Bundeskartellamt

Fallbericht 25. Juni 2015

Freigabe des Zusammenschlusses von Online-Immobilienplattformen

Branche:	Online-Immobilienplattformen
Aktenzeichen:	B6-39/15
Datum der Entscheidung:	20. April 2015

Das Bundeskartellamt hat den beabsichtigten Erwerb der alleinigen Kontrolle über die Immowelt AG, Nürnberg, durch die Axel Springer SE, Berlin, sowie die Gründung eines Gemeinschaftsunternehmens zwischen der Immowelt AG und der zur Axel Springer SE gehörenden Immonet GmbH, Hamburg, im Vorprüfverfahren freigegeben. Betroffen sind die Online-Immobilienplattformen www.immowelt.de und www.immonet.de, deren Aktivitäten in dem neu gegründeten Gemeinschaftsunternehmen zusammengeführt werden sollen.

Das Vorhaben ließ auch bei einer engen Marktabgrenzung keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs erwarten. Der Zusammenschluss wirkt vielmehr auf einem engen Markt für Online-Immobilienplattformen dem sogenannten Markt-Tipping entgegen.

Das Zusammenschlussvorhaben betrifft in erster Linie den Bereich der Online-Immobilienplattformen. Das Bundeskartellamt hat dabei die genaue Marktabgrenzung offengelassen und insbesondere die Frage, ob neben den Online-Plattformen auch etwa Rubrikenanzeigen in Tageszeitungen einzubeziehen sind, im vorliegenden Fall nicht weiter verfolgt. Es entspricht insoweit der bisherigen Praxis der Beschlussabteilung und der ständigen Rechtsprechung des OLG Düsseldorf, getrennte Märkte anzunehmen und die Wettbewerbsbeziehung zwischen Online-Rubrikenplattformen und Print-Rubrikenanzeigen als Substitutionswettbewerb zu erfassen.

Bei einer Beschränkung der wettbewerblichen Betrachtung auf die Online-Immobilienplattformen geht das Bundeskartellamt zunächst davon aus, dass es sich hierbei um einen zweiseitigen Markt in Form von sogenannten Transaktionsplattformen handelt. Es spricht dabei im vorliegenden Fall viel dafür, einen einheitlichen Markt für Immobilienplattformen anzunehmen und nicht jede Marktseite getrennt zu betrachten.

Die Tätigkeit einer Online-Immobilienplattform besteht im Kern in der Vermittlung von Immobilien zwischen Immobilienanbietern (private oder gewerbliche Anbieter, häufig auch vertreten durch gewerbliche Immobilienmakler) und Immobiliennachfragern (private oder gewerbliche Nachfrager, teilweise auch vertreten durch gewerbliche Immobilienmakler). Die Transaktion über die konkrete Immobilie findet im Anschluss an eine erfolgreiche Vermittlung direkt zwischen Immobilienanbieter und Immobiliennachfrager statt. Online-Immobilienplattformen verfolgen das Ziel, zwei Seiten (Immobilienanbieter und Immobiliennachfrager) zueinander zu bringen. Die gegenwärtig tätigen Online-Immobilienplattformen erheben dabei durchgängig gegenüber der suchenden Nutzerseite keine Entgelte. Der Umsatz der Plattformen wird insoweit ausschließlich mit durch die Immobilienanbieter zu zahlenden Entgelten erzielt. Die Erlösmodelle der Immobilienplattformen sind dabei verschieden, jedoch nicht transaktionsabhängig ausgestaltet. Während die größte Online-Immobilienplattform der Immobilien Scout GmbH „ImmoScout“ ein Mitgliedschaftsmodell verfolgt, erheben die Zusammenschlussbeteiligten werbeplatzbezogene Entgelte.

Bei dieser Konstellation einer sogenannten Transaktionsplattform liegt ein typischer zweiseitiger Markt mit ausgeprägten wechselseitigen positiven indirekten Netzwerkeffekten zwischen den beiden Nutzergruppen vor. Das Bundeskartellamt hält es im Fall der Transaktionsplattformen – anders als bei auf Werbefinanzierung beruhenden zweiseitigen Märkten – für möglich, bei der Marktabgrenzung nicht zwischen den verschiedenen Marktseiten zu trennen. Hierfür spricht zunächst, dass das Produkt einer Online-Immobilienplattform nicht aufteilbar ist, sondern immer beide Nutzergruppen einbezieht. Das Produkt ist gerade die Vermittlungstätigkeit im Sinne eines (passenden) Zusammenbringens von Anbietern und Nachfragern und benötigt daher zwingend beide Seiten. Dies unterscheidet die Transaktionsplattform von Werbeplattformen, die die zweite Marktseite durch eine strategische Finanzierungsentscheidung hinzugefügt haben, ohne dass diese Seite einen zwingenden Bestandteil des Produktangebots für die andere Nutzerseite darstellt. Die Tätigkeit einer Transaktionsplattform nur auf eine Seite zu beschränken oder die einzelnen Seiten jeweils separat zu betrachten, würde das wirtschaftliche Geschehen und die ausgeprägten Interdependenzen zwischen den Seiten auch nicht vollständig abbilden können.

Auch die Sicht der nach dem Bedarfsmarktkonzept maßgeblichen Marktgegenseite erfordert gerade keine Aufteilung der beiden Marktseiten. Die Marktgegenseite kann vielmehr auch aus zwei oder mehr Nutzergruppen bestehen wie es auf vielen einseitigen Märkten der Fall ist. Das Bundeskartellamt sieht gerade in Anwendung des Bedarfsmarktkonzepts eine einheitliche Betrachtung der Plattform dann als möglich an, wenn beide Nachfragergruppen einen weitgehend einheitlichen Bedarf haben und die Austauschmöglichkeiten der Nachfragergruppen nicht we-

sentlich voneinander abweichen. Hier besteht die Marktgegenseite aus den Immobilienanbietern und Immobiliennachfragern, die beide eine Vermittlungsleistung für Immobilien nachfragen. Beide Nutzergruppen würden sich bei den denkbaren Ausweichmöglichkeiten der Vermittlung wieder treffen müssen. Die Verbundenheit der Gruppen durch wechselseitige positive indirekte Netzwerkeffekte rechtfertigt keine Trennung der Marktseiten, sondern führt im Gegenteil zu einem weitgehend einheitlichen Bedarf.

Gegen diese Betrachtungsweise spricht nicht zwingend die Unentgeltlichkeit der Vermittlung für einen Teil der Nachfrager. Dieser Umstand führt aus Sicht des Bundeskartellamts weder dazu, dass die Märkte zu trennen sind, noch dass die Vermittlungsleistung insoweit keine Marktqualität hat. Vielmehr ist dieses eine differenzierende Bepreisungsstrategie der Plattformen, die der Internalisierung der indirekten Netzwerkeffekte dient und zu einer starken Rabattierung bis hin zu einem Preis von Null für eine der Nutzergruppen führt.

Auf dem Markt für Online-Immobilienplattformen sind in Deutschland drei große Anbieter (Immobilien Scout GmbH, Berlin, mit der Immobilienplattform www.immobilienscout24.de sowie Immowelt AG und Immonet GmbH) sowie eine Reihe von kleinen, teilweise spezialisierten Anbietern tätig. Daneben bieten auch sogenannte Meta-Suchmaschinen, die Immobilienanzeigen der originären Online-Immobilienplattformen aggregieren und als Gesamtheit darstellen, ihre Dienste an. Teilweise geschieht dies durch Kooperationen zwischen originären Online-Immobilienplattformen und Meta-Suchmaschinen, teilweise setzen Meta-Suchmaschinen aber auch Crawler ein, um Anzeigen auf Online-Immobilienplattformen aufzuspüren. Inwieweit diese Dienste in den Markt einzubeziehen sind, kann ebenfalls offenbleiben.

Eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs ist auch auf der Grundlage dieser engen Marktabgrenzung weder durch nicht-koordinierte, noch durch koordinierte Effekte zu erwarten. Durch die Zusammenführung der beiden Immobilienplattformen schließen sich zwar die zweit- und die drittgrößte Immobilienplattform in Deutschland zusammen, so dass sich die Marktstruktur im Wesentlichen von drei auf zwei Wettbewerber verengt. Gemessen an den Plattformumsätzen vereinen diese drei Plattformen insgesamt mehr als drei Viertel des Marktvolumens auf sich. Deutlicher Marktführer bleibt jedoch auch nach dem Zusammenschluss die Immobilien Scout GmbH. Es spricht im Übrigen einiges dafür, dass das Zusammenschlussvorhaben geeignet ist, die sogenannte Tipping-Wahrscheinlichkeit zu reduzieren und sogar eine positive Wirkung auf den Wettbewerb zu entfalten.

Plattformmärkte weisen bei ausgeprägten wechselseitigen indirekten Netzwerkeffekten häufig eine relativ starke Konzentrationstendenz auf. So führt eine größere Anzahl an Immobilienan-

bietern, die eine Online-Immobilienplattform nutzen, dazu, dass auch mehr Immobiliennachfrager diese Online-Immobilienplattform nutzen, was sich wiederum positiv auf die Immobilienanbieter auswirken wird. Die Preissetzung ist regelmäßig so ausgerichtet, dass beide Seiten entsprechend bedient und an Bord gebracht werden und die Netzwerkeffekte entsprechend internalisiert werden. Dies kann dazu führen, dass die Reduktion der Anzahl der Plattformen nicht – wie regelmäßig bei einseitigen Märkten – eine geringere, sondern eventuell sogar eine steigende Wettbewerbsintensität bewirkt, da eine geringere Anzahl an Plattformen die Internalisierung der Netzwerkeffekte vereinfacht und dadurch die Wettbewerbsmöglichkeiten der Plattformen verbessert.

Eine wettbewerbliche Gefahr kann vor allem im sogenannten Tipping des Marktes gesehen werden. Tipping bezeichnet eine Situation, in der ein zweiseitiger Markt nur noch von einer Plattform bedient wird und die übrigen Anbieter ausscheiden. Die Wahrscheinlichkeit eines Tippings wird von der Art der Nutzung der Plattform durch die Nachfragergruppen und von der Symmetrie der Plattformen beeinflusst.

Die Tipping-Wahrscheinlichkeit ist dabei bei so genanntem Single-Homing der Nutzer größer als bei so genanntem Multi-Homing. Bei Single-Homing beschränken sich die Nutzer auf die Nutzung einer einzigen Plattform. Es kann bei Single-Homing auf einem Markt mehrere Plattformen geben, jedoch teilen sich die Nutzer auf die einzelnen Plattformen auf, d.h. kein Nutzer nutzt mehrere Plattformen. Bei Multi-Homing nutzen die Nachfrager hingegen mehrere Plattformen. Bei Single-Homing ist zu erwarten, dass es zu exklusiven Angeboten kommt, die einen positiven Verstärkungseffekt für eine Plattform entfalten können. So ist denkbar, dass eine Plattform mit größerer Reichweite mehr Exklusiv-Angebote im Single-Homing anziehen wird, was wiederum eine verstärkende Wirkung auf die andere Seite der Plattform ausüben wird.

Die Nutzer von Online-Immobilienplattformen setzen auf beiden Seiten tendenziell eher Multi-Homing als Single-Homing ein, so dass die Tipping-Gefahr auf dem Markt gegenwärtig eher beschränkt ist. Dennoch ist die Bedeutung bzw. der Stellenwert von ImmoScout sowohl für Immobilienanbieter als auch Immobiliennachfrager größer als von Immowelt und Immonet. Die Steigerung des Stellenwerts der zusammengeführten Plattformen von Immowelt/Immonet als Folge des Zusammenschlussvorhabens kann eine stärkere Ausprägung des Multi-Homing oder einen höheren Marktanteil von Immowelt/Immonet bei den Single-Homing anwendenden Nutzern erwarten lassen. Dieser Effekt würde einer Tipping-Wahrscheinlichkeit weiter entgegen wirken.

Auch die Symmetrie der Plattformen wird durch den Zusammenschluss größer. Je asymmetrischer Plattformen sind, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass es zum Tipping kommen

kann. Die Symmetrie kann sich auf die Kostensituation, die Größe bzw. die Reichweite der Plattformen, aber auch auf die strategische Ausrichtung der Plattformen beziehen. Als Folge würde die Plattform mit der besseren Kostenstruktur, der größeren Reichweite oder der besseren Erfüllung der Nutzervorstellungen die übrigen Plattformen vom Markt verdrängen. Die Situation vor dem Zusammenschlussvorhaben erscheint (insbesondere hinsichtlich Nutzerbasis und Reichweite) asymmetrisch mit ImmoScout als Marktführer und großem Vorsprung vor Immowelt und Immonet. Durch das Zusammenschlussvorhaben ist zu erwarten, dass diese Asymmetrien reduziert werden, da Immowelt und Immonet gemeinsame Kostenvorteile erzielen und ihre Reichweite vergrößern könnten.

Die Angleichung der Symmetrie lässt dagegen keine koordinierten Effekte erwarten. Bei Transaktionsplattform mit ausgeprägten indirekten Netzwerkeffekten besteht wegen der zahlreichen Wettbewerbsparameter eine eher geringe Kollusionswahrscheinlichkeit. Außerdem sprechen vor allem die nach wie vor bestehenden deutlichen strukturellen Unterschiede zwischen ImmoScout und Immowelt/Immonet gegen eine zu erwartende gemeinsame Marktbeherrschung. Hierzu zählen wie oben erwähnt die sich durch Größen- und Kostenvorteile ergebenden Asymmetrien zwischen ImmoScout und Immowelt/Immonet, die sich durch das Zusammenschlussvorhaben tendenziell verringern könnten, aber dennoch zumindest kurz- bis mittelfristig nicht vollständig aufheben werden, sowie die unterschiedliche Wahrnehmung der Plattformen durch deren Nutzer, die sich in unterschiedlichen Verweildauern und Vermittlungswahrscheinlichkeiten ausdrückt.