

Zusammenschlussverfahren

eBay Inc. / Adevinta ASA

Fallbericht

BWB/Z-5420 und Z-5421

Wien, 12.7.2021

Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

Bundeswettbewerbsbehörde

Radetzkystraße 2, 1030 Wien

Stand: 12.7.2021

Copyright und Haftung:

Auszugsweiser Abdruck ist nur mit Quellenangabe gestattet, alle sonstigen Rechte sind ohne schriftliche Zustimmung des Medieninhabers unzulässig. Es wird darauf verwiesen, dass alle Angaben in dieser Publikation trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung der Bundeswettbewerbsbehörde und der Autorin/des Autors ausgeschlossen ist.

Nicht barrierefrei - Barrierefreie Version in Arbeit

Inhalt

1 Zusammenschlussvorhaben.....	4
2 Verfahrensablauf der Zusammenschlussprüfung	5
3 Zu den relevanten Märkten der Transaktion	6
4 Wettbewerbliche Beurteilung.....	9
4.1 Die Marktkonzentration ist hoch.....	9
4.2 Nicht-koordinierte Wirkungen	10
4.3 eBay erwirbt eine Beteiligung an einem nahen Wettbewerber	11
4.4 Schlussfolgerungen.....	15
5 Verpflichtungszusagen	16
5.1 Erläuterungen.....	16
5.2 Wortlaut der Verpflichtungszusagen	16
Anhang A: Ergebnisse der NutzerInnenbefragung.....	21
Durchführung	21
Parallel genutzte Plattformen	21
Nähe des Wettbewerbs aus NutzerInnensicht.....	25
Weitere Ergebnisse	28
Anhang B: Beschreibung der relevanten Onlineplattformen in Österreich ..	34
Willhaben	34
eBay	35
Shpock	37
Ausgewählte, sonstige am Markt tätige Plattformen	37
Anhang C: Bertrand-Nash Wettbewerb mit differenzierten Gütern und Minderheitsbeteiligungen.....	41

1 Zusammenschlussvorhaben

- (1) Adevinta ASA („Adevinta“) erwirbt von eBay Inc. („eBay“; Adevinta und eBay gemeinsam „die Parteien“) 100% des globalen Online-Kleinanzeigen-Geschäfts von eBay (eBay Classifieds Group, „eCG“).
- Davon ist keine österreichische Onlineplattform betroffen, jedoch zum Teil Onlineplattformen, die auch von österreichischen NutzerInnen in eingeschränktem Ausmaß verwendet werden. Dies betrifft unter anderem www.ebay-kleinanzeigen.de und www.mobile.de.
- (2) Im Gegenzug erwirbt eBay unter anderem eine nicht-kontrollierende Minderheitsbeteiligung an Adevinta. Die Minderheitsbeteiligung umfasst 44% der finanziellen Anteile und 33% der Stimmrechtsanteile.
- eBay betreibt für den österreichischen Markt den Online-Marktplatz www.ebay.at, sowie die auch von österreichischen NutzerInnen regelmäßig besuchte Seite www.ebay.de.
 - Adevinta ist zu 50% beteiligt an und übt gemeinsame Kontrolle über das österreichische Online-Kleinanzeigenportal www.willhaben.at (betrieben von der willhaben Internet Service GmbH; „Willhaben“) aus.
 - Adevinta war bis zum 2.6.2021 am österreichischen Markt weiters durch das Online-Kleinanzeigenportal www.shpock.at (betrieben von der Finderly GmbH; „Shpock“) vertreten.
- (3) Im Rahmen der wettbewerblichen Prüfung des Zusammenschlusses durch die Bundeswettbewerbsbehörde („BWB“) zeigte sich, dass eBay und Willhaben in einem engen Wettbewerb um österreichische NutzerInnen stehen, insbesondere im Bereich des Online-Verkaufs durch Privatpersonen an andere Privatpersonen (*consumer-to-consumer* Transaktionen; „C2C-Transaktionen“). Zur Vermeidung von Nachteilen für NutzerInnen von Onlineplattformen für C2C-Transaktionen konnte eine Freigabe des Zusammenschlusses nur nach Abgabe von geeigneten Verpflichtungszusagen durch die Parteien erteilt werden.

2 Verfahrensablauf der Zusammenschlussprüfung

- (4) Die Parteien traten zunächst mit Fragen zur Anmeldepflicht der Transaktion in Österreich an die Bundeswettbewerbsbehörde und den Bundeskartellanwalt (gemeinsam „die Amtsparteien“) heran. Im Rahmen der Pränotifikationsgespräche übermittelten die Amtsparteien auch erste inhaltliche Rückfragen zur Transaktion an die Parteien. Das Zusammenschlussvorhaben wurde neben Österreich auch in Deutschland und Großbritannien angemeldet und einer wettbewerblichen Prüfung unterzogen.
- (5) Ende November 2020, nach Abschluss des deutschen Verfahrens, übermittelten die Parteien eine Reihe von angeforderten Auskünften an die Amtsparteien und brachten kurz vor Weihnachten, am 7.12.2020, die Anmeldung des Zusammenschlusses in Österreich ein. Die Anmeldung wurde am 8.1.2021 aufgrund wettbewerblicher Bedenken seitens der Amtsparteien zurückgezogen. Die Parteien traten in der Folge mit ersten Vorschlägen zu Verpflichtungszusagen an die Amtsparteien heran, die jedoch die wettbewerblichen Bedenken nicht vollständig adressierten.
- (6) Am 20.5.2021 wurde in Österreich eine erneute Anmeldung des Zusammenschlusses eingebbracht. Durch die Abgabe von geeigneten Verpflichtungszusagen konnten schließlich - innerhalb der vierwöchigen Phase 1 Prüfungsfrist - die wettbewerblichen Bedenken ausgeräumt werden und eine Freigabe des Zusammenschlusses mit Ablauf der Frist 17.6.2021 erteilt werden.
- (7) Im Rahmen der wettbewerblichen Prüfung des Zusammenschlusses führte die BWB eine Befragung zahlreicher MarktteilnehmerInnen durch. Eine Vielzahl an (konkurrierenden) österreichischen Plattformen, sowohl Online-Kleinanzeigenportale als auch Online-Marktplätze, gaben eine Stellungnahme ab und übermittelten wettbewerblich relevante Informationen. Des Weiteren wurde eine Stichprobe österreichischer NutzerInnen der vom Zusammenschluss betroffenen Onlineplattformen hinsichtlich ihres Marktverhaltens befragt und ihre Antworten im Rahmen der wettbewerblichen Beurteilung berücksichtigt.
- (8) Die Amtsparteien kooperierten - mit Zustimmung der Parteien - eng mit den Wettbewerbsbehörden in Deutschland und insbesondere in Großbritannien. Das deutsche Bundeskartellamt gab den Zusammenschluss am 24.11.2020 ohne Auflagen frei, unter anderem „da Shpock in Deutschland nur geringe Umsätze

erzielt und über sehr geringe Marktanteile verfügt“.¹ Die britische Competition and Markets Authority („CMA“) gab am 16.2.2021 bekannt, dass der Zusammenschluss in einer signifikanten Reduktion des Wettbewerbs resultieren könnte und daher Auflagen notwendig seien oder eine vertiefte Prüfung eingeleitet würde. Mit 2.6.2021 wurden im britischen Verfahren Auflagenvorschläge durch die CMA angenommen. Unter anderem unterlag die Durchführung einer verpflichtenden Veräußerung der Finderly GmbH (Eigentümerin von Shpock).²

3 Zu den relevanten Märkten der Transaktion

- (9) Sowohl eBay als auch Adevinta sind am österreichischen Markt an Plattformen beteiligt, die von geschäftlichen als auch privaten KundInnen zur Anbahnung und teils auch zur Abwicklung von Onlineverkäufen genutzt werden. Nach Argumentation der Parteien seien eBay und Adevinta jedoch in Österreich nicht auf denselben relevanten Märkten aktiv. Während eBay einen Online-Marktplatz betreibe, seien Willhaben und Shpock (zum Zeitpunkt der Zusammenschlussanmeldung eine 100%-ige Tochter von Adevinta) Online-Kleinanzeigenportale. Darüber hinaus sei auch eine getrennte Betrachtung von Plattformen für B2C- und C2C-Transaktionen nicht gerechtfertigt, da hier eine Austauschbarkeit der Angebote vorliege. Der relevante Markt für Online-Kleinanzeigenportale sei national abzugrenzen.
- (10) Angesichts des Vorliegens geeigneter Verpflichtungszusagen musste die Frage des relevanten Marktes letztlich nicht vom Kartellgericht geklärt werden und kann offengelassen werden.
- (11) Die Ermittlungsergebnisse der BWB sprechen jedoch für ein enges Wettbewerbsverhältnis der Parteien bei Onlineplattformen für C2C-Transaktionen, insbesondere bei Plattformen, die nicht auf den Verkauf einer einzelnen Produktkategorie spezialisiert sind („horizontale Onlineplattformen“ oder „Generalisten“). Der Auffassung, dass eBay und Willhaben keine (oder eine lediglich

¹

https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2020/24_11_2020_eBay_Adevinta.html

² <https://www.gov.uk/cma-cases/adevinta-ebay-merger-inquiry>

vernachlässigbare) Überlappung ihrer Tätigkeit auf einem relevanten Markt aufweisen, konnte somit nicht gefolgt werden.

- (12) Die bisherige Entscheidungspraxis der Europäischen Kommission („EK“) hat Online-Kleinanzeigen regelmäßig als eine Art von Online-Werbung betrachtet und daher im Verhältnis zum Online-Werbemarkt analysiert, nicht jedoch explizit das Verhältnis zu Online-Marktplätzen untersucht. Online-Kleinanzeigen seien daher insbesondere von anderen Arten der Online-Werbung wie suchgebundener Werbung (*Search Advertising*) oder Anzeigewerbung (*Display Advertising*) zu unterscheiden.³ Im Verfahren der EK zu Google Shopping wurde festgehalten, dass Online-Marktplätze insbesondere auch in der Listung von gebrauchten Produkten durch nicht-gewerbliche VerkäuferInnen aktiv seien⁴, also einem Kernbereich von Online-Kleinanzeigenportalen.
- (13) Die britische CMA kam in ihrer Phase 1-Entscheidung zur vorliegenden Transaktion zum Ergebnis, dass der relevante Markt sowohl horizontale Online-Kleinanzeigenportale als auch C2C Online-Marktplätze umfasse.⁵
- (14) Die Analyse interner Dokumente der Parteien durch die BWB zeigte, dass
 - eBay nicht nur Online-Marktplätze sondern auch Online-Kleinanzeigenportale in einem Wettbewerbsverhältnis zum eigenen Angebot sieht,
 - Willhaben nicht nur Online-Kleinanzeigenportale sondern auch Online-Marktplätze in einem Wettbewerbsverhältnis zum eigenen Angebot sieht, sowie dass
 - Willhaben insbesondere auch eBay als engen Wettbewerber betrachtet.
 - Die Wettbewerbssituation für C2C erfährt regelmäßig eine getrennte Analyse hinsichtlich Wettbewerber, Monetarisierung und strategischer Entwicklung.
 - Der Wettbewerb um nicht-gewerbliche NutzerInnen steht insbesondere in der Wettbewerbsanalyse horizontaler Plattformen im Fokus, während bei vertikalen Plattformen häufig der Wettbewerb um gewerbliche KundInnen im Vordergrund steht.⁶

³ COMP/M.5727 - Microsoft/Yahoo Search Business.

⁴ COMP/AT.39740 - Google-Search (Shopping), Fn 61

⁵ <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/606de119d3bf7f401046b6ae/210216 - Adevinta-eCG-eBay - FINAL - Official-Sensitive .pdf>

⁶ Vertikale Onlineplattformen sind auf einzelne Produktkategorien wie beispielsweise Immobilien, Stellenanzeigen oder Kraftfahrzeuge spezialisiert und wurden in der Praxis des Wettbewerbsvollzugs in Europa bereits mehrfach als eigenständige relevante Märkte analysiert.

- (15) Im Zuge der Zusammenschussprüfung wurden unabhängige Wettbewerber mit Auskunftsersuchen kontaktiert. 18 Unternehmen übermittelten Antworten an die BWB. Zur Frage ob Online-Marktplätze und Online-Kleinanzeigenportale aus Sicht von C2C-VerkäuferInnen austauschbar seien, gaben (neben wenigen Enthaltungen) alle Befragten an, dass diese klar austauschbar oder eher austauschbar seien. Kein befragtes Unternehmen gab an, diese seien eher oder klar nicht austauschbar. Bei der Frage zur Austauschbarkeit aus Sicht von B2C-VerkäuferInnen gaben lediglich zwei befragte Unternehmen an, Online-Marktplätze und Online-Kleinanzeigenportale seien eher oder klar nicht austauschbar.
- (16) In der Frage, welchen Bedarf der KundInnen (§23 KartG) bestimmte Plattformen decken, lässt sich eine Annäherung zwischen Online-Marktplätzen und Online-Kleinanzeigenportalen beobachten. Die Marktentwicklung zeigt, dass sich bislang entscheidende trennende Eigenschaften zwischen Online-Kleinanzeigenportalen und Online-Marktplätzen zunehmend auflösen. Dies zeigt sich unter anderem darin, dass Online-Kleinanzeigenportale verstärkt versuchen die Transaktion selbst zu monetarisieren und in diesem Zusammenhang "Marktplatz"-Dienstleistungen wie Versand oder Bezahlung über die Plattform einführen. Ein befragter Wettbewerber führte beispielsweise an, dass sich „Marktplätze [...] stärker an Transaktion und Fullfilment [orientieren], während Online-Kleinanzeigenportale in erster Linie Leads generieren. In den letzten Jahren verschwimmen die Grenzen jedoch immer mehr, da Kleinanzeigenportale zunehmend erweiterte Services wie Escrow oder Versandmöglichkeiten anbieten. [...] Im Fachjargon verschwimmen die Begriffe immer mehr, es wird meist nur noch von Marktplätzen gesprochen.“
- (17) Auch die Befragung der NutzerInnen von Willhaben, eBay und Shpock bestätigt, dass NutzerInnen von Online-Marktplätzen zu einem wichtigen Teil auch Online-Kleinanzeigenportale parallel nutzen, um denselben Bedarf zu decken, und diese Online-Kleinanzeigenportale auch häufig als wichtigste Alternative betrachten. Gleichzeitig verwenden NutzerInnen von Online-Kleinanzeigenportalen zu einem wichtigen Teil auch Online-Marktplätze parallel zur Deckung desselben Bedarfs, und betrachten diese Online-Marktplätze auch häufig als wichtigste Alternative.
- (18) Die Aktivitäten der Parteien überschneiden sich weiters im Bereich der Online-Werbung. Aufgrund der vergleichsweise schwächeren Marktposition in diesem Bereich musste keine vertiefte Prüfung dieses Bereiches vorgenommen werden und die Definition der relevanten Märkte konnte offengelassen werden.

4 Wettbewerbliche Beurteilung

- (19) Nach Angaben der Parteien seien schon alleine deshalb keine wettbewerblichen Bedenken durch den vorliegenden Zusammenschluss zu erwarten, da Online-Marktplätze und Online-Kleinanzeigenportale - und damit auch eBay und Willhaben - nicht (oder nur in einem vernachlässigbar geringen Ausmaß) miteinander im Wettbewerb stünden. Diesem Vorbringen konnte die BWB, wie in Abschnitt 3 dargestellt, nicht folgen. Die Parteien argumentieren weiters, dass Adevinta und eBay bestenfalls entfernte Wettbewerber seien, die dem Wettbewerbsdruck zahlreicher wichtiger Marktteilnehmer wie insbesondere Facebook und Amazon ausgesetzt seien.
- (20) Die Ermittlungen der BWB zeigten, dass das Zusammenschlussvorhaben einen bereits konzentrierten Markt betrifft, auf welchem die beteiligten Unternehmen als nahe Wettbewerber klassifiziert werden müssen mit wenigen Alternativen für die KundInnen zur Deckung desselben Bedarfs. Daraus ergibt sich ein Risiko für nicht-koordinierte Wirkungen auf Preise, Qualität und Innovation zum Nachteil der österreichischen KundInnen.

4.1 Die Marktkonzentration ist hoch

- (21) Zur Gewinnung einer Ersteinschätzung über die Marktstruktur und die Bedeutung der fusionierenden Unternehmen im Markt werden üblicherweise Marktanteile und darauf aufbauend Marktkonzentrationsindizes herangezogen. Ein häufig verwendeteter Marktkonzentrationsindex ist der Herfindahl-Hirschman Index („HHI“). Für Märkte mit Überkreuzbeteiligungen wurde ein modifizierter HHI („MHHI“) entwickelt. MHHI und HHI sind ident in Märkten ohne Überkreuzbeteiligungen. Der MHHI (gemessen an neu eingestellten Angeboten österreichischer NutzerInnen) nach der Transaktion, unter Berücksichtigung des Verkaufs von Shpock an einen von Adevinta unabhängigen Dritten, liegt nach den Ermittlungen der BWB bei horizontalen Onlineplattformen für C2C-Transaktionen in Österreich oberhalb von 4000 mit einem MHHI-Delta von mehr als 450. Diese Werte sind als hohe Konzentration einzustufen.
- (22) Nach den Leitlinien zur Bewertung horizontaler Zusammenschlüsse der EK („Horizontal-LL“)⁷ stellen sich in der Regel in Märkten mit einem HHI über 2000 dann keine horizontalen wettbewerblichen Bedenken, wenn das HHI-Delta unter

⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52004XC0205%2802%29>

150 liegt. Auch die EK führt darüber hinaus aus, dass Minderheitsbeteiligungen Anlass für die Anwendung eines modifizierten HHIs sein können, der die Beteiligungsstruktur im Markt berücksichtigt.⁸

- (23) Eine hohe Marktkonzentration heißt im Zusammenhang mit den vom Zusammenschluss betroffenen Plattformen willhaben.at und ebay.at auch, dass es nur wenige relevante alternative AnbieterInnen mit einer entsprechenden Reichweite gibt und damit eingeschränkte Auswahlmöglichkeiten für österreichische NutzerInnen. Die Anzahl der NutzerInnen auf beiden Seiten des Marktes (KäuferInnen und VerkäuferInnen) ist bei Onlineplattformen für C2C-Transaktionen ein entscheidendes Kriterium für den Markterfolg.

4.2 Nicht-koordinierte Wirkungen

- (24) Nach den Horizontal-LL liegt die unmittelbarste Wirkung einer Fusion „im Verlust des Wettbewerbs zwischen den fusionierenden Unternehmen. Wenn z. B. eines dieser Unternehmen vor dem Zusammenschluss seine Preise erhöht hätte, hätte es einen Teil seines Absatzes an den anderen Fusionsteilnehmer verloren. Mit dem Zusammenschluss wird dieser Wettbewerbsdruck beseitigt“.⁹ Wenn im Zuge eines Zusammenschlusses kein Kontrollerwerb am Zielunternehmen erworben wird, so wird der Wettbewerbsdruck durch den Zusammenschluss nicht vollständig beseitigt, jedoch (möglicherweise erheblich) reduziert. Während der Fokus im Zitat aus den Horizontal-LL auf die Preise als strategische Variablen der Unternehmen gelegt wird, gibt es neben dem Preis auch noch andere Wettbewerbsparameter, die als Folge eines Zusammenschlusses in nicht-koordinierter Weise zum Nachteil der KundInnen verändert werden können. Die Fähigkeit der am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen, erhöhte Marktmacht auszuüben, kann durch die Transaktion gestärkt werden und neben einer Erhöhung der Preise beispielsweise auch in einer Beschränkung der Vielfalt und Qualität der angebotenen Dienstleistungen oder einer Einschränkung der Investitions- und Innovationsanreize zum Nachteil der KundInnen resultieren.
- (25) Abbildung 1 zeigt modellbasierte Preiseffekte des Erwerbs einer Beteiligung an einem direkten Wettbewerber in Abhängigkeit vom Beteiligungsgrad (unter Zugrundelegung beispielhafter Modellparameter). Diese Ergebnisse basieren auf einem Modellmarkt mit differenzierten Produkten, in dem die Unternehmen ihre Preise in gewinnmaximierender Absicht strategisch setzen und die Erwerberin die

⁸ Horizontal-LL, Fn 25

⁹ Horizontal-LL, Rz 24

Preispolitik des Zielunternehmens im Verhältnis zu ihrer finanziellen Beteiligung mitbestimmen kann.¹⁰

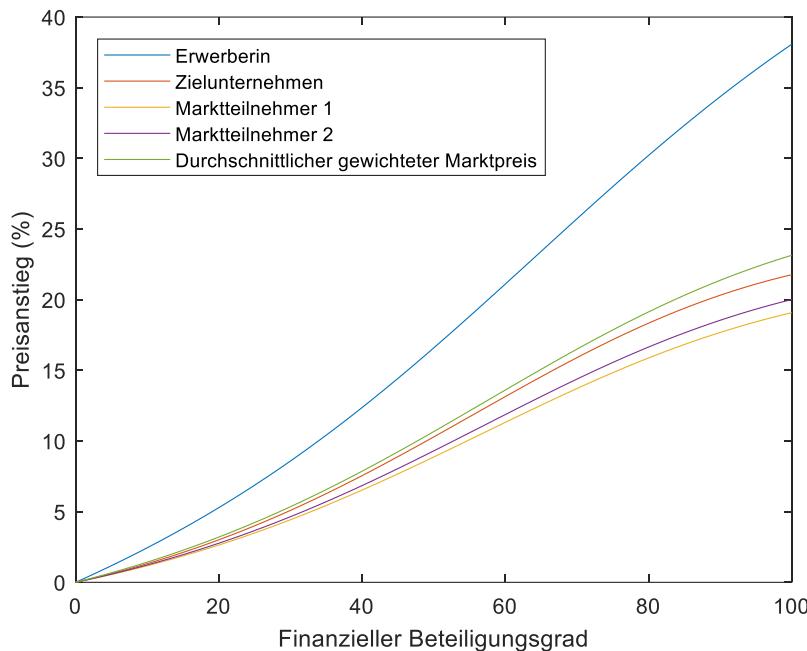


Abbildung 1

Modellbasierte Preisanstiege in Abhängigkeit vom Grad der finanziellen Beteiligung

- (26) Der Effekt des Erwerbs einer 44%-igen Beteiligung an einem Wettbewerber auf den durchschnittlichen Marktpreis ist deutlich geringer als der Preiseffekt eines vollständigen (100%) Erwerbs, kann jedoch je nach zugrundeliegenden Modellparametern nichtsdestotrotz erheblich sein.
- (27) Spürbare nicht-koordinierte Wirkungen eines Zusammenschlusses sind in der Regel insbesondere dann zu erwarten, wenn die am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen hohe Marktanteile aufweisen (siehe dazu die Ausführungen zur Marktstruktur und der Höhe der Marktkonzentration in Abschnitt 4.1), sowie dann wenn die am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen nahe Wettbewerber sind.

4.3 eBay erwirbt eine Beteiligung an einem nahen Wettbewerber

- (28) Willhaben und eBay sind nahe Wettbewerber in Österreich, insbesondere bei horizontalen Onlineplattformen für C2C-Transaktionen. Dies zeigt sich anhand

¹⁰ Zum zugrundeliegenden Modell und angenommener Parameter wird auf Anhang C verwiesen.

interner Dokumente der Parteien, anhand der Auskünfte von Wettbewerbern, sowie anhand der Antworten auf die Befragung von NutzerInnen der Onlineplattformen der Parteien durch die BWB.

- (29) Interne Dokumente der Parteien belegen, dass Willhaben insbesondere auch eBay als nahen Wettbewerber betrachtet.
- (30) Auch anhand der Antworten der befragten Wettbewerber zeigt sich, dass eBay und Willhaben überwiegend als nahe Wettbewerber um österreichische PlattformnutzerInnen gesehen werden. Von den 11 Wettbewerbern, die eine Einschätzung zur Frage des Wettbewerbs zwischen eBay und Willhaben übermittelten, stuften 64% diesen als intensiv oder sehr intensiv ein und weitere 18% als leichten Wettbewerb ein.
- (31) In einem Markt mit differenzierten Angeboten wird im Zuge von Zusammenschlussprüfungen regelmäßig die Austauschbarkeit von Angeboten untersucht. Dies unterstützt bei der Feststellung, welche Angebote nahe Wettbewerber oder weniger nahe Wettbewerber sind. Die BWB hat die Frage der Austauschbarkeit der Onlineplattformen der Parteien aus Sicht der NutzerInnen im Rahmen einer NutzerInnenbefragung erhoben. Dabei wurden österreichische NutzerInnen der Plattformen ebay.at, willhaben.at und shpock.at zufällig ausgewählt und um Beantwortung eines kurzen Fragebogens zu ihrem Verhalten auf den genannten Plattformen und alternativen Plattformen befragt.
- (32) Die NutzerInnenbefragung zeigt, dass es neben den Plattformen von eBay (ebay.at, ebay.de, ebay-kleinanzeigen.de) und Adevinta (willhaben.at, zum Zeitpunkt der Anmeldung auch shpock.at) in Österreich nur wenige relevante Wettbewerber im Bereich horizontale Onlineplattformen für C2C-Transaktionen gibt und insbesondere, dass diese deutlich seltener gleichzeitig genutzt werden und deutlich seltener als die engste Alternative zum Angebot der Parteien gesehen werden.
- (33) So geben beispielsweise 65% der befragten NutzerInnen von ebay.at an, gleichzeitig auch willhaben.at zum Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen zu nutzen, 17% nutzen auch shpock.at, 13% den Amazon Marktplatz, 9% ebay-kleinanzeigen.de und 8% den Facebook Marketplace (siehe Abbildung 2).

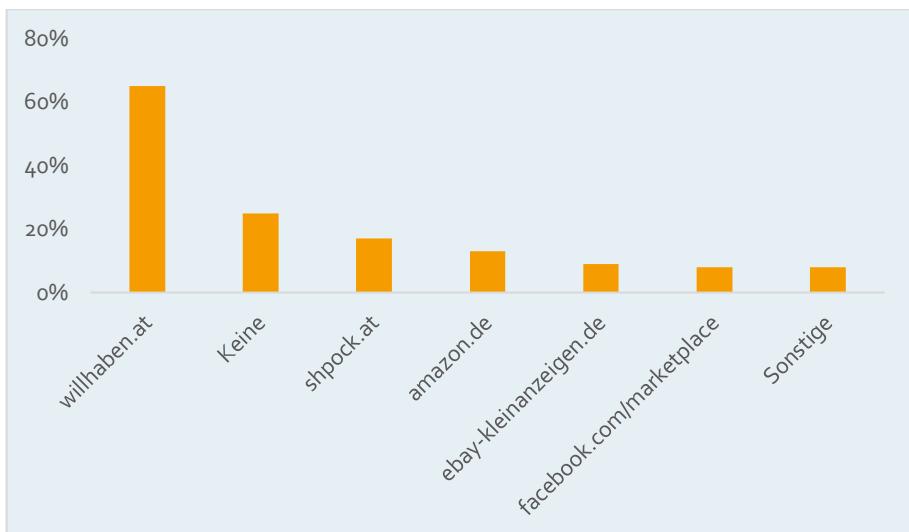


Abbildung 2

Angaben zur Frage: „Welche der folgenden Internetplattformen verwenden Sie außer ebay.at noch um Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen?“
 (in % der befragten NutzerInnen, die eBay zum Verkauf nutzen)

- (34) Befragt danach, auf welche Onlineplattform NutzerInnen von ebay.at gegebenenfalls ausweichen würden, um dieselben oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen, geben sogar 70% willhaben.at als eine von zwei Möglichkeiten an. 15% nennen shpock.at, 10% den Facebook Marketplace, 9% den Amazon Marktplatz und 8% ebay-kleinanzeigen.de (siehe Abbildung 3).

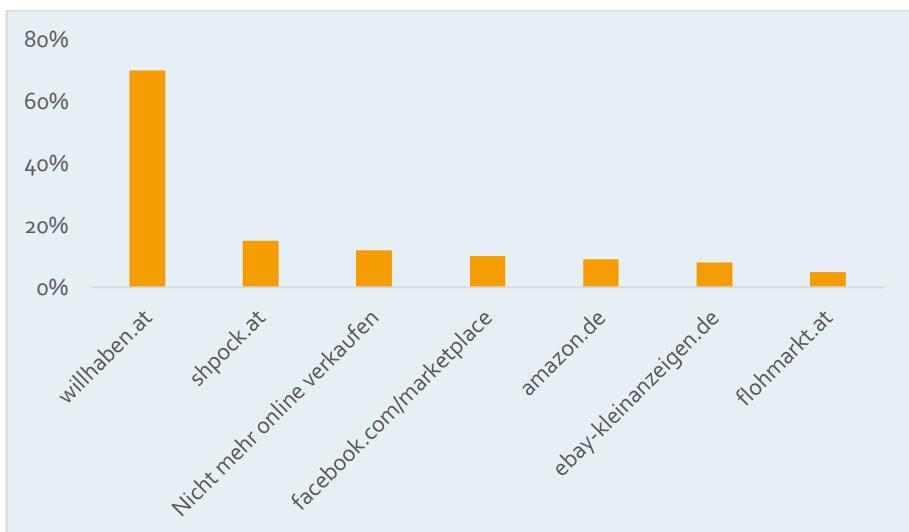


Abbildung 3

Angaben zur Frage: „Wäre ebay.at/ebay.de nicht verfügbar, auf welche Internetplattform würden Sie ausweichen, um dieselben oder ähnliche Produkte oder

Dienstleistungen zu verkaufen? Bitte nennen Sie maximal zwei Plattformen.“

(in % der befragten NutzerInnen, die eBay zum Verkauf nutzen)

- (35) Umgekehrt verwenden 56% der befragten NutzerInnen von Willhaben aktuell keine andere Onlineplattform, um Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen. Die zwei am häufigsten parallel genutzten Plattformen sind wiederum shpock.at mit 18% und ebay.at mit 16%, wobei 8% angeben auch auf ebay-kleinanzeigen.de zu verkaufen und 7% auch auf ebay.de zu verkaufen. Daneben verwenden 9% den Facebook Marketplace und 8% den Amazon Marketplace (siehe Abbildung 4).

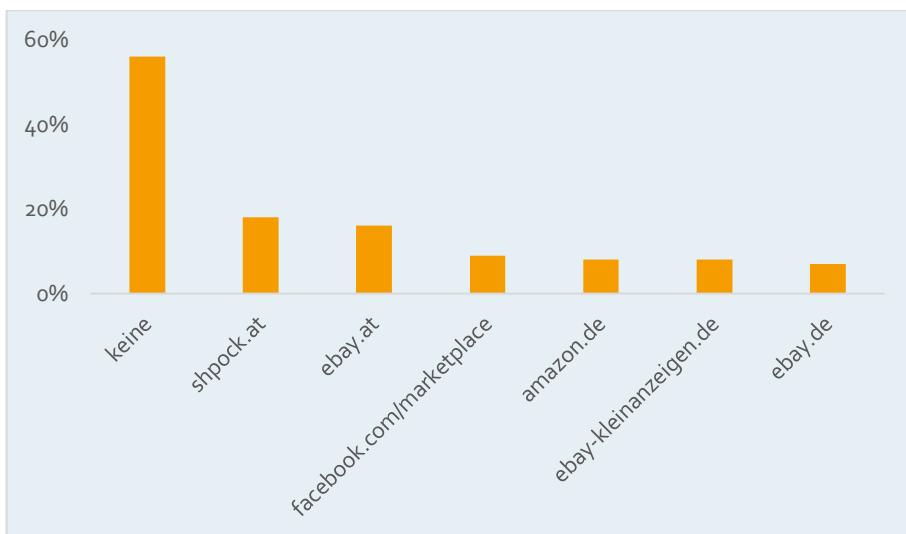


Abbildung 4

Angaben zur Frage: „Welche der folgenden Internetplattformen verwenden Sie außer willhaben.at noch um Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen?“

(in % der befragten NutzerInnen, die Willhaben zum Verkauf nutzen)

- (36) Befragt danach, auf welche Onlineplattform NutzerInnen von willhaben.at gegebenenfalls ausweichen würden, um dieselben oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen, geben 35% shpock.at und 29% ebay.at an. Daneben führen 10% ebay-kleinanzeigen.de und 7% ebay.de als eine von zwei Möglichkeiten an. 17% nennen den Facebook Marketplace und 8% flohmarkt.at (siehe Abbildung 5).

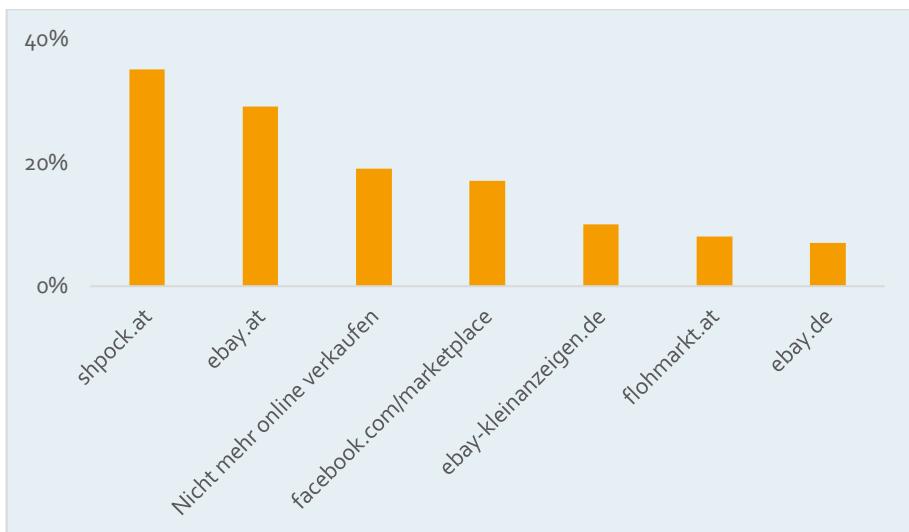


Abbildung 5

Angaben zur Frage: „Wäre willhaben.at nicht verfügbar, auf welche Internetplattform würden Sie ausweichen, um dieselben oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen? Bitte nennen Sie maximal zwei Plattformen.“
 (in % der befragten NutzerInnen, die eBay zum Verkauf nutzen)

- (37) Für weitere detaillierte Ergebnisse der NutzerInnenbefragung sei auf Anhang A verwiesen.

4.4 Schlussfolgerungen

- (38) Aus Sicht der BWB sind aufgrund der Stärke der Marktposition und der Enge des Wettbewerbs zwischen eBay und Willhaben weder der Anreiz noch die Fähigkeit zur profitablen Durchsetzung von Preiserhöhungen für österreichische NutzerInnen oder Einschränkungen des Qualitäts- und Innovationswettbewerbs zwischen eBay und Willhaben ausgeschlossen.
- (39) Angesichts des Erwerbs der Minderheitsbeteiligung von eBay an Adevinta und der damit zunehmenden Konzentration auf einem bereits vor der Transaktion konzentrierten Markt ergeben sich daher Bedenken im Hinblick auf eine Verringerung des gegenseitigen Wettbewerbsdrucks und eine damit einhergehende Verschlechterung der Konditionen für österreichische NutzerInnen von horizontalen Onlineplattformen für C2C-Transaktionen. Adevinta ist in Österreich zu 50% an Willhaben beteiligt und eBay betreibt den österreichischen eBay-Marktplatz. Nach der Transaktion profitiert eBay von den durch Willhaben generierten Einnahmen. Dadurch reduziert sich der Anreiz von eBay, KundInnen durch wettbewerbliches Verhalten von Willhaben zu gewinnen.

- (40) Gleichzeitig erhält eBay durch die Transaktion möglicherweise Einfluss auf die Geschäftstätigkeit von Adevinta und Willhaben, beispielsweise über Teilnahme und Stimmberechtigung in den EigentümerInnenversammlungen sowie den Entscheidungsgremien der jeweiligen Unternehmen oder durch Einflussnahme bei der Entscheidung über Personalfragen. Durch Austausch wettbewerblich sensibler Informationen kann darüber hinaus auch koordiniertes Marktverhalten von eBay und Adevinta zum Nachteil der KundInnen befördert werden.

5 Verpflichtungszusagen

5.1 Erläuterungen

- (41) Angesichts der durch die BWB vorgebrachten wettbewerblichen Bedenken unterzeichneten die Parteien Verpflichtungszusagen, die geeignet sind Beeinträchtigungen des Wettbewerbs zum Nachteil österreichischer KundInnen zu verhindern.
- (42) Die Verpflichtungszusagen verpflichten die Parteien zu einer Reduktion der wirtschaftlichen Beteiligung von eBay an Adevinta auf 33% oder weniger innerhalb von 18 Monaten, wodurch die effektive Beteiligung von eBay an Willhaben auf 16,5% oder weniger reduziert wird. Damit werden Anreize zu reduziertem Preis-, Qualitäts- und Innovationswettbewerb nach Durchführung der Transaktion eingeschränkt und den nicht-koordinierten Wirkungen der Transaktion entgegengewirkt.
- (43) Weiters wird durch die abgegebenen Verpflichtungszusagen die Möglichkeit der Einflussnahme von eBay auf Willhaben eingegrenzt und damit die Fähigkeit von eBay unterbunden, das Marktverhalten von Adevinta (insbesondere jenes von Willhaben) zum Nachteil der österreichischen KundInnen zu beeinflussen.

5.2 Wortlaut der Verpflichtungszusagen

Die von den Parteien vorgeschlagenen Verpflichtungszusagen lauten wie folgt:

Präambel

Im Zusammenschlussverfahren zum Erwerb einer Minderheitsbeteiligung an Adevinta ASA („**Adevinta**“) durch eBay Inc. („**eBay**“, gemeinsam „**die Parteien**“) im Zuge des Verkaufs der eBay Classifieds Group an Adevinta wurden von der Bundeswettbewerbsbehörde umfangreiche Untersuchungen zu den möglichen Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses auf den Wettbewerb in den betroffenen Märkten angestellt. Nach Auffassung der Bundeswettbewerbsbehörde und des Bundeskartellanwalts (gemeinsam „**die Amtsparteien**“) bestehen angesichts des Erwerbs der Minderheitsbeteiligung Bedenken im Hinblick auf eine Verschlechterung der Konditionen für österreichische NutzerInnen von Onlineplattformen für Privatverkäufe (u.a. willhaben.at und ebay.at) durch eine Verringerung des gegenseitigen Wettbewerbsdrucks. eBay profitiert nach dem Zusammenschluss von den durch die österreichische Geschäftstätigkeit von Adevinta¹¹ generierten Einnahmen und könnte die Fähigkeit erhalten, die Aktivitäten von Adevinta in Österreich zu seinen Gunsten zu beeinflussen. Aufgrund der Stärke der Marktposition und der Enge des Wettbewerbs zwischen eBay und Willhaben ist ein Anreiz und die Fähigkeit zur profitablen Durchsetzung von Preiserhöhungen für NutzerInnen oder Einschränkungen des Qualitäts- und Innovationswettbewerbs zwischen eBay und Willhaben nicht ausgeschlossen.

Zur Ausräumung der Bedenken verpflichten sich die Parteien zur Einhaltung der nachfolgenden Verpflichtungszusagen, die darauf abzielen

- die wirtschaftliche Beteiligung von eBay an Willhaben nach der Transaktion zu reduzieren um *Anreize* für wettbewerbswidriges Verhalten zu unterbinden, sowie
- die Möglichkeit der Einflussnahme von eBay auf Willhaben einzugrenzen und damit die *Fähigkeit* für wettbewerbswidriges Verhalten zu unterbinden.

Verpflichtungszusagen

Maßnahme zur Reduktion der wirtschaftlichen Beteiligung von eBay an Willhaben zur Unterbindung von Anreizen für wettbewerbswidriges Verhalten

1. eBay reduziert seine finanzielle Beteiligung an Adevinta innerhalb eines Zeitraums von 18 Monaten ab Durchführung (Closing) der Transaktionen auf 33% oder weniger.

Maßnahmen zur Reduktion des wirtschaftlichen Einflusses von eBay auf Willhaben zur Unterbindung der Fähigkeit zu wettbewerbswidrigem Verhalten

2. Unbeschadet der allgemeinen rechtlichen Rahmenbedingungen ist jeglicher Informationsaustausch der Parteien (und ihrer Beteiligungen, zB Willhaben) in Bezug auf die österreichische Geschäftstätigkeit von eBay und Adevinta unzulässig.

¹¹ Die österreichische Geschäftstätigkeit von Adevinta besteht nach dem Verkauf der Finderly GmbH (Eigentümerin von shpock.at) im Zuge des britischen Zusammenschlussprüfverfahrens (CMA/ME/6897/20) aktuell in der 50%-igen Beteiligung an der willhaben internet service GmbH & Co KG.

Jedwede Beeinflussung der österreichischen Geschäftstätigkeit von Adevinta durch eBay ist ebenso unzulässig. Insbesondere

- a. verzichten alle von eBay ernannten Mitglieder des Adevinta-Vorstands auf Ihre Stimmberchtigung bei Beschlüssen des Adevinta-Vorstands zu die österreichische Geschäftstätigkeit von Adevinta betreffenden Themen. Darunter jedenfalls umfasst sind
 - (i) Beschlüsse zu Personal- oder Budgetentscheidungen betreffend die österreichische Geschäftstätigkeit von Adevinta und
 - (ii) Beschlüsse mit Auswirkungen auf die österreichische Geschäftstätigkeit von Adevinta im Rahmen der strategischen Ausrichtung, der Preisgestaltung, der sonstigen Konditionengestaltung für NutzerInnen, sowie auf Investitionen in bestehende oder neue Geschäftsfelder, Forschungs- und Entwicklungsausgaben.
- b. Adevinta wird sein gesellschaftsvertragliches Recht zur Entsendung eines Geschäftsführers der willhaben internet service GmbH nicht ausüben.
- c. Adevinta wird sein gesellschaftsvertragliches Recht zur Entsendung dreier Mitglieder in den weisungsbefugten Beirat der willhaben internet service GmbH nicht ausüben.
 - (i) Eines der drei von Adevinta entsandten Beiratsmitglieder wird durch eine Person ersetzt, die von Adevinta und eBay unabhängig und nicht mit ihnen verbunden ist.
 - (ii) Die zwei anderen von Adevinta entsandten Beiratsmitglieder der willhaben internet service GmbH bleiben vakant oder werden ebenso durch Personen ersetzt, die von Adevinta und eBay unabhängig und nicht mit ihnen verbunden sind.

Sanktionen

3. Verstöße gegen die gegenständlichen Verpflichtungszusagen unterliegen einer Sanktionierung gemäß § 29 Z 1 lit a iVm § 17 Abs 1 KartG.

Umsetzungszeitraum und Gültigkeit

4. Die Verpflichtungszusagen bleiben aufrecht, solange eBay zumindest ein Vorstandsmitglied in den Adevinta-Vorstand entsendet und der finanzielle oder stimmrechtliche Beteiligungsgrad von eBay an Adevinta 25% oder mehr beträgt, längstens jedoch 10 Jahre ab Durchführung (Closing) der Transaktion.

Monitoring durch unabhängigen Überwachungstreuhänder

5. Die Parteien erklären sich bereit, für die Dauer der Wirksamkeit dieser Verpflichtungszusagen einen unabhängigen Überwachungstreuhänder oder eine unabhängige Überwachungstreuhänderin („der Überwachungstreuhänder“) mit der

Überprüfung der Einhaltung der Verpflichtungszusagen im Sinne der Präambel und der gesetzlichen Rahmenbedingungen zu beauftragen (das "**Mandat**").

6. Auf Vorschlag der Parteien ist im Einvernehmen mit den Amtsparteien eine Person als Überwachungstreuhänder einzusetzen. Dazu werden die Parteien den Amtsparteien einen Dreievorschlag unterbreiten. Personen mit einem besonderen wirtschaftlichen oder persönlichen Naheverhältnis zu den Parteien, sind als Überwachungstreuhänder ausgeschlossen. Das Mandat und die Vergütung des Überwachungstreuhänders sind in einer separaten Vereinbarung festzuhalten, die den Amtsparteien so rasch als möglich, jedoch nicht später als sechs Wochen ab Durchführung (Closing) zu übermitteln ist. Der Umfang des Mandats umfasst folgende Rechte und Pflichten des Überwachungstreuhänders:
 - a. eBay ist verpflichtet innerhalb von drei Monaten ab Durchführung (Closing) ein Konzept für die Umsetzung der Reduktion (mit überprüfbaren Meilensteinen) gemäß Punkt 1 in Absprache mit dem Überwachungstreuhänder zu entwickeln und den Amtsparteien zur Genehmigung vorzulegen. Der Überwachungstreuhänder übermittelt alle drei Monate, erstmalig vier Monate ab Durchführung (Closing), einen Bericht zur Umsetzung der Zusage gemäß Punkt 1, insbesondere unter Bezugnahme auf die im Konzept definierten Meilensteine.
 - b. Der Überwachungstreuhänder übermittelt den Amtsparteien drei Monate ab Durchführung (Closing) einen Bericht zur Umsetzung der Maßnahmen gemäß Punkt 2b und 2c.
 - c. Der Überwachungstreuhänder übermittelt den Amtsparteien nach sorgfältiger Prüfung einen jährlichen Bericht zur Umsetzung der in Punkt 2 festgelegten Maßnahmen, erstmals zwölf Monate ab Durchführung (Closing). Zur Prüfung von Punkt 2a sind vom Überwachungstreuhänder insbesondere die Protokolle aller Sitzungen und Beschlüsse des Adevinta-Vorstandes heranzuziehen.
 - d. Der Überwachungstreuhänder ist berechtigt und verpflichtet, Fragen der Amtsparteien zur Einhaltung der Verpflichtungszusagen (gemäß der Präambel) unverzüglich zu beantworten und gegebenenfalls dafür notwendige Informationen von den Parteien einzuholen.
 - e. Bei Unklarheiten hinsichtlich der Auslegung einzelner Punkte der gegenständlichen Verpflichtungszusagen ist der Überwachungstreuhänder verpflichtet den Amtsparteien einen Interpretationsvorschlag im Sinne der Präambel vorzulegen.
 - f. Der Überwachungstreuhänder ist berechtigt
 - (i) die relevanten Leitungsorgane und MitarbeiterInnen der Parteien über die Einhaltung der Verpflichtungszusagen schriftlich und/oder telefonisch zu befragen und
 - (ii) von den Parteien die Vorlage aller Unterlagen zu verlangen, die zur Erfüllung seiner Aufgaben erforderlich sind.

7. Die Parteien werden jeweils einen Ansprechpartner oder eine Ansprechpartnerin nominieren, an den/die sich der Überwachungstreuhänder zur Koordinierung dieser Überprüfungshandlungen wenden kann.

Abänderungsklausel

8. Sollten sich wesentliche Umstände ändern, die für die Abgabe oder Annahme dieser Verpflichtungszusagen maßgeblich waren, werden die Amtsparteien Gespräche mit den Parteien über eine Änderung oder Aufhebung der Verpflichtungszusagen führen.

Anhang A: Ergebnisse der NutzerInnenbefragung

Durchführung

- (44) Von Freitag, 21.5.2021 bis Sonntag, 30.5.2021 wurde eine Online-Befragung österreichischer NutzerInnen von Onlineplattformen für C2C-Transaktionen der am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen durchgeführt.
- (45) Gezogen wurde eine Zufallsstichprobe von jeweils 4000 Personen unter allen österreichischen NutzerInnen der Plattformen www.willhaben.at, www.ebay.at und www.shpock.at, welche im November/Dezember 2020 zumindest eine Aktivität (zB Login, Transaktion, Öffnung der Handyapp) aufgewiesen haben. Die Rücklaufquote unter allen kontaktierten NutzerInnen beträgt 11,5%, wobei die Beteiligung der Willhaben- und eBay-NutzerInnen mit 14,0% und 13,3% höher ausgefallen ist.

Parallel genutzte Plattformen

- (46) VerkäuferInnen verwenden parallel mehrere Kanäle. Sie verwenden dabei am häufigsten eine andere Plattform der am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen.

Die wichtigsten parallel genutzten Plattformen für		
eBay-VerkäuferInnen	Willhaben-VerkäuferInnen	Shpock-VerkäuferInnen
willhaben.at	shpock.at	willhaben.at
shpock.at	ebay.at	facebook.com/marketplace

- (47) Bei Willhaben NutzerInnen ist Multihoming schwächer ausgeprägt als bei NutzerInnen anderer Plattformen. Fast 60% geben an, bei Verkäufen nur Willhaben zu verwenden.

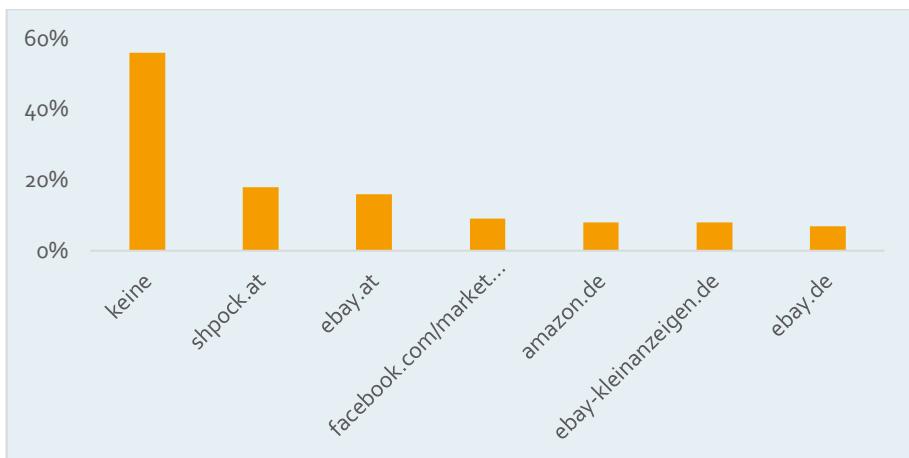


Abbildung 6

Welche der folgenden Internetplattformen verwenden Sie außer willhaben.at noch um Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen?

(in % der befragten NutzerInnen, die Willhaben zum Verkauf nutzen)

- (48) Bei VerkäuferInnen auf ebay.at wird mit über 60% Willhaben.at als häufigste Zweit-Plattform genannt, danach folgt bei MultihomerInnen Shpock.at.

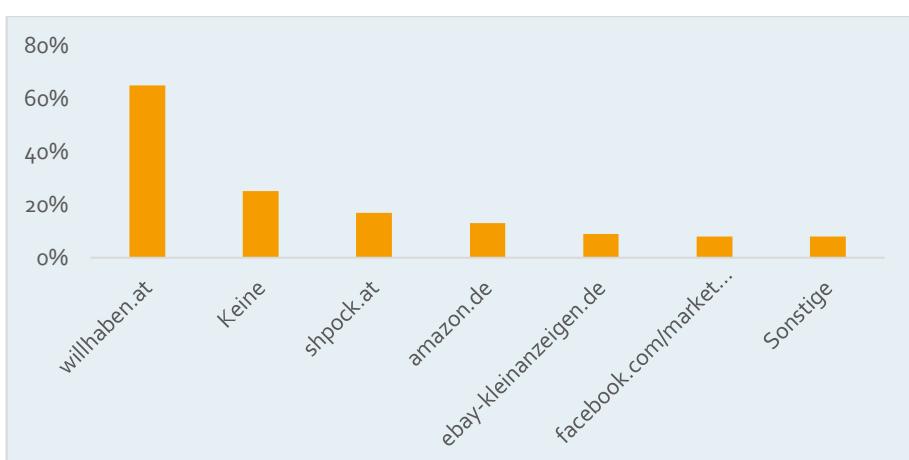


Abbildung 7

Welche der folgenden Internetplattformen verwenden Sie außer ebay.at noch um Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen?

(in % der befragten NutzerInnen, die eBay zum Verkauf nutzen)

- (49) Bei den Shpock VerkäuferInnen wiederum ist Willhaben.at die beliebteste Option.

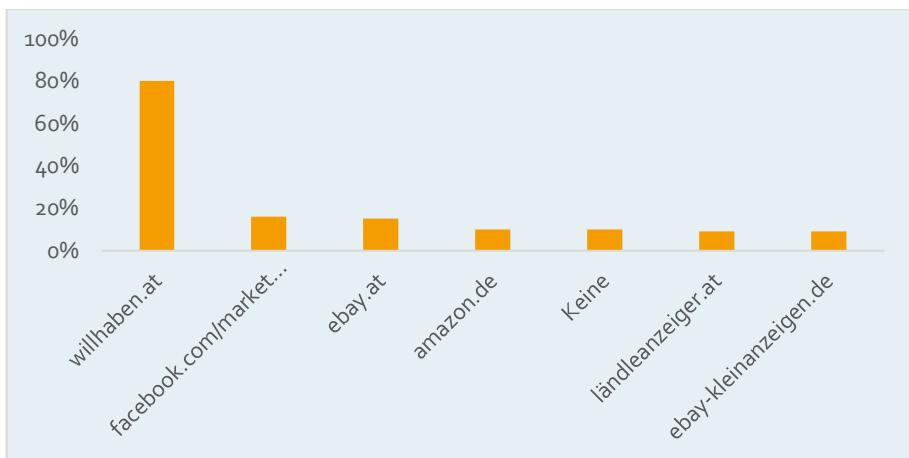


Abbildung 8

Welche der folgenden Internetplattformen verwenden Sie außer shpock.at noch um Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen?

(in % der befragten NutzerInnen, die Shpock zum Verkauf nutzen)

- (50) KäuferInnen verwenden ebenso parallel mehrere Kanäle. Sie verwenden dabei am häufigsten eine andere Plattform der am ZS beteiligten Unternehmen oder Amazon.

Die wichtigsten parallel genutzten Plattformen für		
eBay-KäuferInnen	Willhaben-KäuferInnen	Shpock-KäuferInnen
willhaben.at	amazon.de	willhaben.at
amazon.de	ebay.at	amazon.de

- (51) Bei den befragten KäuferInnen auf Willhaben ergibt sich am häufigsten eine Präferenz für Amazon. Danach folgen eBay und Shpock.

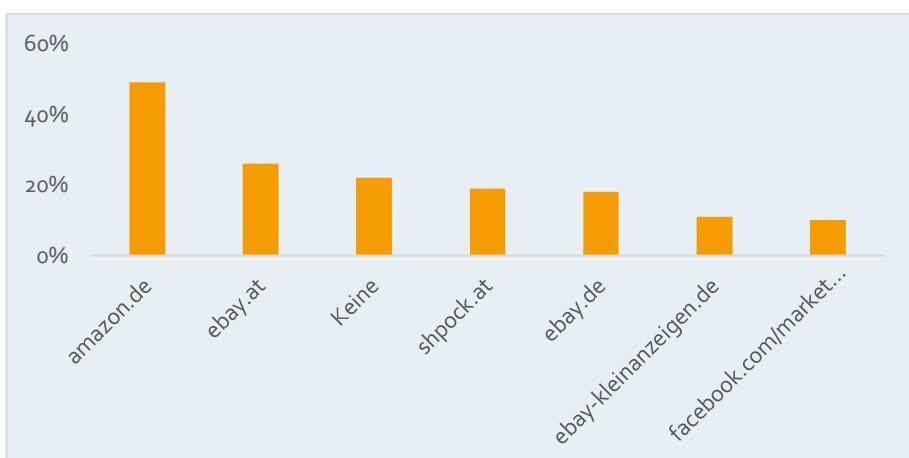


Abbildung 9

Welche der folgenden Internetplattformen verwenden Sie außer willhaben.at noch um

Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen?
(in % der befragten NutzerInnen, die Willhaben zum Kauf nutzen)

- (52) Bei den eBay KäuferInnen dagegen liegt wieder Willhaben an erster Stelle, danach erst folgt Amazon.

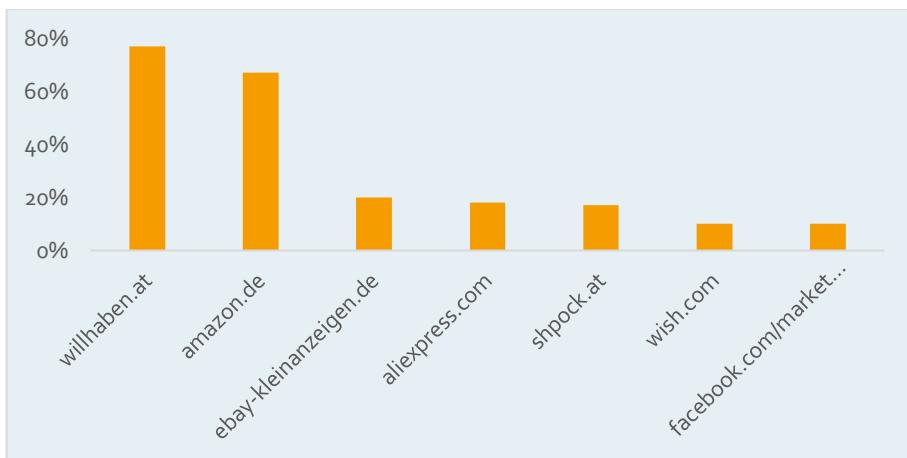


Abbildung 10

Welche der folgenden Internetplattformen verwenden Sie außer ebay.at noch um
Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen?
(in % der befragten NutzerInnen, die eBay zum Kauf nutzen)

- (53) Das gleiche Bild ergibt sich bei den Befragten von Shpock.

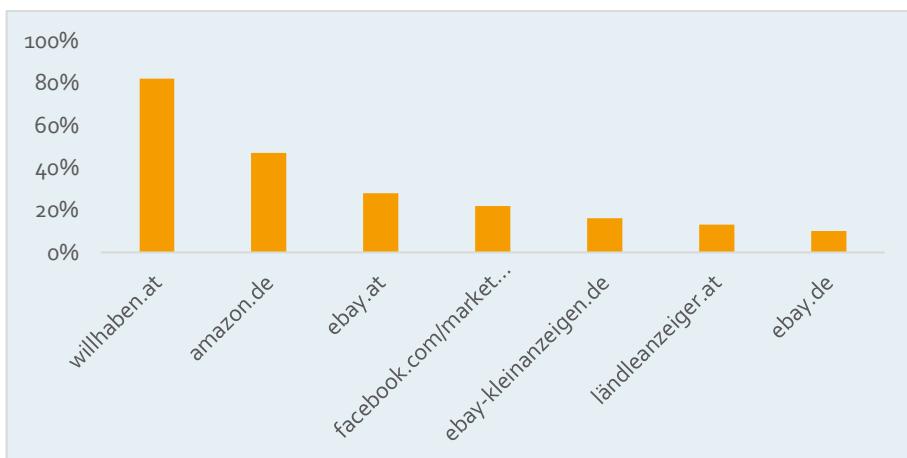


Abbildung 11

Welche der folgenden Internetplattformen verwenden Sie außer shpock.at noch um

Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen?
(in % der befragten NutzerInnen, die Shpock zum Kauf nutzen)

Nähe des Wettbewerbs aus NutzerInnensicht

- (54) Willhaben ist die mit Abstand wichtigste Alternative für VerkäuferInnen auf eBay, um dieselben oder ähnliche Produkte zu verkaufen.

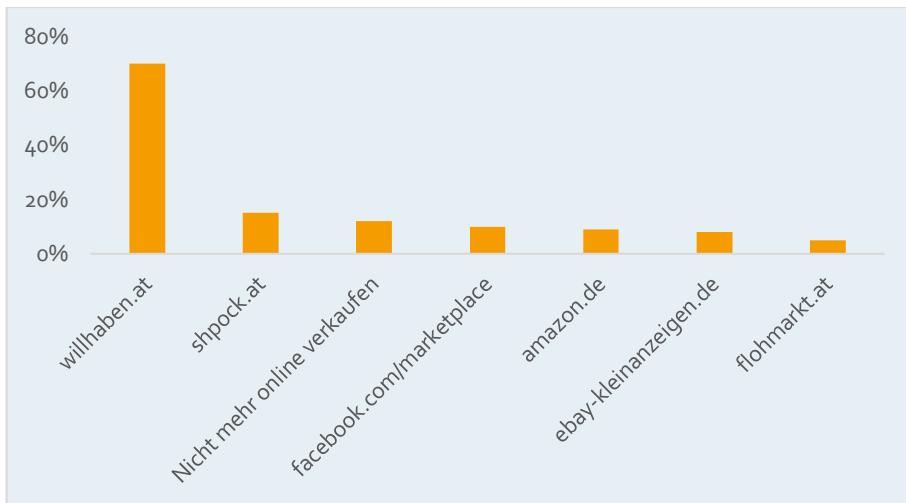


Abbildung 12

Wäre ebay.at/ebay.de nicht verfügbar, auf welche Internetplattform würden Sie ausweichen, um dieselben oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen?

Bitte nennen Sie maximal zwei Plattformen.

(in % der befragten NutzerInnen, die eBay zum Verkauf nutzen)

- (55) Shpock und eBay sind die wichtigsten Alternativen für VerkäuferInnen auf Willhaben. Darüber hinaus werden auch die Plattformen ebay-kleinanzeigen.de und ebay.de am fünft- bzw. siebt-häufigsten genannt.

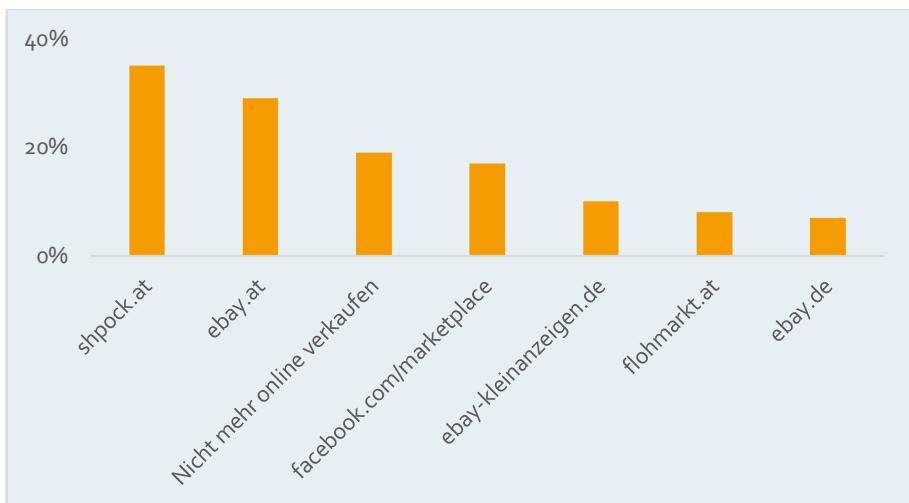


Abbildung 13

Wäre willhaben.at nicht verfügbar, auf welche Internetplattform würden Sie ausweichen, um dieselben oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen?

Bitte nennen Sie maximal zwei Plattformen.

(in % der befragten NutzerInnen, die Willhaben zum Verkauf nutzen)

(56) Willhaben ist die mit Abstand wichtigste Alternative für VerkäuferInnen auf Shpock.

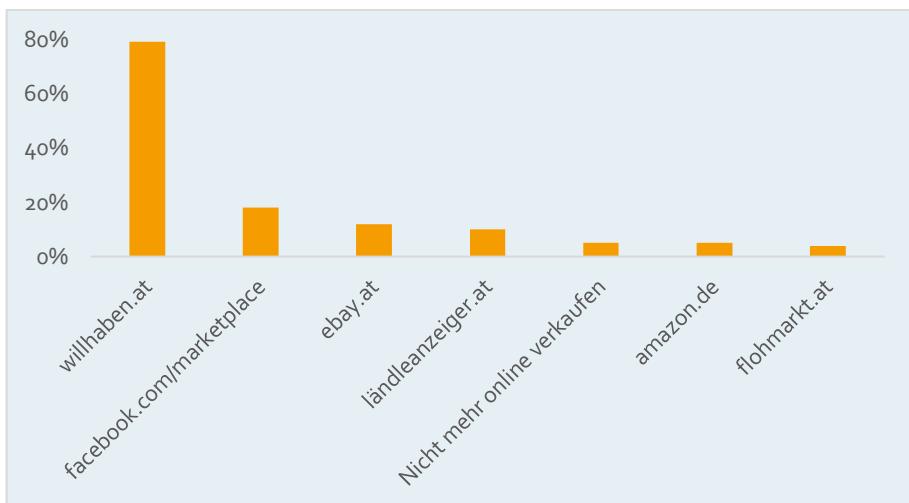


Abbildung 14

Wäre shpock.at nicht verfügbar, auf welche Internetplattform würden Sie ausweichen, um dieselben oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen? Bitte nennen Sie maximal zwei Plattformen.

(in % der befragten NutzerInnen, die Shpock zum Verkauf nutzen)

(57) Willhaben und Amazon sind die mit Abstand wichtigsten Alternativen für KäuferInnen auf eBay.

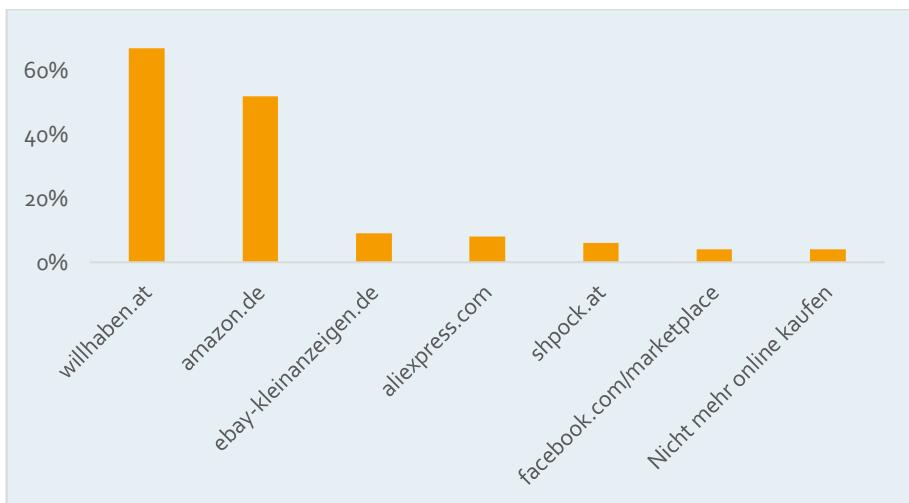


Abbildung 15

Wäre ebay.at/ebay.de nicht verfügbar, auf welche Internetplattform würden Sie ausweichen, um dieselben oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen?

Bitte nennen Sie maximal zwei Plattformen.

(in % der befragten NutzerInnen, die eBay zum Kauf nutzen)

- (58) Amazon und eBay, und mit etwas Abstand Shpock, sind die wichtigsten Alternative für KäuferInnen auf Willhaben.

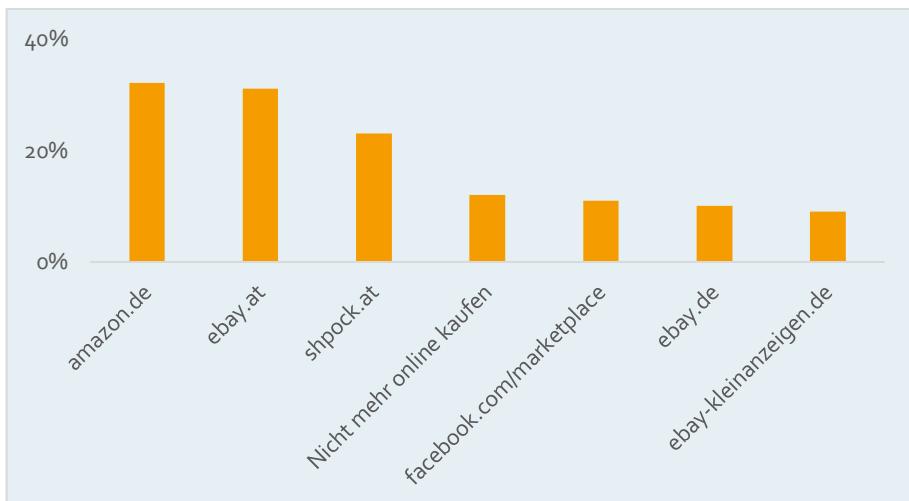


Abbildung 16

Wäre willhaben.at nicht verfügbar, auf welche Internetplattform würden Sie ausweichen, um dieselben oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen?

Bitte nennen Sie maximal zwei Plattformen.

(in % der befragten NutzerInnen, die Willhaben zum Kauf nutzen)

- (59) Willhaben ist die mit Abstand wichtigste Alternative für KäuferInnen auf Shpock.

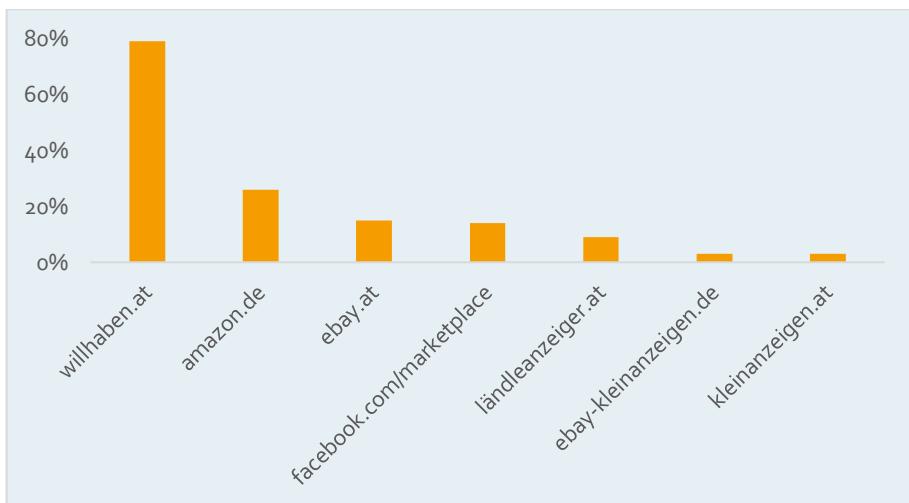


Abbildung 17

Wäre shpock.at nicht verfügbar, auf welche Internetplattform würden Sie ausweichen, um dieselben oder ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen? Bitte nennen Sie maximal zwei Plattformen.

(in % der befragten NutzerInnen, die Shpock zum Kauf nutzen)

Weitere Ergebnisse

- (60) Der Kauf und Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen steht bei den befragten NutzerInnen aller drei Plattformen klar im Vordergrund. Unterschiede zeigen sich beim Verkauf, der bei den befragten Willhaben-NutzerInnen eine etwas stärkere Rolle spielt.

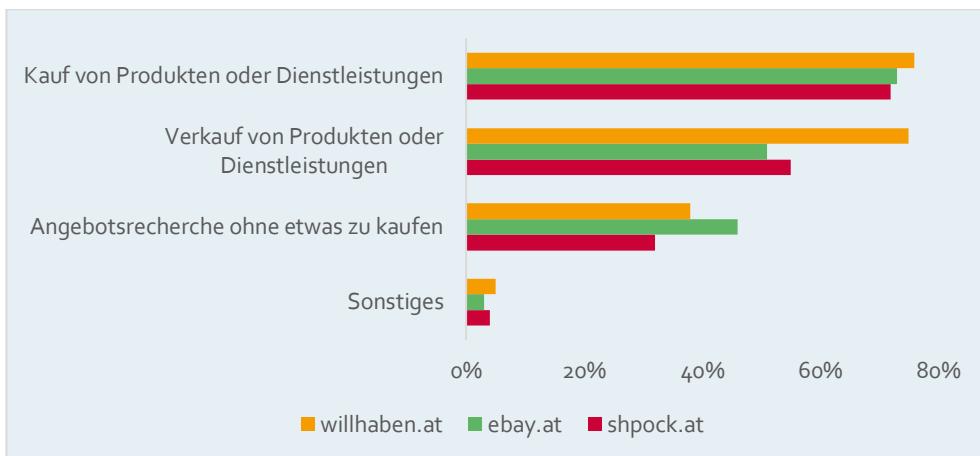


Abbildung 18
Wozu verwenden Sie willhaben.at/ebay.at/shpock.at?

- (61) Auf die Frage welche Produkte oder Dienstleistungen auf den Plattformen verkauft werden, liegen bei den NutzerInnen aller befragter Plattformen Second-Hand Produkte ganz klar vorne. Nur rund 20% verkaufen Neue Produkte.

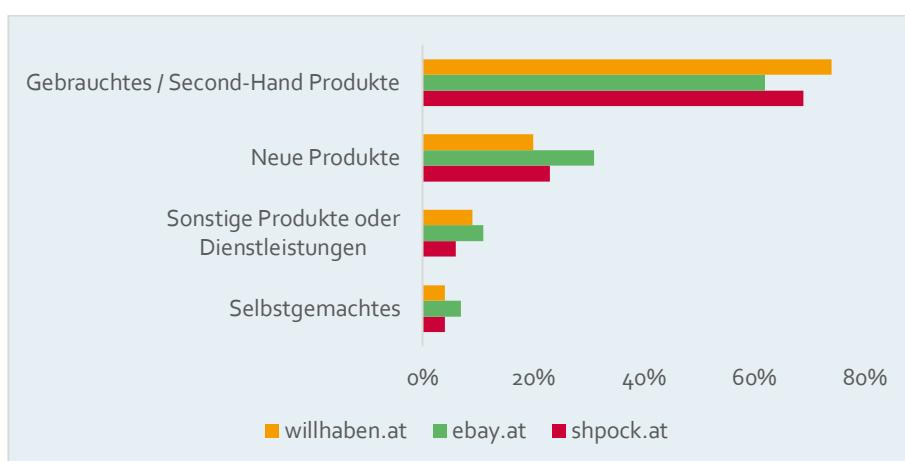


Abbildung 19
Welche Produkte oder Dienstleistungen verkaufen Sie auf willhaben.at/ebay.at/shpock.at?

- (62) Bei den Käufen sieht die Verteilung für willhaben.at NutzerInnen ähnlich aus. Bei ebay.at dagegen ist der Anteil von gebrauchten Produkten und neuen Produkten relativ gleich (50% und 51%). Es handelt sich bei diesen Werten um Durchschnitte die aus einer LikertSkala (nie, sehr selten, selten, häufig, sehr häufig) gebildet wurden.

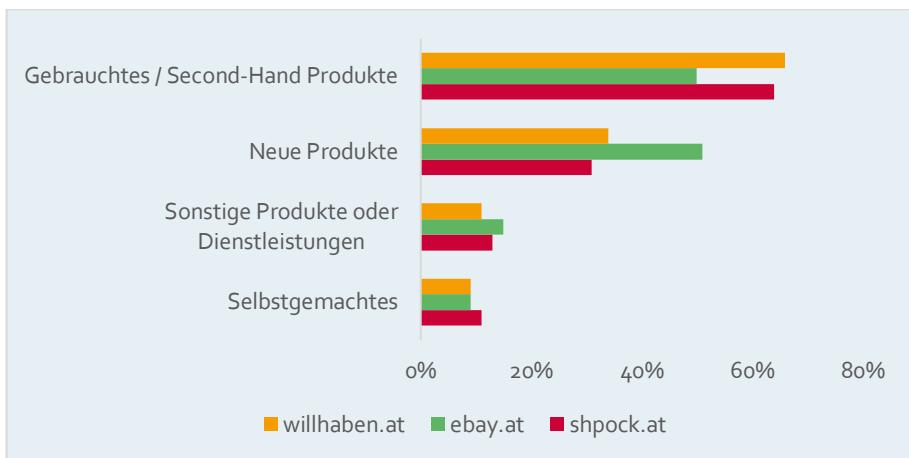


Abbildung 20

Welche Produkte oder Dienstleistungen kaufen Sie auf willhaben.at/ebay.at/shpock.at?

- (63) Amazon ist ein wichtiger Wettbewerber auf der KäuferInnenseite (deutlich weniger auf der VerkäuferInnenseite). NutzerInnen kaufen auf Amazon jedoch überwiegend andere (insbesondere neue) Produkte.

Kaufen Sie dabei dieselben oder ähnliche Produkte wie auf willhaben.at? Mehrfachauswahl pro Plattform möglich.

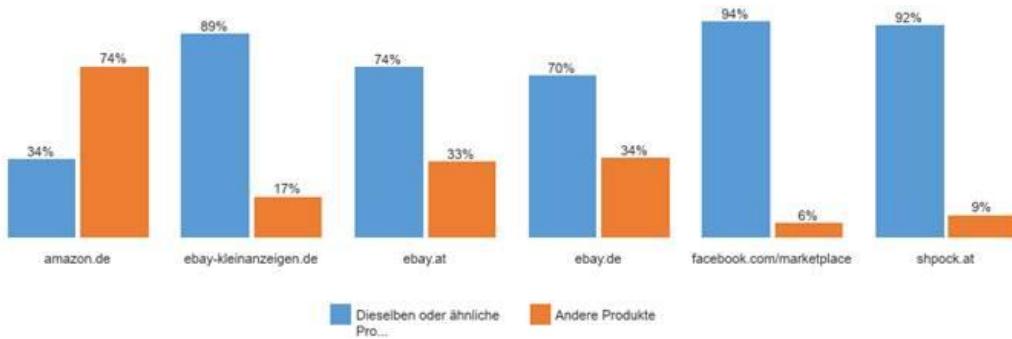


Abbildung 21

Kaufen Sie auf den folgenden Plattformen dieselben oder ähnliche Produkte wie auf Willhaben?

- (64) Elektronik und Haushaltsgeräte sind bei allen Plattformen die meistgenutzte Kategorie verkaufter oder gekaufter Produkte. Darüber hinaus zeigen sich die Plattformen leicht differenziert hinsichtlich der Schwerpunktbereiche.

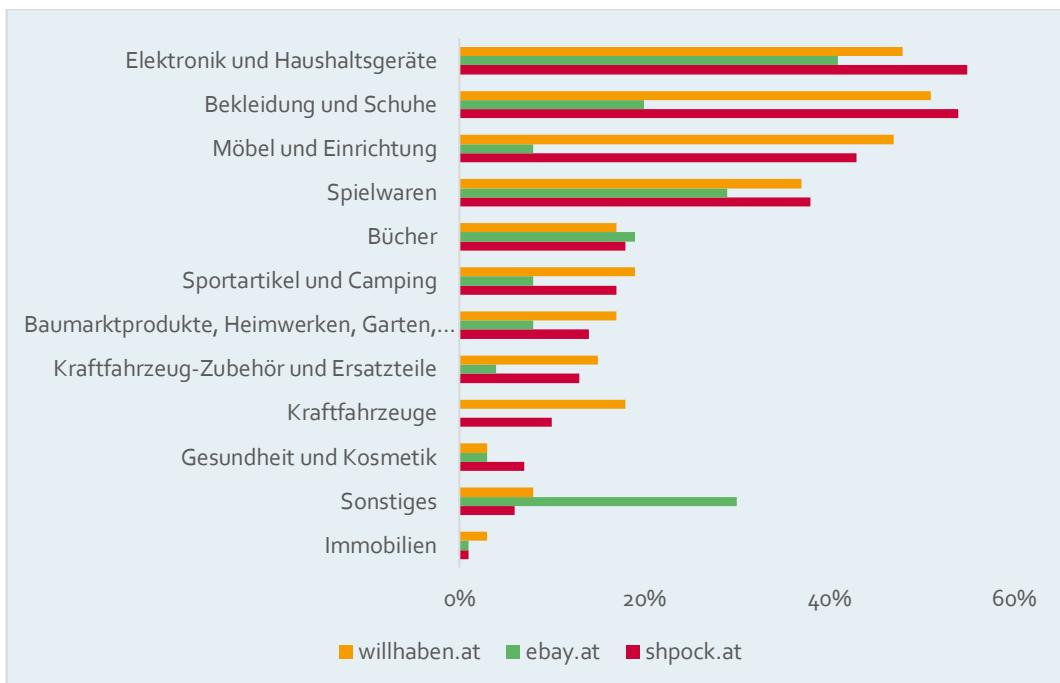


Abbildung 22

In welchen Kategorien verkaufen Sie vorwiegend Produkte oder Dienstleistungen auf willhaben.at/ebay.at/shpock.at

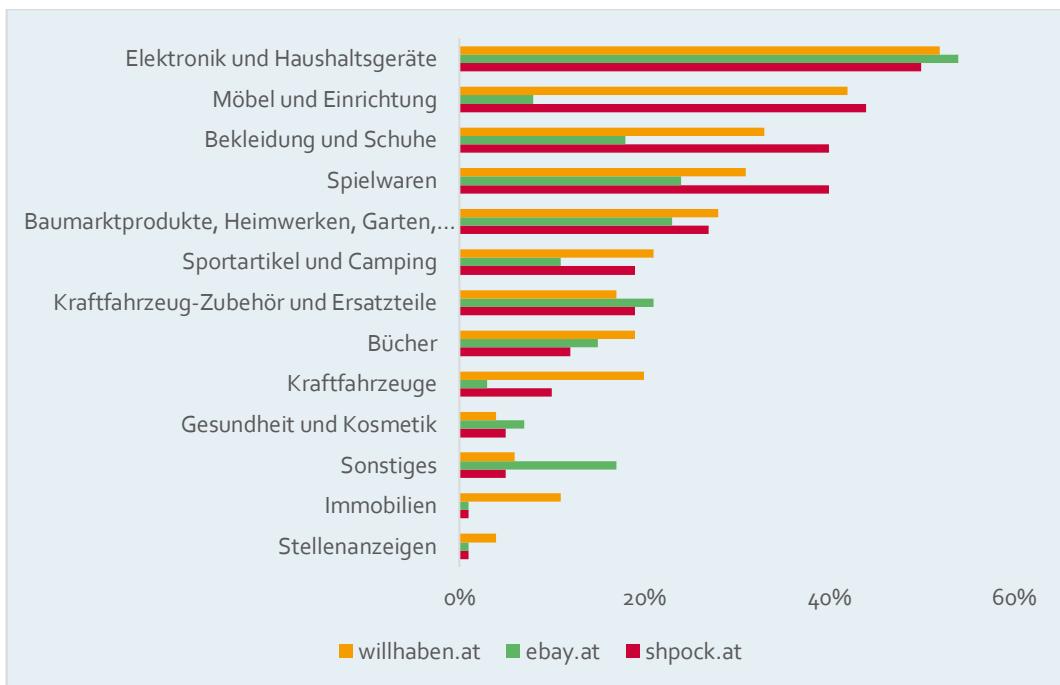
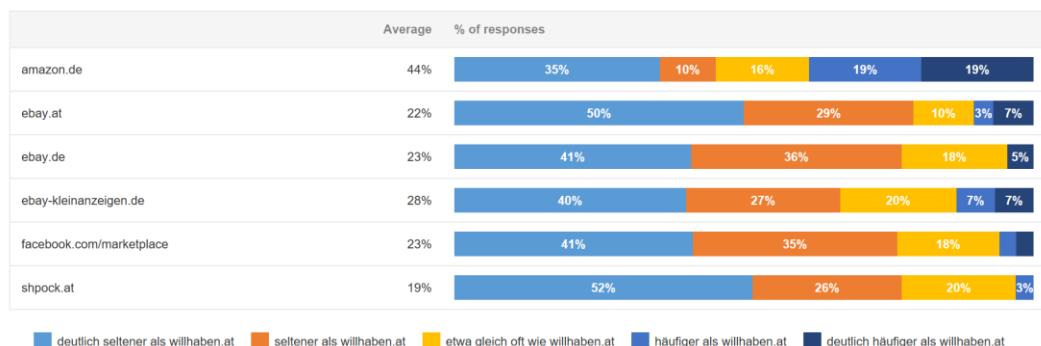


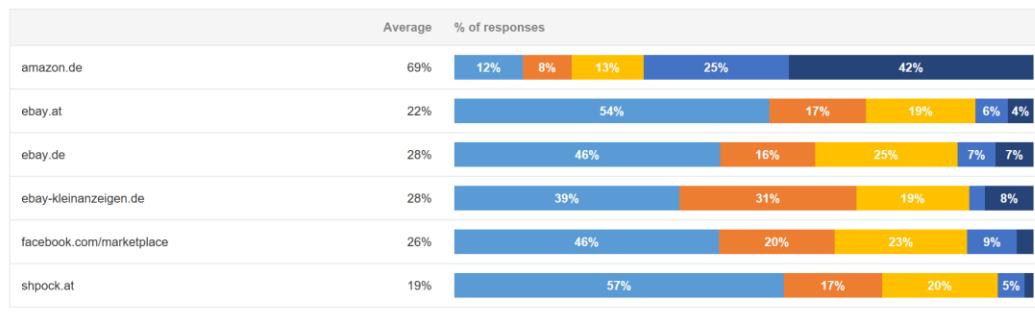
Abbildung 23

In welchen Kategorien kaufen Sie vorwiegend Produkte oder Dienstleistungen auf willhaben.at/ebay.at/shpock.at

- (65) Abbildung 24 zeigt die Ergebnisse zur Nutzungshäufigkeit anderer Plattformen durch Willhaben-NutzerInnen.



■ deutlich seltener als willhaben.at ■ seltener als willhaben.at ■ etwa gleich oft wie willhaben.at ■ häufiger als willhaben.at ■ deutlich häufiger als willhaben.at



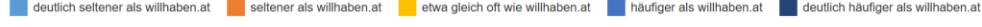
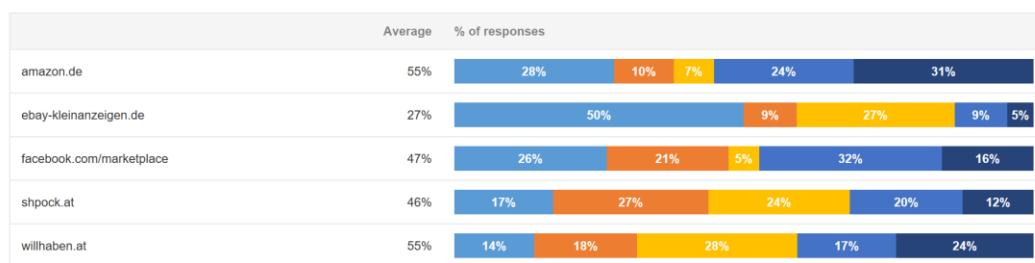


Abbildung 24

Wie häufig verwenden Sie folgende Internetplattformen um Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen (erste Tafel) / kaufen (zweite Tafel)?
(jeweils in % der befragten NutzerInnen, die Willhaben zum Verkauf / Kauf nutzen)

- (66) Abbildung 25 zeigt die Ergebnisse zur Nutzungshäufigkeit anderer Plattformen durch eBay-NutzerInnen.





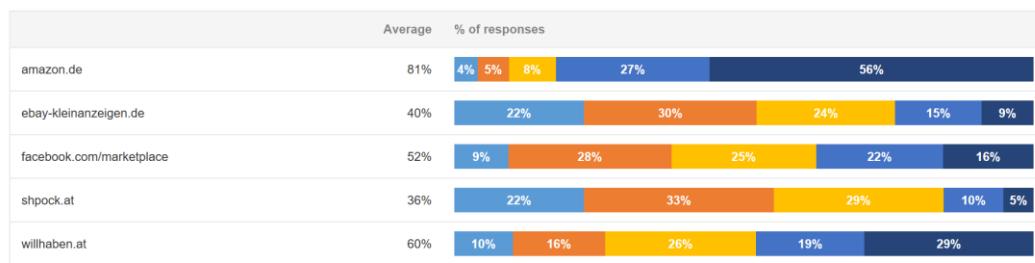




Abbildung 25

Wie häufig verwenden Sie folgende Internetplattformen um Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen (erste Tafel) / kaufen (zweite Tafel)?
(jeweils in % der befragten NutzerInnen, die eBay zum Verkauf / Kauf nutzen)

Anhang B:

Beschreibung der relevanten Onlineplattformen in Österreich

- (67) Der folgende Abschnitt beschreibt die für die Prüfung des Zusammenschlusses relevanten Onlineplattformen, darunter insbesondere Online-Kleinanzeigenportale und Online-Marktplätze (zu dieser Unterscheidung siehe auch Abschnitt 4).

Willhaben

- (68) Willhaben wurde 2006 gegründet und ist ein 50/50-Gemeinschaftsunternehmen zwischen Adevinta und der Styria Media Group. Willhaben ist eine horizontale Kleinanzeigenplattform, welche in Österreich auf Basis ihrer durchschnittlichen NutzerInnenfrequenz eine überragende Marktstellung einnimmt. Willhaben erzielt Umsätze aus drei verschiedenen Quellen, nämlich Gebühren von gewerblichen VerkäuferInnen (B2C), Gebühren von privaten VerkäuferInnen (C2C) und Online-Werbung.
- (69) Das Produktspektrum an Anzeigen umfasst folgende groben Kategorien: Immobilien, Jobs & Karriere, Auto & Motor und Marktplatz. Mit 9.358 Mio. Anzeigen nimmt die Kategorie Marktplatz eine Sonderstellung ein.¹² Am Marktplatz finden sich folgenden Kategorien: Antiquitäten/Kunst, Baby/Kind, Beauty/Gesundheit/Wellness, Boote/Yachten/Jetskis, Bücher/Filme/Musik, Computer/Software, Dienstleistungen, Freizeit/Instrumente/Kulinarik, Games/Konsolen, Haus/Garten/Werkstatt, Kameras/TV/Multimedia, KFZ-Zubehör/Motorradteile, Mode/Accessoires, Smartphones/Telefonie, Spielen/Spielzeug, Sport/Sportgeräte, Tiere/Tierbedarf, Uhren/Schmuck, Wohnen/Haushalt/Gastronomie, Zu Verschenken.
- (70) Neben diesen Kategorien, in denen häufig gebrauchte Artikel von Privatpersonen für Privatpersonen (C2C) angeboten werden, finden sich noch die Rubriken

¹² Zahlen abgerufen am 11.6.2021, weiter Kategorien: Jobs & Karriere 13.517 Anzeigen, Auto & Motor 160.039 Anzeigen, Immobilien 62.623 Anzeigen.

Händlerangebot und Händlershops. Dort finden sich Angebote von Händlern an Privatpersonen (B2C).

- (71) Private Verkäufer können auf Willhaben kostenlos Anzeigen in den Kategorien Marktplatz und Auto & Motor veröffentlichen. Anzeigen in den Kategorien Immobilien und Jobs & Karriere sind jedoch nur als bezahlte Anzeigen verfügbar. Für gewerbliche VerkäuferInnen bietet Willhaben verschiedene Abonnementpakete an, auf deren Grundlage diese innerhalb eines Zeitraums von 12 Monaten eine bestimmte Höchstzahl von Anzeigen veröffentlichen können. Darüber hinaus können private VerkäuferInnen ebenso wie gewerbliche VerkäuferInnen bestimmte Zusatzleistungen erwerben (z.B. die Hervorhebung ihrer Anzeigen, Vorreihung der Anzeigen oder die Verlängerung des Zeitraums, für den sie geschaltet werden).
- (72) Online-Werbeumsätze werden mit dem Verkauf von Online-Werbeflächen auf Willhaben an gewerbliche WerbekundInnen für verschiedene Arten von Online-Werbung (hauptsächlich Display-Werbung) erzielt. Online-Werbung wird z.B. oben auf der Willhaben-Startseite rechts auf der Seite und eingebettet in der Mitte der Seite (unter „Aktuelle Trends“) angezeigt.
- (73) Willhaben hat vor kurzem PayLivery eingeführt. Das ist ein Bezahl- und Versandservice, durch welchen sich Willhaben verstärkt in die Durchführung der Transaktion einbringt. Dieser Service ist kostenlos für die VerkäuferInnen. Die KäuferInnen tragen die Lieferkosten und die Kosten des KäuferInnenschutzes. Bei den Lieferkosten kann zwischen Versendern gewählt werden und die Kosten dafür sind angeführt. Die Kosten des KäuferInnenschutzes belaufen sich auf 4%, mindestens jedoch € 0,99 des Kaufpreises. Der KäuferInnenschutz ist im Wesentlichen ein sicherer Zahlungstrferservice, der gewährleistet, dass die Zahlung erst dann an die VerkäuferInnen freigegeben wird, wenn die KäuferInnen die gekauften Artikel erhalten haben und diese Artikel mit der Beschreibung der Anzeige übereinstimmen und die KäuferInnen dies über einen Klick oder eine E-Mail bestätigen.
- (74) Willhaben ist auch Eigentümerin und Betreiberin von car4you, einer Kleinanzeigenplattform ausschließlich für KFZ Anzeigen.

eBay

- (75) eBay ist ein US- amerikanisches multinationales E-Commerce-Unternehmen das über seine E-Commerce-Plattformen Verkäufe von Verbrauchern an Verbraucher (C2C) und von Unternehmen an Verbraucher (B2C) ermöglicht. Für österreichische

NutzerInnen insbesondere relevant sind die Plattformen ebay.at, ebay.de und ebay-kleinanzeigen.de.

ebay.de

- (76) eBay.de ist ein in Deutschland agierender horizontaler Internet Marktplatz. Dabei ist die Einstellung von Angeboten für NutzerInnen prinzipiell kostenlos. Wie bei anderen eBay-Marktplätzen stammt der Großteil der von eBay.de generierten Umsatzerlöse aus Verkaufsprovisionen, die den VerkäuferInnen beim Verkauf eines Artikels über den Online-Marktplatz in Rechnung gestellt werden. Diese Gebühr wird auch als „final value fee“ bezeichnet und in der Regel als Prozentsatz des Bruttowarenwertes berechnet.
- (77) Darüber hinaus generiert eBay.de Erlöse von VerkäuferInnen aus Einstellgebühren, Promoted Listings, Gebühren für eBay Shops und Gebühren für zusätzliche Features sowie durch Werbung von Fremdfirmen. eBay.de erhebt für KäuferInnen keine Gebühren, aber KäuferInnen haben die Möglichkeit, gegen eine jährliche Abo-Gebühr dem „eBayPlus“-Programm beizutreten.

ebay.at

- (78) eBay.at und eBay.de sind in Bezug auf Ihre Anzeigen nicht einfach unterscheidbar. Auf eBay.de sind die meisten Anzeigen die sich auch auf eBay.at finden und vice versa. Ein Großteil der Anzeigen kommt aus Deutschland, dies gilt auch für eBay.at. Es finden sich aber auch auf eBay.de Anzeigen aus Österreich. eBay.de und eBay.at bieten auch Zahlungs- und Logistiklösungen an und konzentriert sich in erster Linie auf neue Waren, die von professionellen Einzelhändlern verkauft werden.

ebay-kleinanzeigen.de

- (79) eBay Kleinanzeigen ist eine horizontale Kleinanzeigenplattform auf der private NutzerInnen kostenlos Waren inserieren (und verkaufen) können und welche auch für KäuferInnen keine Gebühren erhebt. Daneben bietet das Portal aber auch kostenpflichtige Dienste für gewerbliche VerkäuferInnen an. Das eBay Kleinanzeigen Angebot für gewerbliche VerkäuferInnen besteht aus den Abonnement-Paketen „eBay Kleinanzeigen für Immobilienprofis“ für Immobilienmakler und dem Service „eBay Kleinanzeigen PRO“ abzielend auf kleine und mittlere Unternehmen.
- (80) eBay Kleinanzeigen ist hauptsächlich in Deutschland tätig und führte dort auch bestimmte Transaktionsdienste an. Gegen eine von den KäuferInnen zu entrichtende Gebühr können Zahlungs- und Versandfunktionen wahrgenommen werden.

Shpock

- (81) Shpock (SHop in your POCKet) ist eine horizontale Kleinanzeigenplattform welche 2012 in Österreich gegründet wurde. Die NutzerInnen von Shpock wickeln auf der Plattform vorwiegend C2C Transaktionen ab. Laut eigener Definition ist Shpock „...ein Marktplatz, auf dem angemeldete User Waren und Dienstleistungen aller Art (nachfolgend “Waren“) anbieten, verkaufen und kaufen können, Das Anbieten von Immobilien von Privatpersonen zur Vermietung bzw. zum Verkauf an Privatpersonen ist gleichermaßen umfasst....“
- (82) Die Nutzung der Shpock-Services ist in der Basisversion kostenlos. Ein User kann verschiedene Zusatzprodukte (z.B. Hot, VIP, Top) oder Abonnements (z.B. Premium-Mitgliedschaft) über App Stores kostenpflichtig erwerben. Für die Nutzung der meisten Funktionen müssen sich NutzerInnen registrieren.
- (83) Seine Umsätze genierte Shpock über optionale In-App-Einkaufsmöglichkeiten, über spezielle Serviceangebote für gewerbliche VerkäuferInnen, die ihre Angebote vorreihen oder hervorheben können und eine größere Anzahl von Anzeigen welche über ein Web-Tool verwaltet werden können, sowie über den Verkauf von Online-Werbefläche. Außerhalb von Österreich ist Shpock gegenwärtig in Großbritannien und Deutschland tätig.
- (84) Shpock ist als horizontales Kleinanzeigenprotal am besten mit dem Marktplatz von Willhaben vergleichbar. Auch hier werden hauptsächlich Secondhand-Waren angeboten, wobei Willhaben die deutlich größere Reichweite und NutzerInnenfrequenz in Österreich aufweist.

Ausgewählte, sonstige am Markt tätige Plattformen

Facebook Marketplace

- (85) Facebook Marketplace ist ein Online-Shopping-Kanal auf dem Facebook-NutzerInnen kostenlos Produkte verkaufen und kaufen oder verschenken und durch die Angebote anderer NutzerInnen stöbern können und auf lokaler Ebene kaufen und verkaufen können. Voraussetzung für Facebook Marketplace ist lediglich ein Facebook-Account. Bei Kauf oder Verkauf fallen generell keine Gebühren an.

Amazon Marketplace

- (86) Am Amazon Marktplatz können unabhängige MarktplatzhändlerInnen Artikel anbieten, welche den KundInnen in der Suche neben Angeboten von Amazon selbst

vorgeschlagen werden. Die MarktplatzhändlerInnen zahlen dafür an Amazon eine Gebühr. Amazon.de handelt ausschließlich mit neuen Waren, als Amazon-Marketplace VerkäuferInnen dagegen kann man sowohl neue als auch gebrauchte Waren anbieten. So tritt beispielsweise auch der Amazon-eigene B-Ware-Vertrieb "Amazon-Warehouse-Deals" als Marketplace-VerkäuferInnen auf. Amazon Warehouse Deals ist ein Handelsname von Amazon EU S.à.r.l., unter dem zurückgesendete, geöffnete und gebrauchte Waren zu reduzierten Preisen angeboten werden.

Aliexpress

- (87) AliExpress.com ist eine Online-Einzelhandelsplattform, die kleinen Unternehmen in China und anderen Ländern ermöglicht, international Produkte für Online-Käufer anzubieten. Die Plattform wurde 2010 gegründet und gehört zur Alibaba Group. Bei Internetrecherchen konnten keine C2C Angebote von österreichischen HändlerInnen gefunden werden. Die Plattform wird demnach nicht als enger Konkurrent zu Willhaben gesehen.

Wish

- (88) Wish ist auch so wie Aliexpress eine Plattform, auf der Online-Shops aus aller Welt ihre Produkte verkaufen. Die meisten AnbieterInnen kommen aus China. Wish selbst bietet keine Waren an, sondern tritt nur als Vermittler auf. Auch bei Wish hat eine Recherche auf der Plattform ergeben, dass keine C2C Angebote gefunden werden können und auch keine Angebote von österreichischen HändlerInnen. Auch diese Plattform wird daher nicht als enger Konkurrent zu Willhaben gesehen.

Bazar.at

- (89) Bazar ist eine österreichische Kleinanzeigenplattform mit Sitz in Wien. Die BAZAR Zeitungs- und Verlagsges.m.b.H. & Co. KG gibt in Österreich seit 1983 ein gleichnamiges Offertenblatt heraus und betreibt darüber hinaus mit bazar.at ein Onlineportal für regionale und nationale Kleinanzeigen mit Fixpreis. Sie ist ein Tochterunternehmen der Hamburger Bauer Media Group. In Deutschland ist Bazar mit der deutschen Plattform bazar.de seit Mai 2012 vertreten. Bazar.at bietet alles gängige Kleinanzeigenkategorien (Haus & Garten, Tiere, Kleidung, Musik, Möbel, Filme oder Bücher, Musikinstrumente, Computer und Elektronik, ua.) an. Zusätzlich werden in Österreich noch ein Portal für Immobilien (ImmoBAZAR) und Kraftfahrzeuge (MotorBAZAR) angeboten.

Flohmarkt.at

- (90) Flohmarkt.at ist ein Online-Portal mit Sitz in Laakirchen (Oberösterreich) mit den Schwerpunkten Kleinanzeigen (alle gängigen Kategorien) und Flohmarktkalender

(d.h. es werden Flohmärkte mit Veranstaltungsdauer und Themenschwerpunkt für ganz Österreich aufgelistet). Alle angebotenen Services sind sowohl für private als auch für gewerbliche AnbieterInnen kostenlos.

Kleinanzeigen.at

- (91) Kleinanzeigen.at ist ein Online-Portal mit offiziellem Sitz in Dubai. Der Schwerpunkt dieser Plattform (nach Anzahl der aktiven Anzeigen) liegt bei Immobilien und Kraftfahrzeugen. Online-Kleinanzeigen in den gängigen Kategorien einer horizontalen Plattform spielen hier eine untergeordnete Rolle. Die Plattform wird daher als untergeordneter Konkurrent der Generalisten im Bereich horizontaler Onlineplattformen für C2C-Transaktionen gesehen.

LändleAnzeiger.at

- (92) LändleAnzeiger.at ist ein Online-Portal für Kleinanzeigen in Vorarlberg und eine 100% Tochter der Russmedia Digital GmbH mit Sitz in Schwarzach (Vbg.). LändleAnzeiger.at bietet alles gängige Kleinanzeigenkategorien (Haus & Garten, Tiere, Kleidung, Musik, Möbel, Filme oder Bücher, Musikinstrumente, Computer und Elektronik, ua.) plus Anzeigen für Immobilien, Kraftfahrzeuge und Jobs&Business an. Aufgrund seiner regionalen Struktur und geringen Reichweite auf Gesamt-Österreich bezogen entfaltet der LändleAnzeiger.at nur regional eine enge Konkurrenz zu Willhaben und eBay.

Kleiderkreisel.at / Vinted.at

- (93) Kleiderkreisel.at ist ein Kleinanzeigenportal mit Schwerpunkt Kleidung. Kleiderkreisel.at ist ein Tochterunternehmen des Litauischen Unternehmens Vinted, ein Kleinanzeigenportal welches in 10 EU Ländern und GB tätig ist. Kleiderkreisel.at läuft seit Jahresbeginn 2021 als vinted.at. Aufgrund seines eingeschränkten Sortiments auf Bekleidung wird Kleiderkreisel.at als nur einen Teilbereich abdeckender Konkurrent der Generalisten im Bereich horizontaler Onlineplattformen für C2C-Transaktionen gesehen.

Kronehat.at

- (94) Kronehat.at ist eine 100% Tochter der Krone Multimedia GmbH & Co KG mit Sitz in Wien. Kronehat.at ist eine horizontale Plattform mit den Kategorien Auto&Motor, Immobilien, Jobs und Marktplatz. Das Online-Kleinanzeigenportal enthält alle gängigen Kategorien, der Schwerpunkt der Plattform liegt jedoch auf Auto&Motor, Immobilien und Jobs. Aufgrund dieses Schwerpunktes und einer geringen Reichweite wird Kronehat.at nicht als enger Konkurrent der Generalisten im Bereich horizontaler Onlineplattformen für C2C-Transaktionen gesehen.

Etsy

- (95) Etsy ist ein Online-Portal welches auf den Kauf und Verkauf von handgemachten Produkten, Vintage und Künstlerbedarf spezialisiert ist. Das Unternehmen wurde 2005 gegründet und hat ihren Hauptsitz in New York (USA). Das Angebot umfasst Kunst, Fotografie, Mode, Schmuck, Kosmetikprodukte, Spielzeug und anderes. Die Website ging 2005 in Betrieb. 2010 eröffnete Etsy eine Niederlassung in Berlin. Bei Verkäufen über die Webseite berechnet Etsy eine Provision von 5 %.

Chrono24.at

- (96) Chrono24 ist eine deutsche Online-Plattform welche 2003 in Karlsruhe gegründet wurde und auf den Kauf und Verkauf von Armbanduhren spezialisiert ist. Die Plattform bietet einen KäuferInnenschutz und eine Echtheitsgarantie für die verkauften Uhren. Beim Verkauf wird von den VerkäuferInnen eine Provision zum Abzug gebracht. Aufgrund seiner Spezialisierung kann Chrono24.at nur bedingt als Konkurrent der Generalisten im Bereich horizontaler Onlineplattformen für C2C-Transaktionen gesehen werden.

refurbed.at

- (97) refurbed.at ist eine Online-Marktplatz, auf der professionelle HändlerInnen vollständig erneuerte Smartphones, Tablets oder Laptops anbieten können. Die Produkte sind lauf Homepage um bis zu 40% billiger als Neuproducte und verfügen über eine Garantie von 12 Monaten. Das Unternehmen wurde 2017 in Wien gegründet und ist aktuell in Österreich, Deutschland, Italien und Polen tätig. Aufgrund seiner Spezialisierung auf einen kleinen Bereich einer horizontalen Plattform und einer fehlenden C2C Struktur kann refurbed.at nicht als enger Konkurrent zu Willhaben gesehen werden.

myhammer.at

- (98) myhammer.at ist ein Online-Marktplatz, auf dem private und gewerbliche NutzerInnen Handwerks- und Dienstleistungsaufträge ausschreiben und vergeben können, sowie ein Branchenbuch mit Firmenprofilen von Handwerks- und Dienstleistungsbetrieben. Der Firmensitz ist in Berlin. 2017 verzeichnete das Portal fast 3,1 Mio. registrierte Auftraggeber sowie 19.500 registrierte Betriebe. Das Portal wurde 2005 als Tochterunternehmen der Abacho AG gegründet. Aufgrund seiner Struktur als vertikale Plattform ist myhammer.at vor allem als Wettbewerber im Bereich spezialisierter Onlineplattformen zu sehen.

Anhang C:

Bertrand-Nash Wettbewerb mit differenzierten Gütern und Minderheitsbeteiligungen

- (99) Im Fall einer Industrie mit Minderheitsbeteiligungen mit Kontrolle umfasst die zu maximierende Zielfunktion von Unternehmen j , $f_j(p)$, neben dem aggregierten Profit von Unternehmen j auch die aggregierten Profite aller Unternehmen, die Kontrolle an Unternehmen j halten. In der Folge bezeichnet γ_{kj}^u den Grad der ultimativen Kontrolle von Unternehmen k an Unternehmen j , ϕ_{kg}^u den Grad der ultimativen Finanzbeteiligung von Unternehmen k an Unternehmen g , dabei bezieht sich die Bezeichnung ultimativ auf die Einbeziehung aller bestehenden und indirekten Beteiligungsstrukturen. p_j bezeichnet den Preis, q_j die verkaufte Menge und c_j die variablen Kosten von Unternehmen j . Für Unternehmen j lässt sich daher formulieren

$$f_j(p) = \sum_{k \in J} l_{kj} \pi_k = \sum_{k \in J} \gamma_{kj}^u \Pi_k = \sum_{k \in J} \gamma_{kj}^u \sum_{g \in J} \phi_{kg}^u (p_g - c_g) q_g(p)$$

- (100) Alle Unternehmen n wählen ihre Preise, sodass sie ihre Zielfunktionen maximieren, dh $\max_{p_j} f_j(p) \forall j \in J$. Die Ableitung der Zielfunktion (first-order condition oder FOC) von Unternehmen j im Fall von Minderheitsbeteiligungen mit Kontrolle ergibt

$$\frac{\partial f_j(p)}{\partial p_j} = l_{jj}^u q_j(p) + \sum_{g \in J} l_{jg}^u (p_g - c_g) \frac{\partial q_g(p)}{\partial p_j} = 0$$

- (101) Aus der FOC erschließt sich folgender optimierender Preis von Unternehmen j

$$p_j = c_j - \frac{q_j(p)}{\frac{\partial q_j(p)}{\partial p_j}} - \sum_{g \in J \setminus j} \frac{l_{jg}^u}{l_{jj}^u} (p_g - c_g) \frac{\frac{\partial q_g(p)}{\partial p_j}}{\frac{\partial q_j(p)}{\partial p_j}}$$

- (102) Sei $w_{jg} = \frac{l_{jg}^u}{l_{jj}^u}$ der gewichtete Beteiligungsanteil und $DR_{gj} = -\left(\frac{\partial q_g(p)}{\partial p_j}\right)\left(\frac{\partial q_j(p)}{\partial p_j}\right)^{-1}$ der Diversion Ratio, so kann Gleichung **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** umgeschrieben werden als

$$p_j = c_j - \frac{q_j(p)}{\frac{\partial q_j(p)}{\partial p_j}} + \sum_{g \in J \setminus j} w_{j,g} (p_g - c_g) DR_{gj}$$

- (103) Die in Abbildung 1 dargestellten Modellergebnisse wurden anhand folgender beispielhafter Annahmen zur Marktstruktur aus dem dargestellten Modell abgeleitet: 4 Marktteilnehmer (Marktanteil MA Erwerberin 17%, MA Zielunternehmen 57%, MA 1. sonstiger Marktteilnehmer 15%, MA 2. sonstiger Marktteilnehmer 7%); Diversion Ratios werden proportional zum Marktanteil angenommen; alle Marktteilnehmer setzen in der Ausgangssituation ähnliche Preise und erzielen eine Gewinnmarge von 40%; keine Berücksichtigung etwaiger Effizienzen in Form von Einsparungen der variablen Kosten durch den Zusammenschluss; der Grad der Kontrolle entspricht dem Grad der Finanzbeteiligung.

Bundeswettbewerbsbehörde

Radetzkystraße 2, 1030 Wien

+43 1 24 508-0

wettbewerb@bwb.gv.at

bwb.gv.at