Amtsblatt
der Europäischen Union

DE
Reihe C

C/2023/905

15.11.2023

ZUSAMMENFASSUNG DES BESCHLUSSES DER KOMMISSION

vom 5. September 2023

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

(Sachen DMA.100018 – AMAZON – ONLINE INTERMEDIATION SERVICES – MARKETPLACES; DMA.100016 – AMAZON – ONLINE ADVERTISING SERVICES)

(bekannt gegeben unter Aktenzeichen C(2023) 6104)

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(C/2023/905)

Am 5. September 2023 hat die Kommission einen Beschluss nach Artikel 3 der Verordnung (EU) 2022/1925 des Europäischen Parlaments und des Rates ([1]) erlassen. Nach Artikel 44 der Verordnung (EU) 2022/1925 des Rates veröffentlicht die Kommission im Folgenden 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) Mit dem beigefügten Benennungsbeschluss wird Amazon.com (im Folgenden „Amazon“) nach Artikel 3 der Verordnung (EU) 2022/1925 (Gesetz über digitale Märkte, im Folgenden auch „DMA“) als Torwächter benannt, und zwar in Bezug auf zwei zentrale Plattformdienste, die nach den Erkenntnissen der Kommission aus von Amazon bereitgestellten Informationen ([2]) gewerblichen Nutzern als wichtiges Zugangstor zu Endnutzern dienen.

2. VERFAHREN

(2) Am 3. Juli 2023 teilte Amazon der Kommission nach Artikel 3 Absatz 3 Unterabsatz 1 DMA mit, dass es die in Artikel 3 Absatz 2 DMA genannten Schwellenwerte in Bezug auf die folgenden zentralen Plattformdienste erreicht: i) seinen über den „Amazon Store“ bereitgestellten Online-Vermittlungsdienst und ii) seinen Online-Werbedienst „Amazon Advertising“.

(3) Am 24. Juli 2023 übermittelte die Kommission Amazon ein Schreiben zu dessen Mitteilung, in dem sie ihre vorläufige Auffassung zu der Mitteilung darlegte.

(4) Am 31. Juli 2023 übermittelte Amazon als Antwort auf das Schreiben der Kommission eine schriftliche Stellungnahme.

3. RECHTSRAHMEN

(5) Das Gesetz über digitale Märkte enthält eine Reihe eng definierter objektiver Kriterien für die Einstufung einer großen Online-Plattform 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.

(6) 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.

([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]) Mitteilung vom 3. Juli 2023 nach Artikel 3 Absatz 3 DMA.

4. **BEURTEILUNG DURCH DIE KOMMISSION**

(7) Auf der Grundlage einer Analyse der von Amazon übermittelten Informationen stellt die Kommission fest, dass die folgenden Dienste, die Gegenstand der Mitteilung sind, zentrale Plattformdienste im Sinne des Artikels 2 DMA darstellen und für sich genommen jeweils gewerblichen Nutzern gemäß Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b DMA als wichtiges Zugangstor zu Endnutzern dienen:

a) der Online-Vermittlungsdienst „Amazon Marketplace“ und

b) der Online-Werbedienst „Amazon Advertising“.

(8) In Bezug auf Amazon Marketplace vertritt die Kommission im Einklang mit den von Amazon vorgelegten Informationen die Auffassung, dass Amazon über den „Amazon Store“ einen Online-Vermittlungsdienst für dritte Verkäufer („Amazon Marketplace“) anbietet, der der Begriffsbestimmung nach Artikel 2 Absatz 2 DMA entspricht. Folglich handelt es sich bei Amazon Marketplace um einen Online-Vermittlungsdienst und einen zentralen Plattformdienst.

(9) Was Amazon Prime betrifft, so stimmt die Kommission dem Standpunkt von Amazon nicht zu, dass es sich dabei lediglich um ein Mitgliedschaftsprogramm handle ([3]). Nach Auffassung der Kommission ist Amazon Prime vielmehr ein gegen Entgelt bereitgestellter optionaler Dienst, der ein Bündel von Leistungen wie den Zugang zu „Prime Video“ und „Amazon Music“ sowie kostenlose und schnellere Warenzustellung umfasst. Ebenso wenig stimmt die Kommission dem Vorbringen von Amazon zu, dass einige dieser Leistungen eigenständige Dienste darstellen könnten, während andere untrennbar mit seinem zentralen Plattformdienst der Kategorie „Online-Vermittlungsdienst“ verbunden seien ([4]). Daher wird in dem Beschluss festgestellt, dass Amazon Prime nicht Teil des zentralen Plattformdienstes „Amazon Marketplace“ ist.

(10) Die Kommission ist ferner der Auffassung, dass es sich bei Amazon Marketplace um einen einzigen zentralen Plattformdienst der Kategorie „Online-Vermittlung“ handelt, obwohl es länderspezifische Domänen für die von Amazon betriebenen Regionalgeschäfte gibt, die über spezielle bestehende bzw. künftige Domänen in und außerhalb der EU zugänglich sind. Nach Ansicht der Kommission sind die Domänen, unter denen Amazon Marketplace betrieben (werden) wird und über die der Dienst angeboten (werden) wird, für sich genommen nicht ausschlaggebend dafür, ob dieser Dienst gewerblichen Nutzern und Endnutzern in der Union angeboten wird. Der Kommission zufolge können die Bestimmungen des Gesetzes über digitale Märkte nur wirksam sein, wenn sie auf zentrale Plattformdienste angewendet werden, die für im Binnenmarkt niedergelassene bzw. ansässige gewerbliche Nutzer und Endnutzer bestimmt sind ([5]). Laut dem Beschluss wird davon ausgegangen, dass dies der Fall ist, wenn das Unternehmen seine Tätigkeiten offensichtlich auf in der Union niedergelassene gewerbliche Nutzer oder auf in der Union niedergelassene oder ansässige Endnutzer ausrichtet – unabhängig davon, ob diese Tätigkeiten über spezielle Domänen in oder außerhalb der EU angeboten werden.

(11) Amazon Advertising ist laut dem Beschluss als ein von dem zentralen Plattformdienst „Amazon Marketplace“ getrennter zentraler Plattformdienst einzustufen, obwohl Amazon Advertising und der zentrale Plattformdienst „Amazon Marketplace“ in gewissem Umfang in integrierter Weise angeboten werden. Dies steht mit der alternativen plausiblen Abgrenzung im Einklang, die Amazon in seiner Mitteilung angeführt hat. Darüber hinaus wird in dem Beschluss festgestellt, dass der Online-Werbedienst „Amazon Advertising“ alle dazugehörigen Werbedienste, -werkzeuge, -schnittstellen, -merkmale und -funktionen umfasst, deren letztlicher Zweck darin besteht, Endnutzern über die eigenen Dienste von Amazon sowie über Werbeinventar Dritter Werbung zu präsentieren.

(12) Die im Benennungsbeschluss enthaltenen Feststellungen beruhen auf den Informationen, die der Kommission bei dessen Erlass vorlagen. Wenn sich der Sachverhalt, auf den sich der Benennungsbeschluss stützt, in einem wesentlichen Punkt ändert oder der Benennungsbeschluss auf unvollständigen, unrichtigen oder irreführenden Angaben beruht, kann die Kommission den Benennungsbeschluss nach Artikel 4 Absatz 1 DMA überprüfen oder ändern.

([3]) Formular GD, Rn. 16.
([4]) Antwort von Amazon vom 31. Juli 2023 auf das Schreiben der Kommission vom 24. Juli 2023, S. 2 und 3.
([5]) Erwägungsgründe 7 und 8 DMA.

5. **SCHLUSSFOLGERUNG**

(13) Aus den vorstehend dargelegten Gründen wird Amazon mit dem Beschluss als Torwächter benannt in Bezug auf: i) den Online-Vermittlungsdienst „Amazon Marketplace“ und ii) den Online-Werbedienst „Amazon Advertising“.