

Home
Leute
Medien / Publizistik
TV / Radio
Marketing / PR
Werbung
IT / Telekom / Druck
Vermarktung
Kino
Klein Report Cannes 2016
Veranstaltungen
Whistleblower-Phone & Donation

Newsletter abonnieren  
Redaktion / Impressum  
Werbung schalten



Raphael Waldvogel,  
Redaktor

[zurück](#)

## Tamedia machte Druck auf die Weko: Ein Gutachten für ein Goldbach-Halleluja

Mittwoch  
15.8.2018  
**Medien /  
Publizistik**

Wegen dem drohenden Duopol mit Admeira und Tamedia/Goldbach hat das Sekretariat der Wettbewerbskommission (Weko) offenbar empfohlen, die Goldbach-Übernahme zu untersagen. Wenige Tage vor dem entscheidenden Hearing mit den Wettbewerbschützern versucht Tamedia deshalb, das Ruder doch noch herumzureissen.

Im Auftrag des Zürcher Medienkonzerns verfassten die beiden Fribourger Finanzprofessoren Reiner Eichenberger und Mark Schelker eine 15-seitige Kurzstudie mit dem Titel «Zusammenschluss Tamedia-Goldbach: Weshalb ihn die Wettbewerbskommission billigen sollte».

Die Studie wurde laut «Aargauer Zeitung» bewusst bei «ausgewählten Medien» platziert und verfolgt demnach den Zweck, die Wettbewerbschützer zu beeindrucken. Denn am Montag, 20. August, steht eine entscheidende Anhörung durch die Weko in der Agenda von Tamedia.

In einer vorläufigen Beurteilung von Ende Juni stand das Weko-Sekretariat der Übernahme ablehnend gegenüber. Es drohe eine «kollektiv marktbeherrschende Stellung» zusammen mit Admeira, sollte der Zusammenschluss von Goldbach und Tamedia zustande kommen. Die beiden Konkurrenten könnten demnach bei einem Duopol ihr Verhalten auf dem Markt ganz einfach aufeinander abstimmen und so etwa zum Nachteil der Werbekunden höhere Preise verlangen.

Die Professoren Eichenberger und Schelker kommen in ihrer Studie zu einem komplett anderen Schluss, wie bereits der Titel verrät. Weil die Werbung von den Print- und TV-Werbemärkten ins Internet abwandere, seien die beiden Gattungen schlichtweg zu wenig stabil, um eine relevante Verhaltenskoordination überhaupt zu ermöglichen, lautet eines ihrer Argumente.

Auch sonst seien die Interessen von Admeira und Tamedia/Goldbach teilweise unterschiedlich: Die Eigentümerschaft sei zum Beispiel ungleich, weil bei Admeira die gebührenfinanzierte SRG involviert sei. Hier gilt es allerdings anzumerken, dass die SRG zuletzt erklärte, dass die eigenen Admeira-Anteile an die Swisscom und Ringier verkauft wurden.

Zudem monieren Eichenberger und Schelker eine Ungleichbehandlung: Weil die Weko Admeira bewilligt hat, müsse sie nun auch den Zusammenschluss von Tamedia und Goldbach durchwinken.

[Goldbach-Group](#) [Admeira](#) [Tamedia](#)

Drucken

Weitere Artikel vom Donnerstag 16.8.2018

[Alle News von diesem Tag anzeigen](#)

### «Blick» erweitert E-Sports-Angebot

Donnerstag  
16.8.2018



Die Blick-Gruppe sieht in der E-Sports-Community grosses Wachstumspotenzial für ihre Medienmarken. Der Bereich wird deshalb per Mitte August innerhalb des Social Media-Teams ausgebaut.

Ein neuer Mitarbeiter kümmert sich um die Online ... [weiter lesen](#)

### Ex-SRG-Mann Dani Ernst neu bei Furrerhugi

Donnerstag  
16.8.2018



Dani Ernst, ehemaliger Leiter der Geschäftsstelle der Regionalgesellschaft SRG Deutschschweiz (SRG.D), arbeitet seit August als Senior Consultant bei Furrerhugi. Dort ist Ernst im Bereich Strategie und Konzeption tätig.

Vor seinem Engagement bei der SRG-Regionalgesellschaft ... [weiter lesen](#)

### SBB-Pitch: TBWA Zürich gewinnt Familien- und Jugendmarketing-Programm

Donnerstag  
16.8.2018



Wenns stimmt, was die Werbeagentur TBWA Zürich schreibt, dann haben die SBB die Programme im Kinder- und Jugendmarketing des öffentlichen Verkehrs (Ticket-Park, Magic Ticket und Gleis 7) fusioniert. Hier soll gemäss den Werbern ein neues Marketingprogramm aufgesetzt werden.

Die Zürcher Werber haben einen Teiletat der SBB, den ... [weiter lesen](#)

Donnerstag

16.8.2018



## Crossmediale Pakete ergeben für Weko keine marktbeherrschende Stellung

Des einen Leid ist des anderen Freud: Nach dem Zusammenschluss können Tamedia und Goldbach ihr Portfolio mit TV-, Print-, Radio- und Online-Werbung aus einer Hand anbieten. Grund dafür, dass die Wettbewerbskommission (Weko) ihre uneingeschränkte Zustimmung gegeben hat, ist unter anderem auch der ausbleibende Erfolg des Vermarketers Admeira.

«Durch den Zusammenschluss kann Tamedia ihre derzeit ... [weiter lesen](#)

---

[zurück](#)

---