

Amtsblatt

der Europäischen Union

C 66



Ausgabe
in deutscher Sprache

Mitteilungen und Bekanntmachungen

56. Jahrgang
7. März 2013

<u>Informationsnummer</u>	Inhalt	Seite
IV <i>Informationen</i>		
INFORMATIONEN DER ORGANE, EINRICHTUNGEN UND SONSTIGEN STELLEN DER EUROPÄISCHEN UNION		
Europäische Kommission		
2013/C 66/01	Euro-Wechselkurs	1
2013/C 66/02	Stellungnahme des Beratenden Ausschusses für die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen aus seiner Sitzung vom 8. August 2012 zum Entwurf eines Beschlusses in der Sache COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV — Berichterstatter: Portugal	2
2013/C 66/03	Abschlussbericht des Anhörungsbeauftragten — COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV	4
2013/C 66/04	Zusammenfassung der Entscheidung der Kommission vom 4. September 2012 zur Feststellung der Vereinbarkeit eines Zusammenschlusses mit dem Binnenmarkt und dem EWR-Abkommen (Sache COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV) (<i>Bekanntgegeben unter Aktenzeichen C(2012) 6063 final</i>) ⁽¹⁾	5
2013/C 66/05	Beschluss der Kommission vom 6. März 2013 zur Änderung des Beschlusses der Kommission vom 6. Oktober 2010 zur Einsetzung der Expertengruppe für die Weiterentwicklung der Aufgabenstellung der europäischen Satellitennavigationssysteme, der „Beratungsgruppe für die Weiterentwicklung der Aufgabenstellung“ ⁽¹⁾	24

DE

Preis:
3 EUR

⁽¹⁾ Text von Bedeutung für den EWR

(Fortsetzung umseitig)

DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTSRAUM BETREFFENDE INFORMATIONEN

EFTA-Überwachungsbehörde

2013/C 66/06	Angaben der EFTA-Staaten über staatliche Beihilfen, die gemäß dem in Anhang XV Ziffer 1 j EWR-Abkommen aufgeführten Rechtsakt (Verordnung (EG) Nr. 800/2008 der Kommission zur Erklärung der Vereinbarkeit bestimmter Gruppen von Beihilfen mit dem Gemeinsamen Markt in Anwendung der Artikel 87 und 88 des EG-Vertrags (Allgemeine Gruppenfreistellungsverordnung)) gewährt werden	25
2013/C 66/07	Bekanntmachung der EFTA-Überwachungsbehörde über bei Beihilfe-Rückforderungen angewandte Zinssätze sowie Referenz- und Abzinsungssätze für drei EFTA-Staaten ab 1. Januar 2013 (Veröffentlicht in Übereinstimmung mit Artikel 10 des Beschlusses Nr. 195/04/KOL der Überwachungsbehörde vom 14. Juli 2004 (ABl. L 139 vom 25.5.2006, S. 37 und EWR-Beilage Nr. 26/2006 vom 25.5.2006, S. 1))	27

V *Bekanntmachungen*

GERICHTSVERFAHREN

EFTA-Gerichtshof

2013/C 66/08	Klage der EFTA-Überwachungsbehörde gegen das Fürstentum Liechtenstein vom 4. Dezember 2012 (Rechtssache E-14/12)	28
2013/C 66/09	Klage der EFTA-Überwachungsbehörde gegen Island vom 30. November 2012 (Rechtssache E-12/12)	29
2013/C 66/10	Klage der EFTA-Überwachungsbehörde gegen Island vom 30. November 2012 (Rechtssache E-13/12)	30

VERFAHREN BEZÜGLICH DER DURCHFÜHRUNG DER WETTBEWERBSPOLITIK

Europäische Kommission

2013/C 66/11	Vorherige Anmeldung eines Zusammenschlusses (Sache COMP/M.6869 — GM/Ispol) — Für das vereinfachte Verfahren in Frage kommender Fall ⁽¹⁾	31
--------------	--	----



⁽¹⁾ Text von Bedeutung für den EWR

IV

(Informationen)

INFORMATIONEN DER ORGANE, EINRICHTUNGEN UND SONSTIGEN
STELLEN DER EUROPÄISCHEN UNION

EUROPÄISCHE KOMMISSION

Euro-Wechselkurs ⁽¹⁾

6. März 2013

(2013/C 66/01)

1 Euro =

Währung	Kurs	Währung	Kurs		
USD	US-Dollar	1,3035	AUD	Australischer Dollar	1,2670
JPY	Japanischer Yen	121,85	CAD	Kanadischer Dollar	1,3408
DKK	Dänische Krone	7,4556	HKD	Hongkong-Dollar	10,1099
GBP	Pfund Sterling	0,86440	NZD	Neuseeländischer Dollar	1,5630
SEK	Schwedische Krone	8,3159	SGD	Singapur-Dollar	1,6244
CHF	Schweizer Franken	1,2301	KRW	Südkoreanischer Won	1 412,69
ISK	Isländische Krone		ZAR	Südafrikanischer Rand	11,7980
NOK	Norwegische Krone	7,4250	CNY	Chinesischer Renminbi Yuan	8,1066
BGN	Bulgarischer Lew	1,9558	HRK	Kroatische Kuna	7,5928
CZK	Tschechische Krone	25,565	IDR	Indonesische Rupiah	12 638,96
HUF	Ungarischer Forint	298,55	MYR	Malaysischer Ringgit	4,0497
LTL	Litauischer Litas	3,4528	PHP	Philippinischer Peso	53,067
LVL	Lettischer Lat	0,7008	RUB	Russischer Rubel	39,9850
PLN	Polnischer Zloty	4,1495	THB	Thailändischer Baht	38,792
RON	Rumänischer Leu	4,3578	BRL	Brasilianischer Real	2,5631
TRY	Türkische Lira	2,3365	MXN	Mexikanischer Peso	16,5647
			INR	Indische Rupie	71,3700

⁽¹⁾ Quelle: Von der Europäischen Zentralbank veröffentlichter Referenz-Wechselkurs.

Stellungnahme des Beratenden Ausschusses für die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen aus seiner Sitzung vom 8. August 2012 zum Entwurf eines Beschlusses in der Sache COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV

Berichterstatter: Portugal

(2013/C 66/02)

Zusammenschluss

1. Der Beratende Ausschuss teilt die Auffassung der Kommission, dass es sich bei der angemeldeten Transaktion um einen Zusammenschluss im Sinne der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen („EG-Fusionskontrollverordnung“) handelt.
2. Der Beratende Ausschuss teilt die Auffassung der Kommission, dass die angemeldete Transaktion EU weite Bedeutung im Sinne von Artikel 1(3) der EG-Fusionskontrollverordnung hat.

Marktdefinition

3. Der Beratende Ausschuss teilt die Auffassung der Kommission bezüglich der Einteilung der relevanten Produkt- und geografischen Märkte für die Zwecke der Beurteilung der vorliegenden Transaktion.
4. Insbesondere teilt der Beratende Ausschuss die Auffassung der Kommission, dass die vorliegende Transaktion in den folgenden Märkten beurteilt werden muss:
 - a) Der Markt für Großhandelskundenangebot von Plattformen für mobile Geldbörsen zumindest so weit wie das Vereinigte Königreich.
 - b) Der Markt für das Angebot von sicherem Speicher zumindest so weit wie das Vereinigte Königreich.
 - c) Der Markt für das Endkundenangebot von mobilen Geldbörsen zumindest so weit wie das Vereinigte Königreich.
 - d) Der Markt für Werbeleistungen zumindest so weit wie das Vereinigte Königreich.
 - e) Der Markt für die Vermittlung für mobile Werbeleistungen zumindest so weit wie das Vereinigte Königreich.
 - f) Der Markt für das Großhandelskundenangebot von Massen-SMS und Massen-SMS für Endkunden zumindest so weit wie das Vereinigte Königreich.
 - g) Der Markt für Datenanalyseleistungen zumindest so weit wie das Vereinigte Königreich.
 - h) Der Markt des Vereinigten Königreichs für den Vertrieb von Mobilfunkleistungen an Endkunden.

Wettbewerbliche Beurteilung

Vertikale Effekte

5. Der Beratenden Ausschuss teilt die Auffassung der Kommission, dass es unwahrscheinlich ist, dass der vorgeschlagene Zusammenschluss unilaterale oder koordinierte vertikale Effekte haben wird, die den wirksamen Wettbewerb im zumindest das Vereinigte Königreich umfassenden Markt für das Großhandelskundenangebot von Plattformen für mobile Geldbörsen wesentlich beeinträchtigen würde.
6. Insbesondere teilt der Beratende Ausschuss die Auffassung der Kommission, dass die anmeldenden Parteien nicht:
 - a) die technische Fähigkeit haben konkurrierende Anbieter mobiler Geldbörsen umfassend vom Wettbewerb abzuschotten.
 - b) die kommerzielle Fähigkeit haben konkurrierende Anbieter mobiler Geldbörsen umfassend vom Wettbewerb abzuschotten, und
 - c) die unilateralen oder koordinierten Anreize haben um konkurrierende Anbieter mobiler Geldbörsen umfassend vom Wettbewerb abzuschotten.

7. Der Beratenden Ausschuss teilt die Auffassung der Kommission, dass es unwahrscheinlich ist, dass der vorgeschlagene Zusammenschluss unilaterale oder koordinierte vertikale Effekte haben wird, die den wirksamen Wettbewerb im zumindest das Vereinigte Königreich umfassenden Markt für das Großhandelskundenangebot von Massen-SMS und Massen-SMS für Endkunden wesentlich beeinträchtigen würde.

Konglomerale Effekte

8. Der Beratenden Ausschuss teilt die Auffassung der Kommission, dass es unwahrscheinlich ist, dass der vorgeschlagene Zusammenschluss unilaterale oder koordinierte Effekte haben wird, die den wirksamen Wettbewerb im Markt für den Vertrieb von Mobilfunkleistungen an Endkunden im Vereinigten Königreich beeinträchtigen würden.

Horizontale Effekte

9. Der Beratenden Ausschuss teilt die Auffassung der Kommission, dass es unwahrscheinlich ist, dass der vorgeschlagene Zusammenschluss horizontale Effekte haben wird, die den wirksamen Wettbewerb in den relevanten Märkten beeinträchtigen würden.

Ergebnis

10. Der Beratende Ausschuss teilt die Auffassung der Kommission, dass der angemeldete Zusammenschluss mit dem Binnenmarkt und der EWR-Abkommen gemäß Artikel 2 Absatz 2 und Artikel 8 Absatz 1 der EG-Fusionskontrollverordnung und Artikel 57 des EWR Abkommens vereinbar erklärt werden soll.
-

Abschlussbericht des Anhörungsbeauftragten ⁽¹⁾
COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV
(2013/C 66/03)

Am 6. März 2012 ist die Anmeldung eines Zusammenschlusses nach Artikel 4 der Fusionskontrollverordnung ⁽²⁾ bei der Europäischen Kommission eingegangen. Danach ist Folgendes beabsichtigt: Die Unternehmen Telefónica UK Limited, Vodafone Group plc und Everything Everywhere Limited (unter der gemeinsamen Kontrolle von France Télécom und Deutsche Telekom) erwerben im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Fusionskontrollverordnung die gemeinsame Kontrolle über ein neu gegründetes Gemeinschaftsunternehmen, das verschiedene Mobile-Commerce-Dienste für Unternehmen im Vereinigten Königreich anbietet. Am 13. April 2012 beschloss die Kommission, das Verfahren nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c der Fusionskontrollverordnung einzuleiten.

Am 14. Juni und 10. Juli 2012 nahm ich die Anträge von Hutchinson 3G UK Limited („Three UK“) und Lloyds Banking Group an, als betroffene Dritte nach Artikel 18 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung angehört zu werden. Three UK und Lloyds Banking Group legten ein hinreichendes Interesse an dem Verfahren dar. Der angemeldete Zusammenschluss dürfte sich auf ihre Wettbewerbsstellung in Bezug auf das Angebot von Mobile-Wallet-Diensten im Vereinigten Königreich auswirken. Die Lloyds Banking Group ist auch ein potenzieller Kunde des künftigen Gemeinschaftsunternehmens. Darüber hinaus haben beide Parteien im Laufe des Verfahrens eine Reihe von Stellungnahmen übermittelt. Ich habe die Anmelder daher von meinem Beschluss in Kenntnis gesetzt, Three UK und Lloyds Banking Group als betroffene Dritte anzuerkennen.

Aufgrund des während der eingehenden Prüfung gesammelten zusätzlichen Beweismaterials kam die Kommission zu dem Schluss, dass das geplante Vorhaben den wirksamen Wettbewerb auf dem Binnenmarkt nicht erheblich beeinträchtigen würde und daher mit dem Binnenmarkt und dem EWR-Abkommen vereinbar ist. Folglich wurde den Beteiligten keine Mitteilung der Beschwerdepunkte übermittelt.

Der Beschlussentwurf sieht eine uneingeschränkte Genehmigung des geplanten Zusammenschlusses vor. Ich habe von den Anmeldern oder anderen Beteiligten keine Beschwerde bezüglich der wirksamen Ausübung der Verfahrensrechte erhalten. Der Beschlussentwurf enthält keine Einwände, zu denen die beteiligten Unternehmen nicht die Möglichkeit zur Stellungnahme gehabt hätten. Aus diesen Gründen bin ich der Auffassung, dass alle Beteiligten ihre Verfahrensrechte in dieser Sache wirksam ausüben konnten.

Brüssel, den 8. August 2012

Michael ALBERS

⁽¹⁾ Nach den Artikeln 16 und 17 des Beschlusses 2011/695/EU des Präsidenten der Europäischen Kommission vom 13. Oktober 2011 über Funktion und Mandat des Anhörungsbeauftragten in bestimmten Wettbewerbsverfahren (ABl. L 275 vom 20.10.2011, S. 29).

⁽²⁾ Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen (ABl. L 24 vom 29.1.2004, S. 1).

Zusammenfassung der Entscheidung der Kommission

vom 4. September 2012

zur Feststellung der Vereinbarkeit eines Zusammenschlusses mit dem Binnenmarkt und dem EWR-Abkommen

(Sache COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV)

(Bekanntgegeben unter Aktenzeichen C(2012) 6063 final)

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(Text von Bedeutung für den EWR)

(2013/C 66/04)

(Parts of this text have been edited to ensure that confidential information is not disclosed; those parts are enclosed in square brackets and marked with an asterisk.)

Am 4. September 2012 erließ die Kommission eine Entscheidung in einem Fusionskontrollverfahren nach Artikel 8 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates vom 20. Januar 2004 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen⁽¹⁾. Eine nichtvertrauliche Fassung des vollständigen Wortlauts der Entscheidung kann in der verbindlichen Sprachfassung der Wettbewerbsache und in den Arbeitssprachen der Kommission auf der Website der Generaldirektion Wettbewerb unter folgender Adresse eingesehen werden:

http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

I. DAS VERFAHREN

- (1) Am 6. März 2012 ist die Anmeldung eines geplanten Zusammenschlusses nach Artikel 4 der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 (der „Fusionskontrollverordnung“) bei der Kommission eingegangen. Danach ist Folgendes beabsichtigt: Die Unternehmen Everything Everywhere Limited („Everything Everywhere“), Telefónica UK Limited („Telefónica UK“) und Vodafone Group Plc („Vodafone Group“) (zusammen „die Anmelder“) erwerben im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Fusionskontrollverordnung die gemeinsame Kontrolle über ein neu gegründetes Gemeinschaftsunternehmen (das „JV Co“), das Unternehmen im Vereinigten Königreich verschiedene Dienste des mobilen Geschäftsverkehrs („mCommerce“) anbieten wird (das „Vorhaben“).
- (2) Somit hat das Vorhaben EU-weite Bedeutung im Sinne des Artikels 1 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung.
- (3) Nach der Prüfung der ersten Phase stellte die Kommission fest, dass das Vorhaben unter die Fusionskontrollverordnung fiel und Anlass zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Binnenmarkt und dem EWR-Abkommen gab. Die Kommission leitete aus diesem Grund am 13. April 2012 das Verfahren nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c der Fusionskontrollverordnung ein (nachstehend „Entscheidung über die Einleitung des Verfahrens“ genannt).
- (4) Die Anmelder machten mehrere getrennte Vorbringen, die auf die Beantwortung spezifischer in der Entscheidung über die Einleitung des Verfahrens aufgeworfener Fragen ausgerichtet waren.

- (5) Am 2. Mai 2012 suchten die Anmelder um eine Verlängerung der Frist für die Untersuchung der zweiten Phase um 17 Arbeitstage an, in Übereinstimmung mit Artikel 10 Absatz 3 zweiter Unterabsatz der Fusionskontrollverordnung.

II. DIE ANMELDER

- (6) Everything Everywhere ist ein Gemeinschaftsunternehmen, das aus dem Zusammenschluss von T-Mobile UK und Orange UK hervorging und mit der Entscheidung der Kommission vom 1. März 2010 zur Sache COMP/M.5650 — T-Mobile/Orange als mit dem Binnenmarkt vereinbar erklärt wurde⁽²⁾. Everything Everywhere ist letztlich Eigentum von France Télécom und Deutsche Telekom, die in einer Reihe von EU-Mitgliedstaaten sowie weltweit Festnetz- und Mobiltelefoniedienste anbieten.
- (7) Telefónica UK ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von Telefónica S.A. und gehört zur Telefónica-Gruppe, die hauptsächlich Festnetz- und Mobiltelefoniedienste in einer Reihe von EU-Mitgliedstaaten sowie in einer Reihe von Ländern außerhalb von Europa, insbesondere in Lateinamerika, anbietet.
- (8) Vodafone Group ist die Holdinggesellschaft einer Gruppe von Unternehmen, die Mobilfunknetze betreiben und einschlägige Dienstleistungen anbieten. Vodafone Group hält Kapitalbeteiligungen an 30 Mobilbetreibern weltweit. Vodafone Group ist in der Europäischen Union über ihre hundertprozentigen oder von ihr kontrollierten Tochtergesellschaften tätig und unterhält Beziehungen zu

⁽¹⁾ ABl. L 24 vom 29.1.2004, S. 1 (nachstehend „Fusionskontrollverordnung“ genannt).

⁽²⁾ Erwägungsgrund 239.

Partnernetzten in 40 weiteren Ländern, darunter Mitgliedsländer der Europäischen Union. Vodafone UK Limited („Vodafone UK“), eine hundertprozentige und von der Vodafone Group kontrollierte Tochtergesellschaft, ist vor allem auf dem Endkundenmarkt für Mobiltelefonie im Vereinigten Königreich tätig.

(9) Das JV Co soll verschiedene an Geschäftskunden im Vereinigten Königreich gerichtete Dienste anbieten. Keiner der Dienste von JV Co soll direkt an Verbraucher geleistet werden. JV Co soll seine Dienste für die Anmelde- sowie für dritte Mobilbetreiber (die „Dienstnutzer“) erbringen. JV Co beabsichtigt, in erster Linie folgende Dienste anzubieten:

a) Die Bereitstellung einer Plattform, die die Erbringung von Transaktionsdiensten (zum Beispiel Zahlungen und Ticketing) ermöglichen würde, die offline über NFC-fähige Mobiltelefone (NFC: *Near Field Communication*/Nahbereichskommunikation) sowie online über das Internet zugänglich wären (die „Wallet-Plattform“) ⁽³⁾. Die Wallet-Plattform würde die Bereitstellung verschiedener einschlägiger NFC-Dienste unterstützen, darunter Zahlungen in Geschäften, Ticketing und Zugangsdienste sowie Gutschein- und Treueprogrammdienste, wobei sie die Ausstellung digitaler Gutscheine an Kunden ermöglichen würde (die „Transaktionen“). Diese Dienste würden für gewerbliche Unternehmen wie Banken, sonstige Aussteller von Zahlungskarten (Kredit-, Debit- und Geldspeicherkarten etc.), Aussteller von Treuekarten, Ticket-Aussteller und andere Händler (die „Dienstanbieter“) erbracht werden.

b) Die Bereitstellung einer Plattform für mobiles Marketing und die Beschaffung der damit im Zusammenhang stehenden Dienste, um Werbenden und Medienagenturen, die auf die Kunden von Mobilnetzbetreibern (*Mobile Network Operators*, „MNO“) und mobilen virtuellen Netzbetreibern (*Mobile Virtual Network Operators*, „MVNO“) (zusammen als „Mobilbetreiber“ bezeichnet) zugeschnittene Werbekampagnen entwickeln möchten, sei es durch Push-Nachrichten, Coupons und Gutscheine oder den Verkauf von Werbefläche, eine einzige Anlaufstelle zu bieten.

⁽³⁾ Beim sogenannten Mobile Wallet (*Mobile Wallet*: engl. für „mobile Geldbörse“) sind zwei Ansätze zu unterscheiden: i) Container-Wallet: Das Container-Wallet bietet dem Verbraucher zum Mindesten einen Überblick über alle Anwendungen, die im Secure Element geladen sind, und erlaubt ihm zu wählen, welche Zahlungskarten ein- oder ausgeschaltet werden, und die Prioritäten zwischen ihnen festzulegen. Dieses Mobile Wallet dient als ein „Container“ für alle virtuellen Zahlungskarten des Verbrauchers (Komponente der grafischen Benutzeroberfläche) und erlaubt die Konfiguration des Secure Element (technische Komponente), sogar von verschiedenen Kartenausstellern, ähnlich wie bei einem Verbraucher, der mehrere Zahlungskarten physisch mit sich trägt; ii) anwendungszentrisches Wallet: Dieses Wallet enthält nur eine Anwendung, die mehrere Karten umfassen kann, allerdings von ein und demselben Aussteller. Jede einzelne Karte, die auf dem Secure Element gespeichert ist (zum Beispiel eine Zahlungskarte), wird auf dem Telefon durch eine entsprechende Anwendung (grafische Benutzeroberfläche) dargestellt. Jede Karte eines Dienstansbieters erscheint deswegen als eine eigene Anwendung auf dem Telefon. In der realen Welt würde dies einer Plastikkarte gleichkommen.

c) Die Erbringung von Datenanalysediensten für Kunden, die die Transaktions- und Werbedienste von JV Co in Anspruch nehmen würden, in Bezug auf die im Rahmen der Transaktions- und Werbedienste gesammelten Daten ⁽⁴⁾.

III. RELEVANTE MÄRKTE

3.1 Sachlich relevante Märkte

Markt für die Bereitstellung von Mobile-Wallet-Plattformen für Großkunden

(10) Für die Bereitstellung von Mobile-Wallet-Plattformen für Großkunden ⁽⁵⁾ kann ein relevanter Markt definiert werden, der sich vom Markt für den Vertrieb von Mobile-Wallet-Diensten an Endkunden unterscheidet. Für die Zwecke dieser Entscheidung kann diese Frage jedoch offengelassen werden, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für die sichere Datenspeicherung

(11) Ein Mobile Wallet erfordert die sichere Speicherung von Daten, insbesondere der zahlungsrelevanten Daten. Eine solche Speicherung kann grundsätzlich auf unterschiedlichste Weise erfolgen; so können die Daten z. B. in der Cloud oder auf einem Sicherheitsmodul, sog. Secure Element („SE“), das sich an verschiedenen Stellen im oder am Telefon befinden kann, gespeichert sein.

(12) Die Kommission schließt nicht aus, dass zwischen einem Großkundenmarkt für die Erbringung von Mobile-Wallet-Plattformdiensten und einem Markt für die ausschließliche Bereitstellung sicherer Speicherdienste unterschieden werden könnte. Ein Markt für die Bereitstellung sicherer Speicherdienste würde jedoch nicht nur die Bereitstellung

⁽⁴⁾ JV Co würde auch als ein Verarbeiter virtueller Transaktionen (*Virtual Transaction Processor*, „VTP“) fungieren, indem es den Händlern ermöglichen würde, das Endkundengeschäft zu analysieren. JV Co würde tatsächlich keine Transaktionen selbst verarbeiten. Stattdessen würde JV Co eine Partnerschaft mit einem bestehenden dritten Transaktionsverarbeiter eingehen und sich als ein Vermittler betätigen, um grundlegende Informationen über die von den Nutzern des Mobile Wallet durchgeführten Online- und physischen Käufe, einschließlich bestimmter Informationen über die Nutzer, zu sammeln. JV Co könnte dann diese Informationen dem betreffenden Händler als einen Dienst mit Zusatznutzen anbieten. Obgleich es sich um keinen sachlich relevanten Markt handelt (da die VTP-Dienste von JV Co nicht als ein gesondertes Produkt angeboten werden), stehen diese Dienste im Zusammenhang mit den von JV Co angebotenen Werbe- und Datenanalysediensten.

⁽⁵⁾ Mehrere Unternehmen (Ericsson, Microsoft etc.) bieten Dienste an, die oft als „White-Label-Wallets“ bezeichnet werden. Diese Unternehmen waren darum bemüht, Marktteilnehmern die IT-Infrastruktur für die Unterstützung von Transaktionen, Gutscheineinlösung und Datenanalyse zu bieten, und führten hierfür ein „gebrandetes“ (für ihre Zwecke modifiziertes) Wallet ein. Das Angebot von „White-Label-Wallets“ ähnelt somit dem Wallet-Plattform-Angebot, das JV Co dritten Mobilnetzbetreibern und mobilen virtuellen Netzbetreibern zur Verfügung stellen möchte. Diese Unternehmen sind darüber hinaus, genauso wie das JV Co, nur auf der Großkundenebene tätig und deswegen würde sich die Angebotsseite eines Marktes für die Erbringung von Mobile-Wallet-Plattformdiensten für Großkunden wesentlich vom Markt für den Vertrieb von Mobile-Wallet-Diensten an Endkunden unterscheiden.

einer sicheren Speicherung auf SIM-Karten, sondern mindestens auch die sichere Speicherung auf eingebauten SE und, möglicherweise, auf SE in Geräten, die mit Mobiltelefonen verbunden sind, sowie cloud-basierte Lösungen umfassen.

- (13) Für die Zwecke der vorliegenden Entscheidung kann jedoch offengelassen werden, ob der Markt für sichere Speicherdienste auch die sichere Speicherung auf SE in Geräten, die mit Mobiltelefonen verbunden sind, und cloud-basierte Lösungen umfasst, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für den Vertrieb von Mobile-Wallet-Diensten an Endkunden

- (14) Die Anmelder sind der Auffassung, dass ein nachgelagerter Markt für den Vertrieb von Mobile-Wallet-Diensten an Endkunden vorhanden ist. JV Co wird selbst nicht auf diesem Markt vertreten sein. Stattdessen wird die von JV Co angebotene Bereitstellung von Mobile-Wallet-Plattformen auf Großkundenebene dazu beitragen, dass die Anmelder, und die sonstigen Dienstanutzer, den Endkunden ein individualisiertes Mobile Wallet auf der Grundlage der von JV Co bereitgestellten Wallet-Plattform anbieten werden können.

- (15) Bei der Marktuntersuchung wurden insbesondere folgende Faktoren von der Kommission beurteilt:

a) ob der Endkundenmarkt für die Erbringung von Mobile-Wallet-Diensten (darunter sowohl mobile Offline- als auch mobile Online-Zahlungen) einen von den bestehenden Online-Zahlungsdiensten (mittels Kredit-/Debitkarten, PayPal etc., über das Internet unter Verwendung eines Desktop-PCs, Tablets oder Mobiltelefonen) getrennten Markt darstellen würde;

b) ob der Endkundenmarkt für die Erbringung von Mobile-Wallet-Diensten (darunter sowohl mobile Offline- als auch mobile Online-Zahlungen) einen von den bestehenden Offline-Zahlungsdiensten (darunter NFC-fähige Kredit- und Debitkarten sowie traditionelle Zahlungsmittel wie Kredit-, Debitkarten und Bargeld) unterschiedlichen Markt darstellen würde;

c) ob der Endkundenmarkt für die Erbringung von Mobile-Wallet-Diensten weiter in mobile Offline- und mobile Online-Zahlungen unterteilt werden sollte.

- (16) Die Kommission geht davon aus, dass die zurzeit vorhandenen Online-Zahlungsmethoden und die mobilen Zahlungsmethoden in unterschiedliche sachlich relevante Märkte fallen könnten. Für die Zwecke der vorliegenden Entscheidung kann jedoch offengelassen werden, ob die zurzeit vorhandenen Online-Zahlungsmethoden ein und

demselben Markt angehören wie mobile Zahlungsmethoden, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

- (17) Die Kommission geht davon aus, dass mobile Zahlungsmethoden und nicht mobile Zahlungsmittel, darunter NFC- und nicht NFC-fähige Kredit- und Debitkarten, in absehbarer Zukunft voraussichtlich weiterhin nebeneinander existieren werden. Die Verbraucher werden weiterhin mehrere Arten von Zahlungsmitteln und verschiedene Anbieter von Zahlungsmitteln in Anspruch nehmen wollen und die Händler haben einen Anreiz, die von ihren Kunden genutzten Zahlungsarten und Zahlungsmittel auch künftig anzubieten bzw. zu akzeptieren. Obgleich diese Zahlungsmittel Merkmale aufweisen, durch die sie sich von mobilen Zahlungen unterscheiden, wird mit höchster Wahrscheinlichkeit ein bestimmter Grad an Substituierbarkeit bestehen, insbesondere zwischen mobilen Zahlungen und NFC-fähigen Kredit- und Debitkarten, woraus geschlossen werden kann, dass die bestehenden Offline-Zahlungsmittel einen Wettbewerbsdruck auf die Einzelhändler mit mobilen Zahlungsdiensten ausüben könnten. Dies wird wiederum einen indirekten Wettbewerbsdruck auf die Großhändler mit Mobile-Wallet-Plattformen zur Folge haben. Für die Zwecke der vorliegenden Entscheidung kann jedoch offengelassen werden, ob die zurzeit vorhandenen Offline-Zahlungsmethoden ein und demselben Markt angehören wie mobile Zahlungsmethoden, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

- (18) Schließlich geht die Kommission davon aus, dass — zumindest gegenwärtig — die mobilen Online- und die mobilen Offline-Zahlungsmethoden wahrscheinlich nicht zu ein und demselben sachlich relevanten Markt gehören. Während die Entwicklung auf kurze/mittlere Sicht nicht vollkommen klar ist⁽⁶⁾, kann für die Zwecke der vorliegenden Entscheidung offengelassen werden, ob die mobilen Online- und die mobilen Offline-Zahlungsmethoden ein- und demselben Markt angehören, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für Werbedienste

- (19) Das JV Co würde als Vermittler für den Verkauf digitalen Werbeinventars fungieren: Es würde Werbenden, Agenturen und anderen Interessierten einen „One-stop-Shop“ für die Übermittlung von Coupons und Angeboten oder Markenwerbungen auf die Mobiltelefone der damit einverstandenen Kunden aller teilnehmenden MNO und MVNO im Rahmen einer einzigen Kampagne bieten.

⁽⁶⁾ Dies entspricht dem Grünbuch „Ein integrierter europäischer Markt für Karten-, Internet- und mobile Zahlungen“ der Kommission, in dem erwähnt wird, dass nicht immer eine klare Trennlinie zwischen E-Zahlungen und M-Zahlungen gezogen werden kann und dies in Zukunft sogar noch stärker der Fall sein dürfte. Siehe Nummer 2.4 des Grünbuchs unter <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011DC0941:DE:NOT>

(20) Das JV Co würde insbesondere folgende Dienste anbieten:

- a) Push-SMS: Das JV Co würde SMS-Nachrichten an die Kunden von teilnehmenden MNO und MVNO senden, die dem Erhalt von Werbeangeboten oder -nachrichten zugestimmt haben.
- b) Intelligente Massen-SMS: JV Co würde SMS-Nachrichten an die mit dem Empfang dieser Nachrichten einverstanden Kunden der Werbenden senden, zusammen mit zusätzlichen Daten/Merkmalen (sog. „Overlay“) zur Verbesserung der Wirksamkeit der Kampagne. JV Co würde, nur als eine Nebentätigkeit, Standard-Massen-SMS-Dienste, d. h. SMS-Dienste ohne „intelligentes Overlay“, erbringen.
- c) Pull-Angebote: Das JV Co würde Werbenden und Agenturen als Alternative zum Versand von Angeboten und Informationen über Push-SMS/MMS oder als Display-Werbung Zugang zu Plattformen, z. B. den Apps der MNO und MVNO oder dem Wallet von JV Co, geben. Über diese Plattformen könnten die Werbenden und Agenturen ihre Angebote oder Informationen an einem Ort hinterlegen, zu dessen Besuch die diese Dienste suchenden Verbraucher ermutigt würden.
- d) Display-Werbung auf den Anlagen der MNO und MVNO: JV Co würde den Werbenden Werbemöglichkeiten, darunter Display-Werbung, Banners, Pop-ups etc., auf allen mobilen Anlagen im Besitz der teilnehmenden MNO und MVNO, also auf Wallets, mobilen Portalen und Apps, bieten.
- e) Coupons und Gutscheine: JV Co würde sicherstellen, dass Coupons und Gutscheine über Messaging und andere Mittel ausgestellt und sowohl online als auch in Verkaufsstellen im Einzelhandel über das Wallet von JV Co oder andere mobile Apps eingelöst werden können. Darüber hinaus wäre es möglich, bei Bedarf die Einlösung der Coupons und Gutscheine zu verfolgen.

(21) Das JV Co würde keine anderen Arten der mobilen Werbetätigkeit (z. B. eine Mittlertätigkeit für suchgebundene Werbung) ausüben, und deswegen sind diese Arten der Werbetätigkeit nicht Gegenstand dieser Entscheidung.

Markt für mobile Werbevermittlungsdienste

(22) Laut den Anmeldern ist der Markt für die Erbringung von Vermittlungsdiensten für digitale Werbung im Vereinigten Königreich, einschließlich aller Formen der digitalen Werbung (ungeachtet dessen, ob es sich um Marketing-Messaging über E-Mail, SMS oder Push-Nachrichten oder um suchgebundene und nicht suchgebundene Online-Werbung handelt), geliefert sowohl über statische Internetverbindungen als auch über mobile Kommunikationsgeräte (und natürlich über Zwischengeräte wie Laptops und Tablet-Computer), als der sachlich relevante Markt für die Bewertung der Gründung des JV Co zu betrachten.

(23) Früher hat die Kommission zwischen der Bereitstellung von Online- und der Bereitstellung von Offline-Werbefläche unterschieden (7). Die Kommission beleuchtete zudem die Frage, ob der Markt für Online-Werbung in suchgebundene und nicht suchgebundene Dienste unterteilt werden könnte, ließ diese Frage letztlich jedoch offen, da das Rechtsgeschäft nach keiner der möglichen Marktdefinitionen Bedenken bezüglich des Wettbewerbs hervorrufen würde (8).

(24) Für die Zwecke der vorliegenden Entscheidung kann jedenfalls offengelassen werden, ob die mobile Werbung einen von der (suchgebundenen oder nicht suchgebundenen) Online-Werbung getrennten Markt darstellt oder ob sie Teil eines breiteren Marktes ist, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Gezieltes Marketing-Messaging im Rahmen der mobilen Werbung

(25) Für die Zwecke der vorliegenden Entscheidung kann jedenfalls offengelassen werden, ob mobiles Marketing-Messaging einen von der suchgebundenen und nicht suchgebundenen mobilen Werbung getrennten Markt darstellt oder ob es Teil eines breiteren Marktes ist, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Existenz getrennter Untermärkte innerhalb des gezielten Marketing-Messaging

(26) Die Kommission untersuchte auch, ob die Push-SMS und „intelligenten“ Massen-SMS auf der einen Seite und die IP-Push-Benachrichtigungen auf der anderen Seite innerhalb des gezielten Marketing-Messaging getrennte Märkte darstellen würden.

(27) Für die Zwecke der vorliegenden Entscheidung kann jedoch offengelassen werden, ob die verschiedenen Arten der gezielten mobilen Marketing-Kommunikation getrennte Märkte darstellen oder Teil eines breiteren Marktes sind, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Vermittlung mobiler Werbung gegenüber dem Direktverkauf

(28) Das JV Co wird als Vermittler für gezieltes Marketing-Messaging, nicht suchgebundene und andere Formen der Werbung auf Mobiltelefonen (wie Coupons und Gutscheine) tätig sein.

(29) Auf der Grundlage der Marktuntersuchung gelangte die Kommission zum Schluss, dass der über Vermittler laufende Verkauf erheblich durch den Direktverkauf mobiler Werbung eingeschränkt wird. Für die Zwecke der vorliegenden Entscheidung kann jedoch offengelassen werden, ob es getrennte Märkte für den direkten und den vermittelten Verkauf mobiler Werbung gibt oder ob diese

(7) Siehe Entscheidung der Kommission vom 11. März 2008 in der Sache COMP/M.4731 — Google/DoubleClick.

(8) Vgl. Fußnote 7.

Verkäufe Teil eines breiteren Marktes sind, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Allgemeine Schlussfolgerung

- (30) Auf der Grundlage der vorerwähnten Ausführungen wird der Schluss gezogen, dass in Bezug auf die Werbetätigkeit von JV Co die genaue Abgrenzung des Marktes offengelassen werden kann, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für die Erbringung von Massen-SMS-Diensten für End- und Großkunden

- (31) Der Massen-SMS-Dienst für Endkunden ist ein Dienst, der es Unternehmen (wie Einzelhändlern oder Finanzinstituten) ermöglicht, Text-Nachrichten in großen Mengen an ihre Kunden auszusenden (vorausgesetzt, dass diese dem Empfang solcher Nachrichten auf ihren Telefonen zugestimmt haben). Dieser Dienst kann dafür genutzt werden, Marketing-Nachrichten auszusenden, wird jedoch zurzeit hauptsächlich zum Zweck der allgemeinen Kommunikation mit den Kunden in Anspruch genommen. So kann zum Beispiel eine Bank den Massen-SMS-Dienst für Endkunden dazu nutzen, Mini-Kontoauszüge oder Betrugswarnungen an ihre Kunden zu versenden.
- (32) Die Lieferung von Nachrichten über SMS an die beabsichtigten Empfänger erfordert die Anbindung an ein oder mehrere Mobilfunknetze und die physische Übermittlung dieser Nachrichten an die entsprechenden Mobilfunkteilnehmer. Dieser Dienst wird als die Lieferung von Massen-SMS für Großkunden bezeichnet. Der Dienst umfasst zwei Hauptelemente: erstens, die Übermittlung der Nachricht vom Sender (von JV Co oder einem Aggregator an das Mobilfunknetz, dessen Teilnehmer der beabsichtigte Empfänger ist — das Heimatnetz) und zweitens, die Übermittlung durch das Heimatnetz an das Mobiltelefon des Empfängers.
- (33) Die Anmelder sind der Ansicht, dass es einen getrennten Markt für Massen-SMS-Dienste für Endkunden und für Massen-SMS-Lieferdienste für Großkunden gibt, bei dem es sich um einen vorgelagerten Inputmarkt zu den Marketing-Messaging-Diensten von JV Co handelt.
- (34) Auf der Grundlage der Marktuntersuchung kann davon ausgegangen werden, dass Massen-SMS-Dienste für Endkunden einen vom aktiven Marketing-Messaging getrennten Markt darstellen. Der Erstere ist ein nachgelagerter Markt zum für die Massen-SMS-Lieferdienste für Großkunden möglichen Markt. Für den Zweck der vorliegenden Entscheidung kann die genaue Marktabgrenzung jedoch offengelassen werden, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für Datenanalyseedienste

- (35) Neben den Transaktionen und Werbediensten beabsichtigt JV Co, seinen Kunden Datenanalyseedienste anzubie-

ten. Die Anmelder stellen nicht in Aussicht, dass das JV Co Datenanalyseedienste als Standalone-Produkt anbieten wird. JV Co plant, die bei seinen Transaktionen und Werbediensten generierten Daten zu sammeln und zu analysieren, um seinen Kunden wertvolle Einsicht ins Kundenverhalten zu geben. Die Datenanalysetätigkeit von JV Co wird drei Hauptelemente umfassen: Meldungsanalyse, Geschäftsentwicklungsanalyse und Loyalitätsanalyse.

- (36) Nach Auffassung der Anmelder würde das JV Co auf dem Markt für die Erbringung von Datenanalyseediensten in Bezug auf Online- und Offline-Werbung und Transaktionsdienste tätig sein. Sie sind der Meinung, dass es im vorliegenden Fall nicht notwendig ist, den Gesamtmarkt für die Erbringung von Datenanalyseediensten zu unterteilen.
- (37) Die Kommission bewertete im Zusammenhang mit dem in Frage stehenden Vorhaben, ob es einen getrennten Markt für die Bereitstellung von Datenanalyseediensten für mobile Werbung geben könnte.
- (38) Die Kommission bewertete ferner, ob es in der Mobilfunkwelt getrennte Märkte für Marktforschungsdienste (ausgerichtet auf die Messung und das Verständnis des Kaufverhaltens der Kunden) und Marktinformationsdienste (ausgerichtet auf die Übermittlung von Informationen über einzelne Verbraucher, z. B. das Alter, die soziale Gruppe, Aktivitäten, Anschrift etc., für Direktmarketingzwecke) geben könnte.
- (39) Für den Zweck der vorliegenden Entscheidung kann die genaue Marktabgrenzung auf jeden Fall offengelassen werden, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für Mobiltelefoniedienste für Endkunden

- (40) Auf diesem Markt verkaufen MNO den Endkunden nationale und internationale Sprachtelefoniedienste, SMS (einschließlich MMS), mobiles Internet mit Datendiensten und Zugang zu Inhalten über das Mobilnetz.
- (41) In der Vergangenheit hat die Kommission in ihren Entscheidungen⁽⁹⁾ keine Unterteilung des Marktes für die Erbringung mobiler Kommunikationsdienste für Endkunden nach Kundentyp (Geschäfts- oder Privatkunden, Kunden mit einem Vertrag mit nachträglicher Abrechnung oder Kunden mit vorausbezahlter Guthabekarte) oder

⁽⁹⁾ Siehe Entscheidung der Kommission vom 1. März 2012 in der Sache COMP/M.5650 — *T-Mobile/Orange*, Erwägungsgrund 24; die Entscheidung der Kommission vom 27. November 2007 in der Sache COMP/M.4947 — *Vodafone/Tele2 Italy/Tele2 Spain*, Erwägungsgrund 14; die Entscheidung der Kommission vom 26. April 2006 in der Sache COMP/M.3916 — *T-Mobile Austria/Tele ring*, Erwägungsgrund 18; die Entscheidung der Kommission vom 24. September 2004 in der Sache COMP/M.3530 — *TeliaSonera/Orange*, Erwägungsgrund 13; und die Entscheidung der Kommission vom 16. September 2003 in der Sache COMP/M.3245 — *Vodafone/Singlepoint*, Erwägungsgrund 12.

nach Art der Netztechnologie (2G/GSM oder 3G/UMTS) vorgenommen. Die Kommission ist somit bei der Bewertung der früheren Fälle von einem einzigen Markt für die Erbringung mobiler Telekommunikationsdienste für Endkunden ausgegangen.

- (42) Für die Zwecke der vorliegenden Entscheidung kann offengelassen werden, ob es bei den mobilen Telekommunikationsdiensten für Endkunden individuelle Untermärkte gibt, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

3.2 Räumlich relevante Märkte

Markt für die Bereitstellung von Mobile-Wallet-Plattformen für Großkunden

- (43) Die Anmelder sind der Auffassung, dass der räumlich relevante Markt für die Bereitstellung von Mobile-Wallet-Plattformen für Großkunden das gesamte Vereinigte Königreich abdeckt und somit zumindest eine nationale Dimension hat.
- (44) Die Kommission geht auf der Grundlage der Marktuntersuchung davon aus, dass im vorliegenden Fall die Bereitstellung von Mobile-Wallet-Plattformen für Großkunden zumindest eine nationale (Vereinigtes Königreich) und möglicherweise eine darüber hinaus gehende geografische Reichweite hat. Es kann jedoch offengelassen werden, ob die geografische Reichweite des Marktes für die Bereitstellung von Mobile-Wallet-Plattformen für Großkunden über die nationale Dimension hinaus geht, da das Vorhaben nach keiner der möglichen räumlichen Markt- abgrenzungen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für die sichere Datenspeicherung

- (45) Die Anmelder zogen keinen Markt für die sichere Datenspeicherung und auch nicht seine geografische Reichweite in Betracht.
- (46) Die Bereitstellung einer sicheren Datenspeicherung auf SIM-basierten SE scheint eng mit der Erbringung von Mobiltelefoniediensten auf Endkundenebene im Zusammenhang zu stehen. Die räumliche Dimension dieser Märkte wurde in früheren Entscheidungen der Kommission für „national“ befunden ⁽¹⁰⁾.
- (47) Der geografische Umfang des Marktes für die Erbringung sicherer Speicherdienste auf eingebauten SE reicht dagegen möglicherweise weiter, da die Aussteller von einge-

bauten SE, insbesondere die Erstausrüster (*Original Equipment Manufacturers*, OEM) und Betriebssystem-Provider sowie, möglicherweise, die Anbieter externer SE und cloud-basierter sicherer Speicher weltweit tätig sind. Sie könnten somit in der Lage sein, mit Anbietern von Mobile-Wallet-Diensten für Endkunden oder mit Providern von Mobile-Wallet-Plattformen für Großkunden Verträge über die Erbringung sicherer Speicherdienste abzuschließen, deren geografische Reichweite über die nationale Dimension hinaus geht.

- (48) Die Kommission vertritt die Auffassung, dass im vorliegenden Fall der für die Erbringung sicherer Speicherdienste relevante Markt zumindest eine nationale (Vereinigtes Königreich) räumliche Dimension hat. Für den Zweck dieses Vorhabens kann die genaue räumliche Abgrenzung des für sichere Speicherdienste relevanten Marktes jedoch offengelassen werden, da das Vorhaben nach keiner der möglichen räumlichen Markt- abgrenzungen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für den Vertrieb von Mobile-Wallet-Diensten an Endkunden

- (49) Die Anmelder sind der Auffassung, dass die geografische Reichweite des Marktes für den Vertrieb von Mobile-Wallet-Diensten an Endkunden zumindest eine nationale Dimension hat. Sie beabsichtigen nicht, Verbrauchern außerhalb des Vereinigten Königreichs aktiv Mobile Wallets anzubieten, was sich darin widerspiegelt, dass die über das Mobile Wallet angebotenen Zahlungskarten und Dienste auf die Dienstanbieter im Vereinigten Königreich zugeschnitten sein werden.
- (50) Die Anmelder gehen jedoch davon aus, dass ihre Wettbewerber wie Google und PayPal diese Dienste Verbrauchern in einer Vielzahl von Ländern anbieten ⁽¹¹⁾ und somit auf globaler Ebene tätig sein werden. Sie sind der Ansicht, dass es trotz fehlender Basis für die Festlegung regionaler oder lokaler Märkte offengelassen werden kann, ob sich der relevante Markt für den Vertrieb von Mobile-Wallet-Diensten an Endkunden möglicherweise über die nationalen Grenzen hinaus erstreckt.
- (51) Die Kommission geht auf der Grundlage der Marktuntersuchung davon aus, dass im vorliegenden Fall der Markt für den Vertrieb von Mobile-Wallet-Diensten an Endkunden zumindest eine nationale (Vereinigtes Königreich) geografische Reichweite hat. Für den Zweck dieser Entscheidung kann die genaue räumliche Abgrenzung des Marktes für den Vertrieb von Mobile-Wallet-Diensten an Endkunden jedoch offengelassen werden, da das Vorhaben nach keiner der möglichen räumlichen Markt- abgrenzungen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

⁽¹⁰⁾ Siehe Entscheidung der Kommission vom 24. September 2004, Sache COMP/M.3530 — *TeliaSonera AB/Orange AS*, Erwägungsgrund 16, und Entscheidung der Kommission vom 24. Oktober 2005, Sache COMP/M.3920 — *France Telecom/Amena*, Erwägungsgrund 20.

⁽¹¹⁾ Die Anmelder streben außerdem danach, das Mobile Wallet von JV Co mit den verschiedenen Wallet-Vorhaben in anderen EU-Mitgliedstaaten kompatibel zu machen, damit die Nutzer ihr Mobile Wallet auf ihren Reisen innerhalb der Europäischen Union (und eventuell in anderen Ländern) verwenden können.

Markt für Werbedienste

- (52) Was die von JV Co angebotenen Werbedienste (und die möglichen Untermärkte) anbelangt, bringen die Anmelder vor, dass sich der räumlich relevante Markt mindestens auf das Vereinigte Königreich erstreckt, wenn nicht weiter.
- (53) Angesichts der Marktuntersuchung zieht die Kommission den Schluss, dass der räumlich relevante Markt für Werbedienste, einschließlich eventueller Untermärkte, eine nationale (Vereinigtes Königreich) Dimension haben dürfte. Für den Zweck der vorliegenden Entscheidung kann die genaue Marktabgrenzung jedoch offengelassen werden, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für die Erbringung von Massen-SMS-Diensten für End- und Großkunden

- (54) Die Anmelder sind der Auffassung, dass der räumlich relevante Markt für die Erbringungen von Massen-SMS-Diensten auf Endkundenebene das gesamte Vereinigte Königreich abdeckt und somit zumindest eine nationale Dimension hat.
- (55) Die geografische Reichweite des (möglichen) Marktes für die Erbringung von Massen-SMS-Diensten auf Endkundenebene scheint eine nationale (Vereinigtes Königreich) oder möglicherweise eine darüber hinaus gehende Dimension zu haben; der (mögliche) Markt für die Erbringung von Massen-SMS-Diensten auf Großkundenebene scheint eine über die nationale Dimension hinausgehende geografische Reichweite zu haben.
- (56) Was den Markt für die Erbringung von Massen-SMS-Diensten auf End- und Großkundenebene anbelangt, kann im vorliegenden Fall die genaue geografische Markt- abgrenzung offengelassen werden, da das Vorhaben nach keiner der möglichen geografischen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für Datenanalyse-dienste

- (57) Die Anmelder sind der Auffassung, dass der räumlich relevante Markt für Datenanalyse-dienste (und die entsprechenden Untermärkte) das gesamte Vereinigte Königreich abdeckt und somit zumindest eine nationale Dimension hat.
- (58) Für den Zweck der vorliegenden Entscheidung kann die genaue Markt- abgrenzung jedoch offengelassen werden, da das Vorhaben nach keiner der möglichen Marktdefinitionen den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

Markt für Mobiltelefoniedienste für Endkunden

- (59) In früheren Entscheidungen⁽¹²⁾ befand die Kommission, dass der räumlich relevante Markt für mobile Telekommunikationsdienste für Endkunden (sowie alle möglichen

Untermärkte) eine nationale Dimension hat. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass Mobilfunktarife auf nationaler Ebene bestimmt werden und die Regelung (z. B. die Zuweisung von Funkfrequenzen und Telefonnummern sowie die Mobilfunkterminierung) ebenfalls auf nationaler Ebene erfolgt.

- (60) Die Kommission zieht, ähnlich wie bei ihren früheren Entscheidungen, den Schluss, dass der räumlich relevante Markt auf das Vereinigte Königreich begrenzt ist.

IV. WETTBEWERBSRECHTLICHE WÜRDIGUNG

4.1 Einleitung

- (61) Nach Artikel 2 Absätze 2 und 3 der Fusionskontrollverordnung hat die Kommission zu beurteilen, ob ein geplanter Zusammenschluss wirksamen Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben erheblich beeinträchtigen würde⁽¹³⁾. Vor diesem Hintergrund hat die Kommission alle vom Vorhaben betroffenen Märkte bewertet.
- (62) In Bezug auf mobile Transaktionsdienste sind folgende sachlich relevante Märkte für die wettbewerbsrechtliche Würdigung des Vorhabens von Bedeutung: der vorgelagerte Markt für die Erbringung von Mobile-Wallet-Plattformdiensten auf Großkundenebene, der Markt für den Zugang zu sicheren Speicherdiensten, der nachgelagerte Markt für den Vertrieb von Mobile Wallets an Endkunden und der Endkundenmarkt für Mobiltelefoniedienste. Der geografische Umfang all dieser Märkte erstreckt sich mindestens auf das Vereinigte Königreich und möglicherweise darüber hinaus⁽¹⁴⁾.
- (63) In Bezug auf die Werbedienste von JV Co sind folgende sachlich relevante Märkte für die wettbewerbsrechtliche Würdigung des Vorhabens von Bedeutung: der Markt für die Vermittlung mobiler Werbung und seine möglichen Untermärkte sowie die Märkte für die Erbringung von Massen-SMS-Diensten für Groß- und Endkunden. Darüber hinaus ist der Markt für Datenanalyse mit seinen möglichen Untermärkten für die wettbewerbsrechtliche Würdigung im vorliegenden Fall von Bedeutung.
- (64) Die Kommission war bei ihrer Marktuntersuchung hauptsächlich darauf bedacht zu ermitteln, wie wahrscheinlich es ist, dass das Vorhaben aufgrund von Strategien der Abschottung den Wettbewerb beeinträchtigen wird, insbesondere angesichts der sehr starken Position, die die Anmelder zusammen auf dem Endkundenmarkt für mobile Telefoniedienste im Vereinigten Königreich einnehmen. Dieser Abschnitt wird sich deswegen zunächst mit den möglichen nicht horizontalen Auswirkungen des Vorhabens auf die Märkte für Mobile Wallets und Massen-SMS befassen und anschließend die möglichen horizontalen Auswirkungen des Vorhabens auf die Märkte für die Erbringung von Mobile-Wallet-Plattformdiensten auf Großkundenebene und die Märkte für mobile Werbung und die Bereitstellung von Datenanalysen untersuchen.

⁽¹²⁾ Siehe Entscheidung der Kommission vom 1. März 2012 in der Sache COMP/M.5650 — *T-Mobile/Orange*, Erwägungsgrund 25; Entscheidung der Kommission vom 20. August 2007 in der Sache COMP/M.4748 — *T-Mobile/Orange Netherlands*, Erwägungsgrund 16, und Entscheidung der Kommission vom 26. April 2006 in der Sache COMP/M.3916 — *T-Mobile Austria/Telering*, Erwägungsgrund 19.

⁽¹³⁾ Siehe Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates vom 20. Januar 2004 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen (ABl. L 24 vom 29.1.2004, S. 1).

⁽¹⁴⁾ Die wettbewerbsrechtliche Würdigung erfolgt in Bezug auf einen Markt, der das gesamte Vereinigte Königreich umfasst. Im Fall sich weiter erstreckender räumlich relevanter Märkte würde ein ähnlicher Schluss gezogen werden, nämlich dass von keiner erheblichen Behinderung des wirksamen Wettbewerbs auszugehen sei.

(65) Für die Bewertung der möglichen horizontalen Auswirkungen hat die Kommission beleuchtet, wie sich die Lage ohne das Vorhaben verhalten würde. Auf der Grundlage der Ergebnisse der Marktuntersuchung geht die Kommission davon aus, dass die Anmelder imstande wären (und teilweise bereits imstande sind), ihre mCommerce-Dienste ohne das JV Co anzubieten⁽¹⁵⁾. Für den Zweck der vorliegenden Entscheidung ist es jedoch nicht notwendig, sich in dieser Frage festzulegen, da das Vorhaben in keinem der möglichen Szenarien den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern würde.

4.2 Nicht horizontale Effekte — vertikale Effekte

Einleitung

(66) Die Kommission prüft für den Zweck dieser Entscheidung, ob die Anmelder ihre starke gemeinsame Position auf dem Endkundenmarkt für Mobiltelefoniedienste (und auf allen möglichen Untermärkten) dafür nutzen könnten, andere potenzielle Zugänger auf dem Großkundenmarkt für Mobile-Wallet-Plattformen von der Bereitstellung von konkurrierenden Mobile-Wallet-Plattformdiensten abzuschotten. Gemäß den „Leitlinien zur Bewertung nichthorizontaler Zusammenschlüsse“ lassen sich zwei Formen der Abschottung unterscheiden: Abschottung von den Einsatzmitteln und Abschottung von den Kunden⁽¹⁶⁾. Im vorliegenden Fall bewertet die Kommission die Wahrscheinlichkeit, dass eine Strategie den Zugang zu den wesentlichen Einsatzmitteln für die Erbringung von Mobile-Wallet-Diensten für Endkunden entweder technisch oder wirtschaftlich abschottet; zu diesen wesentlichen Einsatzmitteln zählen das SE sowie die Ausstattung von Mobiltelefonen mit Apps, ohne die das Mobile Wallet nicht funktionieren würde. Eine solche Abschottung von den Einsatzmitteln könnte die Wettbewerbsbedingungen auf dem Großkundenmarkt für Mobile-Wallet-Plattformdienste schädigen oder beeinträchtigen (zum Beispiel durch die Bedingung höherer Preise für die Dienstanbieter) und sich zudem auf die Wettbewerbsbedingungen auf dem nachgelagerten Endkundenmarkt für Mobile Wallets auswirken. Die Kommission prüft deswegen unten, ob die Anmelder in der Lage sind und den Anreiz haben, eine solche Abschottung von den Einsatzmitteln zu bewirken.

(67) Die Kommission hat insbesondere untersucht, ob die Anmelder

- a) technisch in der Lage wären, konkurrierende Mobile-Wallet-Anbieter durch eine Reihe potenzieller Mittel abzuschotten;
- b) in der Lage wären und den Anreiz hätten, konkurrierende Mobile-Wallet-Anbieter durch eine Reihe potenzieller Mittel wirtschaftlich abzuschotten.

⁽¹⁵⁾ Siehe zum Beispiel die Antworten in den Fragebögen Q1 und Q2 vom 7. März 2012, Fragen 64 und 65.

⁽¹⁶⁾ Die Definition der Abschottung von den Einsatzmitteln ist den „Leitlinien zur Bewertung nichthorizontaler Zusammenschlüsse gemäß der Ratsverordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen“ (2008/C 265/07), Erwägungsgrund 31, zu entnehmen.

Bewertung der technischen Abschottung

(68) Was die technische Fähigkeit des Gemeinschaftsunternehmens zur Abschottung der konkurrierenden Mobile-Wallet-Anbieter anbelangt, sei zunächst anzumerken, dass der Großteil der während der Marktuntersuchung Befragten die Ansicht vertrat, dass die Anmelder keineswegs technisch in der Lage wären, ihre Wettbewerber⁽¹⁷⁾ daran zu hindern oder es ihnen zu erschweren, Mobile-Wallet-Dienste über andere Kanäle als JV Co anzubieten⁽¹⁸⁾. Ferner sei angemerkt, dass laut den Anmeldern das JV Co den anderen MNO und MVNO einen diskriminierungsfreien Zugang geben wird⁽¹⁹⁾. Das JV Co wird insbesondere alle technischen Einzelheiten gemäß den Industrienormen entwickeln und den Dienstnutzern und potenziellen Dienstnutzern auf diskriminierungsfreier Basis offen zur Verfügung stellen⁽²⁰⁾.

(69) Der Zugang zu einem SE scheint für das Funktionieren von Mobile Wallets von grundlegender Bedeutung zu sein. Obgleich es im Grunde möglich ist, Transaktionen von einem Mobiltelefon aus unter Verwendung von softwarebasierten sicheren Lösungen durchzuführen, bei denen die zahlungsrelevanten Daten in der Cloud gespeichert werden, gelten solche Lösungen in dieser Phase als weniger sicher oder zu langsam, als dass sie an den Verkaufsstellen verwendet werden könnten, da sie die Eingabe eines Nutzernamens und eines Kennworts erfordern. Solche Lösungen könnten sich auf mittlere oder längere Sicht als gangbar erweisen⁽²¹⁾.

(70) Die Kommission vertritt somit die Auffassung, dass Mobile Wallets zurzeit am wahrscheinlichsten unter Verwendung SIM-basierter SE oder eingebauter SE den Kunden angeboten würden.

(71) Die Kommission beurteilt deswegen erstens, ob die Anmelder in der Lage wären, ihre Wettbewerber von der Bereitstellung eines mit dem von JV Co angebotenen Mobile Wallet konkurrierenden Mobile Wallet abzuschotten zu könnten, indem sie ihnen den Zugang zum SIM-basierten SE verwehren würden.

(72) Zweitens beurteilt die Kommission, ob die Wettbewerber ihre Mobile Wallets auch dann anbieten könnten, wenn ihnen der Zugang zum SIM-basierten SE verwehrt bliebe, indem sie Zugang zu einem alternativen, in die Hardware des Mobiltelefons eingebauten SE hätten, oder ob die Anmelder auch in der Lage wären, die Wettbewerber von der Bereitstellung eines mit dem von JV Co angebotenen Mobile Wallet konkurrierenden Mobile Wallets abzuschotten, indem sie ihnen den Zugang zu diesem alternativen eingebauten SE verwehren würden.

⁽¹⁷⁾ Zum Beispiel konkurrierende MNO und MVNO, Google Wallet, PayPal oder andere Mobile-Wallet-Anbieter.

⁽¹⁸⁾ Antworten im Fragebogen Q3 vom 7. März 2012, Frage 7.

⁽¹⁹⁾ Siehe Antwort der Anmelder auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 13. September 2011, Frage 6.

⁽²⁰⁾ Siehe Formblatt CO, Absätze 994 und 995.

⁽²¹⁾ Software- oder cloud-basierte Dienste können auch zur Speicherung von zahlungsrelevanten Daten verwendet werden. Hierbei handelt es sich um eine neue Technologie, die in der Entwicklungsphase steckt, und es ist noch nicht ganz klar, wie sie auf dem Massenmarkt eingesetzt werden könnte. Sie ist jedoch als eine potenzielle Alternative zu den von den MNO bereitgestellten Diensten zu betrachten.

(73) Da es sich hierbei um einen neu entstehenden und sich weiterentwickelnden Markt handelt, merkt die Kommission nichtsdestotrotz an, dass, falls in der Zukunft neue softwarebasierte Lösungen oder Lösungen auf der Grundlage von cloud-basierten SE, Mikro-SD, NFC-Stickern oder NFC-Hüllen bzw. alternative Lösungen auf den Markt kommen sollten, was angesichts der technischen Weiterentwicklung zu erwarten ist, dies zu einem bedeutenden zusätzlichen Wettbewerb führen und in der Folge einen Wettbewerbsdruck auf das JV Co und die Anmelder nach sich ziehen würde.

Technische Fähigkeit zur Abschottung konkurrierender Mobile-Wallet-Anbieter durch Verwehrung des Zugangs zum SIM-basierten SE

(74) Die Kommission zieht den Schluss, dass die Anmelder technisch dazu in der Lage wären, im Fall der mit ihren Kunden im Vereinigten Königreich unterzeichneten Verträge über Mobiltelefoniedienste für Endkunden (bei denen sie dem Kunden die SIM-Karte liefern) die konkurrierenden Mobile-Wallet-Anbieter vom Zugang zu SIM-basierten SE abzuschotten. An dieser Schlussfolgerung würde sich auch dann nichts ändern, sollte die Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes über das Vereinigte Königreich hinausgehen, da die Anmelder ihre Einzelhandels-Mobiltelefonieverträge hauptsächlich Kunden anbieten, die im Vereinigten Königreich ansässig sind.

Technische Fähigkeit zur Blockierung/Einschränkung konkurrierender Mobile Wallets, die auf Basis anderer SE funktionieren

(75) Der Zugang zu SIM-basierten SE könnte im Grunde von den konkurrierenden Mobile-Wallet-Anbietern umgangen werden, wenn sie die Möglichkeit hätten, auf andere SE, die sich an einer anderen Stelle im Mobiltelefon als auf der SIM-Karte der Anmelder befinden, zugreifen könnten.

(76) Die SE können entweder in der Hardware des Mobiltelefons eingebaut sein (eine Lösung, die von mehreren OEM⁽²²⁾ vorgeschlagen wurde, die Mobiltelefone im Vereinigten Königreich vertreiben) oder sich in einem externen Gerät befinden, das mit dem Mobiltelefon verbunden werden kann. Visa, zum Beispiel, bietet bereits eine Lösung für mobile Zahlungen unter Verwendung eines solchen SE im Vereinigten Königreich an.

(77) Es ist sehr naheliegend, dass diese Alternativen von Wettbewerbern genutzt werden, die Transaktionsdienste anbieten. Dadurch haben die Wettbewerber eindeutig die Möglichkeit, ihre Produkte Verbrauchern anzubieten, die eingebaute SE verwenden, wie zum Beispiel das Google Wallet.

(78) Da eingebaute SE als die wahrscheinlichste Alternative zu SIM-basierten SE zu betrachten sind, lenkt die Kommis-

sion bei ihrer Bewertung der technischen Abschottung ihre Aufmerksamkeit darauf, inwieweit die Anmelder in der Lage wären, die Funktionalität der von den Wettbewerbern angebotenen Mobile Wallets, die die Verwendung eingebauter SE erfordern, einzuschränken. Eine solche Einschränkung könnte grundsätzlich verschiedenste Formen annehmen, die weiter unten näher beleuchtet werden.

Technische Fähigkeit zur Blockierung/Einschränkung des Herunterladens, der Installation und/oder der Aktualisierung einer konkurrierenden Mobile-Wallet-App, die ein eingebautes SE erfordert, auf einem Mobiltelefon, das in den Netzen der Anmelder betrieben wird

(79) Die Kommission bewertete, ob die Anmelder technisch in der Lage wären, die Verbraucher daran zu hindern, die erforderliche Mobile-Wallet-App herunterzuladen oder zu nutzen. Die Anmelder bringen vor, dass ein MNO technisch nicht dazu in der Lage ist, das Herunterladen/die Installation oder die Aktualisierung einer (konkurrierenden) Mobile-Wallet-App zu blockieren (oder einzuschränken)⁽²³⁾.

(80) Während der Marktuntersuchung stand die Kommission in enger Verbindung zu der Regulierungsbehörde für Telekommunikation (Ofcom) des Vereinigten Königreichs, die über einen bewährten unabhängigen technischen Sachverstand verfügt. Die Ofcom unterzog das Vorbringen der Anmelder betreffend technische Abschottung einer eingehenden Prüfung. Die Ofcom zog im Wesentlichen den Schluss, dass die Feststellungen der Anmelder nach derzeitigem Stand der Technologie und der Anwendung von Mobile-Wallet-Diensten realistisch sind.

(81) Was die Frage anbelangt, ob ein MNO technisch in der Lage wäre, das Herunterladen einer konkurrierenden Mobile-Wallet-App zu blockieren, ohne den Zugang zum gesamten App-Shop zu versperren, bestätigten zwei MNO, die nicht am JV Co beteiligt sind, dass dies nicht möglich wäre.

(82) Ferner, was die Frage anbelangt, ob ein MNO technisch in der Lage wäre, einen Verbraucher daran zu hindern, seine 3G- oder Wi-Fi-Verbindung zum Herunterladen von Apps (zum Beispiel von PayPal) von App-Shops wie Google Play oder iTunes zu nutzen, stellten mehrere Befragten fest, dass dies nicht möglich wäre.

(83) Sollten die Anmelder versuchen, Websites oder Apps aus anderen Gründen als dem Traffic-Management oder der Unterbindung illegaler Inhalte zu blockieren, dürfte dies von den Besuchern oder Eigentümern dieser Websites sowie von Ofcom festgestellt werden, was sich auf das Verhalten der Anmelder in dieser Hinsicht auswirken würde. Die Kommission geht davon aus, dass dasselbe für die anderen in der Entscheidung beurteilten Strategien der technischen Abschottung gelten würde.

⁽²²⁾ Zum Beispiel RIM mit seinen Modellen Blackberry Curve 9360, Bold 9900, Bold 9790 und 9860, HTC mit seinen Modellen One X und Desire C, Samsung mit seinen Modellen Galaxy Nexus und Galaxy SIII und Sony Ericsson mit seinem Modell Xperia S, die alle eine duale SE-Architektur (eingebaute SE und SIM-basierte SE) unterstützen, sowie Samsung mit seinem Galaxy Note, das ausschließlich eingebaute SE unterstützt.

⁽²³⁾ Antwort der Anmelder auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 24. April 2012, Frage 14, und technisches Konsultationspapier vom 8. Mai 2012, eingereicht von [...] im Namen der Anmelder, Seiten 21, 22.

- (84) Auf der Grundlage der oben gemachten Ausführungen ist anzunehmen, dass die Anmelder mit höchster Wahrscheinlichkeit technisch nicht in der Lage sind, das Herunterladen, die Installation oder die Aktualisierung einer konkurrierenden Mobile-Wallet-App auf einem im Netz der Anmelder betriebenen Mobiltelefon zu blockieren oder einzuschränken.

Technische Fähigkeit zur Blockierung/Einschränkung der Funktionalität eines eingebauten SE oder zur Deaktivierung eines eingebauten SE, nachdem es installiert wurde

- (85) Die Anmelder bringen vor, dass die OEM Aussteller der eingebauten SE sind und den Zugang zu ihnen steuern, da sie die Rechte zur Verwaltung von Inhalten besitzen. Die Anmelder können nicht den Zugang zum eingebauten SE blockieren oder die Funktionalität des eingebauten SE einschränken, da sie nicht über die notwendigen technischen Schlüssel zum Öffnen des eingebauten SE verfügen. Sie können die Zugangsrechte für eingebaute SE nicht ändern oder bestimmen.
- (86) Die Kommission geht insbesondere auf der Grundlage des Ofcom-Berichts⁽²⁴⁾ davon aus, dass die MNO nicht die „Eigentümer“ von nicht-SIM-basierten SE sind und deswegen nicht die Kontrolle über die Aktivierung und Steuerung solcher SE hätten (obgleich die Aktivierung einiger Elemente entweder teilweise oder gänzlich von Zugangsdiensten wie Mobilfunk-Breitbandverbindungen abhängig sein könnte, die die MNO manchen Kunden bereitstellen könnten). Wenn die erstmalige Aktivierung eines eingebauten SE über die Mobilfunk-Breitbandverbindung eines MNO erfolgen kann, kann dies alternativ auch über eine USB- oder Wi-Fi-Verbindung durchgeführt werden. Das heißt, sollte ein MNO den Zugang abschotten wollen, könnte er dies in Bezug auf die Breitbandverbindung des MNO tun (d. h., es wäre technisch möglich) aber es wäre wahrscheinlich technisch nicht möglich, die Nutzung anderer Zugangsdienste (zum Beispiel USB oder Wi-Fi) zu unterbinden⁽²⁵⁾.
- (87) Auf der Grundlage der Marktuntersuchung ist davon auszugehen, dass die Anmelder mit höchster Wahrscheinlichkeit technisch nicht dazu in der Lage sind, die Funktionalität eines eingebauten SE zu blockieren oder einzuschränken oder ein eingebautes SE zu deaktivieren, nachdem es installiert wurde.

Technische Fähigkeit zur Unterordnung des Betriebs eines konkurrierenden Mobile Wallets, sodass dem SIM-basierten SE/ dem Mobile Wallet der Anmelder automatisch Priorität eingeräumt wird

- (88) Die Anmelder bringen vor, dass ein und dasselbe Telefon sowohl mit einem SIM-basierten SE als auch einem eingebauten SE funktionieren kann. Es sei auch technisch möglich, dass sowohl das SIM-basierte SE als auch das eingebaute SE gleichzeitig „aktiv“ sind, das heißt, dass sie in einem Modus betrieben werden, der es dem kontakt-

losen Lesegerät ermöglicht, sowohl auf das eingebaute als auch auf das SIM-basierte SE zuzugreifen. Darüber hinaus sind MNO technisch nicht dazu in der Lage, den Betrieb eines konkurrierenden Mobile Wallet zu unterordnen, damit dem SIM-basierten SE oder dem auf der Plattform von JV Co basierenden Mobile Wallet automatisch Priorität eingeräumt wird.

- (89) Auf der Grundlage der Marktuntersuchung und insbesondere unter Berücksichtigung der Vorbringen von Ofcom geht die Kommission davon aus, dass die Wahl des voreingestellten SE letztendlich am Kunden liegen wird.
- (90) Die Kommission nimmt zur Kenntnis, dass es für ein Mobile Wallet zweifelsohne von Vorteil sein kann, in den Einstellungen eines Mobiltelefons als das voreingestellte Mobile Wallet zu erscheinen. Die Kommission geht jedoch davon aus, dass im Fall von Apps, die zur Durchführung von Zahlungen in Geschäften oder online verwendet werden und für die Kunden als wichtige Apps im Hinblick auf die von ihnen empfundene Sicherheit, Vorteilhaftigkeit usw. betrachtet werden können, die Kunden wahrscheinlich selbst die Zahlungs-App wählen werden, die sie zur Bezahlung ihrer Güter oder Dienstleistungen nutzen werden wollen.
- (91) Aus diesem Grund kann der Schluss gezogen werden, dass im Fall von Mobiltelefonen, die mit einem SIM-basierten und einem eingebauten SE ausgestattet sind, nicht die OEM, sondern der Betriebssystem-Provider die erste Konfiguration der „bevorzugten Einstellungen“ vornehmen dürfte und letztendlich der Verbraucher die Einstellungen nach seinem Wunsch konfigurieren wird können.

Entwicklung von De-facto-Normen oder Spezifikationen, die zur Abschottung konkurrierender Mobile-Wallet-Anbieter führen würden

- (92) Die Anmelder bringen vor, dass sie nicht in Aussicht stellen, dass JV Co neue Normen entwickeln wird. Stattdessen werden sie bereits vorhandene frei zugängliche Normen für die Schaffung ihrer Mobile-Wallet-Plattform nutzen.
- (93) Die Kommission hat untersucht, ob die Anmelder De-facto-Normen und Spezifikationen entwickeln könnten, zu denen sie den konkurrierenden Anbietern von Mobile-Wallet-Plattformdiensten für Großkunden den Zugang verbieten würden, um zu bewirken, dass diese von der Bereitstellung konkurrierender Mobile-Wallets abgeschottet werden.
- (94) Die Marktuntersuchung in Bezug auf die Frage, ob es bereits Normen oder Spezifikationen gibt, denen die Interoperabilität zwischen SIM-basierten SE und Mobile-Wallet-Apps unterliegt, war wenig aufschlussreich. Die Kommission geht davon aus, dass dies auf den evolutiven Charakter dieser neu entstehenden Technologie zurückzuführen ist.
- (95) Ferner, was die Befähigung der Kunden zur Durchführung von Zahlungen, Einlösung von Coupons und zum Sammeln von Treuepunkten — alles gleichzeitig von ihrem

⁽²⁴⁾ Vorbringen von Ofcom vom 31. Mai 2012, Absatz 2.4.4.

⁽²⁵⁾ Siehe insbesondere die vereinbarte Niederschrift der Telefonkonferenz mit Ofcom vom 6. Juni 2012.

Mobiltelefon aus (sozusagen alles „aus seiner Hand“) — anbelangt, hat die Kommission festgestellt, dass es keine Standardspezifikation gibt und dass die Anmelder wohl ihre eigenen Spezifikationen entwickeln⁽²⁶⁾ oder die von Marktteilnehmern wie Google oder VeriFone⁽²⁷⁾ entwickelten Normen und Spezifikationen anwenden werden müssen.

- (96) Google entwickelte für sein Google Wallet nichtsdestotrotz auch eigene Spezifikationen, um die gleichzeitige Verarbeitung von Zahlungen, Gutscheinen und Treuepunkten zu ermöglichen, und die Hersteller der Lesegeräte, die an den Verkaufsstellen eingesetzt werden, erklärten, dass die von den einzelnen Anbietern entwickelten Spezifikationen nebeneinander auf den Lesegeräten existieren könnten, wodurch die Verwendung verschiedener Mobile Wallets möglich wäre⁽²⁸⁾.
- (97) Im Mai 2010 wurde in Frankreich das Cityzi-Projekt für interoperable gewerbliche Dienstleistungen gestartet, das Fahrgutscheinsysteme, sichere mobile Zahlungen, mehrere Einzelhandelsprojekte und andere Tourismusdienste auf Mobiltelefonen in sich verband. Dieser Dienst wird zurzeit auf über einer Million NFC-fähigen Mobiltelefonen genutzt. Es scheint, dass während des Pilotprojekts die derzeitige GlobalPlatform-Norm bzw. -Spezifikation für die Verbindungen zwischen dem TSM und der Verwaltung der SE, zum Beispiel für Treuekarten, nicht ausreichend klar war. Die Association Française Sans Contact Mobile hat deswegen neue Normen bzw. Spezifikationen
- (26) First Data bringt vor, dass es noch keine Normen oder Spezifikationen für die Verarbeitung von anderen Transaktionen als Zahlungen wie die Einlösung von Gutscheinen oder die Gutschrift von Treuepunkten an den Verkaufsstellenterminals gibt. Es gibt verschiedene Möglichkeiten zur Festlegung dieser Normen und zur entsprechenden Aufrüstung der Terminals. Die Entwicklung dieser Normen und Spezifikationen wird voraussichtlich von Stellen übernommen, die nach Art von Branchenvereinigungen arbeiten, wie das EMVCo, oder gemäß internationalen Kartensystemen (Visa, MasterCard) vorstattengehen. Sobald in der Branche vorgeschrieben, werde First Data diese Normen oder Spezifikationen übernehmen.
- (27) VeriFone bringt vor, dass es nur Normen und Spezifikationen für Zahlungstransaktionen gibt (festgelegt von Visa und MasterCard). Was Gutscheine und Treuepunkte anbelangt, müssten Betreiber wie Google ein spezielles Protokoll entwickeln. VeriFone versucht zudem, ein offenes API-Framework anzubieten, sodass jedes Mobile Wallet, das die Einlösung von Gutscheinen ermöglicht, mit seinen Terminals kommunizieren kann. VeriFone erwartet, dass am Ende globale Normen entwickelt werden. Was das Zertifizierungsverfahren für die Terminals von VeriFone anbelangt, gibt es keine genormte Zertifizierung für kontaktlose Zahlungsterminals. VeriFone lässt seine Terminals getrennt von Visa, MasterCard etc. zertifizieren. Die verschiedenen Zertifizierungsverfahren ändern sich regelmäßig, aber sie gelten weltweit, außer bei der Kreditkartengesellschaft Visa, die in einigen Regionen unterschiedliche Versionen entwickelt hat (z. B. Visawave für die Länder Asiens und des pazifischen Raums).
- (28) VeriFone bringt vor, dass es keine Patente für die „Alles-aus-einer-Hand“-Lösung gibt. Google habe seine Spezifikationen für Google Wallet entwickelt und besitze die entsprechenden gewerblichen Schutzrechte. Die API für die Anwendung dieser Spezifikationen auf den VeriFone-Terminals wird von VeriFone auf der Grundlage dieser Spezifikationen entwickelt; VeriFone besitzt die Eigentumsrechte in Bezug auf diese API. VeriFone hat auch seine eigene allgemeine Umgebung entwickelt, um zu gewährleisten, dass die Mobile Wallets auf seinen Terminals funktionieren. Es wäre deswegen einfach, anderen Unternehmen einen Dienst anzubieten, der der Lösung „aus einer Hand“ von Google ähnlich ist.
- entwickelt, um das Problem zu lösen⁽²⁹⁾. Diese Normen bzw. Spezifikationen sind nun Gegenstand von Erörterungen und Genehmigungsgesprächen der GlobalPlatform und sind auch im Fast Track Project der GSMA enthalten.
- (98) Aus diesen Gründen kann der Schluss gezogen werden, dass die Anmelder mit höchster Wahrscheinlichkeit nicht in der Lage sein werden, De-facto-Normen und Spezifikationen zu entwickeln, die von keinen anderen Marktteilnehmern genutzt werden und somit zur Abschottung konkurrierender Mobile-Wallet-Anbieter führen könnten.

Bewertung der wirtschaftlichen Abschottung

Einleitung

- (99) Für den Zweck dieser Entscheidung betrachtet die Kommission die „wirtschaftliche Abschottung“ als eine Strategie, die sich auf die Fähigkeit und die Motivation der Anmelder zur Abschottung konkurrierender Mobile-Wallet-Anbieter eher durch wirtschaftliche als technische Mittel stützt. Eine wirtschaftliche Abschottung erfolgt somit hauptsächlich indirekt⁽³⁰⁾, zum Beispiel, indem mit Dritten wie OEM verhandelt wird, um sie zu wirtschaftlichen Maßnahmen zu ermutigen, durch die die Tätigkeit der konkurrierenden Mobile-Wallet-Anbieter blockiert oder eingeschränkt werden könnte, oder indem Dritten wie unabhängigen Einzelhändlern Anreize geboten werden, damit sie den in Kombination mit dem Mobile Wallet von JV Co verkauften Mobiltelefonen bei ihrer Marketing-Tätigkeit Vorzug vor Mobiltelefonen geben, die in Kombination mit den Mobile Wallets konkurrierender Anbieter verkauft werden.
- (100) Die Kommission prüfte, ob eine Strategie der wirtschaftlichen Abschottung von einem der Anmelder aus eigener Kraft verfolgt werden könnte, ungeachtet der von den anderen Anmeldern verfolgten Strategien, oder ob die Anmelder bei jedem möglichen Abschottungsszenario auf eine gemeinsame (kollektive) Durchführung der Abschottungsstrategie angewiesen wären.
- (101) Um herauszufinden, ob die Anmelder wirtschaftlich dazu in der Lage wären, konkurrierende Mobile-Wallet-Anbieter abzuschotten, warf die Kommission einen näheren Blick auf die Mobilfunklieferkette. Im Folgenden sind die wichtigsten Lieferkettenteilnehmer aufgeführt:
- a) die OEM, die für die Hardware- und die Softwarespezifikation der an die Einzelhändler gelieferten Mobiltelefone verantwortlich sind;

⁽²⁹⁾ Siehe Pressemitteilung (20.12.2011): <http://www.afscm.org/en/news/the-afscm-releases-a-new-set-of-specifications.htm?id=59>

⁽³⁰⁾ Außer bei einer wirtschaftlichen Abschottung, die darauf beruht, Mobiltelefone, die mit konkurrierenden Mobile Wallets ausgestattet sind, aus dem Sortiment zu streichen, die direkt von den abschottenden Parteien durchgeführt werden könnte.

- b) die Betriebssystementwickler, die Software an die OEM liefern und häufig die Mindesthardwareanforderungen festlegen und bestimmten, welche Apps auf ihren Betriebssystemen laufen und/oder von welchen großen App-Shops die Apps heruntergeladen werden können;
- c) die MNO und MVNO als Anbieter von Airtime;
- d) die Einzelhändler mit Mobiltelefonen und Airtime, sowohl direkte Verkaufskanäle der MNO und MVNO als auch unabhängige Einzelhändler.
- (102) Die Kommission untersucht im Hinblick auf die einzelnen Möglichkeiten der wirtschaftlichen Abschottung, ob die Anmelder in der Lage sind und den Anreiz haben, eine gemeinsame Strategie der wirtschaftlichen Abschottung zu verfolgen. Darüber hinaus hat die Kommission untersucht, ob die Anmelder zusammen mit Banken in der Lage sind und den Anreiz haben, Zahlungen, die nicht über Banken erfolgen, abzuschotten.

Kommerzieller Druck auf OEM, keine eingebauten SE zu installieren oder die vorinstallierten SE zu blockieren

- (103) Die Kommission hat geprüft, ob die Anmelder in der Lage wären und den Anreiz hätten, kommerziellen Druck auf die OEM auszuüben, um sie dazu zu bewegen, keine eingebauten SE auf ihren Mobiltelefonmodellen zu installieren oder ein vorinstalliertes eingebautes SE zu blockieren. Die Kommission hat den kommerziellen Einfluss der Anmelder in Bezug auf die von den Anmeldern selbst für den Vertrieb über ihre direkten Verkaufskanäle bezogenen Mobiltelefone sowie in Bezug auf die von unabhängigen Einzelhändlern bezogenen nicht „gebrandeten“ Mobiltelefone untersucht.
- (104) Eine Reihe von OEM hat auf die während der Marktuntersuchung gestellten Fragen der Kommission geantwortet, dass die MNO manchmal eine spezifische „Betreiber-Variante“ eines bestimmten über ihre eigenen MNO-Einzelhandelskanäle vertriebenen Mobiltelefons erwerben möchten. Aus diesem Grund können die „Betreiber-Varianten“ eines Mobiltelefons ein paar unterschiedliche Merkmale aufweisen, je nach den Wünschen der MNO in Bezug auf die Funktionen, die vom Mobiltelefon unterstützt werden sollen und die sie als vorgeladene Inhalte zu unterstützten gewillt sind. Diese Merkmale (z. B. ein eingebautes SE) würden jedoch in den auf dem Markt frei zugänglichen nicht „gebrandeten“ Varianten der Mobiltelefone zu finden sein, die unabhängigen Einzelhändlern zur Verfügung stehen würden, nachdem sie von den MNO technisch zertifiziert wurden. Diese technische Zertifizierung wird von den MNO allen Mobiltelefonen verliehen, die technisch kompatibel mit ihrem Netz sind, und unterliegt keinen wirtschaftlichen Überlegungen. Dies zeigt sich beispielsweise darin, dass NFC-fähige Mobiltelefone mit eingebauten SE (die als Träger für konkurrierende Mobile Wallets dienen könnten) bereits in großen Mengen von den Anmeldern und von unabhängigen Einzelhändlern im Vereinigten Königreich auf Lager geführt werden. Eine bemerkenswerte Ausnahme bildet die Firma Apple, die keine „Betreiber-Varianten“ anbietet.

- (105) Aus diesem Grund könnten die Anmelder theoretisch die OEM ersuchen, die vorinstallierten SE auf den für ihren eigenen direkten Einzelhandelskanal bestimmten Mobiltelefonen zu entfernen oder zu blockieren. Die Betriebssystem-Provider oder vollständig vertikal integrierten OEM könnten jedoch Gegenstrategien gegen einen solchen Abschottungsversuch in die Wege leiten. Die Betriebssystem-Provider sind viel früher als die MNO am Entwicklungsprozess eines Mobiltelefons beteiligt, und dadurch ist der Einfluss der Anmelder auf die Spezifikationen der Mobiltelefone im Vergleich zum Einfluss der Betriebssystem-Provider beschränkt. Ein Betriebssystem-Provider, der eine solche Anfrage von den Anmeldern erwartet, könnte in einer frühen Phase Einfluss auf die Spezifikationen eines OEM-Mobiltelefons nehmen, indem er dafür sorgt, dass alle Mobiltelefone, die mit seinem Betriebssystem verkauft werden, mit einem funktionierenden eingebauten SE ausgerüstet sind. Dies würde vor allem auf die Firma Google zutreffen, die aufgrund der Kontrolle, die sie über das Betriebssystem Android hat, eine starke Ausgangsposition im Hinblick auf etwaige Verhandlungen mit OEM einnimmt⁽³¹⁾. Der Anteil der verkauften Mobiltelefone, die mit dem Betriebssystem Android ausgestattet sind, ist mit der Zeit deutlich angewachsen, und deswegen nimmt Google eine immer bedeutendere Position auf dem Markt für Mobiltelefone ein. Im Zeitraum 2010-2011 stieg der Marktanteil der Android-Mobiltelefone im Vereinigten Königreich von weniger als 5 % auf ca. 40 %. Vollständig vertikal integrierte OEM, die ein konkurrierendes Wallet auf einem eingebauten SE anbieten würden, könnten auch sicherstellen,

⁽³¹⁾ Siehe Entscheidung der Kommission vom 13. Februar 2012 in der Sache COMP/M.6381 *Google/Motorola Mobility*. Außerdem kommen unabhängige Sachverständige wie folgt überein, auch wenn Google sich auf dem Gebiet des Hardware-Geschäfts weiterentwickelt: „Trotz der offenen Philosophie, auf deren Basis Android erstmals vorgestellt wurde, erwirbt Google kontinuierlich mehr und mehr Kontrolle über die Plattform. Dies geschah anfänglich durch die Herausgabe der eigenen ‚gebrandeten‘ Nexus-Geräte, die die Firma zusammen mit der neuesten Release des Android-Betriebssystems vermarktete; doch hierauf folgte ihre Weigerung, den Code für die tablet-optimierte Honeycomb-Version von Android quelloffen zu machen. Darüber hinaus wird berichtet, dass Google immer mehr darauf achtet, welche OEM frühen Zugang zu den neuesten Releases des Android-Quellcodes erhalten, wodurch im Wesentlichen ein ‚Klub‘ ausgewählter OEM geschaffen wird, die eng an Googles Seite bleiben müssen, um den Zugang zu den fortschrittlichsten technologischen Entwicklungen nicht zu verlieren. Google behält in vielerlei Hinsicht die Kontrolle über das ‚offene‘ Betriebssystem, so hat sich die Firma z. B. den Namen ‚Android‘ als Marke schützen lassen und ist das Gerät mit Google-gebrandeten Kernanwendungen wie Google Mail, Google Maps und Android Marketplace ausgestattet. Hinzu kommt, dass die Apache-2.0-Open-Source-Lizenz, die Google für das Android gewählt hat, bedeutet, dass Google nicht dazu rechtlich verpflichtet ist, den Quellcode freizugeben, was der Grund dafür ist, warum die Firma es geschafft hat, den Honeycomb-Code geheim zu halten. Dies bedeutet, dass die OEM eine enge Beziehung zu Google aufrechterhalten und in der Gunst des Unternehmens vorne liegen müssen, um Zugang zum Quellcode zu haben sowie die beliebten Dienste von Google und die Android-Marke auf ihren Geräten nutzen zu können. Vor diesem Hintergrund ist es klar, dass Google nicht nur darauf bedacht ist, mehr Kontrolle darüber zu gewinnen, von wem Android genutzt wird, sondern auch wie es genutzt wird. An dem Wertzuwachs von Apple, seinem großen Konkurrenten, sieht das Unternehmen klar, welche Vorteile eine größere Kontrolle und eine stärkere vertikale Integration bringen, und deswegen könnte es auch für Google interessant sein, in den Genuss der mit einer stärkeren vertikalen Integration einhergehenden Vorteile zu kommen.“ [...] Bericht, Seite 6, als Anhang 4 dem Vorbringen der Anmelder vom 6. Juni 2012 beigelegt.

dass die Hardware des Mobiltelefons vollständig mit dem Betrieb ihres Mobile Wallets kompatibel ist ⁽³²⁾.

- (106) Hinzu kommt, dass die Fähigkeit zur wirtschaftlichen Abschottung auf der Grundlage der Blockierung oder Deaktivierung des eingebauten SE auf jeden Fall eingeschränkt und mindestens teilweise unwirksam wäre. Die wirtschaftliche Fähigkeit der Anmelder zur Blockierung oder Deaktivierung des vorinstallierten eingebauten SE würde nur zu einer teilweisen Abschottung der konkurrierenden Mobile Wallets führen, da die Anmelder keineswegs die Fähigkeit oder den Anreiz hätten, den indirekten Einzelhandelskanal abzuschotten oder die in den Mobiltelefonen von Apple enthaltenen Wallets abzuschotten, sollte sich Apple dazu entschließen, in den Markt einzusteigen. Unabhängige Einzelhändler nehmen mit einem Marktanteil von bis zu 49 % und mit einem Anteil von 41 % an der Zahl der Einzelhandelsgeschäfte im Vereinigten Königreich eine starke Position auf dem Markt ein. Laut einem Bericht von Mintel ⁽³³⁾ entfallen auf Phones 4U und Carphone Warehouse zusammen 1 258 Geschäfte. Im Vergleich dazu entfallen auf Everything Everywhere 672 Geschäfte, auf Telefónica 450 Geschäfte und auf Vodafone 365 Geschäfte. Auf Three UK entfallen weitere 300 Geschäfte im Vereinigten Königreich.
- (107) Was die Fähigkeit der Anmelder anbelangt, eine wirtschaftliche Abschottung herbeizuführen, indem sie kommerziellen Druck auf die OEM ausüben, um sie zur Blockierung oder Deaktivierung der vorinstallierten eingebauten SE zu bewegen, zieht die Kommission folglich den Schluss, dass die Anmelder höchstens eine teilweise Abschottung bewirken könnten (von der die Mobiltelefone von Apple und die indirekten Einzelhändler ausgeschlossen wären). Dieses Unterfangen könnte vielmehr gänzlich versagen, sollten die Betriebssystem-Provider in der Lage sein, wirksame Gegenstrategien einzusetzen, durch die die Anmelder daran gehindert würden, die Funktionsfähigkeit der eingebauten SE zu blockieren.
- (108) Die Tatsache, dass eine auf der Nicht-Installierung oder Blockierung von eingebauten SE beruhende Strategie der wirtschaftlichen Abschottung nur zu einer teilweisen Abschottung führen würde, lässt darauf schließen, dass die Wirksamkeit und die Anreize zur Verfolgung einer solchen Strategie bedeutend eingeschränkt wären, da der durch die Abschottung erzielte Mehrertrag begrenzt wäre. Dies wird durch die starke Asymmetrie unterstrichen,

⁽³²⁾ RIM, der Hersteller von Blackberry-Mobiltelefonen, hat kürzlich bekannt gegeben, dass der Entwicklung von NFC-Apps im Zusammenhang mit seinen Blackberry-Smartphones Priorität eingeräumt wird. Seinen Aussagen nach werde RIM in den nächsten zwölf Monaten verstärkt seine Aufmerksamkeit der NFC widmen (siehe <http://www.forbes.com/sites/elizabethwoyke/2011/11/08/rim-plans-big-push-for-nfc-enabled-blackberry-apps/>). Die Kommission nimmt jedoch Kenntnis von den Veränderungen bei RIM, das zurzeit einigen Umstrukturierungsmaßnahmen unterzogen zu werden scheint. Blackberry dürfte über die notwendige Macht in der Mobilfunk-Lieferkette verfügen, um sicherstellen zu können, dass die beliebten Mobiltelefone ihren Weg auf den Markt finden werden. Gemäß [...] waren im 1. Quartal 2012 drei Blackberry-Mobiltelefone unter den Top Ten der von den Kunden mit einem Vertrag mit nachträglicher Abrechnung im Vereinigten Königreich verwendeten Mobiltelefone vertreten (siehe das Vorbringen der Anmelder „No commercial ability to foreclose rival wholesale mobile wallet platform services“ betreffend die fehlende wirtschaftliche Fähigkeit zur Abschottung konkurrierender Mobile-Wallet-Plattformdienste für Großkunden, Seite 35).

⁽³³⁾ Mintel, *Telecoms Retailing* (Januar 2011), Abbildung 27.

die zwischen den erwarteten Gewinnen des JV Co und den Gewinnen der Anmelder auf dem Einzelhandelsmarkt für Mobiltelefoniedienste besteht. Die Bruttogewinne aus der Tätigkeit der Anmelder auf dem Einzelhandelsmarkt für Mobiltelefoniedienste (einschließlich der Gewinne aus Zusammenschaltungen und abzüglich der Kundenakquisitionskosten) sind nach groben Schätzungen ungefähr [...] Mal höher als die voraussichtlichen Gewinne, die das JV Co nach der ersten Anlaufphase erzielen wird ⁽³⁴⁾.

- (109) Die Anmelder haben zudem aufgezeigt, dass sich die Wettbewerbsbedingungen auf dem Markt für Werbendienste und dem Markt für Datenanalysen deutlich von denen des Großkundenmarktes für Mobile-Wallet-Dienste unterscheiden. Darüber hinaus sind die Einnahmen und Gewinne aus diesen zwei Tätigkeitsbereichen nicht direkt mit den Transaktionen des JV Co verbunden und sie wären auch nicht direkt von einer Strategie betroffen, die zur Abschottung von konkurrierenden Mobile-Wallet-Anbietern führt.
- (110) Hinzu kommt, dass eine negative Verbraucherreaktion auf die Behinderung konkurrierender Mobile-Wallet-Angebote den wichtigsten Mechanismus darstellt, durch den eine wirtschaftliche Abschottung zu Verlusten auf dem Einzelhandelsmarkt für Mobilfunkdienste führen würde. Die Wettbewerber könnten außerdem Gegenstrategien in die Wege leiten, um die negative Verbraucherreaktion zu verstärken. Durch diese Gegenstrategien würden die konkurrierenden Mobile Wallets für die Verbraucher attraktiv werden, was die Kosten der Abschottung erhöhen würde.
- (111) Alle diese Faktoren zusammengenommen bedeuten, dass die wirtschaftliche Abschottung die einzelnen Anmelder dazu motivieren würde, von dem Vorgehen Abstand zu nehmen, um jede negative Verbraucherreaktion auf die Behinderung ihres Mobilfunkangebots zu vermeiden und einen Vorteil gegenüber den anderen sich an der Abschottungsmaßnahme beteiligenden Anmeldern zu gewinnen. Anmelder, die von der Abschottungsmaßnahme abweichen würden, würden zudem den Verlust von Marktanteilen an die sich nicht am JV Co beteiligenden MNO und MVNO vermeiden.
- (112) Im Allgemeinen scheint es sehr wahrscheinlich, dass mindestens einer der Anmelder motiviert wäre, in seinem eigenen Interesse von einer gemeinsamen Strategie der wirtschaftlichen Abschottung abzuweichen, die darauf beruhen würde, Druck auf die OEM auszuüben, die vorinstallierten eingebauten SE zu blockieren. Dies würde zur Untergrabung einer gemeinsamen Strategie der wirtschaftlichen Abschottung führen.
- (113) Was die auf einer stillschweigenden und anhaltenden Koordinierung zwischen den Anmeldern beruhende gemeinsame Abschottungsstrategie anbelangt, ist es unwahrscheinlich, dass im Fall einer wirtschaftlichen Abschottung alle im *Airtours-Urteil* ⁽³⁵⁾ festgelegten Bedingungen erfüllt würden.

⁽³⁴⁾ Siehe zum Beispiel die Antworten der Anmelder auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 31. Mai 2012, 8. Juni 2012 und 14. Juni 2012.

⁽³⁵⁾ Sache T-342/99 *Airtours/Kommission*, Sammlung der Rechtsprechung 2002 Seite II-02585.

- (114) Erstens wäre es schwierig, eine koordinierte wirtschaftliche Abschottung durchzuführen, da hierbei das Ergebnis von bilateralen Verhandlungen zwischen den einzelnen Anmeldern und Dritten eine wichtige Rolle spielt, wobei diese Verhandlungen geheim und von der Verhandlungsfähigkeit der einzelnen Verhandlungsparteien abhängig sind.
- (115) Zweitens könnte eine koordinierte Abschottung intern instabil sein, da die einseitigen Vorteile einer Abweichung von der Strategie unter Umständen die Kosten einer nach dem Zusammenbruch des koordinierten Vorgehens drohenden Strafe überwiegen würden. In Anbetracht der bedeutenden Asymmetrie zwischen den Gewinnen auf dem Einzelhandelsmarkt für Mobilfunkdienste und den voraussichtlichen Gewinnen aus den Transaktionen des JV Co kann davon ausgegangen werden, dass die Strafdrohung nicht ausreichend sein dürfte, den Anreiz zur Abweichung zu überwiegen. Darüber hinaus würden Abweichungen von einer koordinierten Abschottung wahrscheinlich erst verzögert auf diesem Markt festgestellt werden, da kommerzielle Verhandlungen geheim sind und eine Abweichung erst festgestellt würde, sobald das betreffende Mobiltelefon auf den Markt käme. Dies würde zu einer weiteren Schmälerung der Wirksamkeit etwaiger Strafmechanismen führen, was die Aufrechterhaltung eines Kartells noch mehr erschweren würde.
- (116) Auf der Grundlage der vorerwähnten Untersuchung zieht die Kommission den Schluss, dass es im Allgemeinen sehr unwahrscheinlich ist, dass die Anmelder in der Lage wären und den Anreiz hätten, eine gemeinsame Abschottungsstrategie zu verfolgen, die darauf ausgerichtet wäre, Druck auf die OEM auszuüben, die vorinstallierten eingebauten SE zu blockieren, die als Träger für ein konkurrierendes Mobile Wallet dienen könnten.
- Beeinflussung der Betriebssystementwickler und OEM betreffend die Blockierung von Mobile-Wallet-Apps*
- (117) Die Kommission hat geprüft, ob die Anmelder in der Lage wären und den Anreiz hätten, Einfluss auf die Betriebssystementwickler und OEM auszuüben, um sie dazu zu bewegen, das Vorinstallieren von Mobile-Wallet-Apps auf Mobiltelefonen zu blockieren oder Mobile-Wallet-Apps von Mobiltelefonen zu entfernen.
- (118) Eine Reihe der Befragten wies während der Marktuntersuchung darauf hin, wie wichtig das Vorinstallieren von Apps sei, und merkte an, dass die Anmelder Einfluss darauf nehmen könnten, wo eine bestimmte App auf dem Display ihrer „Betreiber-Variante“ eines Mobiltelefons angezeigt wird.
- (119) Konkurrierende Mobile-Wallet-Anbieter könnten jedoch Gegenmaßnahmen ergreifen, indem sie eine markante Stelle im App-Shop für ihre Mobile Wallets wählen würden. Die Betriebssystem-Provider könnten darüber hinaus unter Vorwegnahme von OEM-Anfragen die Mobile-Wallet-App ans Betriebssystem binden. Eine solche Gegenstrategie könnte insbesondere von Google verfolgt werden, das, zum Beispiel, die Möglichkeit hat, über seine Vereinbarungen mit den OEM betreffend den Vertrieb von mobilen Apps, in denen festgelegt ist, welche mobilen App-Suites von Google in einem Mobiltelefon vorinstalliert sind, Einfluss auf die Wahl der Software zu nehmen. Wie wirksam eine solche Strategie potenziell sein kann, sieht man auch an dem Einfluss, den Google zurzeit auf dem Markt für mobile Betriebssysteme hat.
- (120) Aufgrund der begrenzten Wirksamkeit einer wirtschaftlichen Abschottung, die darauf beruht, Druck auf die OEM auszuüben, keine eingebauten SE zu installieren oder vorinstallierte eingebaute SE zu blockieren, sowie der Kraft der von den konkurrierenden Mobile-Wallet-Anbietern verfolgten Gegenstrategien, ist nicht davon auszugehen, dass die Anmelder wirtschaftlich dazu in der Lage sind, eine Abschottung durch die Blockierung konkurrierender Mobile-Wallet-Apps herbeizuführen.
- (121) Der Großteil der Argumente betreffend die Anreize zur Verfolgung der ersten im Abschnitt über Abschottung erörterten Strategie der wirtschaftlichen Abschottung, die darauf beruht, Druck auf die OEM auszuüben, keine eingebauten SE zu installieren oder die vorinstallierten eingebauten SE zu blockieren, trifft auch auf die wirtschaftliche Strategie zu, die darauf beruht, die Betriebssystementwickler oder OEM dazu zu bewegen, Mobile Wallets zu blockieren.
- (122) Auf der Grundlage der vorerwähnten Untersuchung zieht die Kommission den Schluss, dass es im Allgemeinen sehr unwahrscheinlich ist, dass die Anmelder in der Lage wären oder den Anreiz hätten, eine gemeinsame Abschottungsstrategie zu verfolgen, die darauf ausgerichtet wäre, die Betriebssystementwickler oder OEM insofern zu beeinflussen, dass sie Mobile-Wallet-Apps blockieren oder entfernen.
- Benachteiligung von Mobiltelefonen, die konkurrierende Mobile Wallets enthalten, oder ihre Streichung aus dem Sortiment*
- (123) Die Kommission hat geprüft, ob die Anmelder in der Lage wären und den Anreiz hätten, Mobiltelefone, auf denen konkurrierende Mobile Wallets betrieben werden könnten, zu benachteiligen oder aus dem Sortiment zu streichen.
- (124) Aufgrund der Tatsache, dass aus dem Sortiment gestrichene oder benachteiligte Mobiltelefone, die konkurrierende Mobile Wallets enthalten könnten, über alternative Kanäle durch unabhängige Händler ihren Weg auf den Markt finden könnten, würde die Strategie der MNO, Mobiltelefone, die konkurrierende Mobile Wallets enthalten, in ihren eigenen Mobilnetzen aus dem Sortiment zu streichen oder zu benachteiligen, nur zu einer teilweisen Abschottung des Marktes führen. Eine solche Strategie wäre darüber hinaus mit hohen wirtschaftlichen Kosten verbunden. Die Wettbewerber könnten Gegenstrategien in die Wege leiten, durch die die konkurrierenden Mobile Wallets für Kunden attraktiv würden, was die Kosten der Abschottung erhöhen würde.
- (125) Die Streichung der mit konkurrierenden Mobile Wallets ausgestatteten Mobiltelefone aus dem Sortiment würde bedeuten, dass diese Mobiltelefone in dem von den Anmeldern kontrollierten direkten Einzelhandelskanal nicht mehr auf Lager geführt würden. Die Benachteiligung der mit konkurrierenden Mobile Wallets ausgestatteten Mobiltelefone wäre eine etwas subtilere Art der Abschottung. Diese Strategie beruht darauf, dass in dem von den Anmeldern kontrollierten direkten Einzelhandelskanal die Zuschüsse auf solche Mobiltelefone gesenkt würden.

(126) Der Großteil der Argumente betreffend Anreize, die in dem Abschnitt zu der Abschottungsstrategie gemacht wurden, die darauf beruht, kommerziellen Druck auf die OEM auszuüben, keine eingebauten SE zu installieren oder die vorinstallierten eingebauten SE zu blockieren, trifft auch auf die Strategie der wirtschaftlichen Abschottung zu, die darauf beruht, Mobiltelefone aus dem Sortiment zu streichen oder zu benachteiligen.

(127) Auf der Grundlage der vorerwähnten Untersuchung zieht die Kommission den Schluss, dass die Anmelder höchstwahrscheinlich nicht in der Lage wären oder den Anreiz hätten, eine gemeinsame Abschottungsstrategie zu verfolgen, die darauf beruhen würde, Mobiltelefone zu benachteiligen oder aus dem Sortiment zu streichen.

Motivierung der unabhängigen Händler, Mobiltelefone zu vermarkten, die keine konkurrierenden Mobile Wallets enthalten, oder bestimmte Voreinstellungen zugunsten des Mobile Wallet der Anmelder festzulegen

(128) Die Kommission hat geprüft, ob die Anmelder in der Lage wären und den Anreiz hätten, unabhängige Händler dazu zu motivieren, Mobiltelefone zu vermarkten, die keine konkurrierenden Mobile Wallets enthalten, oder bestimmte Voreinstellungen zugunsten des Mobile Wallet der Anmelder festzulegen.

(129) Um einen vorsichtigen Ansatz in Bezug auf die Strategie der wirtschaftlichen Abschottung zu verfolgen, die darauf beruht, unabhängige Händler dazu zu motivieren, Mobiltelefone zu vermarkten, die keine konkurrierenden Mobile Wallets enthalten, oder bestimmte Voreinstellungen zugunsten des Mobile Wallet der Anmelder festzulegen, bewertet die Kommission diese Strategie der wirtschaftlichen Abschottung in Verbindung mit einer der drei oben erörterten Strategien (Abschottung des von den Anmeldern kontrollierten direkten Einzelhandelskanals).

(130) Verglichen mit den Abschottungsstrategien, die auf den direkten Einzelhandelskanal ausgerichtet sind, wären die Anmelder in einer schwierigeren Lage, wollten sie ihre Wettbewerber durch eine Strategie wirtschaftlich abschotten, die auf der Motivierung unabhängiger Einzelhändler beruht. Während die Anmelder in der Lage sein könnten, unabhängigen Einzelhändlern Anreize zu bieten, wie sie dies bereits durch Provisionen und [...]*-Zuschüsse tun (obgleich diese eindeutig nicht auf Mobiltelefone bezogen zu sein scheinen), ist zu berücksichtigen, dass auch die OEM und die Betriebssystem-Provider den unabhängigen Einzelhändlern selektive Marketing-Zuschüsse gewähren und gleichzeitig eine Gegenstrategie verfolgen könnten, um Anreize für den Verkauf von Mobiltelefonen auf dem freien Markt zu schaffen, die konkurrierende Mobile Wallets enthalten. Die Kommission ist insbesondere der Ansicht, dass ein potenzieller neuer Wettbewerber auf dem Markt für Mobile Wallets Einnahmenaufteilungsverträge mit den OEM schließen könnte, um sicherzustellen,

dass Mobiltelefone mit eingebauten SE ausgestattet sind. Hinzu kommt, dass es nicht einsehbar ist, weshalb die Anmelder mehr dazu motiviert sein sollten als die OEM oder die Betriebssystem-Provider, auf bestimmte Mobiltelefone Zuschüsse zu geben, um den Mobile-Wallet-Markt abzuschotten.

(131) Das heißt, dass während die Anmelder an sich wirtschaftlich dazu in der Lage wären, unabhängige Einzelhändler dazu zu motivieren, Mobiltelefone zu vermarkten, die keine konkurrierenden Mobile Wallets enthalten, oder bestimmte Voreinstellungen zugunsten des Mobile Wallets der Anmelder festzulegen, könnte die Wirksamkeit einer solchen Strategie bedeutend durch ähnliche Gegenstrategien Dritter beeinträchtigt werden.

(132) Einige der in den vorhergehenden Abschnitten zu den anderen wirtschaftlichen Abschottungsstrategien gemachten Argumente betreffend Anreize treffen auch auf die Strategie der wirtschaftlichen Abschottung zu, die darauf beruht, unabhängige Händler dazu zu motivieren, Mobiltelefone zu vermarkten, die keine konkurrierenden Mobile Wallets enthalten, oder bestimmte Voreinstellungen zugunsten des Mobile Wallets der Anmelder festzulegen.

(133) Den Anmeldern würden bedeutende Kosten entstehen, sollten sie versuchen, den unabhängigen Wiederverkäufern bessere Konditionen als die OEM oder die Betriebssystem-Provider anzubieten, um ihre Unterstützung in Bezug auf eine wirksame Abschottung der konkurrierenden Angebote im indirekten Einzelhandelskanal zu gewinnen. Dies würde wiederum die Kosten der Abschottung in die Höhe treiben und abermals die Anreize der einzelnen Anmelder zur Abweichung von dieser Strategie der wirtschaftlichen Abschottung bestärken. Aus diesem Grund ist nicht davon auszugehen, dass eine Abschottungsstrategie, die darauf beruht, die Einzelhändler dazu zu motivieren, Mobiltelefone zu vermarkten, die keine konkurrierenden Mobile Wallets enthalten, oder bestimmte Voreinstellungen zugunsten des Mobile Wallets der Anmelder festzulegen, eine Abschottung des indirekten Einzelhandelskanals nach sich ziehen wird.

Potenzielle Abschottung der Zahlungslösungen von Nichtbanken

(134) Die Kommission ist der Ansicht, dass das JV Co nichts daran ändern würde, inwieweit die Banken imstande und motiviert wären, Zahlungssysteme von Nichtbanken nach der Schaffung des JV Co zu benachteiligen, im Vergleich zu einem Szenario, in dem jeder Teilhaber sein eigenes Mobile Wallet anbieten würde, da Banken keine Teilhaber des Vorhabens sind.

(135) Die Kommission zieht den Schluss, dass es sehr unwahrscheinlich ist, dass die Banken und die MNO ein gemeinsames Interesse an der Abschottung von Zahlungssystemen von Nichtbanken haben würden.

Allgemeine Schlussfolgerung

- (136) Die Kommission zieht den Schluss, dass es unwahrscheinlich ist, dass die Anmelder in der Lage sind und den Anreiz haben, eine wirtschaftliche Abschottung zu verfolgen.

Massen-SMS-Dienste

- (137) Das JV Co würde auch als ein Aggregator auf dem Markt für Massen-SMS für Endkunden fungieren, der Originierungs- und Terminierungsleistungen auf dem Markt für die Erbringung von Massen-SMS-Diensten für Großkunden im Vereinigten Königreich von den MNO kauft.
- (138) Der vorgelagerte Markt für die Erbringung von Massen-SMS-Diensten auf Großkundenebene umfasst zwei Hauptelemente: die Übermittlung der Nachricht vom Sender (d. h. von JV Co oder einem Aggregator) an das Mobilfunknetz, dessen Teilnehmer der beabsichtigte Empfänger ist (das Heimatnetz), und die Übermittlung durch das Heimatnetz an das Mobiltelefon des Empfängers.
- (139) Die Lieferung von Massen-SMS für Großkunden kann nur von den MNO angeboten werden und sie wird von allen MNO im Vereinigten Königreich auf Wettbewerbsbasis angeboten. Die Aggregatoren schließen in der Regel einen Vertrag mit einem MNO betreffend die Lieferung all ihrer Massen-SMS-Nachrichten ab, ungeachtet des Heimatnetzes der einzelnen Nachrichtempfänger. Die MNO können diesen Dienst, der sowohl die On-net- als auch die Off-net-Lieferung einschließt, aufgrund der zwischen den MNO bestehenden Rahmenübereingabevereinbarungen betreffend den Austausch von SMS-Nachrichten anbieten.
- (140) Für die Aggregation wird ein Computer benötigt, der mit einer Software für die Originierung von Nachrichten ausgestattet und mit einem global vernetzten MNO verbunden ist, der über seine Rahmenübereingabevereinbarungen mit anderen MNO SMS-Nachrichten an jeden beliebigen Zielort leiten kann. Aggregatoren, die ausreichende Mengen an Nachrichten an ein bestimmtes Netz leiten, um die Investition zu rechtfertigen, gehen in der Regel ihre eigenen Übereingabevereinbarungen mit den einzelnen Netzen betreffend den Versand von Nachrichten an die Mobilfunkteilnehmer (und von den Mobilfunkteilnehmern) des betreffenden Netzes ein.
- (141) Die Kommission beurteilte, ob die Position der Anmelder, die sie gemeinsam auf dem vorgelagerten Großhandelsmarkt für Massen-SMS einnehmen würden, zu einer Abschottung der mit JV Co auf dem Endkundenmarkt für Massen-SMS konkurrierenden Massen-SMS-Aggregatoren führen könnte, sollten sich die Anmelder weigern, die von den konkurrierenden Aggregatoren stammenden Massen-SMS in ihren Netzen zu terminieren, oder sollten sie den Wettbewerbern von JV Co höhere Terminierungsentgelte in Rechnung stellen. Der überwiegende Teil der Befragten ist der Ansicht, dass ihnen die Anmelder nach wie vor Terminierungsleistungen für Massen-SMS-Dienste anbieten würden.
- (142) Auf der Grundlage der Marktuntersuchung geht die Kommission davon aus, dass die Anmelder wahrscheinlich nicht in der Lage sein würden, zwischen den vom JV Co und den von ihren Wettbewerbern versandten Mas-

sen-SMS, die in ihren Netzen terminiert werden sollen, zu diskriminieren; aus diesem Grund ist es unwahrscheinlich, dass die Anmelder eine Abschottungsstrategie verfolgen werden.

- (143) Darüber hinaus wäre es schwierig, eine koordinierte Abschottung zu erzielen. Insbesondere in Anbetracht der mangelnden Transparenz auf dem Großhandelsmarkt und der sich schnell ändernden Marktanteile wären die Anmelder nur sehr begrenzt in der Lage, sich auf einer Abschottungsstrategie zu einigen.
- (144) Abschließend ist zu vermerken, dass das Vorhaben auf keinem der mit den Massen-SMS-Diensten von JV Co im Zusammenhang stehenden Märkte bedeutende Hindernisse für einen wirksamen Wettbewerb schaffen dürfte.

4.3 Nicht horizontale Effekte — konglomerale Effekte

- (145) Die Kommission untersuchte, wie wichtig es für einen konkurrierenden MNO bzw. MVNO wäre, ein Mobile Wallet anbieten zu können, um ein glaubwürdiger Wettbewerber auf dem Einzelhandelsmarkt für Mobiltelefoniedienste zu bleiben.
- (146) Der Großteil der bei der Marktuntersuchung Befragten erwartet, dass es, zumindest auf kurze Sicht, für die Verbraucher bei der Wahl eines Mobiltelefon- oder Airtime-Vertrags mit einem MNO keine entscheidende Rolle spielen wird, ob ein Mobile Wallet angeboten wird oder nicht.
- (147) Darüber hinaus, auch wenn in der Zukunft das Angebot eines Mobile Wallet ein Muss wäre — eine Ansicht, die von Three UK stark vertreten wird⁽³⁶⁾ —, ist es wahrscheinlich, dass Three UK in der Lage wäre, den Kunden sein eigenes Mobile Wallet anzubieten, möglicherweise in Partnerschaft mit Dritten wie Google oder Finanzinstituten.
- (148) Aus diesem Grund wird der Schluss gezogen, dass höchstwahrscheinlich keine wettbewerbsrechtlichen Bedenken aufgrund von konglomeralen Auswirkungen durch die Schaffung des JV Co entstehen würden.

4.4 Horizontale Effekte

- (149) Die Kommission hat zudem geprüft, ob das Vorhaben horizontale wettbewerbsrechtliche Bedenken hervorrufen wird. Die in diesem Abschnitt erörterte Beurteilung ist in zwei Teile aufgeteilt, wobei sich der erste Teil dem Großhandelsmarkt für die Erbringung von Mobile-Wallet-Plattformdiensten und der zweite Teil den Märkten für die Erbringung von mobilen Werbediensten und Datenanalysen widmet. Die unmittelbarste Auswirkung des Zusammenschlusses wird der Verlust des Wettbewerbs zwischen den fusionierenden Unternehmen sein.

⁽³⁶⁾ Three UK bringt vor, dass die Verfügbarkeit eines Mobile Wallet künftig eine Schlüsselrolle im Wettbewerb spielen wird, nämlich wenn die Verbraucher ihre Entscheidung über die von den Betreibern angebotenen Tarifpläne treffen werden, da die Multifunktionalität von Mobiltelefonen zunehmen wird und das Mobile Wallet der nächste Schritt in einer bereits vor sich gehenden natürlichen Entwicklung sein wird, indem es zu einem nicht mehr wegzudenkenden Element, einem integralen Bestandteil, eines Mobiltelefons wird, wie der Fotoapparat oder der Internetzugang.

Großhandelsmarkt für die Erbringung von Mobile-Wallet-Plattform- und sicheren Speicherdiensten

- (150) Das JV Co wird ein neuer Teilnehmer auf dem neu entstehenden Großhandelsmarkt für die Erbringung von Mobile-Wallet-Plattformdiensten sein. Die Anmelder sind entweder neue Marktteilnehmer (zum Beispiel mit dem Orange/Barclaycard Quicktap-Produkt und dem Telefónica O2-Wallet) oder potenzielle Marktteilnehmer. Sie sind auch entweder neue Marktteilnehmer oder potenzielle Marktteilnehmer auf dem möglichen Markt für sichere Speicherdienste.
- (151) Die Kommission hat die Hindernisse untersucht, die neuen oder potenziellen Teilnehmern auf diesem neu entstehenden Markt für Mobile-Wallet-Plattform- und sichere Speicherdienste im Wege stehen. In einer Reihe von Ländern wurde bereits eine Reihe von Initiativen angekündigt. Im Vereinigten Königreich wurde auch eine Reihe von Initiativen in die Wege geleitet. Zu den potenziellen Marktteilnehmern zählen Banken und Finanzinstitute, andere MNO/MVNO (insbesondere Three UK) und Online- oder OTT-Akteure wie Google und PayPal. Die Kommission ist auch der Ansicht, dass Apple wahrscheinlich in den Markt einsteigen würde, wenn die Marktbedingungen günstig wären. Neben SIM-basierten SE wären auch eingebaute SE sowie SE auf zusätzlicher Hardware (Sticker, Tags etc.) zugänglich. Wie oben in den Abschnitten über vertikale und konglomerale Effekte beschrieben, werden die Anmelder weder in der Lage sein noch den Anreiz haben, die Zugänger auf diesem Markt abzuschotten. Daraus lässt sich schließen, dass die Anmelder nicht in der Lage wären, Zugänger auf dem nachgelagerten Einzelhandelsmarkt für Mobile Wallets abzuschrecken.
- (152) Aus diesem Grund zieht die Kommission den Schluss, dass das Vorhaben zu keiner erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen dürfte, da das JV Co mit einer Reihe von anderen Marktteilnehmern im Wettbewerb stehen würde. Das Vorhaben dürfte folglich den wirksamen Wettbewerb keineswegs bedeutend behindern, auch wenn es den potenziellen Wettbewerb zwischen den Anmeldern beseitigen wird, da wichtige Unternehmen (wie Google, Apple) nicht davon abgehalten werden können, in den neu entstehenden Markt einzusteigen und wirksam mit dem JV Co in Wettbewerb zu treten.

Datenanalyseedienste

- (153) Zurzeit bietet keiner der Anmelder Datenanalyseedienste in Bezug auf Online- und Offline-Werbung und Transaktionen an. Das JV Co wird auf dem Markt für die Erbringung von Datenanalyseediensten in Bezug auf Online- und Offline-Werbung und Transaktionen im Vereinigten Königreich tätig sein, wobei es Meldungsanalysen, Geschäftsentwicklungsanalysen und Loyalitätsanalysen bereitstellen wird.
- (154) Das JV Co wird Elemente aller drei Formen der Datenanalyseedienste anbieten. Das JV Co wird jedoch nicht die

Datenanalyseedienste bereitstellen⁽³⁷⁾, sondern es wird einige Analysen von Webtrends anbieten, die die betreffenden Unternehmen auch bereitstellen. Dementsprechend wird das JV Co keine reinen Daten verkaufen (wie dies BlueKai oder Experian tut), sondern die durch die Anwendung der Analyseedienste generierten Informationen anbieten.

- (155) Die dem JV Co zur Verfügung stehenden Informationen stehen jedoch zum Großteil auch den bestehenden und den neuen Marktteilnehmern wie Google, Apple, Facebook, den Kartenausstellern, Kreditauskunftsbüros oder Einzelhändlern zur Verfügung⁽³⁸⁾. Darüber hinaus gibt es andere Möglichkeiten, große Zahlen von Verbrauchern zu erreichen, zum Beispiel als Versorgungsdienstleister (beinahe alle Verbraucher nehmen Versorgungsdienstleister in Anspruch). Ferner wird zudem eingeräumt, dass andere Unternehmen wie RIM vom Mobiltelefon aus Zugang zu einer ähnlichen Menge an Daten wie das JV Co hätten.
- (156) Die Kommission beurteilte auch, ob die einzelnen Anmelder ohne das Vorhaben in der Lage wären, getrennt (mobile) Datenanalyseedienste zu erbringen. Der überwiegende Teil der Befragten betrachtete dies als möglich. Viele der während der Marktuntersuchung Befragten sind nichtsdestotrotz der Ansicht, dass es wirksamer sei, das JV Co als eine einzige Ansprechstelle zur Verfügung zu haben, und dass es keinen Grund gäbe, die Investition allein wegen der Erbringung dieses Dienstes zu vollziehen, da die Datenanalyse für sie keinen Kerngeschäftsbereich darstelle.
- (157) Unter Berücksichtigung aller zur Verfügung stehenden Informationen gelangt die Kommission zum Schluss, dass das JV Co in der Tat in der Lage wäre, unterschiedlichste Verbraucherinformationen auf allen möglichen Untermärkten einzuholen, die für seine (mobilen) Datenanalyse- und Werbedienste von hohem Nutzen wären. Viele andere starke und etablierte Marktteilnehmer sind jedoch auch in der Lage, ähnliche Lösungen wie das JV Co anzubieten. Aus diesem Grund würde es zu keiner Abschottung der anderen, mit dem JV Co konkurrierenden, Werbediensteanbieter von wesentlichen Einsatzmitteln kommen und hätte die Gründung des JV Co keine nachteilige Auswirkung auf den Wettbewerb auf dem Markt für (mobile) Datenanalyse-, Marktforschungs- oder Marketinginformationsdienste. Die Frage, ob die Anmelder ohne das Vorhaben einzeln in den Markt einsteigen hätten können, kann somit offen gelassen werden.

- (158) Aus diesem Grund wird das Vorhaben wahrscheinlich auf keinem der möglichen Märkte, die mit den Datenanalyseediensten von JV Co im Zusammenhang stehen, eine bedeutende Behinderung wirksamen Wettbewerbs nach sich ziehen.

⁽³⁷⁾ [...]*

⁽³⁸⁾ Durch die fehlende Abschottung in Bezug auf die Transaktionstätigkeiten kann auch einfacher sichergestellt werden, dass diese Unternehmen nach der Verwirklichung des Vorhabens in der Lage sein werden, die einschlägigen Daten zu erheben.

Werbedienste

- (159) Das JV Co wird als ein Werbevermittler fungieren, der eine Reihe von Werbediensten anbietet, darunter folgende: nicht suchgebundene Werbung (über die am JV Co beteiligten MNO oder MVNO und die Inventare von Dritten), Push-SMS, „intelligente“ Massen-SMS und Pull-Messaging (Coupons und Gutscheine).
- (160) Die Kommission beurteilte die Auswirkungen, die die Gründung des JV Co auf dem Markt für die Vermittlung mobiler Werbedienste und allen möglichen Untermärkten haben würde. Viele Dienste sind erst im Entstehen begriffen, obgleich Analysten in nächster Zukunft eine bedeutende Weiterentwicklung auf diesem Gebiet erwarten ⁽³⁹⁾.
- (161) Keiner der Anmelder bietet zurzeit getrennt Vermittlungsdienste in Bezug auf eine Art der digitalen Werbung an. Jeder von ihnen verkauft zurzeit nur sein eigenes Inventar in einem sehr begrenzten Ausmaß.
- (162) Die Kommission ist der Ansicht, dass sich das JV Co auf einem Markt für mobile Werbung im Allgemeinen starken globalen Wettbewerbern wie Google (DoubleClick, AdMob, Admeld), Apple (Quattro Wireless/iAd), Yahoo! (Blue Lithium und RightMedia), Microsoft (Screentonic, aQuantive), AOL (AOL Advertising), WPP (24/7 RealMedia) oder unabhängigen mobilen Werbenetzen wie Millennial Media gegenübersehen würde. Auf einem solchen Markt würde das JV Co als eine Alternative zu diesen etablierten Marktteilnehmern fungieren.
- (163) Die Kommission beurteilte, ob das JV Co auf einem engeren Markt für gezieltes Marketing-Messaging und insbesondere auf den möglichen Untermärkten für „intelligente“ Massen-SMS und Push-SMS zu einem starken Akteur werden würde, indem es Zugang zu den Endkunden der Anmelder hätte und ihnen gezielte Marketingnachrichten schicken könnte.
- (164) Der Markt für gezieltes Marketing-Messaging (und insbesondere für Push-SMS und „intelligente“ Massen-SMS) ist zurzeit unbedeutend verglichen mit mobiler Werbung. Hinzu kommt, dass JV Co nicht das einzige Unternehmen wäre, das gezielte SMS-Nachrichten bereitstellen könnte, da es eine Reihe von Marktteilnehmern gibt (wie Apple oder Google) ⁽⁴⁰⁾, die ebenfalls die Mobiltelefonnummern (von den meisten) ihrer Kunden sowie andere Kundeninformationen zur Verfügung haben und einfach einen ähnlichen Dienst aufstellen oder die erforderlichen Daten Dritten anbieten könnten ⁽⁴¹⁾. Andere Marktteilnehmer wie Kreditkartenaussteller, Zahlungssystemanbieter, Einzelhändler und Kreditauskunftsbiros könnten, möglicherweise in gegenseitiger Zusammenarbeit, ebenfalls einschlägige Angebote entwickeln oder Dritten Daten bereitstellen.
- (165) Darüber hinaus ist festzustellen, dass sogar bei der engsten möglichen Marktabgrenzung, die nur Push-SMS und „intelligente“ Massen-SMS umfassen würde, wahrscheinlich genügend Wettbewerbsdruck auf das JV Co durch alternative Formen des Messaging wie IP-Push-Benachrichtigungen oder E-Mail-Messaging ausgeübt würde.
- (166) Die Kommission zieht den Schluss, dass das Vorhaben wahrscheinlich auf keinem der möglichen Märkte, die mit den Werbediensten von JV Co im Zusammenhang stehen, den wirksamen Wettbewerb bedeutend behindern wird.

Koordinierung auf dem Einzelhandelsmarkt für Mobiltelefonie

- (167) Die Kommission untersuchte ferner gemäß dem Artikel 2 Absatz 4 der Fusionskontrollverordnung, ob das JV Co einen Koordinierungsspielraum unter den Anmeldern auf dem Einzelhandelsmarkt für Mobiltelefonie schaffen würde, der gemäß den Kriterien von Artikel 101 Absätze 1 und 3 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union beurteilt werden müsste. Zu einer Einschränkung des Wettbewerbs nach Artikel 101 Absatz 1 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union kommt es dann, wenn die Koordinierung des Wettbewerbsverhaltens der Gründerunternehmen wahrscheinlich und spürbar ist sowie aus der Schaffung des Gemeinschaftsunternehmens resultiert ⁽⁴²⁾.
- (168) Alle drei Anmelder sind auf dem Einzelhandelsmarkt für Mobiltelefonie im Vereinigten Königreich tätig und werden ihre einschlägigen Tätigkeiten aufrechterhalten. Dieser Markt ist ein benachbarter Markt zu den Märkten für die Tätigkeiten des JV Co.
- (169) Die Schaffung des JV Co wird sich jedoch wahrscheinlich nicht auf die wichtigsten Parameter des Wettbewerbs auf dem Einzelhandelsmarkt für Mobiltelefonie wie die Verfügbarkeit verschiedener Mobiltelefone oder den Umfang der pauschal angebotenen Minuten, Daten oder Textnachrichten auswirken.
- (170) Die Kommission zieht den Schluss, dass sich keine praktische Möglichkeit für die Koordinierung der Anmelder im Einzelhandelsmarkt für Mobiltelefonie durch das JV Co ergeben sollte.

V. EFFIZIENZGEWINNE

- (171) Die allgemeine Auswirkung des Vorhabens wird auch von den Effizienzgewinnen abhängen, die das Vorhaben mit sich bringen dürfte. Während es kaum wettbewerbs-hemmende Auswirkungen ungeachtet der Effizienzgewinne gibt, fließen diese Effizienzgewinne in die allgemeine wettbewerbsrechtliche Würdigung des Vorhabens ein.

⁽³⁹⁾ Ofcom-Bericht von August 2011, Seiten 201-202.

⁽⁴⁰⁾ Die Anmelder heben hervor, dass zum Beispiel Apple und Google die Mobiltelefonnummern erheben, wenn sich Kunden für iTunes oder Google Play registrieren.

⁽⁴¹⁾ Die Kommission geht aufgrund der Aussagen anderer Marktteilnehmer davon aus, dass Apple oder Google diese Art von Daten zurzeit nicht direkt verkaufen.

⁽⁴²⁾ Siehe Entscheidung der Kommission vom 27. Mai 1998, Sache IV/JV. 1 — *Telia/Telenor/Schibsted*, Erwägungsgrund 28.

- (172) Die Anmelder legten keine ausführliche Analyse vor, aus der hervorgehen würde, dass alle etwaigen Effizienzgewinne die Kriterien der „Leitlinien zur Bewertung nicht-horizontaler Zusammenschlüsse“ erfüllen und, insbesondere, dass sie nicht durch weniger wettbewerbshemmende Alternativen erzielt werden könnten.
- (173) Angesichts der Tatsache, dass das Vorhaben, ungeachtet der Effizienzgewinne, kaum wettbewerbshemmende Auswirkungen haben wird, ist es jedoch nicht notwendig, das Ausmaß dieser voraussichtlichen Effizienzgewinne genau abzuschätzen.

VI. ALLGEMEINES FAZIT DER WETTBEWERBSRECHTLICHEN WÜRDIGUNG IN DEN RELEVANTEN MÄRKTEN

- (174) MCommerce ist ein neu entstehender Markt mit einer Reihe von interessierten Parteien, die in den Sektor einsteigen möchten, und einer Reihe von verschiedenen sich neu entwickelnden Technologien. JV Co dürfte weder technisch noch wirtschaftlich in der Lage und auch nicht dazu motiviert sein, Wettbewerber vom Einstieg in den Sektor abzuschotten oder sie an der Ausweitung ihrer Dienste auf dem Gebiet der Erbringung von Mobile-Wallet-Plattformdiensten, Werbediensten oder Datenanalyse-diensten für Groß- und Endkunden zu hindern.
- (175) Eine ausreichende Zahl von Wettbewerbern ist bereits vorhanden oder wird mit höchster Wahrscheinlichkeit in nächster Zukunft in den Vordergrund treten. Einige dieser Wettbewerber sind Firmen mit einer beträchtlichen Marktmacht, Kundenbasis und Erfahrung auf ihrem Ge-

biet. Hierzu zählen Finanzdienstleistungsunternehmen, Internet- und OTT-Akteure, Akteure, die bereits in der Branche der Online-Zahlungsdienste tätig sind, und andere MNO und MVNO. Die Kommission ist nicht der Auffassung, dass durch das Vorhaben bedeutende Marktzutrittsschranken errichtet werden könnten, zum Beispiel indem potenziellen Marktzugängern der Zugang zu den notwendigen Einsatzmitteln erschwert wird. Aus diesem Grund zieht die Kommission den Schluss, dass trotz der Tatsache, dass sich die Anmelder aufgrund des JV Co in der Tat nicht als individuelle Wettbewerber gegenüberstellen werden, eine ausreichende Zahl anderer Wettbewerber in der Branche bleiben wird, um sicherzustellen, dass nach dem Zusammenschluss ein angemessener Wettbewerbsdruck ausgeübt wird. Die Kommission zieht gleichfalls den Schluss, dass das JV Co wahrscheinlich nicht in der Lage sein wird, Innovationen zu hemmen; der mCommerce-Markt wird sich in den kommenden Jahren vielmehr durch das Aufkommen neuer Initiativen und die Entwicklung einer Reihe von möglichen wirtschaftlichen und technischen Neuerungen auszeichnen.

- (176) Die Kommission zieht den Schluss, dass das Vorhaben auf keinem der relevanten Märkte oder potenziellen Untermärkte zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs im Sinne von Artikel 2 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung führen dürfte.
- (177) Folglich ist das Vorhaben nach Artikel 8 Absatz 1 der Fusionskontrollverordnung sowie nach Artikel 57 des EWR-Abkommens mit dem Binnenmarkt und dem EWR-Abkommen für vereinbar zu erklären.

BESCHLUSS DER KOMMISSION

vom 6. März 2013

zur Änderung des Beschlusses der Kommission vom 6. Oktober 2010 zur Einsetzung der Expertengruppe für die Weiterentwicklung der Aufgabenstellung der europäischen Satellitennavigationssysteme, der „Beratungsgruppe für die Weiterentwicklung der Aufgabenstellung“

(Text von Bedeutung für den EWR)

(2013/C 66/05)

DIE EUROPÄISCHE KOMMISSION —

gestützt auf den Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Mit dem Beschluss der Kommission vom 6. Oktober 2010 wurde die Expertengruppe für die Weiterentwicklung der Aufgabenstellung der europäischen Satellitennavigationssysteme, die „Beratungsgruppe für die Weiterentwicklung der Aufgabenstellung“⁽¹⁾ („Gruppe“), eingesetzt, die die Kommission in Fragen der Weiterentwicklung der Aufgabenstellung von EGNOS und Galileo unabhängig beraten sollte.
- (2) Bei der Einsetzung der Gruppe entschied sich die Kommission für eine Ernennung der Mitglieder ad personam.
- (3) Nach den Bestimmungen der Kommission zu Expertengruppen⁽²⁾ müssen ad personam ernannte Mitglieder unabhängig und im öffentlichen Interesse handeln.
- (4) Einige der von der Kommission ernannten⁽³⁾ Mitglieder der Gruppe sind Angestellte und Führungskräfte privater Unternehmen, die von der Tätigkeit der Gruppe direkt betroffen sind. Solche Angestellten und Führungskräfte können daher der Gruppe nicht als Mitglieder ad personam angehören, sie können jedoch als Vertreter von Interessenträgern an der Arbeit der Gruppe mitwirken.
- (5) Dementsprechend sollten der Expertengruppe ad personam ernannte Mitglieder, Mitglieder zur Vertretung eines gemeinsamen, von maßgeblichen Interessenträgern geteilten Interesses und Organisationen angehören. Im Einklang mit den Bestimmungen der Kommission zu Expertengruppen⁽⁴⁾ ist der Terminus „Organisation“ im weiten Sinne des Wortes zu verstehen und bezeichnet unter anderem Unternehmen, Verbände, Nicht-Regierungsorganisationen, Gewerkschaften, Unionsagenturen, Unionsgremien sowie internationale Organisationen.
- (6) Der Beschluss der Kommission vom 6. Oktober 2010 zur Einsetzung der Expertengruppe für die Weiterentwicklung der Aufgabenstellung der europäischen Satellitennavigationssysteme, der „Beratungsgruppe für die Weiterentwicklung der Aufgabenstellung“, sollte daher entsprechend geändert werden —

HAT FOLGENDEN BESCHLUSS ERLASSEN:

Artikel 1

Artikel 4 Absätze 2 und 3 des Beschlusses vom 6. Oktober 2010 zur Einsetzung der Expertengruppe für die Weiterentwicklung der Aufgabenstellung der europäischen Satellitennavigationssysteme, der „Beratungsgruppe für die Weiterentwicklung der Aufgabenstellung“, erhält folgende Fassung:

„2. Die Mitglieder werden von der Kommission nach einem Aufruf zur Einreichung von Bewerbungen aus einem Kreis von Spezialisten, die über einschlägige Fachkompetenz in den Bereichen nach Artikel 2 verfügen und an dem Aufruf teilgenommen haben, sowie aus Organisationen, die nachgewiesenermaßen in diesen Bereichen tätig sind und an dem Aufruf teilgenommen haben, ernannt.

3. Die Gruppe umfasst folgende Arten von Mitgliedern:

- ad personam ernannte Mitglieder,
- Mitglieder zur Vertretung eines gemeinsamen Interesses, das von maßgeblichen Interessenträgern im Bereich der Satellitennavigation geteilt wird; diese Mitglieder vertreten keinen einzelnen Interessenträger, oder
- Organisationen im weiten Sinne des Wortes einschließlich Unternehmen, Verbände, Nicht-Regierungsorganisationen, Gewerkschaften, Unionsagenturen und Unionsgremien sowie internationale Organisationen. Organisationen benennen ihre Vertreter.“

Artikel 2

Dieser Beschluss tritt am Tag nach seiner Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Union* in Kraft. Er gilt bis zum 31. Dezember 2014.

Brüssel, den 6. März 2013

Für die Kommission
Antonio TAJANI
Vizepräsident

⁽¹⁾ ABl. C 271 vom 7.10.2010, S. 2.

⁽²⁾ K(2010) 7649 endg., Bestimmung 9.

⁽³⁾ C(2011) 3624 endg.

⁽⁴⁾ K(2010) 7649 endg., Bestimmung 8.

DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTSRAUM BETREFFENDE INFORMATIONEN

EFTA-ÜBERWACHUNGSBEHÖRDE

Angaben der EFTA-Staaten über staatliche Beihilfen, die gemäß dem in Anhang XV Ziffer 1 j EWR-Abkommen aufgeführten Rechtsakt (Verordnung (EG) Nr. 800/2008 der Kommission zur Erklärung der Vereinbarkeit bestimmter Gruppen von Beihilfen mit dem Gemeinsamen Markt in Anwendung der Artikel 87 und 88 des EG-Vertrags (Allgemeine Gruppenfreistellungsverordnung)) gewährt werden

(2013/C 66/06)

TEIL I

Beihilfe Nr.	GBER 12/12/ENV	
EFTA-Staat	Norwegen	
Bewilligungsbehörde	Name	Zoll- und Verbrauchsteuerdirektion (regionale Zollbehörden)
	Anschrift	Postboks 8122 Dep 0032 Oslo NORWAY
	Website	http://www.toll.no
Bezeichnung der Beihilfemaßnahme	Ermäßigte CO ₂ -Steuer auf Mineralöl für den Luftverkehr im Rahmen des europäischen Emissionshandelssystems	
Einzelstaatliche Rechtsgrundlage (Fundstelle der amtlichen Veröffentlichung im Mitgliedsstaat)	— jährliche Entscheidung des norwegischen Parlaments über die CO ₂ -Steuer — Regulierung Nr. 1451 vom 11. Dezember 2001 über Verbrauchsteuern Art. 4-6-1 Abs. 2	
Weblink zum vollständigen Wortlaut der Beihilfemaßnahme	http://www.lovdata.no/for/sf/sv/fd-20121127-1217.html und http://www.lovdata.no/for/sf/fd/td-20011211-1451-029.html	
Art der Maßnahme	Regelung	Steuerermäßigung
Laufzeit	Regelung	1.1.2012 bis 31.12.2021
Betroffene Wirtschaftszweige	Beschränkt auf bestimmte Wirtschaftszweige — bitte nach NACE Rev. 2 angeben.	51.10 Personenbeförderung in der Luftfahrt 51.21 Güterbeförderung in der Luftfahrt
Art des Empfängers	KMU	KMU und Großunternehmen
	Großunternehmen	KMU und Großunternehmen
Mittelausstattung	Nach der Regelung vorgesehene jährliche Gesamtmittelausstattung	70 Mio. NOK
Beihilfeinstrument (Art. 5)	Steuerliche Maßnahme	Steuerermäßigung

TEIL II

Allgemeine Ziele (Liste)	Ziele (Liste)	Beihilfemaximalintensität in % oder Beihilfemaximalbetrag in NOK	KMU — Aufschläge in %
Beihilfe zum Umweltschutz (Art. 17-25)	Beihilfen in Form von Um- weltsteuerermäßigungen (Art. 25)	70 Mio. NOK	

Bekanntmachung der EFTA-Überwachungsbehörde über bei Beihilfe-Rückforderungen angewandte Zinssätze sowie Referenz- und Abzinsungssätze für drei EFTA-Staaten ab 1. Januar 2013

(Veröffentlicht in Übereinstimmung mit Artikel 10 des Beschlusses Nr. 195/04/KOL der Überwachungsbehörde vom 14. Juli 2004 (ABl. L 139 vom 25.5.2006, S. 37 und EWR-Beilage Nr. 26/2006 vom 25.5.2006, S. 1))

(2013/C 66/07)

Die Basissätze werden gemäß dem Kapitel über die Methode zur Festlegung der Referenz- und Abzinsungssätze der Leitlinien für staatliche Beihilfen der Überwachungsbehörde in der durch den Beschluss Nr. 788/08/KOL der Überwachungsbehörde vom 17. Dezember 2008 geänderten Fassung berechnet. Zur Ermittlung des geltenden Referenzzinssatzes sind gemäß den Leitlinien für staatliche Beihilfen entsprechende Margen hinzuzufügen. Für den Abzinsungssatz bedeutet dies, dass die entsprechende Marge von 100 Basispunkten zum Basissatz zu addieren ist. Der Rückforderungszinssatz wird im Normalfall ebenfalls durch Addition von 100 Basispunkten zum Basissatz, wie im Beschluss Nr. 789/08/KOL der Überwachungsbehörde vom 17. Dezember 2008 zur Änderung des Beschlusses Nr. 195/04/KOL der Überwachungsbehörde vom 14. Juli 2004 (veröffentlicht im ABl. L 340 vom 22.12.2010, S. 1 und in der EWR-Beilage Nr. 72/2010 vom 22.12.2010, S. 1) vorgesehen, berechnet. Es wurden folgende Basissätze festgelegt:

	Island	Liechtenstein	Norwegen
1.1.2013-	6,14	0,34	2,39

V

(Bekanntmachungen)

GERICHTSVERFAHREN

EFTA-GERICHTSHOF

Klage der EFTA-Überwachungsbehörde gegen das Fürstentum Liechtenstein vom 4. Dezember 2012**(Rechtssache E-14/12)**

(2013/C 66/08)

Die EFTA-Überwachungsbehörde, vertreten durch Xavier Lewis, Clémence Perrin und Catherine Howdle als Bevollmächtigte der EFTA-Überwachungsbehörde, Rue Belliard 35, 1040 Brüssel, Belgien hat am 4. Dezember 2012 beim EFTA-Gerichtshof Klage gegen das Fürstentum Liechtenstein erhoben.

Die EFTA-Überwachungsbehörde ersucht den EFTA-Gerichtshof, Folgendes festzustellen:

1. Durch die Beibehaltung von Rechtsvorschriften, die in Liechtenstein ansässigen, für ein Zeitarbeitsunternehmen verantwortlichen Personen die Verpflichtung auferlegen, eine Garantie in Höhe von 50 000 Schweizer Franken bereitzustellen, während von außerhalb Liechtensteins ansässigen Personen mit ähnlicher Funktion und von Agenturen, die grenzüberschreitend Zeitarbeitsdienstleistungen bieten, eine Garantie in Höhe von 100 000 Schweizer Franken verlangt wird, hat das Fürstentum Liechtenstein („Liechtenstein“) gegen seine Verpflichtungen aus Artikel 31 und Artikel 36 des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum verstoßen.
2. Dem Fürstentum Liechtenstein werden die Kosten des Verfahrens auferlegt.

Sachverhalt und rechtliche Begründung:

- Die EFTA-Überwachungsbehörde macht geltend, dass Liechtenstein der von der EFTA-Überwachungsbehörde am 25. Januar 2012 übermittelten mit Gründen versehenen Stellungnahme über einen Verstoß gegen seine aus den Artikeln 31 und 36 des EWR-Abkommens erwachsenden Verpflichtungen im Bereich der Zeitarbeit und Arbeitsvermittlung nicht nachgekommen ist.
- Bei den strittigen Maßnahmen Liechtensteins handelt es sich um Artikel 25 und 26 der Verordnung vom 11. Juli 2000 zum Gesetz über die Arbeitsvermittlung und den Personalverleih.

Die EFTA-Überwachungsbehörde führt an, dass die nationalen Rechtsvorschriften Liechtensteins durch diese Maßnahmen in Liechtenstein ansässigen, für ein Zeitarbeitsunternehmen verantwortlichen Personen die Verpflichtung auferlegen, eine Garantie in Höhe von 50 000 Schweizer Franken bereitzustellen. Nach denselben Bestimmungen sind außerhalb Liechtensteins ansässige Personen mit ähnlicher Funktion, die Zeitarbeitsdienstleistungen bieten, verpflichtet, eine Garantie in Höhe von 100 000 Schweizer Franken bereitzustellen. Auch von Agenturen, die außerhalb Liechtensteins ansässig sind und grenzüberschreitend Zeitarbeitsdienstleistungen bieten wollen, wird eine Garantie in Höhe von 100 000 Schweizer Franken verlangt.

- Die EFTA-Überwachungsbehörde macht geltend, dass Liechtenstein durch die Beibehaltung seiner Rechtsvorschriften zum jetzigen Stand gegen seine Verpflichtungen aus den Artikeln 31 und 36 des EWR-Abkommens verstößt.

Klage der EFTA-Überwachungsbehörde gegen Island vom 30. November 2012**(Rechtssache E-12/12)**

(2013/C 66/09)

Die EFTA-Überwachungsbehörde, vertreten durch Markus Schneider und Clémence Perrin als Bevollmächtigte der EFTA-Überwachungsbehörde, Rue Belliard 35, 1040 Brüssel, Belgium hat am 30. November 2012 beim EFTA-Gerichtshof Klage gegen Island erhoben.

Die EFTA-Überwachungsbehörde ersucht den EFTA-Gerichtshof,

1. festzustellen, dass Island gegen seine Verpflichtungen aus dem Rechtsakt, auf den unter Nummer 7h des Anhangs XIX zum Abkommen über den Europäischen Wirtschaftsraum, angepasst durch Protokoll 1, Bezug genommen wird (Richtlinie 2008/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. April 2008 über Verbraucherkreditverträge und zur Aufhebung der Richtlinie 87/102/EWG des Rates), und gegen seine Verpflichtungen aus Artikel 7 des EWR-Abkommens verstoßen hat, da das Land innerhalb der vorgeschriebenen Frist die zur Umsetzung dieses Rechtsakts erforderlichen Maßnahmen nicht ergriffen oder der Überwachungsbehörde nicht mitgeteilt hat; und
2. Island die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen.

Sachverhalt und rechtliche Begründung:

- Die EFTA-Überwachungsbehörde macht geltend, dass Island nach Artikel 27 der Richtlinie 2008/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. April 2008 („Richtlinie“) und nach Artikel 7 des EWR-Abkommens verpflichtet ist, Maßnahmen zur Umsetzung der Richtlinie zu ergreifen und die EFTA-Überwachungsbehörde darüber zu informieren.
 - Die EFTA-Überwachungsbehörde führt an, dass sie weder derartige Informationen von der isländischen Regierung erhalten hat noch über sonstige Informationen verfügt, die ihr den Schluss erlauben würden, dass die zur Umsetzung der Richtlinie erforderlichen Maßnahmen ergriffen worden sind.
 - Die EFTA-Überwachungsbehörde macht geltend, dass Island gegen seine aus Artikel 27 der Richtlinie und Artikel 7 des EWR-Abkommens erwachsenden Verpflichtungen verstoßen hat, da die zur Umsetzung der Richtlinie erforderlichen Maßnahmen innerhalb der vorgeschriebenen Frist nicht ergriffen oder der Überwachungsbehörde mitgeteilt wurden.
-

Klage der EFTA-Überwachungsbehörde gegen Island vom 30. November 2012**(Rechtssache E-13/12)**

(2013/C 66/10)

Die EFTA-Überwachungsbehörde, vertreten durch Xavier Lewis und Maria Moustakali als Bevollmächtigte der EFTA-Überwachungsbehörde, Rue Belliard 35, 1040 Brüssel, Belgium, hat am 30. November 2012 beim EFTA-Gerichtshof Klage gegen Island erhoben.

Die EFTA-Überwachungsbehörde ersucht den EFTA-Gerichtshof,

1. festzustellen, dass Island gegen seine Verpflichtungen aus dem Rechtsakt, auf den unter Nummer 10 in Teil 7.1 des Kapitels I des Anhangs I zum Abkommen über den Europäischen Wirtschaftsraum, angepasst durch Protokoll 1, Bezug genommen wird (Richtlinie 90/167/EWG des Rates vom 26. März 1990 zur Festlegung der Bedingungen für die Herstellung, das Inverkehrbringen und die Verwendung von Fütterungsarzneimitteln in der Gemeinschaft), und gegen seine Verpflichtungen aus Artikel 7 des EWR-Abkommens verstoßen hat, da das Land innerhalb der vorgeschriebenen Frist die zur Umsetzung dieses Rechtsakts erforderlichen Maßnahmen nicht ergriffen oder der Überwachungsbehörde nicht mitgeteilt hat; und
2. Island die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen.

Sachverhalt und rechtliche Begründung:

- Die EFTA-Überwachungsbehörde macht geltend, dass Island nach Artikel 15 der Richtlinie 90/167/EWG des Rates vom 26. März 1990 („Richtlinie“) und nach Artikel 7 des EWR-Abkommens verpflichtet ist, Maßnahmen zur Umsetzung der Richtlinie zu ergreifen und die EFTA-Überwachungsbehörde darüber zu informieren.
 - Die EFTA-Überwachungsbehörde führt an, dass sie weder derartige Informationen von der isländischen Regierung erhalten hat noch über sonstige Informationen verfügt, die ihr den Schluss erlauben würden, dass die zur Umsetzung der Richtlinie erforderlichen Maßnahmen ergriffen worden sind.
 - Die EFTA-Überwachungsbehörde macht geltend, dass Island gegen seine aus Artikel 15 der Richtlinie und Artikel 7 des EWR-Abkommens erwachsenden Verpflichtungen verstoßen hat, da die zur Umsetzung der Richtlinie erforderlichen Maßnahmen innerhalb der vorgeschriebenen Frist nicht ergriffen oder der Überwachungsbehörde mitgeteilt wurden.
-

VERFAHREN BEZÜGLICH DER DURCHFÜHRUNG DER WETTBEWERBSPOLITIK

EUROPÄISCHE KOMMISSION

Vorherige Anmeldung eines Zusammenschlusses

(Sache COMP/M.6869 — GM/Ispol)

Für das vereinfachte Verfahren in Frage kommender Fall

(Text von Bedeutung für den EWR)

(2013/C 66/11)

1. Am 1. März 2013 ist die Anmeldung eines Zusammenschlusses nach Artikel 4 der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates⁽¹⁾ bei der Kommission eingegangen. Danach ist Folgendes beabsichtigt: Das Unternehmen General Motors Europe Holdings S.L. („GMEH“, Spanien), das der Unternehmensgruppe General Motors Company („GM“, USA) angehört, erwirbt im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Fusionskontrollverordnung durch Erwerb von Anteilen die Kontrolle über die Gesamtheit des Unternehmens Ispol Holding BV G („Ispol“, Niederlande).

2. Die beteiligten Unternehmen sind in folgenden Geschäftsbereichen tätig:

— GM: Das Unternehmen ist weltweit in der Herstellung und im Verkauf von Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen tätig,

— Ispol: Das Unternehmen produziert und verkauft Dieselmotoren für Kraftfahrzeuge.

3. Die Kommission hat nach vorläufiger Prüfung festgestellt, dass das angemeldete Rechtsgeschäft unter die EG-Fusionskontrollverordnung fallen könnte. Die endgültige Entscheidung zu diesem Punkt behält sie sich vor. Dieser Fall kommt für das vereinfachte Verfahren im Sinne der Bekanntmachung der Kommission über ein vereinfachtes Verfahren für bestimmte Zusammenschlüsse gemäß der EG-Fusionskontrollverordnung fallen könnte⁽²⁾ in Frage.

4. Alle betroffenen Dritten können bei der Kommission zu diesem Vorhaben Stellung nehmen.

Die Stellungnahmen müssen bei der Kommission spätestens 10 Tage nach Veröffentlichung dieser Anmeldung eingehen. Sie können der Kommission unter Angabe des Aktenzeichens COMP/M.6869 — GM/Ispol per Fax (+32 22964301), per E-Mail (COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu) oder per Post an folgende Anschrift übermittelt werden:

Europäische Kommission
Generaldirektion Wettbewerb
Registratur Fusionskontrolle
J-70
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

⁽¹⁾ ABl. L 24 vom 29.1.2004, S. 1 (nachstehend „EG-Fusionskontrollverordnung“ genannt).

⁽²⁾ ABl. C 56 vom 5.3.2005, S. 32 („Bekanntmachung über ein vereinfachtes Verfahren“).

Abonnementpreise 2013 (ohne MwSt., einschl. Portokosten für Normalversand)

Amtsblatt der EU, Reihen L + C, nur Papierausgabe	22 EU-Amtssprachen	1 300 EUR pro Jahr
Amtsblatt der EU, Reihen L + C, Papierausgabe + jährliche DVD	22 EU-Amtssprachen	1 420 EUR pro Jahr
Amtsblatt der EU, Reihe L, nur Papierausgabe	22 EU-Amtssprachen	910 EUR pro Jahr
Amtsblatt der EU, Reihen L + C, monatliche (kumulative) DVD	22 EU-Amtssprachen	100 EUR pro Jahr
Supplement zum Amtsblatt (Reihe S), öffentliche Aufträge und Ausschreibungen, DVD, eine Ausgabe pro Woche	mehrsprachig: 23 EU-Amtssprachen	200 EUR pro Jahr
Amtsblatt der EU, Reihe C — Auswahlverfahren	Sprache(n) gemäß Auswahlverfahren	50 EUR pro Jahr

Das *Amtsblatt der Europäischen Union* erscheint in allen EU-Amtssprachen und kann in 22 Sprachfassungen abonniert werden. Es umfasst die Reihen L (Rechtsakte) und C (Mitteilungen und Bekanntmachungen).

Ein Abonnement gilt jeweils für eine Sprachfassung.

In Übereinstimmung mit der Verordnung (EG) Nr. 920/2005 des Rates (veröffentlicht im Amtsblatt L 156 vom 18. Juni 2005), die besagt, dass die Organe der Europäischen Union ausnahmsweise und vorübergehend von der Verpflichtung entbunden sind, alle Rechtsakte in irischer Sprache abzufassen und zu veröffentlichen, werden die Amtsblätter in irischer Sprache getrennt verkauft.

Das Abonnement des Supplements zum Amtsblatt (Reihe S — Bekanntmachungen der Ausschreibungen öffentlicher Aufträge) umfasst alle Ausgaben in den 23 Amtssprachen auf einer einzigen mehrsprachigen DVD.

Das Abonnement des *Amtsblatts der Europäischen Union* berechtigt auf einfache Anfrage hin zum Bezug der verschiedenen Anhänge des Amtsblatts. Die Abonnenten werden durch einen im Amtsblatt veröffentlichten „Hinweis für den Leser“ über das Erscheinen der Anhänge informiert.

Verkauf und Abonnements

Abonnements von Periodika unterschiedlicher Preisgruppen, darunter auch Abonnements des *Amtsblatts der Europäischen Union*, können über die Vertriebsstellen abgeschlossen werden. Die Liste der Vertriebsstellen findet sich im Internet unter:

http://publications.europa.eu/others/agents/index_de.htm

EUR-Lex (<http://eur-lex.europa.eu>) bietet einen direkten und kostenlosen Zugang zum EU-Recht. Die Website ermöglicht die Abfrage des *Amtsblatts der Europäischen Union* und enthält darüber hinaus die Rubriken Verträge, Gesetzgebung, Rechtsprechung und Vorschläge für Rechtsakte.

Weitere Informationen über die Europäische Union finden Sie unter: <http://europa.eu>



Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union
2985 Luxemburg
LUXEMBURG

DE