor het stopzetten van het

22. Het gegeven dat de tarieven van betaalde dagbladen, ondanks de introductie en toenemende oplage van gratis dagbladen, de afgelopen jaren harder zijn gestegen dan de inflatie suggereert dat de concurrentiedruk van gratis dagbladen relatief beperkt is. De NMa acht het aannemelijk dat de losse verkoop van betaalde dagbladen de sterkste concurrentiedruk ondervindt van gratis dagbladen.¹⁹ Aangezien slechts 10% van de dagbladenverkoop via de losse verkoop verloopt,²⁰ lijkt de concurrentiedruk van gratis dagbladen echter relatief gering.

23. Gelet op het voorgaande gaat de NMa er in het onderhavige besluit van uit dat gratis dagbladen geen deel uitmaken van de lezersmarkt voor regionale en landelijke dagbladen. Een eventuele wijziging van de afbakening van de lezersmarkt voor dagbladen vergt een diepgaand onderzoek. In dat onderzoek zal antwoord moeten worden gegeven op de vraag in hoeverre gratis dagbladen daadwerkelijk een substituuft vormen voor betaalde dagbladen. Een dergelijk onderzoek is echter te omvangrijk om in de meldingsfase uit te voeren. Gelet op het remedievoorstel van partijen en de beoordeling daarvan (zie hoofdstuk VI) zal hiernaar in deze zaak geen nader onderzoek worden verricht. Bovenstaande laat onverlet dat er een bepaalde mate van concurrentiedruk zal uitgaan van gratis dagbladen.

Concurrentiedruk van alternatieve nieuwsmedia

24. In eerdere besluiten zijn de NMa en de Europese Commissie niet diepgaand ingegaan op de vraag in hoeverre de concurrentiedruk vanuit alternatieve nieuwsmedia de spelers op de lezersmarkt disciplineert of kan disciplineren.

25. Partijen stellen zich op het standpunt dat de eerdere afbakening van de lezersmarkt voor regionale en landelijke dagbladen nuancering behoeft vanwege de concurrentie van alternatieve nieuwsmedia. Hierbij wordt gewezen op het toenemende gebruik van met name internet, radio, huis-aan-huisbladen en televisie voor de nieuwsvoorziening.

26. De NMa acht het niet onmogelijk dat alternatieve nieuwsmedia de spelers op de lezersmarkt voor regionale en landelijke dagbladen kunnen disciplineren. Voor de NMa is het echter onvoldoende duidelijk in welke mate de verschillende nieuwsmedia een disciplinerende

abbonement; bij NRC Handelsblad is dat [0-10]%. Bij het bedankersonderzoek van nrc.next is dat percentage wel hoger, te weten [10-20]%. Uit een recent door partijen uitgevoerd onderzoek onder bedankers van Het Parool komt naar voren dat voor [10-20]% van de bedankers gratis dagbladen een belangrijke reden zijn voor het stopzetten van een abonnement.

¹⁹ Onder andere gelet op het feit dat (i) de tarieven voor de losse verkoop relatief minder hard gestegen zijn dan de tarieven voor een abonnement en (ii) de verspreidingspunten van de gratis dagbladen zich doorgaans vlakbij de verkooplocaties van losse kranten bevinden (zie tevens punt 20). Zie tevens de gevoegde zaken 1405/*Metro Holland – NS Stations* en 1584/*Splits vs. Metro en NS Stations*, reeds aangehaald, punt 52.

²⁰ Circa 90% van de dagbladenverkoop in Nederland verloopt via abonnementen, zie de beschikking van de Europese Commissie in zaak COMP/M. 3817 - *Wegener/PCM/JJV*, reeds aangehaald, punt 45.

werking (kunnen) hebben. Nader diepgaand onderzoek zou moeten worden verricht om tot een oordeel te kunnen komen of en in welke mate alternatieve media concurrentiedruk uitoefenen op de spelers op de lezersmarkt voor regionale en landelijke dagbladen. Dergelijk onderzoek leent zich alleen voor een eventuele vergunningsfase. Gelet op het remedievoorstel van partijen en de beoordeling daarvan (zie hoofdstuk VI van dit besluit) zal hiernaar in deze zaak geen nader onderzoek worden verricht.

Conclusie ten aanzien van de lezersmarkt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen

27. Voor de beoordeling van onderhavige concentratie wordt uitgegaan van een markt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen.

(ii) Markt voor landelijke advertenties

28. De NMa en de Europese Commissie hebben in eerdere besluiten respectievelijk beschikkingen²¹ aangegeven dat advertentiemediën met een landelijk bereik niet tot dezelfde markt behoren als mediën met een regionaal of lokaal bereik.

29. In onderhavig besluit zal de NMa, in overeenstemming met de hierboven genoemde besluiten en beschikkingen, uitgaan van een markt voor landelijke advertenties in landelijke en regionale dagbladen (hierna: markt voor landelijke advertenties).

RELEVANTE GEOGRAFISCHE MARKTEN

(i) De lezersmarkt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen

30. In eerdere besluiten²² heeft de NMa concentraties beoordeeld door uit te gaan van de verspreidingsgebieden van de betreffende dagbladen en dan met name de overlapgebieden. Het betreft hier de zogenoemde Cebuco-gebieden.²³

²¹ Zie het eerste fase besluit van 18 oktober 1999 in zaak 1528/*Wegener Arcade – VNU Dagbladen*, punten 47 tot en met 50, het eerste fase besluit van 2 november 1999 in zaak 1538/*De Telegraaf – De Limburger*, punten 25 tot en met 31, het besluit van 24 oktober 2007 in zaak 6114/*Mecom – Wegener*, punten 26 en 27, de beschikking van de Europese Commissie van 1 februari 1999 in zaak IV/M.1401 – *Recoletos/Unedisa*, punten 26 tot en met 28, en de beschikking van de Europese Commissie in zaak COMP/M. 3817 - *Wegener/PCM/JV*, reeds aangehaald, punten 27 tot en met 30.

²² Zie het besluit in zaak 6114/*Mecom – Wegener*, reeds aangehaald, punten 30 en 31, het tweede fase besluit in zaak 1528/*Wegener Arcade – VNU Dagbladen*, reeds aangehaald, punten 71 tot en met 77, en het tweede fase besluit in zaak 1538/*De Telegraaf – De Limburger*, reeds aangehaald, punten 82 tot en met 89.

²³ Speciaal voor reclame- en verkoopdoeleinden heeft het Cebuco (de marketingorganisatie van de Nederlandse dagbladen) een indeling van Nederland gemaakt waarbij het verzorgingscentrum en -gebied centraal staan. Een verzorgingscentrum is

31. In onderhavige zaak zal de NMa eveneens uitgaan van de verspreidingsgebieden van de betreffende dagbladen van partijen en dan met name de Cebuco-gebieden Amsterdam – Purmerend, Haarlem, Hilversum en Almere²⁴ waar de meeste overlap bestaat tussen de activiteiten van partijen.²⁵

(ii) Markt voor landelijke advertenties

32. In eerdere besluiten²⁶ achtte de NMa het aannemelijk dat de geografische markt voor landelijke advertenties nationaal van omvang is. Omtrent het type advertentiemedium merkte de NMa in dat verband op dat landelijke en regionale dagbladen ten aanzien van landelijke advertenties tot dezelfde markt behoren. De NMa acht het niet waarschijnlijk dat er een specifieke markt voor landelijke advertenties in regionale dagbladen bestaat.

33. In onderhavig besluit zal de NMa, in overeenstemming met de hierboven bedoelde besluiten,²⁷ uitgaan van een nationale markt voor landelijke advertenties.

B. GEVOLGEN VAN DE CONCENTRATIE

HORIZONTAL OVERLAP

(i) De lezersmarkten voor regionale en landelijke betaalde dagbladen

34. De activiteiten van partijen overlappen met name in de Randstad. In het navolgende wordt alleen ingegaan op die Cebuco-gebieden waar de toevoeging van het marktaandeel van De Persgroep aan het aandeel van PCM groter is dan [0-10]% en het gezamenlijke marktaandeel van partijen groter is dan [20-30]%.

35. Tabel 1 geeft een overzicht van de gevolgen van de concentratie voor de marktaandelen van partijen in de Cebuco-gebieden Amsterdam – Purmerend, Haarlem, Hilversum en Almere.

een gemeente die in economisch, cultureel en sociaal opzicht een centrale positie inneemt ten opzichte van een aantal omringende gemeenten. Het verzorgingscentrum tezamen met de omringende gemeenten vormt een verzorgingsgebied. Nederland kent op basis van deze indeling 50 Cebuco-verzorgingsgebieden.

²⁴ Respectievelijk de Cebuco-gebieden 21, 22, 23 en 50.

²⁵ In de andere Cebuco-gebieden is het marktaandeel van Het Parool minder dan [0-10]%. Vanwege het ontbreken van overige aanwijzingen voor mogelijke mededingingsrechtelijke problemen zal in het hiernavolgende niet nader op die Cebuco-gebieden worden ingegaan.

²⁶ Zie het eerste fase besluit in zaak 1528/*Wegener Arcade – VNU Dagbladen*, reeds aangehaald, punten 71 tot en met 73, en het besluit in zaak 6114/*Mecom – Wegener*, reeds aangehaald, punten 36 en 37.

²⁷ Idem.

Tabel 1 Marktaandeelen partijen op de lezersmarkten voor regionale en landelijke betaalde dagbladen (2008)²⁸

Cebuco-gebied	PCM	De Persgroep (Het Parool)	Gezamenlijk
Amsterdam – Purmerend	[30-40]%	[20-30]%	[50-60]%
Haarlem	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Hilversum	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%
Almere	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%

36. In de Cebuco-gebieden Haarlem, Hilversum en Almere is de toevoeging van de activiteiten van De Persgroep aan de activiteiten van PCM relatief beperkt. Bovendien blijven in deze gebieden de gecombineerde marktaandeelen van partijen onder de [30-40]%. Gelet op het bovenstaande en het ontbreken van overige aanwijzingen voor mededingingsrechtelijke bezwaren is het niet aannemelijk dat de onderhavige concentratie tot daadwerkelijke mededingingsrechtelijke problemen leidt op de lezersmarkten voor regionale en landelijke betaalde dagbladen in voornoemde Cebuco-gebieden.

37. Derhalve zal in het navolgende slechts worden ingegaan op het gebied Amsterdam – Purmerend (hierna: regio Amsterdam). Partijen hebben in dit gebied een gezamenlijk marktaandeel van [50-60]%, waarvan [20-30]% voor rekening komt van Het Parool en [30-40]% voor de PCM-titels (inclusief AD). De Telegraaf Media Groep (TMG)²⁹ is na partijen de grootste uitgever in de regio Amsterdam met een marktaandeel van circa [40-50]%. De twee grootste spelers op de lezersmarkt in de regio Amsterdam zullen derhalve als gevolg van de concentratie een gezamenlijk marktaandeel behalen van [90-100]% waarbij de Herfindahl-Hirschman Index (HHI)³⁰ stijgt van circa [3400 – 3500] naar [5100 – 5200] (een toevoeging van [1600 – 1700] punten).

²⁸ In het onderhavige besluit zijn alle marktaandeelen voor de lezersmarkten berekend op basis van de oplagecijfers voor dagbladen van 2008, bron: Cebuco/HOI.

²⁹ TMG is op de lezersmarkt in Amsterdam actief met het landelijke dagblad De Telegraaf en met de regionale dagbladen Haarlems Dagblad en Noordhollands Dagblad.

³⁰ De HHI is een maatstaf voor de concentratiegraad in een markt. Deze wordt berekend door de som te nemen van de gekwadrateerde individuele marktaandeelen van alle ondernemingen op de markt.

38. Het hoge gezamenlijke marktaandeel van partijen vormt op zichzelf reeds een indicatie voor een mogelijke significante belemmering van de mededinging in de regio Amsterdam. Het effect van een dergelijke belemmering zou met name een mogelijke prijsverhoging (en/of kwaliteitsverlaging)³¹ van Het Parool betreffen. Een prijsverhoging van de PCM-titels ten gevolge van de concentratie is niet aannemelijk aangezien dit landelijke dagbladen zijn die buiten de regio Amsterdam te maken hebben met een onveranderde concurrentiedruk van andere dagbladen (de overlap tussen Het Parool en de PCM-titels buiten de regio Amsterdam is immers gering).

39. Alhoewel marktaandelen op de lezersmarkt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen indicatief zijn voor mogelijke mededingingsrechtelijke problemen dient rekening te worden gehouden met de grote mate van heterogeniteit tussen verschillende dagbladen. Gelet op een mogelijke prijsverhoging van Het Parool ten gevolge van de concentratie moet met name worden onderzocht welke dagbladen in de regio Amsterdam een nabije concurrent van Het Parool zijn. Indien namelijk consumenten na een prijsverhoging van Het Parool in voldoende mate naar de dagbladen van PCM overstappen, kan een prijsverhoging winstgevend zijn.

40. Uit diverse lezersonderzoeken van partijen, zowel onder huidige abonnees als onder voormalige abonnees die recent hun abonnement op Het Parool hebben beëindigd,³² blijkt dat De Volkskrant en NRC Handelsblad door (voormalige) lezers van Het Parool als de meest nabije concurrenten worden gezien. In tabel 2 staan de resultaten van een recent onderzoek van partijen naar zogenoemde bedankers van Het Parool weergegeven.

³¹ In het vervolg wordt kortheidshalve gesproken over een prijsverhoging. Het gaat daarbij steeds om een mogelijke verslechtering van de prijs-kwaliteitverhouding van Het Parool.

³² In het vervolg zullen voormalige abonnees 'bedankers' worden genoemd.

Tabel 2 Keuzes van bedankers van Het Parool in de regio Amsterdam (2009)

	Regio Amsterdam
n=(ongewogen)	532
Geen ander abonnement	[70-80]%
NRC Handelsblad	[0-10]%
De Volkskrant	[0-10]%
Trouw	[0-10]%
nrc.next	[0-10]%
De Telegraaf	[0-10]%
AD	[0-10]%
Het Financieele Dagblad	[0-10]%
Anders	[0-10]%

41. Uit deze tabel blijkt dat De Telegraaf, nrc.next en Trouw ook als alternatief worden gezien voor Het Parool, maar in beperktere mate dan De Volkskrant en NRC Handelsblad. Overigens valt op dat [70-80]% van de respondenten geen abonnement op een ander dagblad heeft genomen. Hierbij dient echter opgemerkt te worden dat, gelet op de hoge mate van loyaliteit onder de dagbladlezers,³³ de concurrentie tussen dagbladen met name plaatsvindt om nieuwe abonnees. Dat een groot deel van de bedankers niet overstapt naar een ander betaald dagblad impliceert dus niet dat Het Parool geen concurrentiedruk zou ondervinden van andere betaalde dagbladen. Naast de gegevens van bedankers geven ook de voorkeuren van de huidige Paroolabonnees inzicht in hoeverre andere dagbladen een substituut vormen voor Het Parool. In bovengenoemd onderzoek gaf [30-40]% van de abonnees van Het Parool uit de regio Amsterdam aan dat zij De Volkskrant in sterke mate dan wel volledig een substituut vinden voor Het Parool. Voor NRC Handelsblad geldt dat voor [20-30]% van de abonnees, terwijl ook uit deze cijfers blijkt dat de overige dagbladen in de regio Amsterdam in veel mindere mate een alternatief vormen voor Het Parool.³⁴

42. Op grond van het voorgaande kan worden geconcludeerd dat De Volkskrant en NRC Handelsblad voor zowel de bedankers, als de huidige abonnees van Het Parool in de regio Amsterdam duidelijk de meest nabije concurrenten van Het Parool zijn. De Telegraaf is slechts voor een zeer klein percentage Paroolabonnees in sterke mate dan wel volledig een substituut voor Het Parool en oefent derhalve significant minder concurrentiedruk uit op Het Parool dan wordt gesuggereerd door het relatief hoge marktaandeel van De Telegraaf in de regio Amsterdam.

³³ In het rapport van Newcom Research & Consultancy (2008) wordt de kans dat een abonnee niet binnen twee jaar opzegt op ongeveer 91% geschat. Zie tevens de beschikking van de Europese Commissie in zaak COMP/M. 3817 - *Wegener/PCM/JV*, reeds aangehaald, punt 45.

³⁴ De Telegraaf wordt bijvoorbeeld door [0-10]% van de Paroolabonnees als een substituut gezien.

De reeds sterke positie van partijen in de regio Amsterdam in termen van marktaandeel wordt hierdoor verder versterkt.

43. Gelet op het voorgaande is het aannemelijk dat de concentratie een prijsverhoging van Het Parool tot gevolg kan hebben.

44. Partijen voeren een aantal relativerende factoren aan op grond waarvan zij betogen dat een prijsverhoging niet kan plaatsvinden. Navolgend worden deze factoren besproken. Ten eerste wijzen partijen op het hoge aantal bedankers dat geen abonnement op een ander dagblad neemt. Hierdoor zou Het Parool volgens partijen haar prijs niet winstgevend kunnen verhogen. Er zijn echter veel verschillende redenen waarom lezers hun abonnement opzeggen. Uit het reeds aangehaalde onderzoek onder bedankers van Het Parool in de regio Amsterdam blijkt dat voor [40-50]% van de abonnees tijdgebrek een belangrijke reden was om het abonnement op te zeggen, voor [30-40]% waren inhoudelijke redenen belangrijk, voor [30-40]% de prijs en voor [20-30]% een voorkeur voor een ander betaald dagblad.³⁵ Prijs werd door minder dan een derde van de respondenten als 'belangrijke' of 'zeer belangrijke' reden opgegeven om te stoppen.³⁶ Om de daadwerkelijke invloed van de prijs op het stopgedrag van lezers te kunnen bepalen, is een diepgaander kwantitatief onderzoek onder abonnees nodig. Een dergelijk onderzoek leent zich alleen voor een eventuele vergunningsfase. Hoewel het relatief hoge percentage bedankers dat niet overstapt naar een andere titel de positie van partijen in bepaalde mate zou kunnen relativeren, kan op grond van het hoge percentage overstappers van Het Parool naar PCM-titels niet worden ugesloten dat Het Parool ten gevolge van de concentratie haar prijs winstgevend kan verhogen.

45. Ten tweede wijzen partijen op de tweezijdigheid van de markt waardoor van adverteerders een disciplinerende werking op de abonnementsprijzen zou uitgaan.³⁷ Om de daadwerkelijke invloed van de tweezijdigheid te bepalen, is echter diepgaand kwantitatief onderzoek nodig. Een dergelijk onderzoek leent zich alleen voor een eventuele vergunningsfase. Wel kan in dit verband worden verwezen naar punt 22 van het onderhavige besluit waar is opgemerkt dat de abonnementsprijzen van alle betaalde dagbladen, waaronder Het Parool, in de afgelopen jaren met meer dan de inflatie zijn gestegen. Deze observatie roept op zijn minst

³⁵ Hierbij zijn de respondenten meegenomen die hebben aangegeven dat deze redenen 'belangrijk' dan wel 'zeer belangrijk' waren. Er kon worden gescoord op meerdere redenen tegelijk.

³⁶ Overigens blijkt hieruit wel dat prijs niet onbelangrijk is voor lezers. Partijen betogen dat dagbladen niet concurreren op prijs, maar dat laat onverlet dat Het Parool een prikkel en mogelijkheid heeft om haar prijs te verhogen indien zij dit (als gevolg van de concentratie) winstgevend zal kunnen doen.

³⁷ De gedachte hierbij is dat adverteerders bereid zijn om meer te betalen naarmate een dagblad meer lezers heeft. Hogere abonnementsstarieven leiden tot een lager abonneebestand, wat door de tweezijdigheid van de markt een daling van de advertentie-inkomsten tot gevolg kan hebben.

vraagtekens op met betrekking tot de disciplinerende werking van adverteerders op de abonnementsprijzen.

46. Ten derde betogen partijen dat er significante concurrentiedruk uitgaat van gratis dagbladen en alternatieve media (met name internet). Dit wordt niet bevestigd door het onderzoek onder Paroollezers.³⁸ Slechts [10-20]% van de bedankers gaf aan dat de beschikbaarheid van een gratis krant een belangrijke tot zeer belangrijke reden was om het abonnement op te zeggen en wordt dus veel minder aangevoerd dan de in punt 44 genoemde redenen. Hoewel er wel enige concurrentiedruk uitgaat van gratis dagbladen (zie punten 21 tot en met 23) kan niet zonder diepgaand onderzoek worden vastgesteld of de disciplinerende werking voldoende is (hetzij als zodanig, hetzij in samenhang met de eerdergenoemde factoren) om een prijsverhoging van Het Parool te voorkomen. Een dergelijk onderzoek leent zich alleen voor een eventuele vergunningsfase.

47. Ten slotte wijzen partijen er op dat [40-50]% van de abonnees van Het Parool eveneens een abonnement heeft op een landelijk dagblad. Partijen zijn van mening dat dit aangeeft dat Het Parool een complementair product en geen substituuat is voor de landelijke dagbladen De Volkskrant en NRC Handelsblad. Uit het eerdergenoemde onderzoek onder Paroolabonnees volgt echter dat [30-40]% van hen De Volkskrant en [20-30]% van hen NRC Handelsblad ziet als substituuat. Uit hetzelfde onderzoek kwam naar voren dat [30-40]% van de Paroolabonnees NRC Handelsblad en eveneens [30-40]% van de Paroolabonnees De Volkskrant als 'aanvulling' op Het Parool beschouwt. Hieruit blijkt dat Paroolabonnees kennelijk een verschillende kijk hebben op De Volkskrant en NRC Handelsblad. Uit de overstapcijfers blijkt echter dat een significant deel van de bedankers van Het Parool overstapt naar deze meest nabije alternatieven. Het betoog van partijen doet derhalve niet af aan het gegeven dat door de concentratie Het Parool in één concern wordt opgenomen met haar twee meest nabije concurrenten.

Conclusie lezersmarkt regionale en landelijke betaalde dagbladen in de regio Amsterdam

48. Gelet op (i) het ontstaan van het hoge gezamenlijke marktaandeel van partijen en de significante toevoeging door Het Parool in de regio Amsterdam en (ii) het feit dat de activiteiten van de meest nabije concurrenten samengevoegd worden, is het aannemelijk dat de onderhavige concentratie er toe leidt dat de daadwerkelijke mededinging op de mogelijke lezersmarkt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen in de regio Amsterdam op significante wijze zou kunnen worden belemmerd, met name als het resultaat van het in het leven roepen of het versterken van een economische machtspositie.

³⁸ Dit betreft een onderzoek uitgevoerd door partijen onder huidige en voormalige abonnees van Het Parool.

(ii) Markt voor landelijke advertenties

49. De activiteiten van partijen overlappen op de markt voor landelijke advertenties. Het Parool biedt samen met andere uitgevers van regionale dagbladen advertentieruimte met een nationale dekking aan via de Nederlandse Regionale Persdienst (hierna: NRp). NRp is een marketing- en verkooporganisatie die zich richt op landelijke adverteerders en hun mediabureaus en is gezamenlijk eigendom van de uitgevers Wegener Regio Partners B.V. (Wegener), Noordelijke Dagblad Combinatie (NDC), HDC Media B.V. (HDC) en Media Groep Limburg (MGL).³⁹ Het Parool houdt geen aandelen in NRp, maar neemt deel in NRp op basis van een samenwerkingsovereenkomst.

50. Vooralsnog is het onduidelijk of Het Parool zich na de voorgenomen concentratie voor verkoop van advertentieruimte voor de landelijke advertenties zal voegen bij PCM of dat het bij NRp blijft. Indien Het Parool besluit uit NRp te stappen en zich zal voegen bij PCM zal dit geen significante effecten hebben op de structuur van de markt aangezien Het Parool een bereik heeft van [0-10]% op de landelijke advertentiemarkt.⁴⁰

51. Voorts zal de voorgenomen concentratie geen significant effect hebben op de prijszetting van NRp aangezien de advertentieomzet van Het Parool slechts circa [0-10]% bedraagt van de totale advertentieomzet van NRp.⁴¹

52. Bovendien komt uit het marktonderzoek van de NMa naar voren dat adverteerders geen negatieve effecten verwachten als gevolg van de voorgenomen concentratie.

Conclusie markt voor landelijke advertenties

53. Gelet op (i) het geringe aandeel van Het Parool in de totale advertentieomzet van NRp, (ii) de geringe invloed van Het Parool op de prijszetting binnen NRp en (iii) de uitkomst van het marktonderzoek is het niet aannemelijk dat de onderhavige concentratie er toe leidt dat de daadwerkelijke mededinging op de landelijke advertentiemarkt op significante wijze zou kunnen worden belemmerd, met name als het resultaat van het in het leven roepen of het versterken van een economische machtspositie.

³⁹ Deze vier uitgevers houden ieder 25% van het aandelenkapitaal in NRp.

⁴⁰ Idem.

⁴¹ Bron: gegevens partijen en NRp.

VI. WIJZIGING VAN DE MELDING

54. Partijen hebben op 22 juni 2009 een definitieve wijziging van de melding (hierna: de wijziging) ingediend om daarmee tegemoet te komen aan de in de punten 34 tot en met 48 genoemde mogelijke mededingingsproblemen op de lezersmarkt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen in de regio Amsterdam.⁴²

55. Partijen zijn van mening dat, voor zover de voorgenomen concentratie tot een significante belemmering van de mededinging zou leiden, met de verkoop van NRC Handelsblad B.V.⁴³ deze belemmering wordt weggenomen. Teneinde verder onderzoek van de melding door de NMa te voorkomen, zijn partijen bereid de verkoop van NRC Handelsblad B.V. te concretiseren door de hieronder beschreven wijziging.

56. Hierna zullen achtereenvolgens (A) de inhoud van de wijziging en (B) de beoordeling van de wijziging aan de orde komen.

(A) Inhoud van de wijziging

57. Door de wijziging verplichten partijen zich om uiterlijk [...] na het besluit op de melding als bedoeld in artikel 37, vierde lid, van de Mededingingswet, NRC Handelsblad B.V. en het bedrijf van NRC Handelsblad B.V. waarvan deel uitmaken de titels NRC Handelsblad en nrc.next en alles wat daartoe behoort conform de gewijzigde melding (hierna: NRC) over te dragen aan een onafhankelijke, door de NMa goedgekeurde, derde.

58. Ter uitvoering van punt 52 van de Richtsnoeren Remedies 2007⁴⁴ zullen partijen direct na de datum van het besluit in de onderhavige zaak een onafhankelijke trustee (hierna: de *monitoring* trustee), alsmede een ontwerp van een mandaat van, waaronder begrepen de overeenkomst met, de *monitoring* trustee ter goedkeuring aan de NMa voorleggen. De *monitoring* trustee zal direct na schriftelijke goedkeuring door de NMa worden aangesteld door partijen overeenkomstig het mandaat zoals goedgekeurd door de NMa.

59. Indien partijen NRC niet binnen [...] na de datum van het besluit overdragen aan een onafhankelijke, door de NMa goedgekeurde, derde zullen partijen een door de NMa vooraf schriftelijk goedgekeurde onafhankelijke trustee (hierna: de verkooptrustee) aanstellen. Deze

⁴² Het is niet aannemelijk dat buiten de regio Amsterdam mededingingsrechtelijke problemen zullen optreden, zie de punten 34 tot en met o.

⁴³ Zie punt 57.

⁴⁴ Richtsnoeren Remedies zoals vastgesteld door de Raad van Bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit op 21 september 2007 (hierna: Richtsnoeren Remedies).

verkooptrustee krijgt de opdracht, alsmede het mandaat om NRC binnen een periode van maximaal [...] tegen de voor partijen meest gunstige voorwaarden, [...], te verkopen zonder voorafgaande instemming van partijen. De verkooptrustee zal direct na goedkeuring door de NMa worden aangesteld door partijen overeenkomstig het mandaat van, waaronder begrepen de overeenkomst met, de verkooptrustee zoals goedgekeurd door de NMa.

60. Partijen of de verkooptrustee kunnen slechts tot verkoop en overdracht van NRC overgaan nadat de NMa de voorgestelde koper, de koop- en leveringsovereenkomst en alle andere overeenkomsten tussen partijen en de koper schriftelijk heeft goedgekeurd.

61. De afronding van de verkoop van NRC door partijen zal plaatsvinden binnen [...] na schriftelijke goedkeuring van de koper en de betreffende overeenkomsten door de NMa.

62. Bij het selecteren van zowel de *monitoring* trustee als de verkooptrustee zal rekening worden gehouden met de volgende criteria:

- de trustee dient een te goeder naam en faam bekend staande deskundige te zijn. De trustee dient te beschikken over ruime accounting expertise en sector kennis en dient ruime ervaring te hebben op het gebied van business-, informatie- en personeelsmanagement;
- de trustee dient onafhankelijk te zijn van partijen;
- de trustee dient voor de uitoefening van zijn taak over de benodigde vakbekwaamheid te beschikken; en
- de trustee dient geen strijdige belangen te hebben.

63. Partijen verschaffen de NMa tijdig alle relevante gegevens die de NMa in staat stellen om te beoordelen of aan bovengenoemde criteria is voldaan. De kosten die verbonden zijn aan de benoeming van de *monitoring* trustee en de verkooptrustee en aan alle diensten die zij in het kader van de uitoefening van hun taken hebben verricht, worden door partijen gedragen. De vergoeding die met de trustees wordt afgesproken, zal geen afbreuk doen aan hun onafhankelijkheid of effectiviteit.

64. In de opdracht aan zowel de *monitoring* trustee, als de verkooptrustee zullen onder meer de volgende bepalingen staan:

- de opdracht zet de toezichthoudende taken en bevoegdheden van de trustee uiteen, alsmede de wijze waarop hij deze taken en bevoegdheden zal uitvoeren;

- de opdracht bevat een verplichting tot periodieke verslaglegging aan de NMa, alsmede een verplichting tot het doen van een eindrapportage aan de NMa;
- de trustee stelt de NMa onverwijld schriftelijk op de hoogte indien hij van mening is dat de uitvoering van de wijziging niet goed verloopt of indien iets dergelijks dreigt;
- de trustee kan alleen met toestemming van de NMa worden ontslagen;
- indien de trustee tekortschiet in de uitvoering van zijn taken dan kan de NMa partijen verplichten de trustee te vervangen;
- partijen verlenen de trustee alle medewerking om de trustee te ondersteunen zodat hij zijn taken naar behoren kan uitvoeren. De trustee verkrijgt hiervoor in ieder geval toegang tot de administratie, de gegevensbestanden en de bescheiden van NRC en PCM; en
- de trustee krijgt de mogelijkheid om het personeel van NRC en PCM in te schakelen.

Instandhouding NRC tijdens de interimperiode

65. Partijen zijn verplicht om NRC in de periode tussen het besluit in de onderhavige zaak en de daadwerkelijke overdracht aan een derde als een levensvatbare, verkoopbare en concurrerende entiteit in stand te houden. Zolang NRC nog niet is overgedragen aan een derde zal de *monitoring* trustee belast zijn met het toezicht op de nakoming door partijen van deze verplichting. Voorts zal de *monitoring* trustee de belangen van NRC zo goed mogelijk behartigen en toezicht houden op de voortgang van het verkoopproces en in het bijzonder in de gaten houden of partijen voldoende inspanningen verrichten om een geschikte koper te vinden.

66. Partijen verbinden zich ten aanzien van NRC om:

- de vaste activa, de knowhow, de commerciële informatie die vertrouwelijk is of aan intellectuele eigendomsrechten is onderworpen, de klantenbestanden en de technische en commerciële bekwaamheid van de werknemers in stand te houden;
- er voor te zorgen dat alle relevante beheers- en administratieve functies worden ingevuld, dat er voldoende kapitaal en krediet is, dat het bestaande investeringsniveau op peil wordt gehouden en de benodigde investeringen zullen worden gedaan, dat de bestaande service- en kwaliteitsniveaus worden behouden, dat er actief beleid wordt gevoerd om het bestaande personeel te behouden en dat aan alle andere voorwaarden is voldaan die nodig zijn om optimaal te kunnen blijven concurreren;

- niets te doen of na te laten en geen enkele ontwikkeling te zullen (doen) voortzetten of te gedogen die de uitvoering van de overdracht zou kunnen bemoeilijken of belemmeren of de waarde van NRC nadelig zou kunnen beïnvloeden;
- zich te onthouden van instructies aan de leiding van NRC;
- tijdens de periode tussen het besluit in de onderhavige zaak en de daadwerkelijke overdracht aan een derde te waarborgen dat NRC los staat van partijen en er voor te zorgen dat het personeel van NRC geen invloed heeft in enige andere activiteiten van partijen en vice versa; en
- alle noodzakelijke maatregelen te treffen om te voorkomen dat partijen tijdens de periode tussen het besluit in de onderhavige zaak en de daadwerkelijke overdracht aan een derde de beschikking krijgen over bedrijfsvertrouwelijke gegevens, knowhow en/of andere commerciële informatie betreffende NRC.

(B) Beoordeling van de wijziging

67. In het navolgende wordt beoordeeld of de wijziging tegemoet komt aan de in de punten 34 tot en met 48 geconstateerde mogelijke mededingingsproblemen.

(i) Levensvatbaar bedrijfsonderdeel dat daadwerkelijk, effectief en duurzaam kan concurreren

68. Beoordeeld dient te worden of er na de wijziging sprake is van een levensvatbare, volwaardige, nieuwe aanbieder, in de regio Amsterdam in het bijzonder. Hiertoe dienen partijen een levensvatbaar bedrijfsonderdeel af te stoten.⁴⁵ Onder een levensvatbaar bedrijfsonderdeel wordt verstaan een bestaand bedrijfsonderdeel dat zelfstandig kan functioneren, dat wil zeggen autonoom en onafhankelijk van partijen. Daarnaast zal dit bedrijfsonderdeel in staat moeten zijn om daadwerkelijk, effectief en op duurzame wijze met partijen te concurreren in de regio Amsterdam.⁴⁶ Het is voorts noodzakelijk dat het af te stoten bedrijfsonderdeel direct operationeel is.⁴⁷

Beoordeling

69. De afstoting is in lijn met het door de Raad van Bestuur van de NMa (hierna: de Raad) geformuleerde beleid zoals dat is neergelegd in de Richtsnoeren Remedies. Partijen geven aan

⁴⁵ Zie Richtsnoeren Remedies, punt 19.

⁴⁶ Zie Richtsnoeren Remedies, punt 19.

⁴⁷ Zie Richtsnoeren Remedies, punt 22.

dat er geschikte kopers zijn⁴⁸ en dat in het recente verleden een aantal potentiële kopers reeds interesse heeft getoond. De Raad acht het, gelet op het onderzoek en naar aanleiding van de gegevens die door partijen zijn aangeleverd, alsmede de mondelinge contacten met partijen en de uitkomsten van de markttest⁴⁹ aannemelijk dat de wijziging leidt tot de conclusie dat er sprake is van een levensvatbaar bedrijfs onderdeel dat daadwerkelijk, effectief en duurzaam zal concurreren op de markt.

(ii) Afstoting voldoende om tegemoet te komen aan mogelijke mededingingsproblemen

70. Het is voor de beoordeling van de wijziging van belang vast te stellen of afstoting van NRC voldoende tegemoet komt aan de in de punten 34 tot en met 48 geconstateerde mogelijke mededingingsproblemen als gevolg van de onderhavige concentratie op de lezersmarkt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen in de regio Amsterdam.

Beoordeling

71. Als gevolg van de wijziging neemt het gezamenlijke marktaandeel van partijen door de concentratie in beduidend minder sterke mate toe. Met de wijziging hebben partijen na de concentratie een marktaandeel van [40-50]% in de regio Amsterdam, zonder wijziging hebben zij een marktaandeel van [50-60]% (zie tabel 3). Deze verandering in marktaandelen als gevolg van de wijziging vertaalt zich ook in een sterke reductie van de stijging in de waarde van de concentratiegraad in de regio Amsterdam.⁵⁰

⁴⁸ Zie Richtsnoeren Remedies, punt 24.

⁴⁹ De NMa heeft de wijziging door middel van een markttest aan diverse marktpartijen voorgelegd. De marktpartijen geven aan dat NRC daadwerkelijk, effectief en duurzaam zal concurreren. In punt 74 wordt de uitkomst van de markttest verder toegelicht.

⁵⁰ De wijziging leidt er toe dat de HHI van [3400 - 3500] toeneemt met [200 - 300] tot [3700 - 3800]. De concentratiegraad neemt zonder wijziging toe van [3400 - 3500] met [1600 - 1700] tot [5100 - 5200].

Tabel 3 Marktaandelen grootste spelers op de lezersmarkt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen in de regio Amsterdam (2008)

	Voor de concentratie	Na de concentratie (zonder wijziging)	Na de concentratie (met wijziging)
PCM (inclusief AD)	[30-40]%		[20-30]%
De Persgroep (via Het Parool)	[20-30]%		[20-30]%
Partijen gezamenlijk		[50-60]%	[40-50]%
TMG	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
Overige	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Onafhankelijk NRC			[10-20]%
HHI	[3400-3500]	[5100 – 5200]	[3700 – 3800]

72. De wijziging leidt er toe dat een nabije concurrent van Het Parool wordt afgestoten. Zoals aangegeven in de punten 40 tot en met 42 blijkt uit onderzoek onder bedankers en onder huidige abonnees dat het dagblad NRC Handelsblad samen met De Volkskrant de meest nabije concurrent is van Het Parool. Daarbij wordt ook nrc.next afgestoten dat eveneens, weliswaar in mindere mate, een concurrent van Het Parool is. De wijziging heeft daardoor als gevolg dat het aantal abonnees dat, volgens onderzoek van partijen,⁵¹ bedankt voor Het Parool en overstapt naar PCM (De Volkskrant en Trouw) meer dan halveert van [10-20] naar [0-10]%

73. Bovendien dient rekening te worden gehouden met de dynamische gevolgen van de wijziging in de regio Amsterdam. Doordat zij deel uitmaken van hetzelfde concern is de concurrentie tussen de PCM-dagbladen op dit moment beperkt. De Raad acht het dan ook aannemelijk dat de concurrentie tussen de NRC-dagbladen en de resterende titels van PCM ten gevolge van de wijziging zal toenemen. Aangezien NRC Handelsblad en, in mindere mate, nrc.next concurrenten zijn van Het Parool zal deze toename ook een extra disciplinerend effect hebben op Het Parool. Het voorgaande geldt temeer omdat door de wijziging zowel op de ochtend-, als avondkranten van partijen extra concurrentiedruk zal ontstaan.

⁵¹ Zie tevens tabel 2.

74. De wijziging, zoals deze door partijen is ingediend, is voorgelegd aan betrokken marktpartijen. Uit deze zogenaamde markttest komt een overwegend positief oordeel over de voorgestelde wijziging naar voren. Twee marktpartijen geven aan dat door het afstoten van NRC de mogelijke beperking van de mededinging in de regio Amsterdam wordt weggenomen dan wel sterk verminderd. Een derde marktpartij is van mening dat het afstoten van NRC onvoldoende is om de door de NMa geconstateerde mededingingsproblemen weg te nemen. Echter, deze marktpartij verwacht zelf geen mededingingsproblemen als gevolg van de voorgenomen concentratie.

75. Gelet op het voorgaande acht de Raad het voldoende aannemelijk dat de wijziging tot gevolg heeft dat de geconstateerde mogelijke mededingingsproblemen als gevolg van deze concentratie zullen worden weggenomen.

76. Ten overvloede kan worden opgemerkt dat de wijziging leidt tot een daling van de concentratiegraad op de nationale lezersmarkt. De Raad beschouwt voorgaand punt als een positieve impuls voor de concurrentie op de lezersmarkt(en) voor regionale en landelijke betaalde dagbladen.

(iii) Structurele effect van de afstoting

77. Ter uitvoering van punt 27 van de Richtsnoeren Remedies mogen partijen in de tien jaar na overdracht geen directe dan wel indirecte invloed te verwerven over NRC, tenzij de NMa op verzoek van partijen heeft aangegeven dat de structuur van de markt zodanig is gewijzigd dat daartegen geen bezwaar meer bestaat.

78. Partijen zullen zich er tevens van onthouden direct of indirect essentieel personeel van NRC te werven gedurende de periode van twee jaar na de afstoting.

Conclusie

79. Onder de voorwaarden zoals beschreven in hoofdstuk VI is de Raad, mede gezien de mondelinge en schriftelijke toelichting van partijen en de reacties van de marktpartijen, van mening dat er geen reden is om aan te nemen dat als gevolg van de gewijzigde concentratie op de lezersmarkt voor regionale en landelijke betaalde dagbladen in de regio Amsterdam de daadwerkelijke mededinging zou kunnen worden belemmerd, met name als het resultaat van het in het leven roepen of het versterken van een economische machtspositie.

VII. TOETSING AAN DE TIJDELIJKE WET MEDIACONCENTRATIES

80. Na onderzoek van de melding, de daarbij ingediende gegevens en kennisname van het op 23 april 2009 door het Commissariaat voor de Media op grond van artikel 9, eerste lid,

Tijdelijke wet mediaconcentraties uitgebrachte advies is de Raad tot de conclusie gekomen dat onderhavige mediaconcentratie niet leidt tot een gebruikersmarktaandeel van meer dan 35% op de gebruikersmarkt voor dagbladen, noch tot een opgeteld gebruikersmarktaandeel van meer dan 90% op de gebruikersmarkten voor dagbladen, televisieprogramma's en radioprogramma's zoals bedoeld in artikel 2, eerste lid, onderdeel a of b, van de Tijdelijke wet mediaconcentraties.

81. De wijziging heeft geen invloed op het advies van het Commissariaat van de Media. Ook de gewijzigde mediaconcentratie leidt niet tot een gebruikersmarktaandeel van meer dan 35% op de gebruikersmarkt voor dagbladen, noch tot een opgeteld gebruikersmarktaandeel van meer dan 90% op de gebruikersmarkten voor dagbladen, televisieprogramma's en radioprogramma's zoals bedoeld in artikel 2, eerste lid, onderdeel a of b, van de Tijdelijke wet mediaconcentraties.

VIII. CONCLUSIE

82. Na onderzoek van deze melding stelt de Raad vast dat de gemelde concentratie binnen de werkingssfeer van het in hoofdstuk 5 van de Mededingingswet geregelde concentratietoezicht alsmede binnen de werkingssfeer van de Tijdelijke wet mediaconcentraties valt. De Raad heeft geen reden om aan te nemen dat na wijziging van de melding de concentratie, onder de voorwaarden zoals beschreven in hoofdstuk VI, de daadwerkelijke mededinging op de Nederlandse markt of een deel daarvan op significante wijze zou kunnen belemmeren, met name als het resultaat van het in het leven roepen of het versterken van een economische machtspositie.

83. Gelet op het bovenstaande deelt de Raad mede dat voor het tot stand brengen van de concentratie waarop de gewijzigde melding betrekking heeft geen vergunning is vereist, onder de voorwaarden zoals beschreven in hoofdstuk VI van dit besluit.

84. De Raad concludeert dat door de concentratie waarop de gewijzigde melding betrekking heeft, geen situatie als bedoeld in artikel 2, eerste lid, Tijdelijke wet mediaconcentraties ontstaat, zodat het in dat artikellid bedoelde verbod niet voor de concentratie geldt.

Datum: 1 juli 2009

De Raad van Bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit,
namens deze:

w.g. R.J.P. Jansen
Lid van de Raad van Bestuur

Tegen dit besluit kan degene, wiens belang rechtstreeks bij dit besluit is betrokken, binnen zes weken na de dag van bekendmaking van dit besluit een gemotiveerd beroepschrift indienen bij de Rechtbank te Rotterdam, sector bestuursrecht, Postbus 50951, 3007 BM Rotterdam