C/2023/551

27.10.2023

Resumé af Kommissionens afgørelse

af 5. september 2023

vedrørende en afgørelse i henhold til artikel 3 i forordning (EU) 2022/1925

(Sag DMA. 100017 – Microsoft – Online Social Networking Services; DMA.100023 – Microsoft – Number-independent Interpersonal Communications Services; DMA.100026 – Microsoft – Operating System)

(meddelt under nummer C(2023) 6106 final)

(Kun den engelske udgave er autentisk)

(C/2023/551)

Den 5. september 2023 vedtog Kommissionen en afgørelse i henhold til artikel 3 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2022/1925 ([1]). I overensstemmelse med bestemmelserne i artikel 44 i forordning (EU) 2022/1925 offentliggør Kommissionen hermed parternes navne og afgørelsens hovedindhold under hensyntagen til virksomhedernes legitime interesse i, at deres forretningshemmeligheder beskyttes.

1. INDLEDNING

(1) I udpegelsesafgørelsen (»afgørelsen«) udpeges Microsoft som gatekeeper i henhold til artikel 3 i forordning (EU) 2022/1925 (»forordningen om digitale markeder«), og der angives de relevante centrale platformstjenester, som udbydes af Microsoft, og som hver især er en vigtig gateway for erhvervsbrugere til at nå ud til slutbrugerne som omhandlet i artikel 3, stk. 1, litra b), i nævnte forordning.

(2) På grundlag af oplysningerne i Microsofts underretning ([2]), jf. artikel 3, stk. 4, i forordningen om digitale markeder, og efter en detaljeret vurdering af disse oplysninger, udpeges Microsoft i afgørelsen som gatekeeper, og følgende centrale platformstjenester, som udgør en vigtig gateway for erhvervsbrugere til at nå ud til slutbrugerne, angives:

a. Microsofts styresystem Windows PC OS

b. Microsofts sociale onlinenetværkstjeneste LinkedIn.

(3) Ud over angivelsen af disse to centrale platformstjenester konkluderes det i afgørelsen, at Microsoft opfylder tærsklerne i artikel 3, stk. 2, i forordningen om digitale markeder i forbindelse med følgende fire centrale platformstjenester, som Microsoft har fremlagt argumentation for med henblik på at afkræfte formodningerne i nævnte forordning:

a. Microsofts onlinesøgemaskine, Bing

b. Microsofts webbrowser, Microsoft Edge

c. Microsofts onlinereklametjeneste, Microsoft Advertising

d. Microsofts nummeruafhængige interpersonelle kommunikationstjeneste (»NIICS«), Outlook.com.

(4) For så vidt angår Microsoft Bing, Microsoft Edge og Microsoft Advertising henvises der i afgørelsen til en særskilt afgørelse, der blev vedtaget samme dag som denne afgørelse, hvori der indledes en markedsundersøgelse for hver af disse tjenester. Kommissionen finder, at Microsoft i forbindelse med disse tre centrale platformstjenester har fremlagt tilstrækkeligt underbyggede argumenter til klart at rejse tvivl om formodningen i artikel 3, stk. 2, i forordningen om digitale markeder. I markedsundersøgelserne foretages, jf. artikel 17, stk. 3, i forordningen om digitale markeder, en yderligere vurdering af Microsofts argumenter, som rejser tvivl om formodningerne i artikel 3, stk. 2, i nævnte forordning.

(5) Med hensyn til Outlook.com accepteres anmodningen i afgørelsen, da Microsofts argumenter ikke blot klart rejser tvivl om formodningerne i artikel 3, stk. 2, i forordningen om digitale markeder, men også påviser, at kravene i artikel 3, stk. 1, i nævnte forordning ikke er opfyldt.

([1]) Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2022/1925 af 14. september 2022 om åbne og fair markeder i den digitale sektor og om ændring af direktiv (EU) 2019/1937 og (EU) 2020/1828 (forordningen om digitale markeder) (EUT L 265 af 12.10.2022, s. 1).

([2]) Underretning af 3. juli 2023 i henhold til artikel 3, stk. 3, i forordningen om digitale markeder.

2. **SAGSFORLØB**

(6) Den 3. juli 2023 underrettede Microsoft i henhold til artikel 3, stk. 3, første afsnit, i forordningen om digitale markeder Kommissionen om, at virksomheden opfylder tærsklerne i artikel 3, stk. 2, i nævnte forordning i forbindelse med følgende centrale platformstjenester: i) dens styresystem Windows PC OS, ii) dens onlinesøgemaskine, Bing, iii) dens webbrowser, Edge, iv) dens onlinereklametjeneste, Microsoft Advertising, v) dens NIICS, Outlook.com og vi) dens sociale onlinenetværkstjeneste LinkedIn.

(7) Sammen med sin underretning og i henhold til artikel 3, stk. 5, i forordningen om digitale markeder fremlagde Microsoft argumenter med henblik på at påvise, at virksomhedens søgemaskine, Bing, dens webbrowser, Edge, dens onlinereklametjeneste, Microsoft Advertising, og dens NIICS, Outlook.com, ikke opfylder kravene i artikel 3, stk. 1, i nævnte forordning, selv om disse centrale platformstjenester opfylder tærsklerne i artikel 3, stk. 2, i samme forordning.

(8) Den 26. juli 2023 sendte Kommissionen et brev til Microsoft vedrørende virksomhedens underretning, hvori den fremsatte sine foreløbige synspunkter om vurderingen af underretningen.

(9) Den 2. august 2023 fremsatte Microsoft skriftlige bemærkninger som svar på Kommissionens brev af 26. juli 2023.

3. **RETSGRUNDLAG**

(10) I forordningen om digitale markeder er der fastsat en række snævert definerede objektive kriterier for, hvornår en stor onlineplatform kan betragtes som gatekeeper. Udpegelsen skal foretages i forbindelse med én eller flere centrale platformstjenester, som udbydes af virksomheden, og som er en vigtig gateway for erhvervsbrugere til at nå ud til slutbrugerne, jf. artikel 3, stk. 1, litra b), i forordningen om digitale markeder. For at kunne afgøre, om en tjeneste, som en virksomhed udbyder, er en central platformstjeneste, der opfylder kravene i artikel 3, stk. 1, litra b), i forordningen om digitale markeder, er det nødvendigt indledningsvis at bestemme og afgrænse den pågældende tjeneste. Et relevant kriterium for at bestemme og afgrænse centrale platformstjenester er slutbrugernes og/eller erhvervsbrugernes formål med at anvende tjenesten.

(11) I henhold til artikel 3, stk. 1, i forordningen om digitale markeder udpeger Kommissionen en virksomhed som gatekeeper, hvis den opfylder tre kumulative krav, nemlig: a) den har en betydelig indvirkning på det indre marked, b) den udbyder en central platformstjeneste, der er en vigtig gateway for erhvervsbrugere til at nå ud til slutbrugerne, og c) den har en grundfæstet og varig stilling i sine aktiviteter, eller det kan forventes, at den vil få en sådan stilling i nær fremtid. I henhold til artikel 3, stk. 2, i forordningen om digitale markeder anses disse krav for værende opfyldt, når visse kvantitative tærskler er opfyldt, nemlig vedrørende virksomhedens omsætning eller markedskapitalisering samt antallet af slutbrugere og erhvervsbrugere af en bestemt central platformstjeneste i hvert af de seneste tre regnskabsår.

(12) I henhold til artikel 3, stk. 5, første afsnit, i forordningen om digitale markeder kan en virksomhed, der opfylder alle tærsklerne i artikel 3, stk. 2, i nævnte forordning sammen med sin underretning fremlægge argumenter til at påvise, at den undtagelsesvis, selv om den opfylder alle disse tærskler, ikke opfylder kravene i forordningens artikel 3, stk. 1, på grund af de omstændigheder, hvorunder den relevante centrale platformstjeneste fungerer. I artikel 3, stk. 5, andet afsnit, i forordningen om digitale markeder fastsættes det, at Kommissionen kan afvise argumenterne, hvis de ikke er tilstrækkeligt underbyggede, fordi de ikke klart rejser tvivl om formodningerne i artikel 3, stk. 2, i nævnte forordning. Hvis Kommissionen derimod finder, at de fremlagte argumenter er tilstrækkeligt underbyggede til at påvise, at kravene i artikel 3, stk. 1, i forordningen om digitale markeder ikke er opfyldt, kan den acceptere anmodningen om at afkræfte formodningen med eller uden indledning af en markedsundersøgelse i henhold til artikel 17, stk. 3.

(13) Hvis en virksomhed ikke opfylder de kvantitative tærskler i artikel 3, stk. 2, i forordningen om digitale markeder, men opfylder kriterierne i artikel 3, stk. 1, i nævnte forordning, udpeger Kommissionen den pågældende virksomhed som gatekeeper i forbindelse med den specifikke centrale platformstjeneste i henhold til forordningens artikel 3, stk. 8, efter at have gennemført en markedsundersøgelse i henhold til samme forordnings artikel 17.

4. **KOMMISSIONENS VURDERING**

(14) Efter underretningen fra Microsoft og virksomhedens svar på Kommissionens brev af 26. juli 2023 fastslås det i afgørelsen, at følgende to angivne tjenester udgør centrale platformstjenester i henhold til artikel 2 i forordningen om digitale markeder, og at de hver især er en vigtig gateway for erhvervsbrugere til at nå ud til slutbrugerne som omhandlet i artikel 3, stk. 1, litra b), i nævnte forordning:

a. Microsofts Windows-styresystem til PC (»Windows PC OS«)

b. Microsofts sociale onlinenetværkstjeneste LinkedIn.

(15) Hvad angår Windows PC OS fastslås det i afgørelsen, at afgrænsningen af Windows PC OS som en central platformstjeneste, jf. betragtning 14 i forordningen om digitale markeder, ikke bør begrænses til Intels specifikke instruktionssæt x86 og x64, men bør gælde, uanset hvilken processor der benyttes. Dette skyldes, at de processorspecifikke versioner af Windows PC OS, som Microsoft i øjeblikket udbyder, tilsyneladende gør det muligt at anvende og levere de samme softwareapplikationer, samtidig med at slutbrugerne og erhvervsbrugere har de samme eller lignende tekniske funktioner og tjenester til rådighed.

(16) Kommissionen finder desuden, i overensstemmelse med Microsofts synspunkter, at den centrale platformstjeneste Windows PC OS afgrænset som styresystem omfatter både styresystemer, der installeres direkte på PC'er, og styresystemer, der leveres som »desktop as a service«. Både AVD og Windows 365 er cloudsoftwaretjenester, som gør det muligt at anvende Windows PC OS i cloudmiljøet. Derfor omfattes Windows PC OS, der leveres via hhv. AVD- og Windows 365-løsninger, af definitionen på »styresystemer« i artikel 2, nr. 10), i forordningen om digitale markeder, hvilket er i overensstemmelse med Microsofts anmodning.

(17) Med hensyn til Microsofts sociale onlinenetværkstjeneste LinkedIn fastslås det for det første i afgørelsen, at onlinereklametjenesten LinkedIn Marketing Solutions i modsætning til Microsofts synspunkter skal ses som adskilt fra den sociale onlinenetværkstjeneste LinkedIn, hvilket er i overensstemmelse med bilaget til forordningen om digitale markeder. Hvad angår optællingen af slutbrugere fastslås det for det andet i afgørelsen, at alle slutbrugere, der aktivt har anvendt tjenesten, og som ikke blot har været logget ind, bør medregnes, og at LinkedIn derfor opfylder slutbrugertærsklerne i artikel 3, stk. 2, litra b), i forordningen om digitale markeder.

(18) Med hensyn til Microsofts onlinesøgemaskine, Bing, Microsofts webbrowser, Edge, og Microsofts onlinereklametjeneste, Microsoft Advertising, fastslås det i afgørelsen, at tjenesterne opfylder hhv. definitionen på onlinesøgemaskiner i artikel 2, nr. 2, litra b), definitionen på webbrowsere i artikel 2, nr. 2, litra g), og definitionen på onlinereklametjenester i artikel 2, nr. 2, litra j), i forordningen om digitale markeder, og at de alle tre opfylder tærsklerne i forordningens artikel 3, stk. 2. Microsoft hævder imidlertid, at disse centrale platformstjenester ikke opfylder kravene i artikel 3, stk. 1, i forordningen om digitale markeder, fordi de anvendes i et mindre omfang end andre tilsvarende centrale platformstjenester, særligt Bing sammenlignet med den førende søgemaskine, Google Search, Edge sammenlignet med den førende webbrowser, Google Chrome, samt Microsoft Advertising sammenlignet med f.eks. de onlinereklametjenester, der udbydes af Google og Meta. Med hensyn til disse tre centrale platformstjenester henvises der i afgørelsen til en særskilt afgørelse, der blev vedtaget samme dag som denne afgørelse, hvori der indledes en markedsundersøgelse, idet Microsoft havde fremlagt tilstrækkeligt underbyggede argumenter til at rejse tvivl om formodningerne i artikel 3, stk. 2, i forordningen om digitale markeder.

(19) Derudover gjorde Microsoft gældende, at virksomhedens onlinereklametjeneste, Microsoft Advertising, bør afgrænses som en særskilt tjeneste, der skal ses som adskilt fra Microsofts anden onlinereklametjeneste, LinkedIn Marketing Solutions. På grundlag af de oplysninger, som Microsoft har fremlagt, konkluderes det i afgørelsen, at LinkedIn Marketing Solutions udgør en kommercielt og organisatorisk adskilt onlinereklametjeneste, der er tiltænkt en anden brugerskare end Microsoft Advertising.

(20) Med hensyn til Microsofts NIICS Outlook.com accepteres Microsofts anmodning i afgørelsen, og kommunikationstjenesten angives ikke i afgørelsen som en central platformstjeneste, der er en vigtig gateway for erhvervsbrugere til at nå ud til slutbrugerne. Der er følgende grunde hertil: i) Microsoft har konfigureret og udbyder i øjeblikket Outlook.com på åbne standarder, der gør det muligt for erhvervsbrugere og slutbrugere at udveksle meddelelser med andre brugere af Outlook.com på en effektiv måde, hvilket bekræftes yderligere af de oplysninger, som Microsoft har

fremlagt (det er kun en lille procentdel af de meddelelser, der udveksles på Outlook.com, der relaterer sig til kommunikation, hvor både afsender og modtager er slutbrugere eller erhvervsbrugere af Outlook.com), og ii) da Microsoft i den nuværende konfiguration af Outlook.com ikke udøver nogen kontrol over slutbrugernes eller erhvervsbrugeres anvendelse af Outlook.com, der ville gøre tjenesten en forudsætning for kommunikation mellem dem.

(21) Konklusionerne i afgørelsen er baseret på de oplysninger, som Kommissionen havde til rådighed på tidspunktet for afgørelsen. I tilfælde af væsentlige ændringer af de faktiske forhold, som ligger til grund for afgørelsen, eller hvis afgørelsen er baseret på ufuldstændige, ukorrekte eller vildledende oplysninger, kan Kommissionen genoverveje eller ændre afgørelsen i henhold til artikel 4, stk. 1, i forordningen om digitale markeder.

5. **KONKLUSION**

(22) Af ovennævnte grunde udpeges Microsoft med denne afgørelse som gatekeeper i forbindelse med i) Microsofts styresystem Windows PC OS og ii) Microsofts sociale onlinenetværkstjeneste LinkedIn.

(23) Slutteligt accepteres Microsofts modargumenter i forbindelse med virksomhedens NIICS Outlook.com i afgørelsen.