

[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

[Top Aktuell](#) | [Aktueller Tag](#) | [14 Tage](#) | [Archiv](#)

[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](#) [Tweet](#) [G+](#) [LinkedIn](#) [Like](#)

Weitere Artikel vom Donnerstag 16.8.2018

[Alle News von diesem Tag anzeigen](#)

Donnerstag
16.8.2018



«Blick» erweitert E-Sports-Angebot

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](#)

Donnerstag
16.8.2018



Ex-SRG-Mann Dani Ernst neu bei Furrerhugi

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](#)

Donnerstag
16.8.2018



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

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 Vermarkters Admeira.

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

[zurück](#)
