



Freigabe des Zusammenschlusses von Online-Kleinanzeigenplattformen

Branche: Online-Kleinanzeigenplattformen

Aktenzeichen: B6-41/20

Datum der Entscheidung: 23. November 2020

Das Bundeskartellamt hat den beabsichtigten Erwerb des Geschäftsbereichs eBay Classifieds Group durch die zum Schibsted-Konzern gehörende Adevinta ASA, Oslo, sowie den Anteilserwerb an Adevinta durch eBay Inc., San Jose (USA) und damit die Gründung eines Gemeinschaftsunternehmens zwischen eBay Inc. und Schibsted ASA, Oslo, im Vorprüfverfahren freigegeben. Die eBay Classifieds Group betreibt in Deutschland die Online-Kleinanzeigenplattform eBay Kleinanzeigen und die auf Fahrzeuge spezialisierte Plattform mobile.de. Adevinta ist ebenfalls in diesem Bereich mit der Online-Kleinanzeigenplattform Shpock sowie mit spezialisierten Plattformen für Spezialfahrzeuge und Ferienwohnungen tätig.

Das Vorhaben ließ auch bei einer engen Marktabgrenzung keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs erwarten. Das Bundeskartellamt hat insoweit in Erwägung gezogen, zwischen horizontalen Online-Kleinanzeigenplattformen, die über viele verschiedene Anzeigenkategorien verfügen, und den verschiedenen vertikalen Online-Kleinanzeigenplattformen, die insbesondere die Bereiche Immobilien, Fahrzeuge und Stellenanzeigen abdecken, zu unterscheiden. Eine entsprechende Segmentierung vertikaler Plattformen hat das Bundeskartellamt bereits in verschiedenen Entscheidungen erwogen.¹ Sowohl in vorherigen Entscheidungen als auch in diesem Fall hat das Bundeskartellamt die konkrete Marktabgrenzung jedoch offen gelassen.

Auf dem im Rahmen dieses Verfahrens betrachteten Markt für horizontale (allgemeine) Online-Kleinanzeigenplattformen bewirkt der Zusammenschluss das Zusammenführen der Plattformen eBay Kleinanzeigen und Shpock unter dem Dach der Adevinta. Obwohl es sich bei eBay Kleinanzeigen um die mit Abstand größte horizontale Online-Kleinanzeigenplattform in Deutschland handelt, ließ das Vorhaben eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs nicht erwarten, da Shpock in Deutschland nur über eine sehr schwache Marktposition verfügt.

¹ Vgl. z.B. Fallbericht vom 25. Juni 2015 – B6-39/15 – *Immonet/Immowelt*: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/DE/Fallberichte/Fusionskontrolle/2015/B6-39-15.pdf>.

Online-Kleinanzeigenplattformen verfolgen das Ziel, ihre beiden Nutzerseiten (Verkäufer und Käufer) zueinander zu bringen. Da letztendlich beiden Seiten die vergleichbare Dienstleistung des Vermittelns angeboten wird, geht das Bundeskartellamt (ähnlich wie bei anderen Matching-Plattformen auch) von einem einheitlichen Produkt aus.

In der Regel ist die Nutzung der Plattform für Käufer kostenlos sowie zunächst (bis zur erwünschten Kontaktaufnahme mit einem Verkäufer) ohne Anmeldung möglich. Verkäufer können ihre Inserate einfach und kostengünstig (ggf. sogar kostenlos) einstellen und so die Reichweite ihrer Angebote erweitern.

Ein weiteres Charakteristikum von Online-Kleinanzeigenplattformen liegt in einer gewissen Unverbindlichkeit der Inserate. Dies kann sowohl die Verfügbarkeit des Produktes auf Seiten des Verkäufers als auch die Unverbindlichkeit des angegebenen Preises betreffen. Verkäufer haben in der Regel die Möglichkeit, ihre Produkte auf mehreren Plattformen parallel zu inserieren und auch der angegebene Preis bietet üblicherweise Verhandlungsspielraum. Da die eigentliche Transaktion, die die Plattform vermittelt, in der Regel außerhalb der Plattform stattfindet, ist der Vermittlungserfolg meist nicht direkt messbar.

Die durchgeführten Marktbefragungen haben ergeben, dass im Bereich (horizontaler) Online-Kleinanzeigenplattformen unterschiedliche Geschäftsmodelle existieren. Die verschiedenen Plattformen finanzieren sich u.a. über Werbung, Freemium² und Zusatzleistungen. Eine allein umsatzbasierte Betrachtung der Marktanteile würde u.a. das Wettbewerbspotential der Plattformen außer Acht lassen, die sich verstärkt über Werbung oder komplementäre Dienstleistungen finanzieren. Nach der Entscheidungspraxis des Bundeskartellamts können daher zusätzlich Nutzeranteile und die Fähigkeit zur nachhaltigen Monetarisierung eine Rolle spielen.³ Im vorliegenden Fall hat das Bundeskartellamt darüber hinaus den Anzeigenbestand in Form von neuen Inseraten pro Monat betrachtet. In der Gesamtschau legt die Betrachtung dieser Kennzahlen eine starke Marktposition von eBay Kleinanzeigen nahe.

Aufgrund der Besonderheiten auf Plattformmärkten, hat das Bundeskartellamt neben diesen marktanteilsbezogenen Kennzahlen zudem weitere, sowohl marktmachtbegründende als auch

² Freemium ist ein Geschäftsmodell, bei dem das Basisprodukt gratis angeboten wird, während das Vollprodukt und Erweiterungen kostenpflichtig sind. Vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/Freemium>

³ Vgl. z.B. Fallbericht vom 22. Oktober 2015 – B6-57/15 – *Parship/Elitepartner*: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/DE/Fallberichte/Fusionskontrolle/2016/B6-57-15.pdf>.

gegensteuernde Faktoren betrachtet. Neben indirekten Netzwerkeffekten, deren Selbstverstärkungseffekte im Rahmen der Bewertung der Marktmacht eines bestimmten Unternehmens ambivalent zu berücksichtigen sind, sprach einiges für die Annahme niedriger Marktzutrittschranken. So ergab die Marktbefragung u.a., dass im Rahmen des Marktzutritts ein phasenweises Roll-Out die erforderliche Nutzerbasis erzielen kann, indem zunächst wenige Anzeigen-Kategorien angeboten werden und die Plattform anschließend um jeweils angrenzende Kategorien erweitert wird.

Darüber hinaus hat das Bundeskartellamt festgestellt, dass auch von spezialisierten vertikalen Online-Kleinanzeigenplattformen für Autos, Immobilien und Stellenangebote Wettbewerbsdruck auf horizontale Online-Kleinanzeigenplattformen ausgeht.

Letztlich konnte im vorliegenden Fall dahinstehen, ob eBay Kleinanzeigen unter Berücksichtigung der Besonderheiten auf Online-Kleinanzeigenplattformmärkten eine marktbeherrschende Stellung innehat, da jedenfalls keine Verstärkung der Marktposition von eBay Kleinanzeigen durch den geplanten Zusammenschluss erkennbar war.

Unter Berücksichtigung der genannten Kenngrößen verfügt Shpock in Deutschland nur über sehr geringe und tendenziell weiter abnehmende Marktanteile und eine äußerst schwache Marktposition. Daher hat sich hier der Marktanteilszuwachs als so marginal erwiesen, dass eine Verschlechterung der Wettbewerbsverhältnisse auf dem Markt für horizontale Online-Kleinanzeigenplattformen durch den Zusammenschluss nicht zu erwarten war.