Amtsblatt
der Europäischen Union

DE
Reihe C

C/2024/2709

18.4.2024

Zusammenfassung des Beschlusses der Kommission

vom 12. Februar 2024

Beschluss nach Artikel 17 Absatz 3 der Verordnung (EU) 2022/1925

(Cases DMA.100015 – Microsoft – Online Search Engines, DMA.100028 – Microsoft – Web Browsers, DMA.100034 – Microsoft – Online Advertising Services)

(bekannt gegeben unter Aktenzeichen C(2023) 6078 final)

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(C/2024/2709)

Am 12. Februar 2024 hat die Kommission einen Beschluss nach Artikel 17 Absatz 3 der Verordnung (EU) 2022/1925 erlassen. Nach Artikel 44 der Verordnung (EU) 2022/1925 des Europäischen Parlaments und des Rates [1] *veröffentlicht die Kommission die Namen der beteiligten Unternehmen und den wesentlichen Inhalt des Beschlusses, wobei sie dem berechtigten Interesse der Unternehmen an der Wahrung ihrer Geschäftsgeheimnisse Rechnung trägt.*

1. EINLEITUNG

(1) In dem Beschluss der Kommission (im Folgenden „Beschluss“) wird dargelegt, warum die Kommission auf der Grundlage ihrer Marktuntersuchung nach Artikel 17 Absatz 3 der Verordnung (EU) 2022/1925 (Gesetz über digitale Märkte, im Folgenden „DMA“ nach der englischen Bezeichnung „*Digital Markets Act*“) das Unternehmen Microsoft Corporation (im Folgenden „Microsoft“ oder „Unternehmen“) in Bezug auf dessen drei zentrale Plattformdienste (CPSs), nämlich die Online-Suchmaschine Microsoft Bing, den Webbrowser Microsoft Edge und den Online-Werbedienst Microsoft Advertising, nicht als Torwächter im Sinne des Artikels 3 DMA benennt, obwohl diese die quantitativen Schwellenwerte nach Artikel 3 Absatz 2 DMA erreichen.

2. VERFAHREN

(2) Im Anschluss an die Mitteilung von Microsoft vom 3. Juli 2023 erließ die Kommission am 5. September 2023 einen Beschluss, mit dem sie Microsoft gemäß Artikel 3 DMA in Bezug auf sein als CPS fungierendes PC-Betriebssystem Windows und sein als CPS fungierendes soziales Online-Netzwerk LinkedIn als Torwächter benannte [2]. In diesem Beschluss kam die Kommission ferner zu dem Schluss, dass Outlook.com zwar ein nummernunabhängiger interpersoneller Kommunikationsdienst (im Folgenden „NuiKd“) ist, bei dem Microsoft die in Artikel 3 Absatz 2 DMA festgelegten quantitativen Schwellenwerte erreicht, dass aber Microsoft klar und umfassend nachgewiesen hat, dass die in Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b DMA festgelegte Anforderung, wonach ein CPS ein wichtiges Zugangstor darstellen muss, nicht erfüllt ist. Dementsprechend wurde Microsoft in Bezug auf seinen NuiKd Outlook.com nicht als Torwächter benannt. Darüber hinaus kam die Kommission zu dem Schluss, dass Microsoft Bing, Microsoft Edge und Microsoft Advertising, die jeweils eine Online-Suchmaschine, einen Webbrowser bzw. einen Online-Werbedienst darstellen, allesamt CPSs gemäß Artikel 2 Absatz 2 DMA sind, bei denen Microsoft die in Artikel 3 Absatz 2 festgelegten quantitativen Schwellenwerte erreicht, dass Microsoft aber hinreichend substanziierte Argumente vorgebracht hat, um die Vermutung nach Artikel 3 Absatz 2 DMA in Bezug auf jeden dieser drei CPSs eindeutig zu entkräften.

(3) Infolgedessen erließ die Kommission am 5. September 2023 gemäß Artikel 16 Absatz 1 und Artikel 17 Absatz 3 DMA einen Beschluss zur Einleitung von Marktuntersuchungen, um zu prüfen, ob in dem Beschluss, mit dem Microsoft als Torwächter benannt wird, die Online-Suchmaschine Microsoft Bing, der Webbrowser Microsoft Edge und der Online-Werbedienst Microsoft Advertising in Anbetracht der von Microsoft nach Artikel 3 Absatz 5 DMA vorgebrachten Argumente als wichtige Zugangstore für gewerbliche Nutzer zu den Endnutzern aufgeführt werden sollten [3].

[1] Verordnung (EU) 2022/1925 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. September 2022 über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor und zur Änderung der Richtlinien (EU) 2019/1937 und (EU) 2020/1828 (Gesetz über digitale Märkte) (ABl. L 265 vom 12.10.2022, S. 1).

[2] Beschluss C(2023) 6106 final vom 5. September 2023.

[3] Beschluss C(2023) 6078 final vom 5. September 2023.

(4) Am 29. November 2023 übermittelte die Kommission Microsoft ihre vorläufige Beurteilung nach Artikel 17 Absatz 3 DMA. Microsoft antwortete darauf am 5. Dezember 2023.

(5) Der Beratende Ausschuss für digitale Märkte wurde gemäß Artikel 17 und Artikel 50 Absatz 2 DMA konsultiert und gab am 1. Februar 2024 eine befürwortende Stellungnahme ab.

3. RECHTSRAHMEN

(6) Das Gesetz über digitale Märkte enthält eine Reihe eng definierter objektiver Kriterien für die Benennung eines Unternehmens als Torwächter. Die Benennung erfolgt in Bezug auf einen oder mehrere von dem Unternehmen bereitgestellte zentrale Plattformdienste, die gewerblichen Nutzern gemäß Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b DMA als wichtiges Zugangstor zu Endnutzern dienen. Um festzustellen, ob es sich bei einem von einem Unternehmen bereitgestellten Dienst um einen zentralen Plattformdienst handelt, der die Anforderung nach Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b DMA erfüllt, muss der betreffende Dienst zunächst eingestuft und abgegrenzt werden. Ein relevantes Kriterium für die Einstufung und Abgrenzung von zentralen Plattformdiensten ist der Zweck, zu dem der Dienst von Endnutzern oder gewerblichen Nutzern oder von beiden genutzt wird.

(7) Nach Artikel 3 Absatz 1 DMA benennt die Kommission ein Unternehmen als Torwächter, wenn es alle drei folgenden Anforderungen erfüllt: a) Es hat erheblichen Einfluss auf den Binnenmarkt, b) es stellt einen zentralen Plattformdienst bereit, der gewerblichen Nutzern als wichtiges Zugangstor zu Endnutzern dient, und c) es hat hinsichtlich seiner Tätigkeiten eine gefestigte und dauerhafte Position inne oder es ist absehbar, dass es eine solche Position in naher Zukunft erlangen wird. Nach Artikel 3 Absatz 2 DMA wird davon ausgegangen, dass diese Anforderungen erfüllt sind, wenn bestimmte quantitative Schwellenwerte erreicht werden, die sich auf den Umsatz oder die Marktkapitalisierung des Unternehmens sowie auf die Zahl der Endnutzer und gewerblichen Nutzer eines bestimmten zentralen Plattformdienstes in jedem der vergangenen drei Geschäftsjahre beziehen.

(8) Nach Artikel 3 Absatz 5 und Artikel 17 Absatz 3 DMA kann die Kommission eine Marktuntersuchung durchführen, um zu prüfen, ob ein Unternehmen, das zentrale Plattformdienste bereitstellt, die die in Artikel 3 Absatz 2 DMA genannten Schwellenwerte erreichen, und das gemäß Artikel 3 Absatz 5 DMA hinreichend substantiierte Argumente vorgebracht hat, die die Vermutungen nach Artikel 3 Absatz 2 DMA eindeutig entkräften, dennoch die Kriterien des Artikels 3 Absatz 1 DMA erfüllt oder nicht. Auf der Grundlage der Ergebnisse der Marktuntersuchung akzeptiert die Kommission die Einwände eines Unternehmens oder weist sie zurück und beschließt daraufhin, es entweder als Torwächter im Sinne des Gesetzes über digitale Märkte zu benennen oder nicht.

4. BEURTEILUNG DURCH DIE KOMMISSION

(9) Nach der Mitteilung von Microsoft und gestützt auf ihre Marktuntersuchungen nach Artikel 17 Absatz 3 und Artikel 3 Absatz 5 DMA beabsichtigt die Kommission, Microsoft in Bezug auf i) seine Online-Suchmaschine Bing, ii) seinen Webbrowser Edge und iii) seinen Online-Werbedienst Microsoft Advertising nicht als Torwächter zu benennen, da diese Dienste gewerblichen Nutzern nicht als wichtige Zugangstore zu Endnutzern im Sinne des Artikels 3 Absatz 1 Buchstabe b DMA dienen.

(10) Bezüglich der Online-Suchmaschine Microsoft Bing stützt die Kommission ihre Schlussfolgerung auf folgende Gründe:

(11) Erstens ist die Kommission der Auffassung, dass der Umfang der Nutzung von Bing durch Endnutzer sowohl im Vergleich zum Gesamtnutzungsumfang in der CPS-Kategorie der Online-Suchmaschinen als auch im Vergleich zur größten Online-Suchmaschine Google Search gering ist. Der begrenzte Umfang der Nutzung von Bing durch Endnutzer deutet nicht nur darauf hin, dass Bing kein wichtiges Zugangstor für Endnutzer ist, um gewerbliche Nutzer zu finden, sondern auch dass es ebenfalls kein wichtiges Zugangstor für gewerbliche Nutzer ist, um Endnutzer zu erreichen.

(12) Zweitens ist die Kommission der Auffassung, dass das Plattform-Ökosystem von Microsoft derzeit nicht ausreichend dazu beiträgt, Bing zu einem wichtigen Zugangstor zu machen, über das gewerbliche Nutzer ihre Endnutzer erreichen. Darüber hinaus bestätigte die Marktuntersuchung, dass die im Februar 2023 erfolgte Einführung von Bing Chat, die durch ChatGPT 4 ermöglicht wurde, nicht zu einer stetigen und erheblichen Zunahme der Nutzung der Online-Suchmaschine Bing im Bezugszeitraum geführt hat.

(13) Bezüglich des Webbrowsers Microsoft Edge stützt die Kommission ihre Schlussfolgerung auf folgende Gründe:

(14) Erstens ist der Umfang der Nutzung von Edge in der CPS-Kategorie der Webbrowser gering. Zudem hat die Integration der Anwendungen Bing Chat, Windows PC OS und Microsoft (M365) zum gegenwärtigen Zeitpunkt nachweislich nicht zu einer erheblichen und anhaltenden Zunahme der Gesamtnutzung von Edge als Webbrowser geführt.

(15) Zweitens kontrolliert Microsoft nicht die betreffende Webbrowserarchitektur. Die Art und Weise, wie Inhalte gewerblicher Nutzer in Edge für Endkunden dargestellt werden, wird folglich von der Browser-Rendering-Maschine „Blink" von Alphabet vorgegeben und wird nicht autonom von Microsoft bestimmt.

(16) Drittens trägt das Plattform-Ökosystem von Microsoft derzeit nicht ausreichend dazu bei, Edge zu einem wichtigen Zugangstor zu machen, über das gewerbliche Nutzer ihre Endnutzer erreichen. Ebenso ist Microsoft derzeit nur begrenzt in der Lage, Edge als Hebel für die Nutzung anderer Microsoft-Dienste zu nutzen. Schließlich muss Microsoft gemäß Artikel 6 Absatz 3 DMA infolge seiner Benennung als Torwächter für sein PC-Betriebssystem Windows den Endnutzern die Möglichkeit geben, jede Software-Anwendung leicht zu deinstallieren und die Standardeinstellungen des Betriebssystems leicht zu ändern, wodurch der Vorteil, der sich aus der Vorinstallation von Edge auf Windows-Geräten ergeben könnte, weiter geschmälert wird.

(17) Bezüglich des Online-Werbedienstes Microsoft Advertising stützt die Kommission ihre Schlussfolgerung auf folgende Gründe:

(18) Erstens hat Microsoft Advertising sowohl im Vergleich zum Gesamtumfang der Tätigkeiten innerhalb der CPS-Kategorie der Online-Werbung in der Union als auch im Vergleich zu den wichtigsten Anbietern von Online-Werbediensten in der Union einen relativ geringen Umfang.

(19) Zweitens haben die datengetriebenen Vorteile und Netzwerkeffekte des Dienste-Ökosystems von Microsoft (insbesondere der Online-Suchmaschine Bing) bislang nicht zu ausreichenden Größenvorteilen zugunsten von Microsoft Advertising geführt. Deshalb ist Microsoft Advertising kein wichtiges Zugangstor, über das gewerbliche Nutzer ihre Endnutzer erreichen.

(20) Drittens ist die Nutzung von Microsoft Advertising durch gewerbliche Nutzer gering, was bestätigt, dass der Dienst nicht als wichtiges Zugangstor für gewerbliche Nutzer zu Endnutzern angesehen werden kann.

5. **SCHLUSSFOLGERUNG**

(21) Aus den oben dargelegten Gründen werden mit dem hier erläuterten Beschluss die mit dem Beschluss C(2023) 6078 vom 5. September 2023 eingeleiteten Marktuntersuchungen in Bezug auf i) die Online-Suchmaschine Microsoft Bing, ii) den Webbrowser Microsoft Edge und iii) den Online-Werbedienst Microsoft Advertising mit der Feststellung abgeschlossen, dass diese zentralen Plattformdienste in dem Beschluss zur Benennung von Microsoft als Torwächter nach Artikel 3 DMA nicht als wichtige Zugangstore für gewerbliche Nutzer zu den Endnutzern aufgeführt werden sollten.

(22) Diese Schlussfolgerung lässt die Möglichkeit unberührt, dass die Kommission diesen Beschluss gemäß Artikel 4 Absatz 1 DMA überprüfen oder ändern kann, wenn sich der Sachverhalt, auf dem er beruht, wesentlich ändert oder wenn dieser Beschluss auf unvollständigen, unrichtigen oder irreführenden Angaben beruht.