



Stellungnahme vom 28. Oktober 2020

der Wettbewerbskommission
betreffend das Zusammenschlussvorhaben

41-0939: Liberty Global / Sunrise

Inhaltsverzeichnis

A	Sachverhalt	5
A.1	Anträge der Zusammenschlussparteien	5
A.2	Beteiligte Unternehmen	5
A.2.1	Liberty Global (erwerbendes Unternehmen)	5
A.2.2	Sunrise (Kaufobjekt)	6
A.3	Das Zusammenschlussvorhaben	6
A.4	Ziele des Zusammenschlussvorhabens	7
A.5	Das Verfahren	8
B	Erwägungen	9
B.1	Geltungsbereich	9
B.1.1	Unternehmen	9
B.1.2	Unternehmenszusammenschluss	9
B.2	Vorbehaltene Vorschriften	10
B.3	Meldepflicht	10
B.4	Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens	10
B.4.1	Sachlich und räumlich relevante Märkte	11
B.4.1.1	Märkte im Bereich Mobiltelefonie	13
B.4.1.1.1	Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen	13
B.4.1.1.2	Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen	15
B.4.1.1.3	Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten	16
B.4.1.1.4	Wholesale-Markt für den Zugang und die Originierung auf Mobilfunknetze (Netzzugangsmarkt)	16
B.4.1.1.5	Markt für Mobilfunkterminierung (Terminierungsmarkt)	17
B.4.1.1.6	Wholesale-Markt für internationales Roaming (Roaming-Markt)	17
B.4.1.2	Märkte im Bereich Festnetztelefonie	18
B.4.1.2.1	Markt für Festnetztelefonie	18
B.4.1.2.2	Markt für die Terminierung von Anrufen in Festnetze	21
B.4.1.2.3	Wholesale-Markt für Transit-Dienste für inländische Anrufe	21
B.4.1.2.4	Markt für Global Telecommunication Services	22
B.4.1.3	Märkte für Mehrwertdienste	22
B.4.1.4	Märkte im Bereich Breitbandinternet und Breitbandanbindung	23
B.4.1.4.1	Vorbemerkungen	23
B.4.1.4.2	Märkte für Breitbandinternet für Privatkunden	23
B.4.1.4.3	Märkte im Bereich Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich	32
B.4.1.4.4	Märkte für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise und UPC	34
B.4.1.4.5	Wholesale-Markt für Transit-Zugang	35
B.4.1.5	Märkte im Bereich Fernsehen	36
B.4.1.5.1	Vorbemerkungen zu den Plattformmärkten für die Übertragung von TV- Inhalten	36
B.4.1.5.2	Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV	38

B.4.1.5.3.	Plattformmarkt für die Übertragung von Video on Demand (VoD)	38
B.4.1.5.4.	Märkte für die Bereitstellung von Premium Content	39
B.4.1.5.5.	Märkte für den Bezug von Premium Content	40
B.4.2	Voraussichtliche Stellung in den betroffenen Märkten	40
B.4.2.1	Bestimmung der betroffenen Märkte	41
B.4.2.1.1.	Märkte im Bereich Mobiltelefonie	41
B.4.2.1.2.	Märkte im Bereich Festnetztelefonie	45
B.4.2.1.3.	Märkte für Mehrwertdienste	47
B.4.2.1.4.	Märkte im Bereich Breitbandinternet im Privatkundenbereich	48
B.4.2.1.5.	Märkte für Breitbandanbindungen im Geschäftskundenbereich	50
B.4.2.1.6.	Märkte im Bereich Fernsehen	53
B.4.2.1.7.	Zusammenfassung der betroffenen Märkte	54
B.4.2.2	Einzelmarktbeherrschung	58
B.4.2.2.1.	Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen	58
B.4.2.2.2.	Märkte für Mobilfunkterminierung	59
B.4.2.2.3.	Markt für Festnetztelefonie	59
B.4.2.2.4.	Markt für Terminierung von Anrufen ins Festnetz	60
B.4.2.2.5.	Markt für mobile Mehrwertdienste	60
B.4.2.2.6.	Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden	61
B.4.2.2.7.	Märkte für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise und UPC	63
B.4.2.2.8.	Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV	64
B.4.2.2.9.	Plattformmarkt für die Übertragung von VoD	65
B.4.2.2.10.	Märkte für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV	66
B.4.2.2.11.	Zwischenergebnis zur Einzelmarktbeherrschung	67
B.4.3	Kollektive Marktbeherrschung	67
B.4.3.1	Allgemeines	67
B.4.3.1	Differenzen zum Zusammenschlussvorhaben Sunrise / Liberty Global	72
B.4.3.1.1.	Die Rollen der Parteien sind vertauscht	73
B.4.3.1.2.	Neue Marktdaten von 2019	74
B.4.3.1.3.	UPC und Swisscom haben ihre Auseinandersetzungen bezüglich der TV-Übertragungsrechte für Sportveranstaltungen beigelegt und sich darauf geeinigt, sich ihre exklusiven Inhalte gegenseitig zugänglich zu machen	75
B.4.3.1.4.	Sunrise habe die Over-the-top (OTT)-Anbieterin Wilmaa übernommen	76
B.4.3.1.5.	Mögliches Glasfaser Joint Venture	77
B.4.3.1.6.	Fazit	79
B.4.3.2	Indikatoren für eine kollektive Marktbeherrschung	79
B.4.3.2.1.	Anzahl beteiligte Unternehmen, Marktanteile und Marktkonzentration	79
B.4.3.2.2.	Symmetrien	82
B.4.3.2.3.	Multimarktbeziehungen und Sanktionsmöglichkeiten	83
B.4.3.2.4.	Marktwachstum und Innovation	85
B.4.3.2.5.	Markttransparenz	85
B.4.3.2.6.	Stellung der Marktgegenseite	86

B.4.3.2.7. Potentielle Konkurrenz	86
B.4.3.2.8. Zwischenergebnis der kollektiven Marktbeherrschung	87
B.4.4 Ergebnis.....	89

A Sachverhalt

1. Am 3. Oktober 2020 ist beim Sekretariat der Wettbewerbskommission (nachfolgend: Sekretariat) die vollständige Meldung der Liberty Global plc (nachfolgend: Liberty Global) über ein Zusammenschlussvorhaben eingegangen. Danach beabsichtigt Liberty Global den Erwerb sämtlicher Aktien und damit die Übernahme der alleinigen Kontrolle über die Sunrise Communications Group AG (nachfolgend: Sunrise)¹.

2. Bereits vor rund einem Jahr wurde ein nahezu identisches Zusammenschlussvorhaben von der WEKO beurteilt. Damals plante Sunrise die in der Schweiz tätigen Geschäftsteile von Liberty Global – im Wesentlichen die UPC Schweiz GmbH (nachfolgend: UPC) – zu übernehmen.² Die WEKO kam nach vertiefter Prüfung in ihrer Stellungnahme vom 23. September 2019 zum Schluss, dass das Zusammenschlussvorhaben nicht zur Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung führe, durch die wirksamer Wettbewerb beseitigt werden könne und liess den Zusammenschluss ohne Auflagen und Bedingungen zu.³ Der Deal fand jedoch anschliessend keine Mehrheit bei den Aktionären und kam entsprechend nicht zustande.⁴

A.1 Anträge der Zusammenschlussparteien

3. Die Zusammenschlussparteien beantragen:

«Das Zusammenschlussvorhaben sei ohne Auflagen oder Bedingungen zu genehmigen und es sei von der Einleitung eines Prüfungsverfahrens gemäss Art. 33 KG abzusehen.»

A.2 Beteiligte Unternehmen

A.2.1 Liberty Global (erwerbendes Unternehmen)

4. Liberty Global ist ein börsenkotiertes Unternehmen, das am NASDAQ Global Selected Market kotiert ist. Sie hat ihren Sitz in London und ist nach dem Recht von England und Wales organisiert.⁵

5. Grösster Aktionär von Liberty Global ist John Malone, der Verwaltungsratspräsident von Liberty Global, der am 5. August 2020 wirtschaftlich Berechtigter an Stammaktion von Liberty Global war, die etwa [30-40] % der gesamten Stimmrechte des Unternehmens ausmachten. Nach Meinung des meldenden Unternehmens und mit Verweis auf den Entscheid «M.7000 Liberty Global | Ziggo (2018)» ist Herr Malone nicht in der Lage, (de facto oder de iure) Kontrolle über Liberty Global auszuüben.⁶

6. Liberty Global ist in der Schweiz, Polen und der Slowakei durch verschiedene hundertprozentige Tochtergesellschaften unter der Marke UPC tätig.⁷ Darüber hinaus ist Liberty Global im Vereinigten Königreich und Irland über ihre hundertprozentige Tochtergesellschaften

¹ Vgl. act. 012, Rz 34 ff.

² Vgl. RPW 2020/2, 759 Rz 1, *Sunrise/Liberty Global*;

³ Vgl. RPW 2020/2, 808 Rz 346, *Sunrise/Liberty Global*;

⁴ Vgl. www.sunrise.ch/de/corporate-communications/medien/medienmitteilungen-old.html > 2019 > 22.10.2019 «Sunrise annulliert mit Zustimmung von Liberty Global die AGV», zuletzt besucht am 15.10.2020.

⁵ Vgl. act. 012, Rz 8.

⁶ Vgl. act. 012, Rz 9.

⁷ Vgl. act. 012, Rz 10.

Virgin Media Inc. und in Belgien über die Telenet Group Holding N.V., eine 60.2 prozentige Tochtergesellschaft, tätig. Darüber hinaus besitzt Liberty Global eine 50 prozentige Beteiligung an einem 50:50 Joint Venture zwischen Vodafone Group plc und Liberty Global (Vodafone-Ziggo JV), das in den Niederlanden tätig ist.

7. UPC ist eine 100 prozentige Tochtergesellschaft von Liberty Global mit Sitz in Wallisellen, Schweiz (CHE-106.848.147).⁸ UPC führt die Geschäfte von Liberty Global in der Schweiz. UPC bietet Festnetztelefonie-, Breitband, TV- und Mobilfunkdienste für Privat- und Geschäftskunden an.⁹

A.2.2 Sunrise (Kaufobjekt)

8. Sunrise ist ein börsenkotiertes Unternehmen ohne Mehrheitsaktionäre und bietet über ihre Tochtergesellschaften mobile Telefonie- und Datendienste für Privatkunden, Geschäftskunden und andere Netzbetreiber in der gesamten Schweiz über ihr eigenes Mobilfunknetz an.¹⁰ Darüber hinaus ist Sunrise auf der Grundlage von Wholesalezugangvereinbarungen, insbesondere mit Swisscom und Swiss Fibre Net AG (SFN), für Kunden in der gesamten Schweiz im Bereich Festnetzanschlüsse, kabelgebundenes Internet und Internet Protocol Television (IPTV)-Dienste tätig. Zur Erbringung ihrer Dienstleistungen betreibt Sunrise eine eigene Backbone-Infrastruktur und IP-Interkonnektion.

A.3 Das Zusammenschlussvorhaben

9. Am 12. August 2020 gab Liberty Global bekannt, dass sich Liberty Global gemäss den Bestimmungen einer Transaktionsvereinbarung zwischen Liberty Global und Sunrise vom 12. August 2020 (das Transaction Agreement) verpflichtet hat, ein öffentliches Kaufangebot in bar für alle sich im Umlauf befindlichen Aktien von Sunrise zu einem Preis von CHF 110 netto pro Aktie zu unterbreiten.¹¹ [...] Das Angebot entspricht einer Prämie von 32 % auf den volumengewichteten 60-Tage-Durchschnittskurs pro Aktie von CHF 83.17 während des Zeitraums bis (und mit) 11. August 2020 [...].

10. Das Angebot von Liberty Global ist u.a. an die Bedingungen geknüpft, dass am Ende der Angebotsfrist mindestens 66 2/3 % (zwei Drittel) aller Sunrise-Aktien auf Basis des vollständig verwässerten Aktienkapitals von Sunrise angedient werden, sowie, dass die WEKO und, im Hinblick auf die wirtschaftliche Übertragung der Funkkonzessionen von Sunrise nach dem Fernmeldegesetz, die Kommunikationskommission (ComCom) bzw. das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) die Freigabe erteilen.¹² Am 27. August 2020 wurde der Angebotsprospekt veröffentlicht. Die Angebotsfrist begann gemäss schweizerischem Übernahmerecht nach einer Karenzfrist von 10 Börsentagen gemäss Definition der SIX Swiss Exchange (SIX-Börsentage) und bleibt während mindestens zwanzig SIX-Börsentagen offen. Nach Ablauf dieser Angebotsfrist (und unter Vorbehalt von deren Verlängerung) und sofern das Angebot zu Stande gekommen ist, wird es eine zusätzliche Nachfrist von zehn SIX-Handelstagen geben. Danach wird das Endergebnis des öffentlichen Kaufangebots veröffentlicht, das Zusammenschlussvorhaben unterliegt vor dem Vollzug jedoch weiterhin den erforderlichen behördlichen Freigaben.

⁸ Vgl. act. 012, Rz 11.

⁹ Vgl. act. 012, Rz 15 f.

¹⁰ Vgl. act. 012, Rz 22 ff.

¹¹ Vgl. act. 012, Rz 34.

¹² Vgl. act. 012, Rz 35.

11. Liberty Global wird die Kontrolle über Sunrise erst erwerben, wenn das Angebot vollzogen wird, d. h. wenn das Eigentum an den angedienten Sunrise-Aktien gegen Zahlung des Angebotspreises auf Liberty Global übergeht (Verfügungsgeschäft). Während der Angebotsfrist dienen die Aktionäre ihre Aktien im Rahmen des Übernahmeangebots an (Verpflichtungsgeschäft), doch geht das Eigentum an den Aktien und damit die Kontrolle über Sunrise zu diesem Zeitpunkt noch nicht über. Stattdessen findet der Kontrollwechsel mit dem Vollzug des Angebots statt, der erst nach Erhalt aller behördlichen Genehmigungen stattfinden wird, wie im Angebotsprospekt näher ausgeführt wird. Insbesondere ist der Vollzug des Angebots an die Bedingung geknüpft, dass die Zustimmungen aller zuständigen Behörden vorliegen, einschliesslich der Genehmigung im Rahmen der Fusionskontrolle.¹³

12. Der Verwaltungsrat von Sunrise empfiehlt seinen Aktionären einstimmig, das Angebot anzunehmen. Zudem hat die Freenet AG, die grösste Aktionärin von Sunrise, die rund 24 % des Aktienkapitals von Sunrise hält, eine verbindliche, bedingungslose Verpflichtung unterzeichnet, ihre Aktien zum Angebotspreis anzudienen.¹⁴

13. Liberty Global beabsichtigt, nach Vollzug eines erfolgreichen Angebots, abhängig von der Annahmequote, ein Squeeze-out-Verfahren einzuleiten und die Sunrise-Aktien von der SIX zu dekotieren.¹⁵ Es wird erwartet, dass Sunrise nach Vollzug des Zusammenschlussvorhabens eine 100%ige Tochtergesellschaft innerhalb der Liberty Global-Unternehmensgruppe wird.

A.4 Ziele des Zusammenschlussvorhabens

14. Gemäss Meldung sollen durch das Zusammenschlussvorhaben zwei komplementäre Unternehmen zusammengeführt werden, um ihre jeweiligen strategischen Ausrichtungen zu kombinieren und zu integrieren.¹⁶ Dies umfasse zum einen die Stärke und Kompetenz von UPC in den Bereichen Festnetz, Breitbandinternet und TV-Dienstleistungen sowie die Erfahrung und Erfolgsbilanz von Liberty Global in der Schaffung starker, «disruptiver» Herausforderer durch die Umsetzung ihrer Strategie des Wachstums und der Technologie- und Service-Innovation für ihre europäischen operativen Einheiten. Zum anderen umfasse das Zusammenschlussvorhaben die Mobilfunkkompetenz von Sunrise und deren Mentalität und Erfolgsbilanz als Preisherausforderer und Innovator. Aufgrund des beträchtlichen Cross-Selling-Potenzials und der Kostensynergien, die durch das Zusammenschlussvorhaben entstehen würden, werde das zusammengeführte Unternehmen zu einem stärkeren Konkurrenten und zu einem Katalysator für weitere Infrastrukturinvestitionen, Produktinnovationen und verstärkten Wettbewerb auf den Einzelhandelsmärkten werden.

15. Die Kombination der Mobilfunk-Kompetenz von Sunrise und ihre Mentalität und Erfahrung als Preisherausforderer und Innovator mit der Festnetz-Kompetenz von UPC werde insbesondere die Wettbewerbsfähigkeit des zusammengeführten Unternehmens im Bereich Breitbandanbindungen im Geschäftskundenbereich stärken.¹⁷ Hierbei soll das Geschäftskundensegment von der erweiterten Reichweite des Sunrise-Kundenstamms profitieren, wodurch die Möglichkeiten zum Cross-Selling konvergenter Mobil- und Festnetzprodukte erhöht und die Bereitstellung innovativer integrierter Lösungen zur Unterstützung von Unternehmen aller Grössenordnungen ermöglicht werden soll, was zu einem verbesserten Kundenerlebnis führe. Nach Meinung der Zusammenschlussparteien werde damit der marktbeherrschende Akteur

¹³ Vgl. act. 012, Rz 36.

¹⁴ Vgl. act. 012, Rz 37.

¹⁵ Vgl. act. 012, Rz 38.

¹⁶ Vgl. act. 012, Rz 41.

¹⁷ Vgl. act. 012, Rz 41.

Swisscom – mit Marktanteilen im Bereich Breitbandanbindungen im Geschäftskundenbereich von mehr als [80-90] % und anfällig dafür, seine marktbeherrschende Stellung auszunutzen – zum ersten Mal mit einem Unternehmen konfrontiert werden, das in der Lage und bestrebt sei, langfristig wettbewerbsfähig zu sein. Dies werde sich «disruptiv» auf die marktbeherrschende Stellung von Swisscom auswirken, einen wirksamen Wettbewerb [...] ermöglichen und die Wettbewerbsbedingungen auf diesen Märkten deutlich verbessern.¹⁸

16. Gemäss Meldung ermöglicht das Zusammenschlussvorhaben dem zusammengeschlossenen Unternehmen generell durch das Anbieten verbesserter Telekommunikationsdienstleistungen für die bestehenden Kunden der beiden Unternehmen Wachstum zu erzielen und neue Kunden zu gewinnen. Das Zusammenschlussvorhaben werde es dem zusammengeschlossenen Unternehmen ermöglichen, die Mobilfunkdienstleistungen von Sunrise an die Festnetzkunden von UPC und die Festnetzdienstleistungen von UPC an die Kunden von Sunrise zu verkaufen, indem attraktivere Bündel und innovative konvergente Dienstleistungen angeboten würden. Angesichts des vergrösserten Kundenstamms könne das zusammengeschlossene Unternehmen seine Investitionen auf eine grössere Anzahl von ertragserzeugenden Einheiten (Revenue Generating Unit, RGU) verteilen. Dieser grössere Investitions- und Innovationsspielraum könne zusammen mit der Integration der strategischen Ausrichtung und Denkweise von Sunrise als Herausforderer genutzt werden, um die Wachstumsstrategie von UPC weiter zu stärken.¹⁹

17. Schliesslich werde das Zusammenschlussvorhaben erhebliche Kostensynergien schaffen, insbesondere durch Einsparungen bei den Wholesale-Kosten sowohl für den mobilen als auch für den Festnetz-Zugang, wodurch die Fix- und Grenzkosten gesenkt werden würden. Auch diese Kostensenkung werde es dem zusammengeführten Unternehmen ermöglichen, hochwertigere Dienstleistungen zu wettbewerbsfähigen Preisen anzubieten und die Investitionen in Infrastruktur und Dienstleistungen auszuweiten.²⁰

A.5 Das Verfahren

18. Mit elektronischer Eingabe vom 1. September 2020 reichte Liberty Global zum vorliegenden Zusammenschlussvorhaben einen Meldungsentwurf ein²¹, dessen Eingang das Sekretariat am 3. September 2020 bestätigte.²²

19. Mit Schreiben vom 17. September 2020 nahm das Sekretariat zum Meldungsentwurf Stellung und unterrichtete Liberty Global über die Unvollständigkeit des Meldungsentwurfs und notwendige Ergänzungen bzw. Anpassungen.²³ Am 29. September 2020 reichte Liberty Global einen ergänzten Meldungsentwurf ein²⁴, zu welchem das Sekretariat am 1. Oktober 2020 Stellung nahm.²⁵

20. Am 2. Oktober 2020 reichte Liberty Global die Meldung ein,²⁶ deren Eingang das Sekretariat ebenfalls mit Schreiben 5. Oktober 2020 bestätigte.²⁷

¹⁸ Vgl. act. 012, Rz 42.

¹⁹ Vgl. act. 012, Rz 43

²⁰ Vgl. act. 012, Rz 44.

²¹ Vgl. act. 003.

²² Vgl. act. 004.

²³ Vgl. act. 005 f.

²⁴ Vgl. act. 007.

²⁵ Vgl. act. 009 f.

²⁶ Vgl. act. 011 ff.

²⁷ Vgl. act. 015.

21. Mit Schreiben vom 3. Mai 2019 setzte das Sekretariat Liberty Global eine Frist zur Einreichung zusätzlicher Angaben gemäss Art. 15 VKU.²⁸ Gleichentags versandte das Sekretariat Fragebogen an Sunrise sowie an Salt Mobile SA (nachfolgend: Salt), Swisscom (Schweiz) AG (nachfolgend: Swisscom) und Swiss Fibre Net AG (nachfolgend: SFN).²⁹
22. Liberty Global reichte am 9. Oktober eine unaufgeforderte Stellungnahme betreffend die provisorischen Zwischenergebnisse und [...] ein.³⁰
23. Mit Schreiben vom 12. Oktober 2020 bestätigte das Sekretariat die Vollständigkeit der Meldung.³¹
24. Mit Schreiben vom 14. Oktober 2020 reichte Liberty Global fristgerecht die zusätzlichen Eingaben gemäss Art. 15 VKU ein.³²
25. Ebenfalls mit Schreiben vom 14. Oktober 2020 reichte Swisscom fristgerecht die verlangten Informationen und Daten ein.³³
26. Nach gewährter Fristerstreckung antwortete SFN am 21. Oktober 2020 fristgerecht auf das Auskunftsbegehren.³⁴
27. Nach gewährter Fristerstreckung antwortete Salt am 21. Oktober 2020 fristgerecht auf das Auskunftsbegehren.³⁵

B Erwägungen

B.1 Geltungsbereich

28. Das Bundesgesetz vom 6. Oktober 1995 über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen (Kartellgesetz, KG; SR 251) gilt für Unternehmen des privaten und öffentlichen Rechts, die Kartell- oder andere Wettbewerbsabreden treffen, Marktmacht ausüben oder sich an Unternehmenszusammenschlüssen beteiligen (Art. 2 KG).

B.1.1 Unternehmen

29. Als Unternehmen gelten sämtliche Nachfrager oder Anbieter von Gütern und Dienstleistungen im Wirtschaftsprozess, unabhängig von ihrer Rechts- oder Organisationsform (Art. 2 Abs. 1^{bis} KG). Die am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen sind als solche Unternehmen zu qualifizieren.

B.1.2 Unternehmenszusammenschluss

30. Als Unternehmenszusammenschluss gilt jeder Vorgang, wie namentlich der Erwerb einer Beteiligung oder der Abschluss eines Vertrages, durch den ein oder mehrere Unternehmen

²⁸ Vgl. act. 020.

²⁹ Vgl. act. 016 - 019.

³⁰ Vgl. act. 025.

³¹ Vgl. act. 028.

³² Vgl. act. 034.

³³ Vgl. act. 032.

³⁴ Vgl. act. 037.

³⁵ Vgl. act. 038.

unmittelbar oder mittelbar die Kontrolle über ein oder mehrere bisher unabhängige Unternehmen oder Teile von solchen erlangen (Art. 4 Abs. 3 Bst. b KG).

31. Ein Unternehmen erlangt im Sinne von Art. 4 Abs. 3 Bst. b KG die Kontrolle über ein bisher unabhängiges Unternehmen (Zielunternehmen), wenn es durch den Erwerb von Beteiligungsrechten oder auf andere Weise die Möglichkeit erhält, einen bestimmenden Einfluss auf die Tätigkeit des Zielunternehmens auszuüben (Art. 1 VKU). Art. 4 Abs. 3 Bst. b KG hat damit grundsätzlich immer eine Änderung der Kontrollverhältnisse an einem oder mehreren Zielunternehmen zum Gegenstand.³⁶

32. Gemäss Meldung beabsichtigt Liberty Global, die alleinige Kontrolle über Sunrise zu erwerben (vgl. Rz 1). Es handelt sich somit um einen Unternehmenszusammenschluss im Sinne von Art. 4 Abs. 3 Bst. b KG i. V. m. Art. 1 VKU.

B.2 Vorbehaltene Vorschriften

33. In den hier zu beurteilenden Märkten gibt es keine Vorschriften, die Wettbewerb nicht zulassen. Der Vorbehalt von Art. 3 Abs. 1 KG wurde auch nicht geltend gemacht.

B.3 Meldepflicht

34. Gemäss Art. 9 Abs. 1 KG sind Vorhaben über Zusammenschlüsse von Unternehmen vor ihrem Vollzug der Wettbewerbskommission zu melden, sofern im letzten Geschäftsjahr vor dem Zusammenschluss die beteiligten Unternehmen einen Umsatz von insgesamt mindestens 2 Milliarden Franken oder einen auf die Schweiz entfallenden Umsatz von insgesamt mindestens 500 Millionen Franken erzielten und mindestens zwei der beteiligten Unternehmen einen Umsatz in der Schweiz von je mindestens 100 Millionen Franken erzielten.

35. Die am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen erzielten im Geschäftsjahr 2019 den nachfolgenden Umsatz:³⁷

	Weltweit	Schweizweit
Liberty Global	11'468.8 Mio. CHF	1'250 Mio. CHF
Sunrise	1'887 Mio. CHF	1'887 Mio. CHF
Gesamt	13'355.8 Mio. CHF	3'137 Mio. CHF

Tabelle 1: Umsätze der am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen

36. Die Schwellenwerte von Art. 9 Abs. 1 KG sind überschritten, weshalb das Zusammenschlussvorhaben meldepflichtig ist.

B.4 Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens

37. Gemäss Art. 10 Abs. 2 KG kann die Wettbewerbskommission den Zusammenschluss untersagen oder ihn mit Bedingungen und Auflagen zulassen, wenn die Prüfung ergibt, dass der Zusammenschluss:

³⁶ Vgl. RPW 2016/1, 263 Rz 28, *Tamedia/Tradono Denmark/Tradono Switzerland*, m. w. H.

³⁷ Vgl. act. 12, Rz 46 ff.

- a) eine marktbeherrschende Stellung, durch die wirksamer Wettbewerb beseitigt werden kann, begründet oder verstärkt; und
- b) keine Verbesserung der Wettbewerbsverhältnisse in einem anderen Markt bewirkt, welche die Nachteile der marktbeherrschenden Stellung überwiegt.

38. Im Rahmen der vorläufigen Prüfung gemäss Art. 10 Abs. 1 KG ist zunächst zu untersuchen, ob Anhaltspunkte für eine Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung bestehen. Gemäss Art. 4 Abs. 2 KG gelten einzelne oder mehrere Unternehmen als marktbeherrschend, wenn sie auf einem Markt als Anbieter oder Nachfrager in der Lage sind, sich von anderen Marktteilnehmern in wesentlichem Umfang unabhängig zu verhalten.

39. Unternehmen sehen sich in ihren Verhaltensspielräumen durch ihre aktuellen und potenziellen Konkurrenten beschränkt. Die voraussichtliche Marktstellung der Parteien nach dem Zusammenschluss ergibt sich folglich daraus, ob nach Realisierung ihres Vorhabens genügend aktuelle und potenzielle Konkurrenten verbleiben, die das Verhalten der Parteien nach dem Zusammenschluss disziplinieren werden.

40. Hierzu sind untenstehend zunächst die relevanten Märkte in sachlicher und räumlicher Hinsicht abzugrenzen.

B.4.1 Sachlich und räumlich relevante Märkte

41. Ausgangspunkt der Bestimmung der sachlich und räumlich relevanten Märkte ist die Geschäftstätigkeit der am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen.

42. Liberty Global ist eine internationale Video-, Breitband- und Kommunikationsunternehmensgruppe mit konsolidierten Aktivitäten in Grossbritannien und Irland (unter der Marke Virgin Media), Belgien (unter der Marke Telenet, mit rund 60% Eigentumsanteil) und der Schweiz, Polen und der Slowakei (unter der Marke UPC).³⁸ Liberty Global besitzt auch 50% des VodafoneZiggo-Joint Ventures in den Niederlanden und hat in Unternehmen investiert, die audiovisuelle Inhalte produzieren, darunter All3Media Ltd, die sie gemeinsam mit Discovery, Inc. besitzt.

43. Liberty Global erbringt ihre Dienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden über ihre eigenen Festnetze, die Breitbandinternet, Video, Telefonie und mobile Dienste umfassen.³⁹ Liberty Global bietet mobile Dienste als Mobilfunknetzbetreiber (Mobile Network Operator; MNO) über Telenet in Belgien und als Mobile Virtual Network Operator (MVNO) über Drittnetze in ihren anderen Tätigkeitsländern an. In den meisten Gebieten, in denen Liberty Global tätig ist, ist das Kernangebot von Liberty Global «Triple-Play», das gebündelt die Dienstleistungen Breitbandinternet, digitales Video und digitale Telefonie in einem Abonnement umfasst. Liberty Global erweitert ihre Dienstleistungen in den meisten ihrer Märkte um mobile Dienste für einen «Quad-Play» bzw. Fix/Mobile-Bündelangebote.

44. UPC bietet Telekommunikationsdienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden in der Schweiz an.⁴⁰ UPC betreibt das grösste Kabelnetz der Schweiz. Über dieses Netz bietet UPC Privat- und Geschäftskunden Festnetztelefonie-Dienste, Breitbandinternet und digitales Fernsehen an. Das Kabelnetz von UPC besteht aus Glasfaser- und Koaxialkabel, auch bekannt als Hybrid Fiber Coax (HFC). Die auf dem Internet-Protokoll basierenden Dienste werden über den Übertragungsstandard DOCSIS bereitgestellt. Per September 2019 wurden 100 % des UPC-Netzes auf den DOCSIS 3.1-Standard aufgerüstet, der es ermöglicht, im gesamten UPC-

³⁸ Vgl. act. 12, Rz 12.

³⁹ Vgl. act. 12, Rz 13.

⁴⁰ Vgl. act. 12, Rz 15.

Netz eine Geschwindigkeit von 1 Gbit/s anzubieten. Ihre Dienstleistungen erbringt UPC zudem über HFC-Netze von Dritten (Partner-Netze) sowie in vereinzelt Fällen über das FTTH-Netz von Swisscom und in einem sehr begrenzten Umfang über andere Netzbetreiber (Gemeinde Dietlikon, Die Werke (Wallisellen) AG, EW Höfe AG; insgesamt weniger als ca. [...] Anschlüsse) auf der Grundlage von Wholesale-Zugangsvereinbarungen. Im Geschäftskundenbereich bietet UPC basierend auf dem regulierten Zugang zum Swisscom-Netz auch Breitbandanbindungen über das DSL-Netz von Swisscom an. Schliesslich verfügt UPC gestützt auf einen MVNO-Vertrag (seit 2019 mit Swisscom, zuvor mit Salt) über eigene Mobilfunk-, Telefonie- und Datendienstangebote.

45. Für Privatkunden bietet UPC Festnetztelefonie-, Breitband-, TV- und Mobilfunkdienste an.⁴¹ Die Angebote sind als Einzelprodukte oder in variablen Bündeln erhältlich. Über eigene Shops, das Internet und weitere Vertriebspartner vertreibt UPC diese Dienstleistungen sowie Mobilfunkgeräte und entsprechendes Zubehör. Die Festnetztelefonie ist standardmässig Teil der UPC-Bündel-Angebote, und es sind verschiedene Abonnemente erhältlich. Die Breitbandinternet-Angebote von UPC decken eine breite Palette von Internet-Geschwindigkeiten ab, die von 100 Mbit/s bis 1 Gbit/s reichen. Darüber hinaus bietet UPC ihren Privatkunden UPC TV an, das mit verschiedenen Funktionen wie z.B. Add-ons für Netflix oder Sky und einer Wiederholungsfunktion ausgestattet ist. UPC bietet auch verschiedene Abonnemente für Mobiltelefonie an.

46. Für Geschäftskunden bietet UPC Festnetztelefonie-, Breitband-, TV- und Mobilfunkdienste an.⁴² UPC bietet zudem Unternehmenslösungen im Bereich Konnektivität (Standortvernetzung und VPN, Datacenter und Cloud-Lösungen) und Netzwerkdienstleistungen (Hosting, LAN, Wifi) an. Die Dienstleistungen von UPC für Geschäftskunden richten sich an die Bedürfnisse von Unternehmen aller Grössenordnungen und umfassen ein grosses Portfolio an massgeschneiderten und innovativen Lösungen.

47. Auf Wholesale-Stufe (Grosshandels- oder Agenturverhältnisse) bietet UPC Dienstleistungen für andere Netzbetreiber und Dienstleister an.⁴³ Das Angebot umfasst namentlich die Terminierung von Anrufen auf dem Fest- und Mobilfunknetz, internationales Roaming, Transitdienste für Sprachanrufe auf dem Festnetz, Mietleitungen, IP-Interkonnektion, Mehrwertnummern und Hubbing. Im Bereich des digitalen Fernsehens besitzt UPC Premium Content-Rechte. Diese bietet sie TV-Anbietern zur Verbreitung an Endkunden an.

48. Sunrise bietet für Privatkunden sowohl unter ihrem eigenen Namen als auch unter ihren Markennamen Yallo, Lebara und Swype Mobilfunk-, Festnetz-, Breitband- und TV-Dienste an.⁴⁴ Über ihre Shops, das Internet sowie weitere Vertriebspartner vertreibt Sunrise ausserdem Mobilfunkdienstleistungen sowie Mobilfunkgeräte und Zubehör. Darüber hinaus bietet Sunrise ihren Kunden unter der Bezeichnung «Sunrise Pay» an, über die Telefonrechnung oder das Pre-Paid-Guthaben bestimmte Einkäufe zu tätigen. Weiter betreibt Sunrise unter dem Namen «surf protect» eine Lösung für sicheres Surfen im Internet. Schliesslich bietet Sunrise ihren privaten TV-Kunden die Sunrise Smart TV App an, die mit diversen Features wie unbegrenzte Aufnahmen im Cloud-Speicher, Wiedergabefunktion etc. ausgestattet ist. Im Jahr 2020 hat Sunrise die OTTT-Anbieterin «Wilmaa» übernommen.

49. Für Geschäftskunden bietet Sunrise unter Anderem mobilen Angebote über Festnetz-, Sprach-, Internet- und Datenlösungen (inklusive Internet-Konnektivitätsdiensten) bis hin zur Systemintegration und dem Management der Dienste an, um namentlich etwa Telefonie-

⁴¹ Vgl. act. 12, Rz 16.

⁴² Vgl. act. 12, Rz 17.

⁴³ Vgl. act. 12, Rz 18.

⁴⁴ Vgl. act. 12, Rz 25.

und/oder Multimedia-Kommunikation zu ermöglichen (Unified Communication).⁴⁵ Die spezifischen Kundenbedürfnisse von Unternehmen aller Grössen werden mit einem Portfolio aus standardisierten Produkten sowie massgeschneiderten, skalierbaren und besonders zuverlässigen Angeboten abgedeckt.

50. Auf Wholesale-Stufe bietet Sunrise Sprach-, Daten- und Internetdienste für andere nationale und internationale Netzbetreiber und Dienstleister an.⁴⁶ Das Angebot umfasst namentlich die Terminierung von Anrufen auf dem Fest- und Mobilfunknetz, internationales Roaming, Transitdienste für Sprachanrufe auf dem Festnetz, Mietleitungen, IP-Interkonnektion, Mehrwertdienste und -nummern sowie Zugang zum eigenen Mobilfunknetz. Ferner bietet Sunrise sog. Sprach-Hubbing-Dienste (Transit-Dienste für internationale Telefongespräche) an.

51. Aus der Geschäftstätigkeit der beiden Unternehmen kann daher abgeleitet werden, dass diese in den Märkten für Mobiltelefonie, Festnetztelefonie, Breitbandinternet, Breitbandanbindung, Fernsehen und Einzelhandel mit Telekommunikationsprodukten tätig sind.

52. Nachfolgend werden in diesen Bereichen die einzelnen Märkte abgegrenzt.

B.4.1.1 Märkte im Bereich Mobiltelefonie

53. Im Bereich Mobiltelefonie wird zwischen Endkunden- und Vorleistungsmärkten unterschieden. Da Sunrise auch Netzbetreiberin ist, sind entsprechend auch die Vorleistungsmärkte abzugrenzen.

B.4.1.1.1. Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen

54. Im Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen fragen Endkunden mobile Kommunikationsmittel nach, welche ihnen ermöglichen über ein Mobilfunknetz mit einer anderen Person in Verbindung zu treten oder einen Internetzugang herzustellen.⁴⁷ Aus Sicht der Endkunden dienen eingehende bzw. ausgehende Sprachverbindungen demselben Verwendungszweck, da beide Verbindungen eine Kommunikation ermöglichen. Allenfalls kann zwischen den Kommunikationspartnern, zwischen Anrufer und Angerufenem, unterschieden werden, da der Anrufer die finanziellen Folgen der Verbindung zu tragen hat. In der Schweiz gilt das so genannte cpp-Prinzip (calling party pays). Erhält also ein Mobilfunkteilnehmer einen Anruf, so muss er dafür nichts bezahlen. Eine Ausnahme besteht dann, wenn sich der Kunde im Ausland befindet; dann kommen sogenannte Roaming-Gebühren zur Anwendung, die der Angerufene in Abhängigkeit der telefonierten Minuten bezahlt.⁴⁸

55. Auf dem Markt für Mobilfunkdienstleistungen treffen auf der Nachfrageseite Endkunden, die Mobilfunkdienstleistungen (Sprache und Daten) nachfragen, mit Fernmeldedienstleistern zusammen, die solche Mobilfunkdienstleistungen anbieten. Hierbei werden in der Regel die mobilen Dienstleistungen Sprach-, SMS/MMS- und Datendienste sowie internationale Roamingdienste angeboten.⁴⁹

⁴⁵ Vgl. act. 12, Rz 26.

⁴⁶ Vgl. act. 12, Rz 27.

⁴⁷ Vgl. act. 12, Rz 50.

⁴⁸ Vgl. RPW 2020/2, 764, Rz 66, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3, 508, Rz 107, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁴⁹ Vgl. RPW 2020/2, 764, Rz 67, *Sunrise/Liberty Global*.

56. Ein Endkunde entscheidet sich hauptsächlich aufgrund zweier Eigenschaften für einen Mobilfunkanschluss: Der Kunde hat einerseits die Möglichkeit zeit- und ortsunabhängig zu telefonieren bzw. Kurznachrichten senden und ist immer, wann und wo auch immer er sich gerade befindet, erreichbar. Zudem kann der Endkunde ortsunabhängig zu jeder Zeit eine Internetverbindung aufbauen. Diese beiden Eigenschaften des Mobilfunks unterscheiden diesen in entsprechender Weise von einem Festnetzanschluss bzw. Breitbandinternetanschluss. Im Weiteren ist ein Mobilfunkanschluss in der Regel personenbezogen, während ein Festnetzanschluss meist ortsbezogen ist. Ein Mobilfunkanschluss beinhaltet daher die wichtigsten Eigenschaften eines Festnetzanschlusses und in der Regel auch diejenigen eines Breitbandinternetanschlusses, geht aber gleichzeitig, was die Ortsunabhängigkeit anbelangt, darüber hinaus. Zudem sind die Anforderungen an Bandbreite in der Regel weniger hoch als bei Breitbandanschlüssen, da mobile Endgeräte, was die graphische Darstellung und die Rechenkraft anbelangt, oft weniger leistungsfähig sind. In diesem Zusammenhang spricht man auch von begrenzter asymmetrischer Substituierbarkeit. Das Festnetz kann in gewissen Situationen durch das Mobilfunknetz substituiert werden, jedoch nicht umgekehrt.⁵⁰ Gemäss jüngster Praxis der WEKO wird nicht mehr zwischen dem Transfer von Daten und Sprachkommunikation unterschieden.⁵¹

57. Bezugnehmend auf die Meldung von Sunrise im Zusammenschlussvorhaben Sunrise/Liberty Global bringt Liberty Global vor, dass ihrer Meinung nach aufgrund weit verbreiteter unbegrenzter mobiler Datenpläne auch OTT-Dienste dem Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen zuzurechnen sind. Dies insbesondere, weil sich Mobilfunknetzbetreiber (MNOs) heute mit starken «disruptiven» Kräften konfrontiert sähen, die von ausserhalb der traditionellen Mobilfunkmärkte kommen würden, hauptsächlich in Form kostenloser OTT-Dienste und des mobilen Internetzugangs über WiFi-Hotspots. Während OTT-Dienste traditionelle mobile Dienste wie Sprach- und Kurznachrichtendienste (SMS) ersetzen würden, böten WiFi-Hotspots eine alternative Infrastruktur für den mobilen Internetzugang. Gemeinsam böten sie den Konsumenten die Möglichkeit, die derzeit von den MNOs angebotenen Hauptdienstleistungen zu ersetzen.⁵²

58. Hierzu ist einzuwenden, dass Mobilfunkdienstleistungen heute als Plattformdienstleistungen für die Datenübertragung anzusehen sind. Dies spiegelt sich insbesondere in den derzeit vorherrschenden Flat-Rate-Angeboten wider. Ein Kunde fragt damit nicht mehr einfach nur Sprachdienste, SMS/MMS-Dienste und einen Internetzugang nach, sondern er fragt Datenübertragungsdienstleistungen nach, mittels welchen diese Dienste erbracht werden können. OTT-Dienste sind daher auf die Plattformdienstleistungen der Mobilfunkanbieter angewiesen. Sie sind daher nicht dem Markt Mobilfunkdienstleistungen als Plattformmarkt für die Datenübertragung zuzurechnen.⁵³

59. Auch WiFi-Hotspots können nicht als adäquates Substitut für einen Mobilfunkanschluss angesehen werden, da WiFi-Hotspots in der Regel nur in einem räumlich eng begrenzten Raum angeboten werden (meist mit einem Radius, der wenige hundert Meter ausmacht). Mobilfunkdienste sind hingegen darauf ausgelegt in einer nationalen räumlichen Ausdehnung angeboten zu werden, weshalb eine Substituierbarkeit mit WiFi-Hotspots nicht gegeben ist. Auch WiFi-Hotspots sind daher nicht demselben Markt zuzurechnen⁵⁴.

⁵⁰ Vgl. RPW 2020/2, 764, Rz 68, *Sunrise/Liberty Global* ; RPW 2010/3, 508, Rz 107, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁵¹ Vgl. RPW 2020/2, 764, Rz 69, *Sunrise/Liberty Global*.

⁵² Vgl. act. 12, Rz 53 und Beilage 1, Rz 250.

⁵³ Vgl. RPW 2020/2, 764, Rz 68, *Sunrise/Liberty Global*.

⁵⁴ Vgl. RPW 2020/2, 764, Rz 68, *Sunrise/Liberty Global*.

60. Bezugnehmend auf die Meldung von Sunrise im Zusammenschlussvorhaben Sunrise/Liberty Global bringt Liberty Global weiter vor, dass der Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen weiter in je einen separaten Markt für Mobilfunkdienstleistungen gegenüber Privatkunden und Mobilfunkdienstleistungen gegenüber Geschäftskunden zu unterteilen sei. Dies insbesondere, weil sich die Nachfragestruktur und die nachgefragten Dienstleistungen zwischen Privat- und Geschäftskunden stark unterscheiden würden.⁵⁵ Dem kann grundsätzlich zugestimmt werden. In der Regel haben Geschäftskunden und Privatkunden, was Mobilfunkdienstleistungen anbelangt, unterschiedliche Bedürfnisse und die jeweils angebotenen Mobilfunkdienstleistungen werden in der Regel nicht als substituierbar angesehen. Dennoch sind diese Unterschiede für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens nicht für die Beurteilung massgeblich, weshalb die beiden Märkte im Rahmen des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens zusammen beurteilt werden können.

61. In räumlicher Hinsicht werden Mobilfunkdienstleistungen schweizweit erbracht, weshalb von einem schweizweiten Markt auszugehen ist.⁵⁶

B.4.1.1.2. Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen

62. Um Mobilfunkverträge (oftmals einschliesslich separat verkaufter oder vom Mobilfunkanbieter quersubventionierter Mobilfunkgeräte) an Kunden verkaufen zu können, benötigen Mobilfunknetzbetreiber Vertriebswege. Sie etablieren diese entweder per Eigenvertrieb oder über Verkaufsstellen von Drittanbietern.⁵⁷

63. In ihrer Praxis hat die WEKO zwischen sogenannten «Street Channels» und «Direct Channels» unterschieden. «Street Channels» umfassen Verkaufsstellen an stark frequentierten, meist innerstädtischen Standorten, an denen Fachpersonen Beratung anbieten. Swisscom, Sunrise, Salt und UPC verkaufen ihre Abonnemente in eigenen Filialen.⁵⁸ «Direct Channels» beinhalten hauptsächlich das Internet und, mit sinkender Bedeutung, Telefonvermarktung und auf dem Postweg oder direkt auf der Strasse abgeschlossene Verträge.⁵⁹

64. Liberty Global geht davon aus, dass die oben genannten Vertriebskanäle vollständig substituierbar sind und machen mit Verweis auf die Ausführungen von Sunrise im Zusammenschlussvorhaben Sunrise/Liberty Global geltend, dass die genaue Marktabgrenzung offengelassen werden könne.⁶⁰

65. Hierzu ist anzumerken, dass sicherlich für einen Teil der Kunden der Abschluss eines Vertrages über den «Direct Channel» mit dem über den «Street Channel» und umgekehrt substituierbar ist.⁶¹ Dennoch sind diese Verkaufskanäle für den anderen Teil der Kunden nicht substituierbar. Dies zeigt sich alleine schon daran, dass die grossen Fernmeldedienstanbieter nicht auf den vergleichsweise teuren «Street Channel» verzichten und weiterhin ein Filialnetz aufrechterhalten. Alleine schon aus diesem Grund rechtfertigt es sich an der bisher etablierten Marktabgrenzung festzuhalten.

⁵⁵ Vgl. act. 12, Rz 53 und Beilage 1, Rz 251.

⁵⁶ Vgl. RPW 2020/2, 765 Rz 73, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3, 508, Rz 111, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁵⁷ Vgl. RPW 2020/2, 765 Rz 74, *Sunrise/Liberty Global*.

⁵⁸ Vgl. RPW 2020/2, 765 Rz 75, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3, 507, Rz 98, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁵⁹ Vgl. RPW 2010/3, 507, Rz 98, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁶⁰ Vgl. act. 12, Rz 59.

⁶¹ Vgl. RPW 2020/2/765 Rz 77, *Sunrise/Liberty Global*.

66. In räumlicher Hinsicht werden Mobilfunkdienstleistungen auf Basis der Dienstleistungen eines Mobilfunknetzes in der ganzen Schweiz verkauft, weshalb von einer nationalen Markt-
abgrenzung auszugehen ist.⁶²

B.4.1.1.3. Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten

67. Auch im Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten unterscheidet die WEKO gemäss ihrer Praxis zwischen «Street Channel» und «Direct Channel».⁶³ Aufgrund der Komplementarität der Mobilfunkgeräte mit den Mobilfunkdienstleistungen kann im Wesentlichen auf die Markt-
abgrenzung in Abschnitt B.4.1.1.2 verwiesen werden.

68. Auf dem Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten treffen auf der Nachfrageseite End-
kunden, die ein Mobilfunkgerät käuflich erwerben möchten und auf der Angebotsseite die ent-
sprechenden Verkäufer aufeinander.⁶⁴

69. Gemäss Meldung ist die Abgrenzung von separaten Märkten für «Street Channel» und
«Direct Channel» nicht zutreffend.⁶⁵ Vielmehr seien die verschiedenen Vertriebskanäle voll-
ständig substituierbar. Hierzu kann auf die Ausführungen in Rz 65 verwiesen werden, die auf
den Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten analog anwendbar sind.

70. In räumlicher Hinsicht werden Mobilfunkgeräte grösstenteils in der ganzen Schweiz ver-
kauft. Ein Bezug aus dem Ausland ist allerdings auch möglich, weshalb mindestens von einer
schweizweiten Markt-
abgrenzung auszugehen ist.⁶⁶

B.4.1.1.4. Wholesale-Markt für den Zugang und die Originierung auf Mobilfunknetze (Netzzugangsmarkt)

71. Im Netzzugangsmarkt fragen Weiterverkäufer und «Mobile Virtual Network Operators»
(nachfolgend: MVNO) bei den Netzbetreibern Dienstleistungen nach, um diese an Endkunden
weiterzuverkaufen.⁶⁷ Die WEKO kam in der Untersuchung Mobilfunk zum Schluss, dass je von
einem eigenen Markt für ab- bzw. eingehende mobile Fernmeldedienste auszugehen ist.⁶⁸

72. Im Zusammenhang mit abgehenden mobilen Fernmeldediensten stellen die Netzbetrei-
ber die Angebotsseite dar. Die Marktgegenseite besteht aus den Weiterverkäufern und
MVNOs, die den Zugang zu einem Mobilfunknetz nachfragen, um Mobilfunkdienstleistungen
unter eigenem Namen an Endkunden anbieten zu können.⁶⁹

73. Im Gegensatz zum Wholesale-Markt für eingehende mobile Dienstleistungen (Terminie-
rung) haben die Weiterverkäufer und MVNOs die Möglichkeit, die Leistung bei allen Netzbe-
treibern nachzufragen, da hinsichtlich der Eigenschaften und des Verwendungszwecks jeder

⁶² Vgl. RPW 2020/2 765 Rz 78, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3, 507, Rz 100, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁶³ Vgl. RPW 2020/2, 765 Rz 79, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3, 508, Rz 102, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁶⁴ Vgl. RPW 2020/2, 765 Rz 80, *Sunrise/Liberty Global*.

⁶⁵ Vgl. Act. 12, Rz 66.

⁶⁶ Vgl. RPW 2020/2, 765 Rz 82, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 508, Rz 104, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁶⁷ RPW 2020/2, 766 Rz 83, *Sunrise/Liberty Global*.

⁶⁸ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 83, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2002/1, 119, Rz 94, *Mobilfunkmarkt*.

⁶⁹ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 84, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 509, Rz 113, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

Netzbetreiber, solange noch genügend freie Kapazitäten vorhanden sind, den Zugang zu seinem Mobilfunknetz gewähren kann. Folglich ist von einem einzigen Netzzugangsmarkt auszugehen.⁷⁰

74. Eine Unterteilung in zwei separate Märkte für Sprach- und Datendienstleistungen erscheint nicht angebracht, da die meisten Verträge einen monatlichen Festpreis für beide Dienstleistungen vorsehen.⁷¹

75. In räumlicher Hinsicht verfügen die in der Schweiz tätigen Netzbetreiber je über ein schweizweites Mobilfunknetzwerk, weshalb von einem schweizweiten Markt auszugehen ist.⁷²

B.4.1.1.5. Markt für Mobilfunkterminierung (Terminierungsmarkt)

76. Ein Anruf in Mobilfunknetze setzt sich aus Originierung, Transit und Terminierung zusammen.⁷³ Die Terminierung stellt sicher, dass ein Anruf zu einem ganz bestimmten Anschluss weitergeleitet wird und von dem entsprechenden Endkunden entgegengenommen werden kann, unabhängig davon, bei welchem Anbieter er seinen Mobilfunkanschluss hat. Beim Markt für Mobilfunkterminierung handelt es sich um die Terminierung eines Sprachanrufes in das jeweils eigene Netz. In der Schweiz ist jeder Mobilfunkanbieter verpflichtet, Anrufe von anderen Mobilfunkanbietern in sein eigenes Netz zu terminieren.⁷⁴

77. Auf dem Markt für Mobilfunkterminierung treffen daher auf der Anbieterseite der jeweilige Netzbetreiber, der die Terminierung zu seinen Endkunden anbietet und auf der Nachfrageseite Fernmeldedienstleister aufeinander, welche Anrufe ihrer Kunden an die jeweiligen Endkunden des terminierenden Netzbetreibers durchstellen wollen. Aufgrund der heute weit verbreiteten Flat-Rate-Angebote und der niedrigen Netzwerkkosten haben die Terminierungsgebühren als Bestandteil der Kosten eines Telefonanrufs, die geeignet sind, die Wettbewerbssituation zu beeinflussen, in den letzten Jahren an Bedeutung verloren.⁷⁵

78. In räumlicher Hinsicht erstreckt sich das Angebot auf die Netzabdeckung des jeweiligen Mobilfunknetzbetreibers. Da die in der Schweiz ansässigen Mobilfunknetzbetreiber über ein nationales Netz verfügen, ist von einer schweizweiten Marktabgrenzung auszugehen.⁷⁶

B.4.1.1.6. Wholesale-Markt für internationales Roaming (Roaming-Markt)

79. Beim internationalen Roaming handelt es sich um eine Dienstleistung, die es Endkunden ermöglicht, mit ihrem Mobilfunkgerät (und ihrer SIM-Karte) auch auf ausländischen Mobilfunknetzen zu telefonieren oder Daten auszutauschen. Dabei wird zwischen dem sog. outbound traffic und inbound traffic unterschieden. Beim outbound traffic handelt es sich aus Sicht der schweizerischen Mobilfunkanbieter um den Roaming-Verkehr ihres Endkunden im Ausland.

⁷⁰ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 85, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 509, Rz 114, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁷¹ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 86, *Sunrise/Liberty Global*;

⁷² Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 87, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 509, Rz 117, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁷³ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 88, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 509, Rz 118, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*, m.w.H.

⁷⁴ Sog. Interoperabilitätsverpflichtung; vgl. Art. 11 Abs. 3 des Fernmeldegesetzes vom 30. April 1997 (FMG; SR 784.10).

⁷⁵ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 89, *Sunrise/Liberty Global*.

⁷⁶ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 90, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 510, Rz 121, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*, m.w.H.

Demgegenüber bezieht sich der inbound traffic auf den Verkehr, den Endkunden ausländischer Mobilfunkanbieter in der Schweiz generieren.⁷⁷

80. Um Mobilfunkkunden diese Dienstleistungen anbieten zu können, schliessen die Mobilfunkanbieter auf der Wholesale-Ebene Vereinbarungen betreffend den Zugang zu Kapazitäten auf einem Mobilfunknetz eines ausländischen Mobilfunkanbieters ab. Um eine möglichst gute Abdeckung im Ausland zu erreichen, schliessen Mobilfunkanbieter bilaterale Abkommen mit möglichst vielen Mobilfunkanbietern in einem Land ab.⁷⁸

81. Auf der Nachfrageseite stehen somit (ausländische) Mobilfunkanbieter, die ihren Endkunden ermöglichen auch im Ausland mobile Dienstleistungen zu nutzen, indem sie sich in das Mobilfunknetz eines ausländischen Anbieters einbuchen, ohne das Mobilfunkgerät bzw. die SIM-Karte zu wechseln. Der vorliegend abgegrenzte Roaming-Markt bezieht sich lediglich auf den inbound traffic.⁷⁹ Der outbound traffic ist hingegen im Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen zu berücksichtigen.⁸⁰

82. In räumlicher Hinsicht ist vom Angebot des jeweiligen Netzbetreibers auszugehen. Die in der Schweiz ansässigen Netzbetreiber haben eine nationale Netzabdeckung, weshalb von einem schweizweiten Markt auszugehen ist.⁸¹

B.4.1.2 Märkte im Bereich Festnetztelefonie

B.4.1.2.1. Markt für Festnetztelefonie

83. Gemäss Praxis der WEKO bilden Festnetztelefoniedienstleistungen einen eigenen Markt.⁸² Auf dem Markt für Festnetztelefonie fragen Endkunden an einem bestimmten Standort eine für Sprachtelefonie geeignete Verbindung zum öffentlichen Telefonnetz für abgehende und eingehende Anrufe sowie die Bereitstellung weiterer Dienste nach. Damit eine solche Verbindung erfolgen kann, wird ein Anschluss benötigt, wobei es sich bei standortgebundenen Zugängen in der Regel um einen Festnetzanschluss handelt.⁸³

84. Sprachtelefoniedienstleistungen haben in den letzten Jahren zumindest im privaten Umfeld stark an Bedeutung verloren. Insbesondere entscheiden sich heute viele Endkunden aufgrund der ihnen zur Verfügung stehenden mobilen Telekommunikationsmöglichkeiten vollständig auf einen Festnetzanschluss zu verzichten. Selbst wenn in vielen Fällen im Rahmen von Breitbandinternetangeboten auch ein Festnetzanschluss enthalten ist, so wird dieser von den Endkunden aber oft nicht genutzt. Dennoch bestanden im Jahr 2018 immer noch über 3,3 Mio. Festnetzverträge, auch wenn deren Anzahl in den letzten Jahren – konkret seit 2014 um rund 960'000 Verträge – stark zurückgegangen ist.⁸⁴ Die Anzahl bestehender Mobilfunknutzer

⁷⁷ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 91, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 510, Rz 123, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁷⁸ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 92, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 510, Rz 124, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁷⁹ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 93, *Sunrise/Liberty Global*.

⁸⁰ Vgl. RPW 2020/2, 766 Rz 93, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 510, Rz 124, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁸¹ Vgl. RPW 2020/2, 767 Rz 94, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 510, Rz 127, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

⁸² RPW 2020/2, 767 Rz 95, *Sunrise/Liberty Global*;

⁸³ Vgl. RPW 2020/2, 767 Rz 95, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3 506, Rz 81 f., *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*, m.w.H.

⁸⁴ [Vgl. www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/telekommunikation/zahlen-und-fakten/sammlung-statistischer-daten/festnetz/anzahl-festnetzkundinnen-und-kunden.html](http://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/telekommunikation/zahlen-und-fakten/sammlung-statistischer-daten/festnetz/anzahl-festnetzkundinnen-und-kunden.html), zuletzt besucht am 13.10.2020.

war in den Jahren 2014 bis 2018 ebenfalls – wenn auch nur leicht – sinkend und betrug im Jahr 2015 11'283'339 Nutzer, im Jahr 2016 11'240'971 Nutzer, im Jahr 2017 11'088'598 Nutzer und im Jahr 2018 10'788'602 Nutzer.⁸⁵ Dies zeigt, dass in den letzten Jahren keine Substitution von Festnetzanschlüssen hin zu mobilen Anschlüssen stattgefunden hat, sondern, dass offenbar nach wie vor eine Vielzahl von Endkunden sowohl einen Festnetzanschluss als auch einen Mobiltelefonanschluss haben. Daher rechtfertigt es sich, weiterhin einen eigenständigen Markt für Festnetztelefonie abzugrenzen.

85. Die Zusammenschlussparteien machen geltend, dass die von der WEKO vorgenommene Marktabgrenzung zu eng sei und in den letzten Jahren die Tendenz bestehe, Festnetztelefoniedienstleistungen durch Mobilfunkdienstleistungen zu substituieren.⁸⁶ Festnetztelefonie werde nur noch selten als eigenständiges Produkt angeboten, sondern zunehmend als kostenlose Dienstleistung oder Option in Kombination mit TV-Dienstleistungen und Festnetz-Breitbandanschlüssen. Der Grund für diese Entwicklung sei der verstärkte Wettbewerb durch OTT-Dienste im Markt für Festnetztelefonie. Es erscheine daher plausibel, dass die Festnetz-Retail-Märkte in Zukunft wohl zu einem einzigen Markt zusammenwachsen würden, der verschiedene Festnetzdienstleistungen wie das Breitbandinternet, TV und Telefonie umfasse. Der Umstand, dass heute viele Endkunden aufgrund der ihnen zur Verfügung stehenden mobilen Telekommunikationsmöglichkeiten vollständig auf einen Festnetzanschluss verzichten oder in vielen Fällen den im Rahmen von Breitbandinternetangeboten enthaltenen Festnetzanschluss oft nicht nutzen würden, belege, dass aus Kundensicht auf einen Mobilfunkanschluss gewechselt oder nur noch dieser unterhalten werden könne. Damit seien sämtliche Wettbewerber im Bereich Mobilfunk (MNO und MVNO) als Wettbewerber im selben Markt zu betrachten.⁸⁷

86. Hierzu ist anzumerken, dass die von den Zusammenschlussparteien beschriebenen Marktverhältnisse insbesondere auf Privatkunden zutreffen. Im Geschäftskundenbereich scheinen Telefondienstleistungen allerdings noch eine grössere Bedeutung zu haben. Trotz der immer grösser werdenden Anzahl an nachgefragten Bündelangeboten, werden auch nach wie vor einfache Telefonanschlüsse verkauft und nachgefragt. Zudem geht es vielen Endkunden nicht nur um die Nutzung der Sprachtelefoniedienstleistungen, welche ohne weiteres über OTT-Angebote substituiert werden können, sondern auch darum, unter ihrer Festnetztelefonnummer erreichbar zu sein. Dies trifft im Privatkundenbereich insbesondere auf Familien zu, bei welchen das Festnetztelefon – im Gegensatz zum Handy als persönliches Gerät – allen Familienmitgliedern offensteht.⁸⁸ In diesem Zusammenhang wird in der Meldung geltend gemacht, die Erreichbarkeit unter einer Festnetznummer könne auch über OTT-Dienste wie z. B. Skype bezogen werden.⁸⁹ Ein solches Angebot wird wohl nur jemand wählen, welcher eben über keinen leitungsgebundenen Festnetzanschluss verfügt, da ansonsten – wie von den Zusammenschlussparteien geltend gemacht – Sprachtelefoniedienstleistungen als kostenlose Option zum Breitbandinternetanschluss genutzt werden können. Skype selbst bewirbt ihr Angebot zudem damit, dass eingehende Anrufe an praktisch jedem Ort per Skype-App entgegengenommen werden können.⁹⁰ Somit wird eine solche Skype Onlinenummer höchstens in Ausnahmefällen die genannte Funktion des Festnetzanschlusses – der Erreichbarkeit an einem bestimmten Ort – erfüllen können.

⁸⁵ Vgl. www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/telekommunikation/zahlen-und-fakten/sammlung-statistischer-daten/mobilfunk/anzahl-mobilfunkkundinnen-und-kunden.html, zuletzt besucht am 13.10.2020.

⁸⁶ Vgl. act. 12 Rz 94.

⁸⁷ Vgl. act. 12 Rz 94 mit Verweisen.

⁸⁸ Vgl. RPW 2020/2, 767 Rz 98.

⁸⁹ Vgl. act. 12, Rz. 95.

⁹⁰ Vgl. www.skype.com/de/features/online-number/, zuletzt besucht am 13.10.2020.

87. Aus diesen Gründen erscheint die separate Abgrenzung eines Marktes für Festnetztelefonie nach wie vor angebracht.⁹¹ Hingegen wird für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens offengelassen, ob OTT-Anbieter demselben relevanten Markt zuzuordnen sind.

88. In räumlicher Hinsicht umfasst der relevante Markt das Abdeckungsgebiet des Netzwerks für drahtgebundene Festnetzanschlüsse, welche zur Übertragung von Sprachtelefonie geeignet sind.⁹²

89. Die beteiligten Unternehmen sind demgegenüber der Ansicht, der Markt sei national abzugrenzen.⁹³

90. Da inzwischen eine weitgehende Umstellung sämtlicher Netze auf IP-Telefonie stattgefunden hat, sind Festnetztelefonanschlüsse grundsätzlich auf die Netzgebiete, über welche Breitbandinternet angeboten wird, beschränkt.

91. Da die Marktabgrenzung immer aus Sicht der Marktgegenseite vorzunehmen ist, ist auf die Wahlmöglichkeiten des jeweiligen Endkunden zurückzugreifen.⁹⁴ Haben die Kunden regional verschiedene Wahlmöglichkeiten, kann sich hierdurch die Wettbewerbssituation regional unterscheiden. Dies ist auch im vorliegend zu beurteilenden Zusammenschlussvorhaben der Fall, weshalb neben einer nationalen Marktabgrenzung auch eine regionale Marktabgrenzung vorzunehmen ist. Um die Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens vollumfänglich beurteilen zu können, ist abzuklären wie sich die Wettbewerbssituation durch den Zusammenschluss verändern wird. Dabei ist im Rahmen der Darstellung der heutigen Situation notwendigerweise zu berücksichtigen, dass andere Kabelnetzbetreiber für einen UPC-Kunden mangels Netzzugangs keinen alternativen Wettbewerber darstellen können. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit der genannten regionalen Abgrenzung. Der Einfachheit halber wurde dabei auf die Abdeckung des eigenen HFC-Netzes von UPC abgestellt. Es ist nicht ersichtlich, dass sich unter der Berücksichtigung von UPC-Angeboten über Partnernetzwerke bei der Beschreibung der Wettbewerbssituation erhebliche Unterschiede ergeben würden. Die Zusammenschlussparteien widersprechen einer regionalen Marktabgrenzung und sind der Ansicht, dass aufgrund der national einheitlichen Preissetzung lediglich von einer nationalen Marktabgrenzung auszugehen ist.⁹⁵ Dieser Meinung ist aufgrund der obigen Ausführungen nicht zu folgen. Für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens wird für die regionale Marktabgrenzung auf die nachfolgende regionale Marktabgrenzung im Endkundenmarkt für Breitbandinternet verwiesen, die analog für den Endkundenmarkt für Festnetztelefonie gilt (vgl. Rz 122 ff.).

92. Gleichzeitig muss für nationale Anbieter wie beispielsweise Swisscom oder Sunrise untersucht werden, welchen Einfluss möglicherweise regionale Anbieter, wie beispielsweise Quickline, auf die nationale Preisgestaltung und die Wettbewerbssituation haben. Dies insbesondere, wenn nationale Anbieter auf der einen Seite ihre Dienstleistungen nach den zur Verfügung stehenden Technologien ausrichten und gleichzeitig eine nationale Preissetzung anstreben.⁹⁶

⁹¹ Vgl. RPW 2020/2, 767 Rz 99, *Sunrise/Liberty Global*.

⁹² Vgl. RPW 2020/2, 767 Rz 100, *Sunrise/Liberty Global*.

⁹³ Vgl. act. 12, Rz 98.

⁹⁴ Vgl. RPW 2020/2, 767 Rz 102, *Sunrise/Liberty Global*.

⁹⁵ Vgl. act. 12, Rz 98.

⁹⁶ Vgl. RPW 2020/2, 768 Rz 103, *Sunrise/Liberty Global*.

B.4.1.2.2. Markt für die Terminierung von Anrufen in Festnetze

93. Analog zur Terminierung von Mobilfunkanrufen, müssen Anrufe von fremden Netzen (Fest- und Mobilfunknetze) terminiert werden, wenn ein Anrufer einen Teilnehmer mit einem Festnetzanschluss anruft. Anrufterminierung ist die Dienstleistung, die ein Netzbetreiber auf der Angebotsseite für andere Netzbetreiber auf der Nachfrageseite bereitstellt. Dabei wird ein Anruf aus dem Netz eines Netzbetreibers auf der Nachfrageseite an einen Nutzer im Netz des Netzbetreibers auf der Angebotsseite zugestellt. Diese Dienstleistung wird von jedem Betreiber benötigt, damit dessen Kunden mit Kunden anderer Netzwerke kommunizieren können.⁹⁷

94. Für die Terminierung von Anrufen in einzelne Festnetze gibt es keine Substitute, da der Betreiber, der den abgehenden Anruf übermittelt, den beabsichtigten Empfänger nur über den Netzbetreiber erreichen kann, mit dem der Empfänger verbunden ist. Daher ist in Bezug auf die Terminierung von Anrufen in Festnetze von je einem einzelnen separaten sachlich relevanten Markt auszugehen.⁹⁸

95. In räumlicher Hinsicht erstreckt sich der Markt grundsätzlich auf das Netzgebiet. Daher sind die Märkte in räumlicher Hinsicht grundsätzlich auf das jeweilige Netzgebiet von Sunrise bzw. UPC beschränkt.⁹⁹

B.4.1.2.3. Wholesale-Markt für Transit-Dienste für inländische Anrufe

96. Ein leitungsgebundener Telefonanruf kann, was die Nutzung der Übertragungsleitungen anbelangt, in Originierung, Transit und Terminierung unterteilt werden.¹⁰⁰ Originiert wird ein Anruf durch das Wählen einer Telefonnummer durch den Anrufenden auf dem Netz des Anbieters, bei welchem der Anrufer Kunde ist. Die Originierung findet daher in der Regel im Anschlussnetz statt. Terminiert wird ein Anruf bei der Herstellung der Verbindung beim Angerufenen. Auch die Terminierung findet in der Regel im Anschlussnetz statt. Wenn der Angerufene bei einem anderen Netzbetreiber Kunde ist, wird der Anruf in ein fremdes Netz terminiert. Besteht keine direkte Interkonnektion zwischen dem Netz des Anrufenden und dem Netz des Angerufenen, kann die Zwischenschaltung eines anderen Netzes notwendig werden. Dieses Dazwischenschalten eines Netzes oder mehrerer Netze wird als Transit bezeichnet.¹⁰¹ Der Transit findet in der Regel auf dem Backbone-Netz und nicht im Anschlussnetz statt.

97. In ihren bisherigen Entscheiden hat die WEKO einen Markt für Transit-Dienste abgegrenzt, ohne eine Unterscheidung zwischen Festnetztelefonie und Mobilfunktelefonie vorzunehmen. Da sich Telefonanrufe vom Festnetz im Transit nicht von Telefonanrufen vom Mobilfunknetz unterscheiden, kann auf eine weitere Unterteilung des Marktes verzichtet werden.

98. In räumlicher Hinsicht erstreckt sich der Markt auf die Abdeckung des Backbone-Netzes, weshalb für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens von einer nationalen Marktabgrenzung auszugehen ist.¹⁰²

⁹⁷ Vgl. RPW 2020/2, 768 Rz 104, *Sunrise/Liberty Global*.

⁹⁸ Vgl. RPW 2020/2, 768 Rz 105, *Sunrise/Liberty Global*.

⁹⁹ Vgl. RPW 2020/2, 768 Rz 106, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁰⁰ Vgl. RPW 2020/2, 768 Rz 107 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁰¹ Vgl. RPW 2020/2, 768 Rz 107, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2008/1, 235 Rz. 15 ff., *Transitdienste im Bereich "Transit to (...) Access Services"*; RPW 2001/2, 362 Rz 15 ff., *Interkonnektionsverfahren MCI WorldCom vs.*

Swisscom AG und diAx vs. Swisscom AG, vgl. auch act. 21 Rz 128 ff.

¹⁰² Vgl. RPW 2020/2, 769 Rz 109, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2008/1, 236 Rz. 23 f., *Transitdienste im Bereich "Transit to (...) Access Services"*; RPW 2001/2, 364 f. Rz 35 ff., *Interkonnektionsverfahren MCI WorldCom vs.*

B.4.1.2.4. Markt für Global Telecommunication Services

99. Die WEKO definiert GTS als Telekommunikationsdienstleistungen mit dem primären Zweck, eine Vielzahl von sich in verschiedenen Ländern befindlichen Niederlassungen eines Geschäftskunden zu verbinden. Gewöhnlich fragen multinational tätige Unternehmen, welche in verschiedenen Ländern vertreten sind, diese Art Dienstleistungen nach. Bei den zu erbringenden Dienstleistungen handelt es sich um über blossen Telefon- und Faxverkehr hinausgehende, auf den Kunden zugeschnittene Lösungen für Sprach- und Datenverkehr, virtuelle private Netzwerke oder Ähnliches. Zweckentsprechend sind Nachfrager dieser Dienstleistung vorwiegend multinational tätige Unternehmen (MNC) mit entsprechender Niederlassungsstruktur.¹⁰³ GTS werden auf Retail- und Wholesale-Ebene angeboten. Allenfalls wäre dieser Markt entsprechend weiter zu unterteilen. Die genaue Definition kann für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens allerdings offenbleiben. [...] Internationale Carriers würden Hubbing nachfragen, wenn diese ihren internationalen Traffic anstatt direkt, über ein Drittland terminieren lassen möchten. In diesem Fall trete der terminierende FDA im Drittland als Hub auf und übernehme die Weiterleitung des «Traffics» ins Destinationsland. Hubbing werde nachgefragt, wenn zwischen den internationalen Carriers keine Verträge bestehen würden, sei es aus kommerziellen Gründen oder weil keine direkte Interkonnektion vorhanden sei. Im Hubbing positioniere sich Sunrise somit als «Transit Carrier» auf Wholesale-Stufe. Es handle sich hierbei also um einen Transit- bzw. Terminierungsmarkt.¹⁰⁴

100. Die WEKO hat die räumliche Abgrenzung bisher offengelassen. Unter der Prämisse, dass die meisten GTS-Anbieter über ein internationales Kundenportfolio verfügen und grundsätzlich die GTS weltweit erbringen können, erscheint eine internationale Abgrenzung für die Zwecke der vorliegenden Beurteilung als sachgerecht.¹⁰⁵

B.4.1.3 Märkte für Mehrwertdienste

101. Mehrwertnummern werden verwendet, um unter anderem für Unternehmen, die kostenlose oder durch Anrufgebühren bezahlte Mehrwertdienstleistungen anbieten, Kontaktpunkte bereitzustellen.¹⁰⁶ Die WEKO hat in der Vergangenheit TV-Werbe- und sonstige Mehrwertdienstplattformen beschrieben, es aber letztendlich offengelassen, ob es sich hierbei um zwei getrennte Märkte handelt.¹⁰⁷ Mehrwertdienste können über Festnetz, Mobilfunknetz, beispielsweise per SMS oder MMS, angeboten werden.

102. Hiervon sind allerdings mobile Mehrwertdienste zu unterscheiden, mittels welchen im Wesentlichen Text (SMS) oder Bildnachrichten (MMS) vertrieben werden.¹⁰⁸ Diese Dienstleistungen sind in einem separaten Markt abzugrenzen. Die Zusammenschlussparteien bringt hierzu vor, dass in der bisherigen Praxis der WEKO keine Unterscheidung zwischen Mehrwertdiensten über Dienstnummern sowie über SMS/MMS stattgefunden habe.¹⁰⁹ Zudem würden aus Sicht der beteiligten Unternehmen aufgrund einer hohen Angebotsumstellungsflexibilität Mehrwertdienste per SMS/MMS sowie über Rufnummern keine separaten Märkte

Swisscom AG und diAx vs. Swisscom AG.

¹⁰³ Vgl. RPW 2020/2, 769 Rz 110, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2008/3, 418 Rz 37, *Swisscom AG/Verizon Switzerland*.

¹⁰⁴ Vgl. RPW 2020/2, 769 Rz 110, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁰⁵ Vgl. RPW 2020/2, 769 Rz 111, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2008/3, 419 Rz 44 f., *Swisscom AG/Verizon Switzerland*.

¹⁰⁶ RPW 2020/2, 769 Rz 112, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁰⁷ Vgl. RPW 2012/1, 130 Rz 56, *Apax Partners LLP/Orange Communications S.A.*; RPW 2010/3 507, Rz 95, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

¹⁰⁸ RPW 2020/2, 769 Rz 114, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁰⁹ Vgl. Meldung Rz 125.

darstellen.¹¹⁰ Dem kann nicht gefolgt werden, da zum einen die Nachfrage nach Mehrwert SMS/MMS und nach Mehrwertnummern vollkommen unterschiedlich ist und zum anderen die Nutzung der jeweiligen Dienstleistungen vollkommen anderen Zwecken dient bzw. dienen kann. Entsprechend sind ein Markt für Mehrwertdienste bzw. -nummern und ein Markt für mobile Mehrwertdienste abzugrenzen.¹¹¹

103. In räumlicher Hinsicht wurden Mehrwertdienste jeweils sprachregional abgegrenzt.¹¹² Da die Mehrwertdienste jedoch überwiegend schweizweit angeboten werden und sich die sprachregionalen Angebote vom schweizweiten Angebot daher nicht gross unterscheiden, kann für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens von schweizweiten Märkten ausgegangen werden.

B.4.1.4 Märkte im Bereich Breitbandinternet und Breitbandanbindung

B.4.1.4.1. Vorbemerkungen

104. Breitbandinternetdienstleistungen werden heute über verschiedene leitungsgebundene Technologien angeboten. Diese sind neben der Kupferkabeltechnologie die Koaxialkabeltechnologie und die Glasfasertechnologie. Da das zur Datenübertragung verwendete Medium einen limitierenden Faktor darstellen kann, kann es sich rechtfertigen einzelne Breitbandinternetmärkte hinsichtlich der maximalen Bandbreite des verwendeten Mediums und hinsichtlich der den jeweiligen Kunden zur Verfügung stehenden Übertragungstechnologien abzugrenzen.¹¹³

105. Die Breitbandinternetmärkte umfassen sämtliche Endkunden (Geschäfts- und Privatkunden), welche eine breitbandige Verbindung zur elektronischen Datenübertragung über das Internet nachfragen und sämtliche Anbieter, die eine solche Datenübertragungsverbindung anbieten.¹¹⁴

106. Da private Endkunden im Hinblick auf Symmetrie bei den Up- und Downloadraten sowie Service Levels andere Anforderungen haben als Unternehmen und diese daher mit ganz anderen Datenübertragungsdienstleistungen bedient werden können, rechtfertigt sich eine weitere Marktunterteilung in Märkte im Bereich Breitbandinternet für Privatkunden und in Märkte im Bereich für Breitbandanbindungen für Geschäftskunden.¹¹⁵

B.4.1.4.2. Märkte für Breitbandinternet für Privatkunden

B.4.1.4.2.1. Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden

107. Im Privatkundenbereich werden meist asymmetrische Verbindungen ins Internet angeboten und nachgefragt. Hierbei werden in der Regel keine speziellen Anforderungen an die

¹¹⁰ Vgl. Meldung Rz 126.

¹¹¹ Vgl. RPW 2020/2, 769 Rz 114, *Sunrise/Liberty Global*.

¹¹² Vgl. RPW 2020/2, 769 Rz 115, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2012/1, 131 Rz 57, *Apax Partners LLP/Orange Communications S.A.*; RPW 2010/3 507, Rz 96, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

¹¹³ Vgl. RPW 2020/2, 770 Rz 116, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2012/2 192, Rz 225 ff., *FTTH Freiburg*.

¹¹⁴ Vgl. RPW 2020/2, 770 Rz 117, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2012/2 195, Rz 255., *FTTH Freiburg*.

¹¹⁵ RPW 2020/2, 770 Rz 118, *Sunrise/Liberty Global*;

Service Levels gestellt. Aus diesem Grund sind die an eine Breitbandinternetverbindung gestellten Anforderungen im Privatkundenbereich in der Regel weniger hoch.¹¹⁶

108. Zur Erbringung von Datenübertragungsdiensten greifen Anbieter auf leitungsgebundene Technologien zurück, auf welchen ihr Übertragungsnetz beruht. Gegenüber dem Endkunden werden allerdings lediglich Dienstleistungen in einer bestimmten Servicequalität und Bandbreite erbracht.¹¹⁷ Solange die vom Endkunden nachgefragte Bandbreite und Servicequalität erbracht werden können, spielt es für ihn in der Regel keine Rolle, über welche Technologie die Dienstleistungen erbracht werden.¹¹⁸ Dennoch spielen für den Endkunden die ihm an seinem Standort zur Wahl stehenden Übertragungstechnologien als limitierende Faktoren hinsichtlich der Bandbreite und Servicequalität eine wichtige Rolle. So kann ein Kunde, der keinen Anschluss zum Glasfasernetz hat, auch keine entsprechenden Angebote (z.B. Salt Fiber) nachfragen. Da sich die Marktabgrenzung immer an der Nachfrageseite orientiert, ist die Auswahlmöglichkeit der Endkunden ein für die Marktabgrenzung zentrales Element.

109. Für die Analyse der Wettbewerbsverhältnisse und des Wettbewerbsdrucks auf dem Markt für Breitbandinternet für Privatkunden ist die Anzahl an FDA und deren Handlungsmöglichkeiten bei der Preis- und Leistungsgestaltung von zentraler Bedeutung. Grundsätzlich haben diejenigen FDA die grössten Freiräume bei der Preis- und Leistungsgestaltung und können mit anderen FDA in wirksamen Wettbewerb treten, welche über ein eigenes, bis zum Endkunden reichendes Kommunikationsnetzwerk verfügen, da diese nicht auf Vorleistungsprodukte angewiesen sind. Ähnliche Freiheiten haben auch Anbieter, die für den Zugang zum Kupfernetz ein reguliertes Produkt zu kostenorientierten Preisen in Anspruch nehmen können.¹¹⁹ Hierbei ist allerdings festzuhalten, dass die Nachfrage nach der Kupferkabeltechnologie aufgrund deren eingeschränkten Kapazität und der gleichzeitig stetig wachsenden Ansprüche an Bandbreite zwischen einer Anschlusszentrale und dem Endkundenanschluss rückläufig ist. Insbesondere das regulierte Vorleistungsprodukt des vollständig entbündelten Teilnehmeranschlusses kann immer weniger oft eingesetzt werden. In der Schweiz stehen derzeit für Breitbandinternet für Privatkunden vorwiegend Kupferkabelnetzwerke, Koaxialkabelnetzwerke und Glasfasernetzwerke zur Verfügung. Von geringerer Bedeutung sind hingegen Powerline-Netzwerke, Satellitentechnologie und Mobilfunknetzwerke.¹²⁰

110. Die Zusammenschlussparteien machen wie bereits im Zusammenschlussvorhaben Sunrise/Liberty Global geltend, dass Breitbandinternetzugänge für kleinere und mittlere Unternehmen (KMUs) und kleine Büros bzw. Heimbüros (Small Offices/Home Offices; SOHO) dem relevanten Markt zuzuordnen seien.¹²¹ Hierzu ist anzumerken, dass KMU nur dann dem Endkundenmarkt für Breitbandinternet zuzurechnen wären, wenn diese einen für Endkunden bestimmten Breitbandinternetanschluss nachfragen würden. Zudem sind sie der Meinung, dass mobilfunkbasierte Technologien Teil des relevanten Endkundenmarktes für Festnetz-Internetdienste (Breitband) seien.¹²²

111. Dass dies unzutreffend ist, obwohl dies bereits im Zusammenschlussvorhaben Sunrise/Liberty Global vorgebracht wurde, kann dem kurz nach dem damaligen Entscheid durch die WEKO veröffentlichten Interview des damaligen Präsidenten des Verwaltungsrates Peter

¹¹⁶ Vgl. RPW 2020/2, 770 Rz 119, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2012/2, 196 Rz 271., *FTTH Freiburg*.

¹¹⁷ RPW 2020/2, 770 Rz 119, *Sunrise/Liberty Global*;

¹¹⁸ Vgl. RPW 2020/2, 770 Rz 118, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2012/2, 195 Rz 256., *FTTH Freiburg*.

¹¹⁹ Vgl. RPW 2020/2, 770 Rz 120, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2012/2, 195 Rz 257., *FTTH Freiburg*.

¹²⁰ Vgl. RPW 2020/2, 770 Rz 121, *Sunrise/Liberty Global*.

¹²¹ Vgl. act. 12, Rz 133.

¹²² Meldung Rz 132.

Kurer entnommen werden.¹²³ Darin führt Peter Kurer ausweichend zum Stichwort «Glasfaser durch die Luft» aus:

Kurer: «Wir haben vielleicht das beste 5G-Management Europas. Unsere Leute kennen die 5G-Technologie in- und auswendig. Sie sind überzeugt, dass 5G nicht überall mit der gleichen Kapazität und Leistungsfähigkeit einsetzbar ist wie das Festnetz. Der Verwaltungsrat hat das überprüft. Auch wir sind der Meinung, dass die Zukunft einer gut ausgebauten und raffinierten Telekom-Infrastruktur gehört. Für die Schweiz heisst das: im urbanen Bereich Glasfaser- oder Kabelanschlüsse, die heute übrigens fast gleichwertig sind. Und in Agglomerationen und ländlichen Gebieten ohne Glasfaser-Infrastruktur ist das Koaxialkabel die beste Technologie. Das UPC-Festnetz deckt etwa 65% der Bevölkerung ab und ist dem Kupferkabel und den hybriden Glasfasernetzen (FTTS) von Swisscom deutlich überlegen.»

112. Auf das Nachhaken des Journalisten, was mit «Glasfaser durch die Luft» gemeint sei, führte Peter Kurer aus:

Kurer: «Diese eignet sich für abgelegene Gebiete oder generell Regionen, in denen es weder Glasfaser- noch Kabelanschlüsse gibt. Im städtischen Bereich kann 5G hingegen das Festnetz nicht ersetzen. Dazu müssten wir unendlich viele Antennen bauen. Angesichts des politischen Widerstands ist das unmöglich.»

113. Auf die weitere Bemerkung des Journalisten, dass 5G und Internet via Kabel bis zu einem gewissen Grad Substitute seien, führt Kurer widersprechend aus:

Kurer: «Wer Breitband-Internet braucht und nicht mobil sein muss, benutzt dafür im Normalfall eine fixe Infrastruktur. Die Verbindung über das Festnetz ist stabiler und bietet höhere Kapazitäten.»

114. Auch die Zusammenschlussparteien selbst bringen in ihrer Meldung vor, dass [...] und dass die 5G Technologie wohl insbesondere in ländlichen Gebieten Anwendung finden wird.¹²⁴

115. Damit ist erwiesen, dass die Zusammenschlussparteien selbst davon ausgehen, dass mobile Technologien generell kein Substitut zum leitungsgebundenen Breitband-Internet darstellen und höchstens in Randregionen, in denen es weder Glasfaser- noch Kabelanschlüsse gibt, in Einzelfällen zur Anwendung gelangen könnte.

116. Bisher hat die WEKO die mobilen Technologien aufgrund fehlender Abdeckung und mangelnder Qualität der Datenübertragung sowie zu geringer Bandbreite nicht als Substitute zum drahtgebundenen Breitbandinternet angesehen.¹²⁵ Demzufolge wurden bei der Abgrenzung der Märkte für Breitbandinternet und Breitbandanbindung bisher grundsätzlich nur leitungsgebundene Technologien berücksichtigt. Daran ist auch für die Beurteilung des vorliegenden Zusammenschlusses festzuhalten. Dies insbesondere, weil im Markt keine bedeutenden Substituierungstendenzen weg vom leitungsgebundenen Breitbandinternet hin zu mobilen Breitbandinternetlösungen erkennbar und bisher im Markt keine Reaktionen der Anbieter von leitungsgebundenen Breitbandinternetanschlüssen auf das Aufkommen vom möglichen mobilen Internetanschlüssen zu beobachten sind. So ist die Anzahl leitungsgebundener Breitbandinternetnutzer in den letzten Jahren gestiegen. Betrachtet man aufgrund der Zahlen des BAKOM die Anzahl Breitbandinternetnutzer nach Anschlussart auf jährlicher Basis so ergeben sich die nachfolgenden Zahlen:

¹²³ <https://www.nzz.ch/wirtschaft/sunrise-praesident-kurer-alleingang-riskanter-als-upc-deal-ld.1514527>; zuletzt besucht am 9.9.2020.

¹²⁴ Vgl. act. 12, Rz 134.

¹²⁵ Vgl. RPW 2020/2, 771 Rz 124, *Sunrise/Liberty Global*.

Jahr	PSTN/ ISDN	Breitband Internet						Total
		Kabel	DSL	Glasfa- ser	Feste Wi- Max	An- dere	Total	
2014	11'698	1'150'215	2'200'699	182'629	102	2'341	3'535'986	3'547'684
2015	13'425	1'219'271	2'176'653	301'518	155	2'966	3'700'563	3'713'988
2016	13'712	1'244'142	2'077'012	449'151	332	2'888	3'773'525	3'787'237
2017	7'717	1'258'594	1'961'335	692'225	207	3'164	3'915'525	3'923'242
	4'839	1'131'234	2'020'790	720'289	199	9'691	3'882'203	3'887'042

Tabelle 2: Entwicklung Anzahl Internetnutzer/innen

117. Die Anzahl Verträge, die den Zugang zum Breitband-Internet ermöglichen, ist in den letzten Jahren nahezu unverändert geblieben und um die 8.4 Mio. Marke gependelt.¹²⁶

118. Diese Zahlen zeigen eindeutig auf, dass die Technologien 4G/4G+ nicht zu einer Ablösung von drahtgebundenem Internet geführt haben: Die Anzahl von drahtgebundenen Breitbandanschlüssen ist insgesamt nach wie vor steigend.¹²⁷ Von einer für die Marktabgrenzung relevanten Substituierbarkeit von mobilen und drahtgebundenen Technologien ist denn auch mit der Einführung von 5G nicht auszugehen. Die grundlegenden «Schwächen» der mobilen Technologie bleiben auch mit 5G bestehen. Salt führt in diesem Zusammenhang etwa aus, dass es aufgrund der beschränkten Kapazität der Mobilnetze nicht möglich sein werde, diese Technologie grossflächig (im Sinne einer ähnlichen Nutzungsintensität, wie bei leitungsgebundenen Breitbandinternetanschlüssen) auszurollen. Auch die sogenannte Dienste-Qualität könne auf einem Mobilnetz nicht garantiert werden, denn diese sei abhängig von der Anzahl Nutzer auf der Antenne. Wenn es auf die Dienste-Qualität bei Retailkunden ankomme, sei und bleibe ein moderner Festnetzanschluss über Glasfaser das Mass aller Dinge.¹²⁸ GGA Maur führt in diesem Zusammenhang ebenfalls aus, es sei im Bereich Breitbandinternet noch keine Austauschbarkeit von Fest- und Mobilfunknetzen zu erkennen. Sie würden während der letzten Jahrzehnten, in denen nun bereits 4 Generationen Mobilfunktechnologie realisiert worden seien, immer ähnliche Muster beobachten. Jedes Mal sei die jeweils neue Mobilfunk Generation als DIE Technologie zur Ablösung der festnetzbasierter Dienste angekündigt worden. In Tat und Wahrheit habe dieses «Versprechen» nirgends auf der Welt auch nur annähernd in die Realität umgesetzt werden können. Die Wachstumsraten der über die Mobilfunknetze zu übertragenden Daten seien den technischen Möglichkeiten immer vorausgeeilt. Auch die 5te Generation Mobilfunktechnologie werde mit denselben Verheissungen am Markt eingeführt. Wie aber nur schon die entsprechende Anzahl Mobilfunkstandorte speziell in der Schweiz bereitgestellt werden soll, oder als Alternative dazu die entsprechenden Grenzwerte angepasst werden sollen/könnten, sei derzeit unklar.¹²⁹

¹²⁶ Vgl. www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/telekommunikation/zahlen-und-fakten/sammlung-statistischer-daten/mobilfunk/uebertragungsdienste-und-breitbandinternet-auf-mobilfunknetzen.html, zuletzt besucht am 9.9.2020.

¹²⁷ Vgl. www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/telekommunikation/zahlen-und-fakten/sammlung-statistischer-daten/breitband/breitbandinfrastruktur.html, zuletzt besucht am 9.9.2020.

¹²⁸ Vgl. RPW 2020/2, 771 Rz 125, *Sunrise/Liberty Global*.

¹²⁹ Vgl. RPW 2020/2, 771 Rz 125, *Sunrise/Liberty Global*.

119. Wenn 5G künftig tatsächlich in grösserem Ausmass ein Substitut für festnetzbasierendes Breitbandinternet darstellen würde, wäre es nicht einleuchtend, weshalb Mobilfunknetzbetreiber weiterhin in die Glasfasertechnologie investieren sollten.¹³⁰ Genau dies ist aber nach wie vor der Fall, wie das Beispiel von Salt zeigt. Das Festnetzprodukt Salt Fiber ist im März 2018 mit Vereinbarungen mit Infrastrukturanbietern für FTTH mit einer Abdeckung von 1'300'000 Haushalten lanciert worden. Gemäss den Angaben von Salt bietet das Produkt einen ultraschnellen Internetanschluss mit symmetrischen 10 Gbit/s, Festnetztelefonie, TV und Video-on-Demand (VoD) unter Verwendung von Apple TV als Set-Top-Box. Aufgrund der beschränkten Abdeckung mit FTTH könnten aktuell jedoch nur ein Drittel der Haushalte von diesem Angebot profitieren. Salt sei deswegen bestrebt, die Abdeckung der Schweiz mit FTTH zu vergrössern. Seit der Lancierung des Festnetzproduktes seien über 100'000 zusätzliche Haushalte mit FTTH erschlossen worden. Swiss Fiber Net, Sunrise und Salt hätten zusammen ein Programm vereinbart, um den Ausbau mit FTTH zu beschleunigen.¹³¹ Zudem hatten Salt und Sunrise öffentlich angekündigt ein strategische Partnerschaft zum Ausbau der Glasfasernetzwerkinfrastruktur eingehen zu wollen.¹³²

120. Lediglich Quickline und Swisscom sahen eine gewisse Austauschbarkeit von mobilfunkbasiertem und festnetzbasierendem Breitbandinternet.¹³³ Dabei wird allerdings übersehen, dass auch mit 5G die mobile Technologie ein Shared Medium ist und bleibt. Dies bedeutet, dass ohne genügend Kapazität keine Verbindung aufgebaut und kein Datenpaket verschickt werden kann. Inet7 weist in diesem Zusammenhang auch auf das stetig zunehmende Datenvolumen hin und gibt darüber hinaus die Skepsis der Bevölkerung gegenüber 5G und damit die erschwerte politische Durchsetzbarkeit einer Erweiterung der 5G Frequenzen zu bedenken.

121. Zusammenfassend lässt sich damit festhalten, dass mit der Einführung von 5G in gewissen, vor allem ländlichen Gebieten, allenfalls punktuell und für eine beschränkte Anzahl von Endkunden eine Substitutionsmöglichkeit von festnetzbasierendem Internet durch mobilfunkbasiertes Internet zu erwarten ist.¹³⁴ Die Substitutionsmöglichkeiten sind jedoch insbesondere aufgrund der limitierten Kapazitäten der Antennen und der fehlenden flächendeckenden Versorgung gering, weshalb insgesamt nicht von einer für die Marktabgrenzung relevanten Substituierbarkeit ausgegangen werden kann (vgl. Rz 111 ff.). Auch das derzeitige Nutzungsverhalten der Kunden zeigt, dass mobile Datendienste nach wie vor grösstenteils als Komplemente und nicht als Substitute angesehen werden. So ist beispielsweise die Anzahl der Mobilfunkverträge, die den Zugang zu Breitband-Internet ermöglichen, in den Jahren 2015 bis 2017 kontinuierlich gefallen, im Jahr 2018 hat die Zahl leicht zugenommen, während die Anzahl leitungsgebundener Breitbandinternetanschlüsse im gleichen Zeitraum gestiegen ist, wobei die Zahlen im Jahr 2018 leicht zurückgegangen sind.¹³⁵ Insgesamt sind damit die Zahlen weitgehend stabil geblieben. Damit zeigt sich eben gerade nicht das von den Zusammenschlussparteien postulierte Substitutionsverhalten. Dementsprechend umfassen die Märkte für

¹³⁰ Vgl. RPW 2020/2, 772 Rz 126, *Sunrise/Liberty Global*.

¹³¹ RPW 2020/2, 772 Rz 126, *Sunrise/Liberty Global*.

¹³² Vgl. www.salt.ch/media/press/files/2020/5/19/fa4d82d9-b36a-487d-8a78-004eedf28686/446/20200519_PR%20Swiss%20Open%20Fiber_DE.PDF, zuletzt besucht am 9.9.2020.

¹³³ RPW 2020/2, 772 Rz 127, *Sunrise/Liberty Global*.

¹³⁴ RPW 2020/2, 772 Rz 130, *Sunrise/Liberty Global*.

¹³⁵ Vgl. hierzu insbesondere Zahlen des BAKOM: www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/telekommunikation/zahlen-und-fakten/sammlung-statistischer-daten/internet-service-provider.html und <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/telekommunikation/zahlen-und-fakten/sammlung-statistischer-daten/mobilfunk/uebertragungsdienste-und-breitbandinternet-auf-mobilfunknetzen.html>, zuletzt besucht am 9.9.2019

Breitbandinternet für Privatkunden (und auch jene für Breitbandanbindung für Geschäftskunden) lediglich leitungsgebundene Technologien.

122. Zur räumlichen Abgrenzung machen die Zusammenschlussparteien geltend, es sei von einem nationalen Markt auszugehen. Der Markt sei daher nicht weiter zu unterteilen.¹³⁶

123. Ein Privatkunde fragt leitungsgebundenes Breitbandinternet an seinem Standort nach. Daher sind für einen Privatkunden die Auswahlmöglichkeiten an dem Standort, an welchem er seinen leitungsgebundenen Internetanschluss bezieht, massgeblich. Dies spricht grundsätzlich für eine lokale Marktabgrenzung an den einzelnen Kundenstandorten. Allerdings können diejenigen lokalen Kundenstandorte, in denen sich die Privatkunden in gleichartigen Situationen hinsichtlich ihrer Auswahlmöglichkeiten befinden, zusammengenommen werden, da sich die Wettbewerbssituationen nicht wesentlich voneinander unterscheiden.¹³⁷

124. Welche leitungsgebundenen Datenübertragungstechnologien einem Privatkunden letztendlich zur Verfügung stehen, hängt von der jeweiligen Netzausdehnung der Fernmeldediensteanbieter ab. Hierbei können in der Schweiz grundsätzlich drei verschiedene leitungsgebundene Technologien unterschieden werden. Diese sind die Kupferkabeltechnologie von Swisscom, die Kabelnetztechnologie der Kabelnetzbetreiber sowie die Glasfasertechnologie.¹³⁸

125. In denjenigen Gebieten, in denen den Endkunden neben den anderen Technologien (Kupferkabel und Kabelnetz) die von Swisscom in Kooperation mit den Elektrizitätsversorgungsunternehmen aufgebaute Glasfasernetzwerkinfrastruktur zur Verfügung steht, haben die Privatkunden die grössten Wahlmöglichkeiten. So bietet beispielsweise Salt lediglich Breitbandinternetprodukte in denjenigen Gebieten an, in denen eine Glasfasernetzwerkinfrastruktur besteht. Die in diesen lokalen Gebieten angebotenen Fernmeldedienste unterscheiden sich von denjenigen in anderen lokalen Gebieten hinsichtlich Preis-Leistungs-Verhältnis deutlich.¹³⁹

126. In denjenigen Gebieten, in denen Endkunden lediglich die Kupferkabelnetzwerkinfrastruktur von Swisscom sowie die Koaxialkabelinfrastruktur von UPC zur Verfügung steht, haben die Privatkunden eine eingeschränkere Wahlmöglichkeit. Fernmeldediensteanbieter, die in diesen lokalen Gebieten keine eigene leitungsgebundene Infrastruktur betreiben, sind auf Vorleistungsprodukte von Swisscom angewiesen und damit von Swisscom abhängig. Dies zeigt sich in einem – im Vergleich zu den lokalen Gebieten, in denen Privatkunden eine Glasfasernetzwerkinfrastruktur zur Verfügung steht – deutlich schlechteren Preis-Leistungs-Verhältnis. Aufgrund dieser lokalen Gegebenheit ist der Markt für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens in räumlicher Hinsicht auf das Netzgebiet von UPC zu beschränken, in welchem keine alternative Glasfasernetzwerkinfrastruktur besteht.

127. Insbesondere Sunrise (via Vorleistungsprodukte) und Swisscom bieten schweizweit Breitbandinternetdienstleistungen an. Sie verfolgen hierbei eine Strategie von schweizweit einheitlichen Preisen für die von ihnen angebotenen Nutzungsprofile. Allerdings unterscheiden sich die mit den Profilen angebotenen Leistungen (insbesondere die Bandbreite) entsprechend den zur Verfügung stehenden Technologien (Glasfaser, G.Fast, VDSL etc.). Derzeit ist nicht bekannt, dass Sunrise oder Swisscom eine über die technologischen Restriktionen hinausgehende regionale Preisdifferenzierung bei den von ihnen angebotenen Profilen vornehmen. Um den Einfluss von kleineren Fernmeldediensteanbietern (z. B. lokale Kabelnetzbetreiber) auf die

¹³⁶ Vgl. act. 12, Rz 136.

¹³⁷ Vgl. RPW 2020/2, 773 Rz 135, *Sunrise/Liberty Global*.

¹³⁸ Vgl. RPW 2020/2, 773 Rz 136, *Sunrise/Liberty Global*.

¹³⁹ Vgl. RPW 2020/2, 773 Rz 137, *Sunrise/Liberty Global*.

nationalen Preise für die jeweiligen Profile untersuchen zu können, ist zudem eine nationale Abgrenzung vorzunehmen.¹⁴⁰

128. Grundsätzlich wird daher ein nationaler Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden, welcher sich auf diejenigen Gebiete erstreckt, in welchem eine Kupferkabelinfrastruktur besteht (nationaler Endkundenmarkt für Breitbandinternet mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden) abgegrenzt. Aufgrund der lokal unterschiedlich zur Verfügung stehenden Infrastrukturen und den damit einhergehenden verschiedenen Wahlmöglichkeiten der Endkunden ist für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens zudem ein regionaler Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden, welcher sich auf diejenigen Gebiete erstreckt, in denen UPC eine HFC-Netzwerkinfrastruktur betreibt und eine alternative Glasfasernetzwerkinfrastruktur zur Verfügung steht (regionaler Endkundenmarkt für Breitbandinternet mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden), sowie ein regionaler Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden, welcher sich auf diejenigen Gebiete erstreckt, in denen UPC eine HFC-Netzwerkinfrastruktur betreibt und keine alternative Glasfasernetzwerkinfrastruktur zur Verfügung steht (regionaler Endkundenmarkt für Breitbandinternet mit koaxialkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden), abzugrenzen.¹⁴¹

Nationaler Endkundenmarkt für Breitbandinternet mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden

129. Der nationale Endkundenmarkt für Breitbandinternet mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden entspricht dem nationalen Endkundenmarkt für Breitbandinternet. Auf diesem stehen sich Fernmeldediensteanbieter, die in der Schweiz Breitbandinternetprodukte verkaufen und Nachfrager solcher Breitbandinternetanbieter gegenüber. Hierbei ist entscheidend, dass schweizweit dieselben Breitbandinternetprodukte auf diesem Markt verkauft werden, wobei sich ein Breitbandinternetprodukt als Bündel aus Preis, Breitbandprofil und Servicequalität zusammensetzt. In diesem Markt steht den Endkunden mindestens ein kupferkabelbasierter Breitbandinternetanschluss zur Verfügung.

Regionale Endkundenmärkte für Breitbandinternet mit koaxialkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden

130. Auf den regionalen Endkundenmärkten für Breitbandinternet mit koaxialkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden stehen sich Fernmeldediensteanbieter, die Breitbandinternetprodukte verkaufen und Nachfrager solcher Breitbandinternetprodukte gegenüber. Hierbei ist entscheidend, welche Bündel aus Preis, Breitbandprofil und Servicequalität zur Verfügung stehen. Diese sind in der Regel durch die dahinterliegende Breitbandtechnologie (Glasfaser, HFC, Kupfer) vorgegeben. In diesen Märkten stehen den Endkunden mindestens ein HFC-basierter Breitbandinternetanschluss und in der Regel auch ein kupferkabelbasierter Breitbandinternetanschluss zur Verfügung. Da UPC keine regionale Preisdifferenzierung betreibt, die sich an den zur Verfügung stehenden alternativen Übertragungsnetzen orientiert, kann auf eine weitere räumliche Marktabgrenzung verzichtet werden.

131. Da ein Endkunde, der sich im Netzabdeckungsgebiet von UPC befindet, in der Regel kein Kabelnetzangebot eines anderen Kabelnetzbetreibers nachfragen kann, ist pro Netzabdeckungsgebiet jeweils ein separater Markt abzugrenzen. Für die Zwecke des vorliegenden

¹⁴⁰ Vgl. RPW 2020/2, 773 Rz 139, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁴¹ Vgl. RPW 2020/2, 774 Rz 145, *Sunrise/Liberty Global*.

Zusammenschlussvorhabens kann sich die räumliche Marktabgrenzung auf denjenigen Markt beschränken, der der Netzabdeckung von UPC entspricht.

Regionale Endkundenmärkte für Breitbandinternet mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden

132. Auf den regionalen Endkundenmärkten für Breitbandinternet mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden stehen sich Fernmeldediensteanbieter, die Breitbandinternetprodukte verkaufen und Nachfrager solcher Breitbandinternetprodukte gegenüber. Hierbei ist entscheidend, welche Bündel aus Preis, Breitbandprofil und Servicequalität zur Verfügung stehen. Diese sind in der Regel durch die dahinterliegende Breitbandtechnologie (Glasfaser, HFC, Kupfer) vorgegeben. In diesen Märkten stehen den Endkunden mindestens ein glasfaserbasierter Breitbandinternetanschluss und in der Regel auch ein kupferkabelbasierter und ein HFC-basierter Breitbandinternetanschluss zur Verfügung. In der Schweiz bieten neben Swisscom auch Swiss Fibre Net via FDAs eine Glasfasernetzwerkinfrastruktur zu einheitlichen Preisen an. Für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens kann daher auf eine weitere räumliche Unterteilung des Marktes verzichtet werden.

133. Da für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens insbesondere die Wettbewerbswirkung auf UPC von Relevanz ist, wird vorliegend eine räumliche Marktabgrenzung vorgenommen, welche eine Überschneidung zwischen den zur Verfügung stehenden regionalen Glasfasernetzen und der Netzwerkabdeckung von UPC aufweist. Das bedeutet, dass für den vorliegenden Zusammenschluss das Gebiet relevant ist, auf welchem UPC über eine Kabelnetzwerkinfrastruktur verfügt, unabhängig davon, ob lokal gleichzeitig eine Glasfasernetzwerkinfrastruktur zur Verfügung steht. Dies deshalb, weil UPC schweizweit einheitliche Preise anbietet, ohne zwischen Regionen mit und ohne Glasfaserinfrastruktur zu unterscheiden.

B.4.1.4.2.2. Wholesale-Markt für Breitbandinternet für Privatkunden (nachfrageseitig)

134. Die WEKO hat die Wholesale-Märkte für Breitbandinternet für Privatkunden als Vorleistungsmärkte für drahtgebundene Dienstleistungen beschrieben, welche es den Nachfragern ermöglichen, Endkunden drahtgebundene Anschlüsse für Breitbandinternet anzubieten.¹⁴² Diese Märkte umfassen die (aktuell oder potenziell) zum Wiederverkauf angebotenen leitungsgebundenen Breitbandzugänge unabhängig von dem darunter liegenden Übertragungsmedium (Kupferkabel, Koaxialkabel, Glasfaserkabel etc.).¹⁴³

135. Derzeit bieten Swisscom und regionale Elektrizitätsversorgungsunternehmen Vorleistungsprodukte auf den Wholesale-Märkten für Breitbandinternet für Privatkunden an. Kabelnetzbetreiber wären theoretisch ebenfalls in der Lage Wholesale-Produkte anzubieten. Solche Dienste wurden in den letzten Jahren allerdings nicht von den Kabelnetzbetreibern angeboten.¹⁴⁴

136. Im Privatkundenbereich sind die Ausfallsicherheit, Verkehrsklassen und Service Levels nicht von gleicher Bedeutung wie im Geschäftskundenbereich. Zudem konsumieren Privatkunden vorwiegend Inhalte, welche sie im Internet suchen, oder Fernsehprogramme. Aus diesem Grund sind gegenwärtig die Downloadgeschwindigkeiten für Endkunden von grösserer Bedeutung als die Uploadgeschwindigkeiten, weshalb im Privatkundenbereich oft nur asymmetrische Breitbandinternetverbindungen angeboten werden. Die im Wholesale-Markt für

¹⁴² Vgl. RPW 2020/2, 774 Rz 146, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁴³ Vgl. RPW 2012/2, 193 Rz 241, *FTTH Freiburg*; vgl. auch act. 21 Rz 220 f.

¹⁴⁴ Vgl. RPW 2020/2, 774 Rz 147, *Sunrise/Liberty Global*.

Breitbandinternet für Privatkunden angebotenen Profile unterscheiden sich daher stark von denjenigen im Geschäftskundenbereich.¹⁴⁵

137. In räumlicher Hinsicht bietet Swisscom ihre Vorleistungsprodukte schweizweit zu einheitlichen Preisen an, weshalb von einer nationalen Marktabgrenzung ausgegangen werden kann.¹⁴⁶

B.4.1.4.2.3. Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten

138. Der vollständig entbündelte Zugang zur TAL wird in Art. 3 Bst. d^{bis} FMG als die Bereitstellung des Anschlusses zum Teilnehmeranschluss für eine andere Anbieterin von Fernmeldediensten zur Nutzung des gesamten Frequenzspektrums der Doppelader-Metalleitung definiert. Die TAL ermöglicht den physischen Zugang zum Kupfernetz.¹⁴⁷

139. Der Anschluss erfolgt in der Regel in der Swisscom Anschlusszentrale, in welcher FDA einen Anschluss an diese nachfragen.¹⁴⁸

140. In räumlicher Hinsicht erstreckt sich der Markt auf das Netzwerk von Swisscom, weshalb von einem schweizweiten Markt auszugehen ist.¹⁴⁹

B.4.1.4.2.4. Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten

141. Auf dem Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten (Fiber Optic Transmission Speed) bieten Betreiber einer Glasfasernetzinfrastruktur einzelne Glasfaserleitungen im Anschlussbereich zur Miete an.¹⁵⁰ Kunden nutzen diese Glasfaserleitungen als Vorleistungsprodukt zur Erbringung eigener Datenübertragungsdienstleistungen gegenüber Endkunden und Nachfragern nach Vorleistungsprodukten. Gegenüber dem Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten unterscheidet sich dieser Markt vorwiegend durch die Übertragungsgeschwindigkeit, die basierend auf der Glasfasertechnologie als Übertragungsmedium bedeutend höher ist. Das kommerzielle Analogprodukt zur TAL wird von Swisscom und den Elektrizitätsversorgungsunternehmen als die Überlassung einer unbeleuchteten Glasfaserleitung im Markt unter dem Namen «Access Line Optical» (nachfolgend: ALO) angeboten. Die ALO ermöglicht in einer Anschlusszentrale von Swisscom oder derjenigen eines Elektrizitätsversorgungsunternehmens einen solchen Glasfaseranschluss nachzufragen.¹⁵¹

142. In räumlicher Hinsicht erstreckt sich der Markt auf das in der Schweiz bestehende Glasfasernetzwerk in den grösseren Agglomerationen.¹⁵² Für die Zwecke des Zusammenschlussvorhabens und die Analyse der Wettbewerbsverhältnisse in den einzelnen Regionen, in welchen eine Glasfasernetzwerkinfrastruktur zur Verfügung steht, kann auf eine regionale

¹⁴⁵ Vgl. RPW 2020/2, 774 Rz 148, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2012/2, 195 Rz 252, *FTTH Freiburg*.

¹⁴⁶ Vgl. RPW 2020/2, 774 Rz 149, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁴⁷ Vgl. RPW 2020/2, 775 Rz 150 ff., *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2014/3, 526 Rz 94, *Swisscom (Schweiz) AG/Publigroupe SA*; vgl. auch act. 21 Rz 234 f.

¹⁴⁸ Vgl. Verfügung vom 21. September 2015 in Sachen *Swisscom WAN-Anbindung*, Rz 307.

¹⁴⁹ Vgl. RPW 2014/3, 526 Rz 95, *Swisscom (Schweiz) AG/Publigroupe SA*.

¹⁵⁰ Vgl. act. 12, Rz 157.

¹⁵¹ Vgl. RPW 2020/2, 775 Rz 153 ff., *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2012/2, 186 Rz 163, *FTTH Freiburg*.

¹⁵² Vgl. RPW 2020/2, 775 Rz 154, *Sunrise/Liberty Global*.

Marktabgrenzung verzichtet werden. Für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens ist daher von einer nationalen Marktabgrenzung auszugehen.

B.4.1.4.3. Märkte im Bereich Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich

143. Mittels Breitbandanbindungen werden im Geschäftskundenbereich Unternehmensstandorte miteinander verbunden. Zwar fragen Unternehmen meist auch einen Zugang zum Internet nach. Da aber der unternehmensinterne Datenaustausch zwischen den Arbeitsstationen der Mitarbeiter und den Servern des Unternehmens eine grössere Bedeutung hat, als der eigentliche Zugang zum Internet, wird der Internetzugang im Geschäftskundenbereich in den meisten Fällen als zusätzliche Dienstleistung eingekauft.¹⁵³

B.4.1.4.3.1. Endkundenmarkt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich

144. Im Geschäftskundenbereich werden zur elektronischen Datenübertragung meist symmetrische Datenübertragungsdienstleistungen zwischen den verschiedenen Standorten sowie symmetrische und/oder asymmetrische Verbindungen ins Internet nachgefragt.¹⁵⁴ Hierbei spielen insbesondere die garantierte Bandbreite und Service-Levels eine wichtige Rolle, so dass die an die Breitbandverbindung gestellten Anforderungen im Geschäftskundenbereich in der Regel hoch sind. Der Endkundenmarkt für Breitbandanbindungen im Geschäftskundenbereich umfasst daher sämtliche Fernmeldedienstleister, die Dienstleistungen zur elektronischen Datenübertragung anbieten, welche den Anforderungen im Geschäftskundenbereich entsprechen und sämtliche Endkunden, welche diese Dienstleistungen nachfragen.¹⁵⁵

145. Auf dem Markt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich treffen daher Anbieter von elektronischen Datenübertragungsdienstleistungen, welche die Anforderungen von Geschäftskunden erfüllen, sowie Geschäftskunden, welche deren Angebote nachfragen, aufeinander.¹⁵⁶

146. Da Breitbandanbindungen sowohl schweizweit angeboten als auch nachgefragt werden, ist der Markt national abzugrenzen.¹⁵⁷

B.4.1.4.3.2. Wholesale-Markt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich

147. Um Dienstleistungen im Bereich der elektronischen Datenübertragung gegenüber Endkunden erbringen zu können, sind FDA ohne eigene Netzwerkinfrastruktur oder ohne Zugang zu einer physischen Netzwerkinfrastruktur auf Vorleistungsprodukte bzw. Vorleistungsdienstleistungen von FDA, die über eine solche Infrastruktur bzw. über einen Zugang zu einer solchen Infrastruktur verfügen, angewiesen.¹⁵⁸ Der Wholesale-Markt für Breitbandanbindungen im Geschäftskundenbereich umfasst daher auf der Anbieterseite sämtliche FDA, die Datenübertragungsdienste anbieten, welche zur Bereitstellung von elektronischen Datenübertragungsdiensten gegenüber Endkunden im Geschäftskundenbereich geeignet sind. Auf der Nachfrageseite umfasst der Markt sämtliche Nachfrager dieser Dienstleistungen, welche diese

¹⁵³ Vgl. RPW 2020/2, 775 Rz 155, *Sunrise/Liberty Global*; Verfügung vom 21. September 2015 in Sachen *Swisscom WAN-Anbindung*, Rz 314; act. 21 Rz 227 ff.

¹⁵⁴ Vgl. RPW 2020/2, 775 Rz 156 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁵⁵ Vgl. Verfügung vom 21. September 2015 in Sachen *Swisscom WAN-Anbindung*, Rz 316.

¹⁵⁶ Vgl. Verfügung vom 21. September 2015 in Sachen *Swisscom WAN-Anbindung*, Rz 317.

¹⁵⁷ Vgl. Verfügung vom 21. September 2015 in Sachen *Swisscom WAN-Anbindung*, Rz 322.

¹⁵⁸ RPW 2020/2, 775 f. Rz 159 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

nicht zum Eigengebrauch, sondern als Vorleistungsprodukte für die Erbringung von Dienstleistungen im Geschäftskundenbereich nachfragen.¹⁵⁹

148. In der Ausgestaltung der Vorleistungsprodukte kann grundsätzlich zwischen sogenannten Layer-2 und Layer-3 Produkten unterschieden werden. Während für den Nachfrager die technischen Variationsmöglichkeiten betreffend die für die Datenübertragung eingesetzten Protokolle auf Layer-2 noch recht hoch sind, sind die Variationsmöglichkeiten bei Layer-3 Produkten eingeschränkter. Swisscom bietet als einzige FDA derzeit schweizweit sowohl Layer-2 als auch Layer-3 Produkte an.¹⁶⁰ Im Rahmen des vorliegend zu beurteilenden Sachverhalts kann allerdings auf eine vertiefte Analyse der Substitutionsmöglichkeiten zwischen diesen Dienstleistungen und dementsprechend auf eine weitere Unterteilung des Wholesale-Marktes für Breitbandanbindungen im Geschäftskundenbereich verzichtet werden.

149. FDA, welche gegenüber Endkunden entsprechende Dienstleistungen anbieten, fragen Vorleistungsprodukte zur Erbringung von Datenübertragungsdiensten grundsätzlich schweizweit nach. Zwar existieren auch kleinere FDA, die nur bestimmte Regionen mit ihrem Service abdecken wollen bzw. können. In der Schweiz könnte auch Sunrise in denjenigen räumlich begrenzten Gebieten entsprechende Vorleistungsprodukte anbieten, welche über eine von ihr erschlossene Anschlusszentrale erreicht werden können. Für das schweizweite Anbieten von Breitbandangeboten im Geschäftskundenbereich gegenüber Endkunden stellen die regionalen Angebote von Sunrise allerdings keine Alternative dar. Es ist daher von einem schweizweiten Markt auszugehen.¹⁶¹

150. Die Zusammenschlussparteien machen geltend, dass UPC in diesem Markt nicht tätig und Sunrise nur marginal präsent sind, so dass keine Bedenken hinsichtlich der Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung als Folge des Zusammenschlussvorhabens bestehen könnten.¹⁶² Diese Auffassung basiert auf der Prämisse, dass eine marktbeherrschende Stellung zwingend bei den Zusammenschlussparteien begründet oder verstärkt werden müsse. Eine solche restriktive Auffassung lässt sich allerdings nicht aus dem Gesetzeswortlaut von Art. 10 Abs. 1 KG entnehmen. Sie ist daher abzulehnen.

B.4.1.4.3.3. Wholesale-Markt für Mietleitungen

151. Mietleitungen sind Teilleitungen, die es Telekommunikationsanbietern erlauben, ihre eigenen Netze an Standorte von Endkunden zur Bereitstellung von Breitbandanbindungen im Geschäftskundenbereich anzuschliessen.¹⁶³ Darüber hinaus stellen Mietleitungen einen Input für die Zurverfügungstellung von Telekommunikationsdienstleistungen dar.

152. In der Vergangenheit hat die WEKO zwischen Mietleitungen im Anschlussnetz und Mietleitungen im Fernnetz unterschieden.¹⁶⁴ Auf dem Markt für Mietleitungen fragen FDA oder meist Unternehmen eine Punkt-zu-Punkt-Verbindung zur Datenübertragung nach. In der Regel beinhaltet eine solche Punkt-zu-Punkt-Verbindung über Mietleitungen eine garantierte minimale Bandbreite. Häufig werden Mietleitungen zur Verbindung von Unternehmensstandorten verwendet. Grundsätzlich sind Märkte für Mietleitungen individuell abzugrenzen, da für die Marktgegenseite eine bestimmte Punkt-zu-Punkt-Verbindung nur dann durch eine andere Punkt-zu-Punkt-Verbindung substituiert werden kann, wenn zwischen denselben Punkten eine

¹⁵⁹ Vgl. Verfügung vom 21. September 2015 in Sachen *Swisscom WAN-Anbindung*, Rz 312.

¹⁶⁰ Vgl. Verfügung vom 21. September 2015 in Sachen *Swisscom WAN-Anbindung*, Rz 313.

¹⁶¹ Vgl. Verfügung vom 21. September 2015 in Sachen *Swisscom WAN-Anbindung*, Rz 320 f.

¹⁶² Vgl. act. 12, Rz 176.

¹⁶³ Vgl. RPW 2020/2, 776 Rz 162 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁶⁴ Vgl. RPW 2008/4 754 Rz 30 f., *Mietleitungen*.

entsprechende Verbindung besteht. So kann es zwischen den einzelnen Punkt-zu-Punkt-Verbindungen sehr grosse Wettbewerbsunterschiede geben.¹⁶⁵ Gesichert ist hingegen, dass nur Swisscom über ein schweizweites mietleitungsfähiges Anschlussnetz verfügt. Dies insbesondere, weil die Angebote von Elektrizitätsversorgungsunternehmen im Anschlussnetz nur regional verfügbar sind und über die Koaxialkabeltechnologie nur unter gewissen Voraussetzungen Bandbreiten garantiert werden können.

153. Die beteiligten Unternehmen machen zudem geltend, heute würde eine Vielzahl von Möglichkeiten bestehen, anderen FDA hochqualitative Punkt-zu-Punkt- sowie Multipunkt-Verbindungen bereitzustellen. Sunrise biete bspw. die Produkte Dark Fiber, traditionell Managed Leased Lines und Ethernets-Dienste mit einer garantierten Bandbreite als Mietleitungsprodukte an. Die beteiligten Unternehmen würden bei ihren Angeboten im Wholesale-Markt für Mietleitungen nicht zwischen verschiedenen Segmenten unterscheiden. Es bestehe daher ein einheitlicher Markt für Mietleitungsprodukte, in dem Punkt-zu-Punkt- sowie Multipunkt-Verbindungen je nach Bedürfnis der Abnehmerin über unterschiedliche Technologien und Übertragungsmedien bereitgestellt würden. Diese Ansicht werde auch durch die jeweilige Preissetzung der beteiligten Unternehmen bestätigt; die leicht unterschiedlichen Preise zwischen städtischen und eher ländlichen Regionen würden sich dabei aufgrund unterschiedlicher Skaleneffekte bei der Nutzung der aktiven Komponenten ergeben.¹⁶⁶

154. Für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens kann ein einheitlicher Wholesale-Markt für Mietleitungen angenommen werden, da eine weitere Unterteilung in einzelne Märkte für die Beurteilung der Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens nicht als relevant erscheint.

155. In räumlicher Hinsicht ist von einem schweizweiten Markt auszugehen.¹⁶⁷

B.4.1.4.4. Märkte für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise und UPC

156. Im Bereich IP-Interkonnektion ist die WEKO in ihrer Praxis von einem Netzzugangsmarkt zu dem jeweiligen Netz des Peering-Partners ausgegangen.¹⁶⁸ Mittels IP-Interkonnektion garantieren Fernmeldedienstleister den Zugang zum weltweiten Internet. Diesen Zugang können sie durch zwei grundlegend unterschiedliche Interkonnektionsvereinbarungen erreichen. Diese sind Transit und Peering. Beim Transit kauft der nachfragende Fernmeldedienstleister bei einem anderen Fernmeldedienstleister einen Zugang zum weltweiten Internet nach. Mittels Peering-Vereinbarung vereinbaren zwei Fernmeldedienstleister ihr Netz gegenseitig zugänglich zu machen.¹⁶⁹

157. Bei den Interkonnektionsvereinbarungen legen die Vertragspartner jeweils die zur Verfügung gestellte Bandbreite an den Übergabepunkten fest.¹⁷⁰ Oft werden Peering-Vereinbarungen formlos abgeschlossen. In den letzten Jahren wurden allerdings die Peering-Policies insbesondere von Fernmeldedienstleistern, welche aufgrund ihrer verhältnismässig grossen Anzahl an Privatkunden mehr inbound-Traffic als outbound-Traffic aufwiesen, verschärft und es wurden entsprechende Peering-Ratios eingeführt.

¹⁶⁵ Vgl. RPW 2008/4 754 Rz 12 ff., *Mietleitungen*.

¹⁶⁶ Vgl. RPW 2020/2, 776 Rz 164, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁶⁷ Vgl. RPW 2020/2, 776 Rz 166, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2008/4 756 Rz 50 ff., *Mietleitungen*

¹⁶⁸ Vgl. RPW 2020/2, 776 f. Rz 167 ff., *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2017/1 80 ff. Rz 79 ff., *Interconnect Peering*.

¹⁶⁹ Vgl. RPW 2017/1 73 ff. Rz 1 ff., *Interconnect Peering*.

¹⁷⁰ Vgl. de.wikipedia.org/wiki/Peering.

158. Für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens wären daher die Märkte für den IP-Interkonnektionszugang zu den Netzwerken von Sunrise und UPC sowie ein Markt für den IP-Interkonnektionszugang zum Netzwerk des kombinierten Unternehmens abzugrenzen.

159. Die Zusammenschlussparteien machen bezüglich der Marktabgrenzung geltend, die Märkte für IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise und UPC seien in sachlicher Hinsicht dergestalt abzugrenzen, dass sie sowohl Interkonnektion mittels Peering als auch Interkonnektion mittels Transit umfassten.¹⁷¹ Aus einer Angebotssicht sei Peering eine Unterkategorie von Transit. Peering sei eine IP-Interkonnektionsbeziehung, bei der Traffic zu bestimmten Destinationen im Internet geleitet werde. Transit sei eine IP-Interkonnektionsbeziehung, bei der Zugang zum gesamten Internet angeboten werde.

160. Gemäss Art. 11 Abs. 3 Bst. a VKU ist die Marktabgrenzung immer aus Sicht der Marktgegenseite anzustellen, weshalb die von den Zusammenschlussparteien vorgebrachte Angebotssicht wenig relevant ist.¹⁷² Ob und inwiefern Peering grundsätzlich durch Transit substituiert werden kann, hängt von verschiedenen Faktoren und insbesondere von der Preisgestaltung ab. Für diejenigen FDA, welche (kostenfreies) Peering nachfragen, stellt Transit kein ausreichendes Substitut dar. Unabhängig davon hat der Netzbetreiber die vollständige Kontrolle über den Traffic auf sein Netzwerk und damit den Zugang zu seinen Endkunden. Der Netzbetreiber ist frei, mit wem er Peering- und Transit-Abkommen (sowohl als Anbieter als auch als Nachfrager) schliesst.¹⁷³

161. In räumlicher Hinsicht ist von einem nationalen Markt auszugehen.¹⁷⁴

B.4.1.4.5. Wholesale-Markt für Transit-Zugang

162. Auf dem Markt für Transit-Zugang stehen sich auf der Anbieterseite Fernmeldediensteanbieter, welche für andere Fernmeldediensteanbieter einen Zugang zum weltweiten Internet sicherstellen, und auf der Nachfrageseite Fernmeldediensteanbieter, die zur Bereitstellung eines Internetzugangs für ihre Kunden einen solchen Zugang nachfragen, gegenüber.¹⁷⁵ In der Praxis wird hierbei oft zwischen unterschiedlichen Typen von Fernmeldediensteanbieter (im Bereich Internet spricht man von so genannten Autonomen Systemen oder AS) je nach ihrer Grösse und ihrer weltweiten Präsenz unterschieden. So werden grosse, weltweit tätige AS als «Tier-1» bezeichnet, wenn sie durch ihre Peering- und ihre als Anbieter gewährten Transitvereinbarungen bereits einen Zugang zu sämtlichen im Internet angeschlossenen Rechnern gewährleisten können und daher kein Transit nachfragen müssen. Tier-2 und Tier-3 sind entsprechend kleiner und eher national bzw. regional verankert. Bei der Einstufung als Tier-1, Tier-2 oder Tier-3 AS handelt es sich nicht um eine anhand objektiver Kriterien zugesprochene Qualifikation, sondern um eine Selbsteinschätzung der Fernmeldediensteanbieter bzw. deren Akzeptanz durch andere Fernmeldediensteanbieter.

163. In räumlicher Hinsicht können sich je nach Anforderungen an die Übertragungsgeschwindigkeiten und der damit verbundenen Einschränkungen hinsichtlich der Leitungsdistanzen unterschiedliche Substitutionsmöglichkeiten ergeben.¹⁷⁶ Insgesamt könnte in räumlicher

¹⁷¹ Vgl. act. 12, Rz 191.

¹⁷² Vgl. RPW 2020/2, 777 Rz 171, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁷³ Vgl. RPW 2020/2, 777 Rz 171, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁷⁴ Vgl. RPW 2020/2, 777 Rz 172, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁷⁵ Vgl. RPW 2020/2, 777 Rz 173 f., *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁷⁶ Vgl. RPW 2020/2, 777 Rz 174, *Sunrise/Liberty Global*.

Hinsicht für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens von einem internationalen Markt ausgegangen werden. Eine abschliessende räumliche Marktabgrenzung kann aber für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens offengelassen werden.

B.4.1.5 Märkte im Bereich Fernsehen

164. Bei den TV-Märkten ist in erster Linie zwischen der Übertragung von TV-Inhalten (Plattformmärkte) und der Bereitstellung bzw. dem Bezug von TV-Inhalten zu unterscheiden.¹⁷⁷

B.4.1.5.1. Vorbemerkungen zu den Plattformmärkten für die Übertragung von TV-Inhalten

165. Die ökonomische Literatur beschreibt TV-Plattformen als zweiseitige Märkte.¹⁷⁸ TV-Plattformen vermitteln Angebot und Nachfrage zwischen Programmveranstaltern bzw. VoD-Anbietern (nachfolgend auch: Content Anbieter) und Fernsehzuschauern. Dabei bieten Anbieter gegenüber Endkunden eine TV-Plattform für die Übertragung von verschiedenen Inhalten an. Gegenüber Content Anbietern bieten die Plattformbetreiber die Weiterverbreitung der TV-Inhalte an die Endkunden an. Es bestehen indirekte Netzwerkeffekte, da eine TV-Plattform aus Sicht der Programmveranstalter umso attraktiver ist, je mehr Fernsehzuschauer sie aufweist; gleichermassen ist eine TV-Plattform aus der Sicht der Fernsehzuschauer umso attraktiver je mehr Programme sie überträgt. Somit müssen die TV-Plattformanbieter bei ihrer Gewinnoptimierung Angebot und Nachfrage der beiden Kundengruppen berücksichtigen.¹⁷⁹

166. Dabei ist zu beachten, dass die Programmveranstalter starke Anreize haben, auf allen TV-Plattformen präsent zu sein (multi-homing), da sie auf diese Weise die Anzahl der Fernsehzuschauer maximieren können. Die Fernsehzuschauer beziehen dagegen üblicherweise nur eine TV-Plattform (single-homing), da die zusätzlichen Kosten für den Bezug einer zweiten Plattform (die meist auch mit dem Bezug einer zweiten Infrastruktur einhergeht) in den meisten Fällen den zusätzlichen Nutzen übertreffen.¹⁸⁰

167. Aufgrund der Digitalisierung im Rahmen des technologischen Wandels im Fernsehbereich hat sich das Problem von Frequenzknappheit stark entschärft. Zudem bestehen heute verschiedene Möglichkeiten zum Empfang von Fernsehprogrammen. In der Folge ist es für die TV-Plattformanbieter im Wettbewerb zunehmend wichtig, attraktive Inhalte bereitzustellen und diese den Endkunden mit einer Vielzahl von Zusatzfunktionen anbieten zu können. Infolge dieser technologischen Entwicklung verschob sich der Fokus des Wettbewerbs im Bereich Fernsehen von knappen Distributionskanälen zu exklusiven (und somit ebenfalls knappen) Programminhalten, dem sogenannten Premium Content. Vor diesem Hintergrund kann sich die vorliegende Betrachtung auf die Zuschauerseite der Plattform beschränken.

168. Endkunden stehen heute – in Abgrenzung zur terrestrischen und satellitengestützten Übertragung – grundsätzlich zwei leitungsgebundene Übertragungsarten, also CATV (Cable Television) und IPTV (Internet Protocol Television) zur Verfügung. Daneben existiert das sog. OTT-TV Angebot, welches lediglich eine Internetverbindung voraussetzt.¹⁸¹

¹⁷⁷ Vgl. RPW 2020/2, 777 Rz 175, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁷⁸ Vgl. RPW 2020/2, 777 Rz 176, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁷⁹ Vgl. RPW 2016/4, 965 f., Rz 373 ff., *Sport im Pay-TV*.

¹⁸⁰ Vgl. RPW 2016/4, 966, Rz 376, *Sport im Pay-TV*.

¹⁸¹ Vgl. RPW 2019/1 181, Rz 40, *Tamedia/ Zattoo International*.

169. Während Sunrise auf der Grundlage der Wholesale-Zugangsvereinbarung mit Swisscom TV-Programme per IPTV überträgt, greift UPC dazu auf ihr Kabelnetz zurück. Teilweise bietet UPC zudem Fernsehen auch über Netze Dritter an.¹⁸²

170. Gemäss konstanter Praxis der WEKO wurde der Markt für die leitungsgebundene Übertragung jeweils gegenüber der terrestrischen Übertragung sowie der satellitengeschützten Übertragung von TV-Programmen abgegrenzt.¹⁸³ Aufgrund des nach wie vor fehlenden Wettbewerbsdrucks von diesen Übertragungsarten, rechtfertigt sich auch für die Beurteilung des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens, die terrestrische und satellitengeschützte Übertragung nicht dem Markt für leitungsgebundene Übertragung von Digital-TV zuzurechnen.

171. Auch in Bezug auf OTT-TV ist die WEKO bisher davon ausgegangen, dass dies nicht zum Markt für leitungsgebundene Übertragung von Digital-TV gehört.¹⁸⁴ Über CATV und IPTV steht den Endkunden Digital-TV in der Regel nur gegen Entrichtung einer Abonnementsgebühr zur Verfügung. Der Bezug des OTT-TV-Angebots setzt demgegenüber lediglich eine Internetverbindung voraus. Dies aber unabhängig vom Internet-Provider und der Übertragungsart (leitungsgebunden, W-LAN oder Mobilfunk).

172. Aufgrund der technischen Entwicklung und aufgrund der heutigen Angebote besteht die Möglichkeit, dass ein OTT-TV-Angebot (bezogen auf die Übertragungsart), ein Substitut zur leitungsgebundenen Übertragung darstellt. Die genaue Abgrenzung kann an dieser Stelle allerdings offengelassen werden.¹⁸⁵

173. Die Plattformmärkte für die Übertragung von TV-Inhalten sind sodann bezogen auf den Inhalt weiter zu unterteilen¹⁸⁶. Dabei ist die Übertragung von linearem TV von der Übertragung von VoD abzugrenzen. VoD unterscheidet sich massgeblich vom linearem Fernsehen, da der Nutzer individuell auswählt, welche Inhalte er konsumieren möchte. Damit unterscheidet sich das Filmerlebnis massgeblich vom Konsum eines oder mehrerer linearer TV-Sender, zwischen welchen der Endkunde wechseln kann.

174. Nach Ansicht der Zusammenschlussparteien sollte der Plattformmarkt für die Übertragung von TV-Inhalten nicht weiter unterteilt werden.¹⁸⁷ Namentlich spiele es keine Rolle, ob die TV-Inhalte in Form von linearen oder nichtlinearen Dienstleistungen übertragen werden. Ausserdem gebe es keine Rechtfertigung für die Abgrenzung separater Teilmärkte für Plattformen, die (ausschliesslich oder unter anderem) lineares Fernsehen übertragen, und für Plattformen, die (ausschliesslich oder unter anderem) Video on Demand (VoD) übertragen. Zudem spiele es aus Sicht der beteiligten Unternehmen keine Rolle, ob TV-Inhalte als Pay-TV oder Free-TV, per Kabel oder IPTV übertragen werden.

175. VoD ermöglicht den Bezug eines bestimmten Videoinhalts zu einem beliebigen Zeitpunkt. Demgegenüber handelt es sich beim linearen Fernsehen um eine Folge von Sendungen, die im Rahmen einer festen Programmstruktur angeboten werden und zeitlich angesetzt sind.¹⁸⁸ Auch wenn mittels der Replay-Funktion Sendungen zwar grundsätzlich zu einem beliebigen Zeitpunkt nach der Erstaussstrahlung in der ursprünglichen Programmstruktur gestartet werden können, lässt dies nicht automatisch auf die Substituierbarkeit von VoD-Angeboten mit linearen TV-Diensten schliessen. Zum einen setzt die Replay-Funktion überhaupt eine

¹⁸² Vgl. act. 12, Rz 208 i.V.m. Beilage 1, Rz 27.

¹⁸³ Ausführlich in RPW 2016/4, 981, Rz 481 f., *Sport im Pay-TV*.

¹⁸⁴ Vgl. RPW 2016/4, 980 f, Rz 480, *Sport im Pay-TV*.

¹⁸⁵ Vgl. RPW 2020/2, 778 Rz 185, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁸⁶ Vgl. RPW 2020/2, 778 Rz 186, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁸⁷ Vgl. act. 12, Rz 207.

¹⁸⁸ Vgl. RPW 2020/2, 779 Rz 188, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2016/4, 928 Rz 72, *Sport im Pay-TV*.

Erstausstrahlung voraus und zum anderem kann sie in der Regel nur in einem limitierten Zeitfenster von max. 7 Tagen¹⁸⁹ gestartet werden. Dies hat zur Folge, dass auch die Replay-Funktion stark an die Programmstruktur des linearen Fernsehens gebunden ist. Umgekehrt bietet lediglich lineares Fernsehen dem Zuschauer die Möglichkeit des sog. Zappens innerhalb des aktuellen Programms an, während VoD die Auswahl einer bestimmten Sendung voraussetzt.

176. Insgesamt ist daher eine Substituierbarkeit zwischen linearem Fernsehen und VoD-Angeboten endkundenseitig aus Sicht der WEKO nicht gegeben, weshalb die Übertragung von linearem TV und die Übertragung von VoD separat abzugrenzen sind.¹⁹⁰

B.4.1.5.2. Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV

177. Auf dem Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV stehen zuschauerseitig die TV-Plattformen als Anbieter von Übertragungsdienstleistungen für Fernsehprogramme den TV-Zuschauern gegenüber, welche diese Übertragungsdienstleistungen nachfragen um die von ihnen gewünschten TV-Programme anschauen zu können.¹⁹¹

178. Aufgrund der heutigen technischen Entwicklung kann ein OTT-TV-Angebot, welches (auch) lineares Fernsehen überträgt wie dies etwa bei Zattoo, Teleboy und Sunrise (inkl. Wilmaa) der Fall ist, ein Substitut zur leitungsgebundenen Übertragung von linearem Digital-TV darstellen. Dennoch erfordert dies ein gewisses technisches Verständnis, um die entsprechenden Programme auf einer eigenen Set-Top-Box zu installieren. Für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens kann an dieser Stelle allerdings offengelassen werden, ob OTT-TV-Angebote zum Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV hinzuzuzählen sind.

179. In räumlicher Hinsicht hat die WEKO in ihrer bisherigen Praxis bezüglich CATV-Anbietern den Plattformmarkt für die leitungsgebundene Übertragung von Digital-TV räumlich anhand des Gebiets des vom jeweiligen Plattformanbieter genutzten Leitungsnetzes abgegrenzt. Bei den IPTV-Anbietern entspricht dies der Ausdehnung des VDSL-Netzes von Swisscom beziehungsweise der Glasfasernetze, welche den IPTV-Anbietern zur Verfügung stehen.¹⁹² In Bezug auf UPC wäre somit der Markt für die Übertragung von Digital-TV grundsätzlich auf die räumliche Ausdehnung der Netzwerkinfrastruktur von UPC zu begrenzen.

B.4.1.5.3. Plattformmarkt für die Übertragung von Video on Demand (VoD)

180. Auf dem Markt für die Übertragung von VoD-Angeboten stehen TV- bzw. VoD-Plattformen anbieterseitig den Zuschauern nachfrageseitig gegenüber. Grundsätzlich kann auch dieser Markt als zweiseitig qualifiziert werden, unter Einbezug der VoD-Content-Lieferanten.¹⁹³

181. Räumlich ist der Plattformmarkt für die Übertragung von VoD sowohl auf die räumliche Ausdehnung der Netzwerkinfrastruktur von UPC zu begrenzen als auch national abzugrenzen (vgl. dazu oben Rz 179 ff.).

¹⁸⁹ Vgl. www.sunrise.ch/de/privatkunden/internet-tv/bundles.html; www.upc.ch/de/fernsehen/infos-zu-tv/tv/; [/www.swisscom.ch/de/privatkunden/hilfe/swisscom-tv/swisscom-tv-funktionen.html#replay](http://www.swisscom.ch/de/privatkunden/hilfe/swisscom-tv/swisscom-tv-funktionen.html#replay); zuletzt besucht am 9.9.2020.

¹⁹⁰ RPW 2020/2, 779 Rz 190, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁹¹ RPW 2020/2, 779 Rz 191, *Sunrise/Liberty Global*.

¹⁹² Vgl. RPW 2020/2, 779 Rz 194, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2016/4, 982 Rz 494, *Sport im Pay-TV*.

¹⁹³ Vgl. RPW 2020/2, 780 Rz 196, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2019/1, 182 Rz 51, *Tamedia/ Zattoo International*.

B.4.1.5.4. Märkte für die Bereitstellung von Premium Content

182. Neben den Märkten für TV-Plattformen (für lineares Fernsehen und VoD) sind zudem Märkte für die Bereitstellung von TV-Inhalten abzugrenzen. Bei den Märkten für die Bereitstellung von TV-Inhalten stehen sich jeweils TV-Programmveranstalter und TV-Plattformanbieter gegenüber.¹⁹⁴ Die Märkte werden sodann nach dem konkreten Inhalt weiter unterteilt, wobei vordergründig zwischen Premium Content und nicht Premium Content zu unterscheiden ist. Als Premium Content gelten Inhalte, welche exklusiv oder zeitlich aktuell verbreitet werden. Dies sind etwa attraktive Sport- und Kulturereignisse sowie Blockbuster-Filme, die einen «Superstar-Effekt» aufweisen.¹⁹⁵ Diese Inhalte weisen für den Konsumenten in der Regel einen erhöhten Mehrwert auf, weshalb die Zahlungsbereitschaft für diese Inhalte höher ist. Premium Content wird daher von Anbietern in der Regel als separates Produkt angeboten. Nicht Premium Inhalte sind demgegenüber in der Regel kostenlos verfügbar und können für die Zwecke der Beurteilung des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens ausser Acht gelassen werden.

183. Weiter stellen die einzelnen Kategorien von Premium Content jeweils separate Märkte dar, wobei sinnvolle Aggregationen vorgenommen werden können, wenn sich die Wettbewerbsverhältnisse zwischen den einzelnen Märkten nicht wesentlich unterscheiden.

184. UPC verfügt gemäss Meldung über die nachfolgenden exklusiven Rechte im Bereich Premium Content:¹⁹⁶

Übersicht über die Sportrechte			
Sportart	Anbieter	Beschreibung	Dauer
[...]	[...]	[...]	[...]

Tabelle 3: Übersicht über die UPC Sportrechte

185. Nach Ansicht der am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen ist ein Markt für Premium Content abzugrenzen, welcher nicht weiter nach verschiedenen Kategorien zu unterteilen ist.¹⁹⁷ Gemäss aktueller Praxis der WEKO sind jedoch vor allem Sportinhalte nicht durch andere TV-Inhalte (Spielfilme etc.) substituierbar. Innerhalb der Sportarten liegen zumindest für Fussball und Eishockey getrennte Märkte vor, sodass Fussball und Eishockey weder untereinander noch durch andere Sportarten substituierbar sind. Es ist zudem danach zu unterscheiden, ob ein Einzelereignis oder ein Ligaprodukt, d.h. mehrere Einzelereignisse zu einer Meisterschaft über eine ganze Saison zusammengefasst, übertragen wird. Schliesslich ergab sich auch eine Abgrenzung zwischen Schweizer und ausländischen Ligen sowie zwischen Pay-TV und Free-TV.¹⁹⁸ Gemäss Meldung ist demgegenüber nicht zwischen Free-TV und Pay-TV zu unterscheiden. Die traditionelle Unterscheidung zwischen Free-TV- und Pay-TV-Inhalten habe sich im Laufe der Zeit verwässert. Die SRG biete ein zunehmendes VoD-Angebot, auch in Bezug auf Premium Content, wie z.B. Fussballspiele der Super League oder Champions League an.¹⁹⁹ Für die Marktabgrenzung stellt sich nicht die Frage, ob beispielsweise bei einem einzelnen Eishockeyspiel, das sowohl im Free-TV als auch im Pay-TV live

¹⁹⁴ Vgl. RPW 2020/2, 780 Rz 198, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2016/4, 970, Rz 402, *Sport im Pay-TV*.

¹⁹⁵ Vgl. RPW 2020/2, 780 Rz 198, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2016/4, 964, Rz 369, *Sport im Pay-TV*.

¹⁹⁶ Vgl. act. 12, Rz 231.

¹⁹⁷ Vgl. act. 12, Rz 224.

¹⁹⁸ Vgl. RPW 2020/2, 780 Rz 200, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2017/3, 413 Rz 34 f., *Eishockey im Pay-TV*, m.w.H.

¹⁹⁹ Vgl. act. 12, Rz 224.

übertragen wird, diese Übertragungswege hinreichende Substitute darstellen (höchstwahrscheinlich würden praktisch alle Zuschauer das Spiel im Free-TV schauen, wenn die Free-TV-Übertragung qualitativ der Pay-TV-Übertragung entspricht), sondern, ob von den dem Free-TV überlassenen Inhalten ein disziplinierender Effekt auf die Nachfrage nach Pay-TV-Inhalten ausgeht.²⁰⁰ Eishockey wird beispielsweise grundsätzlich nur während den Playoffs im Free-TV übertragen. Ein solch begrenztes Free-TV Angebot kann kein Substitut zu einem umfassenden Sportpaket, welches sämtliche Spiele überträgt, darstellen.²⁰¹ Dies führt zur Abgrenzung separater Pay-TV-Märkte.

186. In räumlicher Hinsicht ist zu berücksichtigen, dass Content Rechte in der Regel landesabhängig vergeben werden. Bereitstellungsmärkte sind daher grundsätzlich national abzugrenzen.²⁰² Die Zusammenschlussparteien sind der Meinung, dass eine weitere Marktabgrenzung möglich wäre, welche sprachlich homogene Gebiete einschliesst.²⁰³

B.4.1.5.5. Märkte für den Bezug von Premium Content

187. Auf den Märkten für den Bezug von TV-Inhalten stehen sich der TV-Plattformanbieter und Endkunden gegenüber (Endkundenmarkt).²⁰⁴

188. Der Bezug von Premium-Content ist die Voraussetzung für dessen Bereitstellung auf einer TV-Plattform.²⁰⁵ Gemäss ihrer Praxis unterscheidet die WEKO zwischen dem Bezug und der Bereitstellung von Premium Content.²⁰⁶

189. Entgegen der Ansicht der beteiligten Unternehmen sind diese beiden Märkte nicht in jedem Fall deckungsgleich.²⁰⁷ So beziehen die Plattformen den Content von verschiedenen Anbietern und die Anbieter werden in der Regel versuchen, den Content auf möglichst vielen Plattformen zur Verfügung zu stellen. Für die Zwecke der Beurteilung des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens kann jedoch in Bezug auf die hier in Rede stehenden Übertragungen von Sportinhalten aufgrund derer Exklusivität auf eine separate Darstellung der Märkte für den Bezug von Premium Content verzichtet werden.

B.4.2 Voraussichtliche Stellung in den betroffenen Märkten

190. Es werden nur diejenigen sachlichen und räumlichen Märkte einer eingehenden Analyse unterzogen, in welchen der gemeinsame Marktanteil in der Schweiz von zwei oder mehr der beteiligten Unternehmen 20 % oder mehr beträgt oder der Marktanteil in der Schweiz von einem der beteiligten Unternehmen 30 % oder mehr beträgt (vgl. Art. 11 Abs. 1 Bst. d VKU, diese Märkte werden hier als « vom Zusammenschluss betroffene Märkte » bezeichnet). Wo diese Schwellen nicht erreicht werden, kann von der Unbedenklichkeit des Zusammenschlusses ausgegangen werden. In der Regel erübrigt sich dann eine nähere Prüfung.

191. Hinsichtlich der Wettbewerbsanalyse lässt sich allgemein feststellen, dass diesbezüglich nicht einzig auf die Marktanteile abzustellen ist. So folgert die Praxis und Lehre in der Schweiz

²⁰⁰ RPW 2020/2, 780 f. Rz 200, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁰¹ Zum Ganzen vgl. RPW 2016/4, 975 f., Rz 439 ff., *Sport im Pay-TV*.

²⁰² Vgl. RPW 2020/2, 782 Rz 207, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2017/3, 413 Rz 34, *Eishockey im Pay-TV*; RPW 2016/4, 982, Rz 491 ff., *Sport im Pay-TV*.

²⁰³ Vgl. act. 12, Rz 227.

²⁰⁴ RPW 2020/2, 782 Rz 208, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁰⁵ Vgl. RPW 2020/2, 782 Rz 209, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁰⁶ RPW 2020/2, 782 Rz 209, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁰⁷ Vgl. act. 12, Rz 234 und RPW 2020/2, 782 Rz 210, *Sunrise/Liberty Global*.

im Gegensatz zur Praxis in der EU aus einem hohen Marktanteil nicht per se eine marktbeherrschende Stellung.²⁰⁸ Allerdings bildet ein Marktanteil von 50 % Indiz für eine marktbeherrschende Stellung.²⁰⁹ Mit anderen Worten bestehen bei einem Marktanteil von 50 % und mehr Anhaltspunkte für das Vorhandensein einer marktbeherrschenden Stellung.

192. Weiter ist festzuhalten, dass eine marktbeherrschende Stellung nicht bloss durch Verschmelzung beziehungsweise Addition von Marktanteilen entstehen oder verstärkt werden kann. Möglich ist beispielsweise auch, dass eine Marktbeherrschung durch den zusammenschlussbedingten Wegfall potenzieller Konkurrenz begründet oder verstärkt.

193. Der potenziellen Konkurrenz kommt eine disziplinierende Wirkung nur dann zu, wenn es aufgrund von Marktverhalten (z. B. einer Preiserhöhung) des allenfalls marktbeherrschenden Unternehmens mit hinreichender Wahrscheinlichkeit zu Marktzutritten kommt, die Zutritte rasch erfolgen können (d. h. innerhalb von zwei bis drei Jahren) und genügend gross sind. Sind Marktzutritte frühestens nach einigen Jahren zu erwarten oder nur von geringer Bedeutung, hat dies keinen nennenswerten Einfluss auf das Verhalten des eingesessenen Unternehmens, da diesem nur beschränkt ausgewichen werden kann.²¹⁰ In schrumpfenden Märkten sind Marktzutritte zudem weniger wahrscheinlich als in Märkten, in welchen in Zukunft mit hohem Wachstum gerechnet werden kann.²¹¹

B.4.2.1 Bestimmung der betroffenen Märkte

194. Gemäss den Angaben von Liberty Global ergeben sich die in den nachfolgenden Abschnitten ausgewiesenen Marktanteile für das Jahr 2019.

B.4.2.1.1. Märkte im Bereich Mobiltelefonie

B.4.2.1.1.1. Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen

195. Die Zusammenschlussparteien schätzen das Gesamtmarktvolumen im Jahr 2019 auf [10-20 Mio.]²¹². Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteile:

Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National (Basis Parteien)	#	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[20-30] %	[0-10] %		

²⁰⁸ Vgl. BGE 139 I 72 E. 9.3.3.2 (= RP-W 2013/1, 129 E. 9.3.3.2), *Publigroupe SA et al./WEKO*.

²⁰⁹ Vgl. BGE 139 I 72 E. 9.3.3.2 (= RPW 2013/1, 130 E. 9.3.3.2), *Publigroupe SA et al./WEKO*; NEVEN J. DAMIEN, Analysis of Conglomerate Effects in EU Merger Control, in: Handbook of Antitrust Economics, Herausgeber Buccirosi Paolo, 2008 (zit. NEVEN, Analysis of Conglomerate Effects in EU Merger Control), S. 205.

²¹⁰ Vgl. RPW 2015/3, 501 Rz 203, *Tamedia/ricardo.ch*; RPW 2014/1, 236 Rz 177, *Swatch Group Lieferstopp*; Leitlinien zur Bewertung horizontaler Zusammenschlüsse gemäss der Ratsverordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen, ABl. C 31 vom 5.2.2004 (nachfolgend: EU-Horizontalleitlinien), S. 12 f., Rz 68 ff.

²¹¹ Vgl. EU-Horizontalleitlinien, Rz 72 (Fn 210).

²¹² Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B1.

Tabelle 4: Marktanteil im Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen (auf Basis von Zahlen Sunrise)

196. Die Zusammenschlussparteien weisen zudem die Zahlen für Geschäftskunden aus und schätzt den Gesamtmarktanteil im Geschäftskundenbereich auf insgesamt [2-3 Mio.] Anschlüsse. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteile:²¹³

Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[10-20] %	[0-10] %		

Tabelle 5: Marktanteil im Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen (Geschäftskundenbereich)

197. In der bisherigen Praxis hat die WEKO den Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen nicht in einen Privatkunden- und Geschäftskunden-Markt aufgeteilt. An dieser Praxis wird für die Zwecke des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens festgehalten. Aufgrund dieser Marktanteilszahlen ist beim Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen (Privat- und Geschäftskunden zusammen) von einem betroffenen Markt auszugehen.

B.4.2.1.1.2. Märkte für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen

198. Die Zusammenschlussparteien schätzen den Gesamtmarkt [3-4 Mio.] abgeschlossene Verträge im Jahr 2019. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteile:²¹⁴

Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[10-20] %	[0-10] %		

Tabelle 6: Marktanteil im Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen

199. Im Jahr 2018 wurde die Anzahl abgeschlossener Verträge noch auf grösser [1'000'000-2'000'000] geschätzt.²¹⁵ Da sich die Gesamtanzahl an Verträgen nicht wesentlich verändert hat, erscheinen die Gesamtmarktzahlen als zu hoch.

200. Praxisgemäss wird der Markt für Mobilfunkdienstleistungen weiter unterteilt in «Direct Channel» und «Street Channel» (vgl. Rz 63 ff.). Dazu hat Sunrise die in den nachfolgenden Tabellen angeführten Marktanteile bekanntgegeben.

201. Den Gesamtmarkt beim Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen (Direct Channel) schätzen die Zusammenschlussparteien auf [1-2 Mio.] Kundenverträge im Jahr 2019. Hieraus ergeben sich die folgende Marktanteile:²¹⁶

²¹³ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B1.

²¹⁴ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B2.

²¹⁵ Vgl. act. 12, Beilage 1, Rz 264.

²¹⁶ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B2b.

Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen (Direct Channel)		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[10-20] %	[0-10] %		

Tabelle 7: Marktanteil im Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen (Direkt Channel)

202. Den Gesamtmarkt beim Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen (Street Channel) schätzen die Zusammenschlussparteien auf [1-2 Mio.] Kundenverträge für das Jahr 2019:²¹⁷

Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen (Street Channel)		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[...]	[...]		

Tabelle 8: Marktanteil im Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen (Street Channel)

203. Aufgrund der von den Zusammenschlussparteien angegebenen Marktanteilszahlen liegen im Bereich für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen keine betroffenen Märkte im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

B.4.2.1.1.3. Märkte für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten

204. Auch auf dem Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten schätzen die Zusammenschlussparteien das Gesamtmarktvolumen für das Jahr 2019 von mindestens CHF [1-2 Mrd.]. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteile:²¹⁸

Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	CHF	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[10-20] %	[0-10] %		

Tabelle 9: Marktanteil im Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten

205. Praxisgemäss wird der Markt für Mobilfunkgeräten weiter unterteilt in «Direct Channel» und «Street Channel» (vgl. Rz 67.).

²¹⁷ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B2a.

²¹⁸ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B3.

206. Den Gesamtmarkt beim Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten (Direct Channel) schätzen die Zusammenschlussparteien auf [500'000-1 Mio.] verkaufte Mobilfunkgeräte im Jahr 2019. Hieraus ergeben sich die folgenden Marktanteile:²¹⁹

Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten (Direct Channel)		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[0-10] %	[0-10] %		

Tabelle 10: Marktanteil im Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten (Direkt Channel)

207. Den Gesamtmarkt beim Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten (Street Channel) schätzen die Zusammenschlussparteien auf [2-3 Mio.] verkaufte Mobilfunkgeräte im Jahr 2019. Hieraus ergeben sich die folgenden Marktanteile:²²⁰

Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten (Street Channel)		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[0-10] %	[0-10] %		

Tabelle 11: Marktanteil im Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten (Street Channel)

208. Aufgrund der angegebenen Marktanteilszahlen liegen im Bereich für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten keine betroffenen Märkte im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

B.4.2.1.1.4. Wholesale-Markt für den Zugang und die Originierung auf Mobilfunknetze

209. Auf dem Wholesale-Markt für den Zugang und die Originierung auf Mobilfunknetze schätzen die Zusammenschlussparteien den Gesamtmarktumsatz für das Jahr auf mindestens CHF [50-100 Mio.]. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteile:²²¹

Wholesale-Markt für den Zugang und die Originierung auf Mobilfunknetze		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	CHF	[...]	[...]	Nein	Nein
	%	[20-30] %	[0] %		

Tabelle 12: Marktanteil im Wholesale-Markt für den Zugang und die Originierung auf Mobilfunknetze

²¹⁹ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B3b.

²²⁰ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B3a.

²²¹ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B4.

210. Aufgrund der von Sunrise angegebenen Marktanteilen liegt kein betroffener Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

B.4.2.1.1.5. Markt für Mobilfunkterminierung

211. Aufgrund der von der WEKO vorgenommenen Marktabgrenzung hat jeder Mobilfunknetzbetreiber auf dem Markt für Mobilfunkterminierung einen Marktanteil von 100 %. Sunrise macht einen Mobilfunkterminierungsumsatz in Höhe von CHF [50-100 Mio.] und UPC macht einen solchen von CHF [0-10 Mio.] im Jahr 2019.²²² Es liegen somit zwei betroffene Märkte (Markt für Mobilfunkterminierung in das Mobilfunknetz von Sunrise und Markt für Mobilfunkterminierung in das Mobilfunknetz von UPC) im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

B.4.2.1.1.6. Wholesale-Markt für internationales Roaming (Roaming-Markt)

212. Für den Wholesale-Markt für internationales Roaming (Roaming-Markt) errechnen die Zusammenschlussparteien für das Jahr 2019 ein Gesamtmarktvolumen in Höhe von mindestens CHF [200-300 Mio.]. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteile für die beteiligten Unternehmen:²²³

Wholesale-Markt für internationales Roaming (Roaming-Markt)		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	CHF	[...]	[...]	Nein	Nein
	%	[10-20] %	[0] %		

Tabelle 13: Marktanteil im Wholesale-Markt für internationales Roaming (Roaming-Markt)

213. Aufgrund der von Sunrise angegebenen Marktanteilen liegt kein betroffener Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

B.4.2.1.2. Märkte im Bereich Festnetztelefonie

B.4.2.1.2.1. Markt für Festnetztelefonie

214. Die Zusammenschlussparteien schätzen das nationale Gesamtmarktvolumen für 2019 auf ungefähr [3-4 Mio.] Kunden. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²²⁴

Markt für Festnetztelefonie		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[10-20] %	[10-20] %		

²²² Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B5.

²²³ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B6.

²²⁴ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C1.

Tabelle 14: Marktanteil im nationalen Markt

215. Bei einer räumlichen Ausdehnung auf das UPC-Netz schätzen die Zusammenschlussparteien ein Gesamtmarktvolumen von ungefähr [1-2 Mio.] Kunden. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²²⁵

Markt für Festnetztelefonie		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
Netzwerk von UPC	#	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[20-30] %	[20-30] %		

Tabelle 15: Marktanteil im Markt für Festnetztelefonie mit einer regionalen Ausdehnung auf das UPC Netz

216. Demnach liegt unabhängig von der konkreten räumlichen Ausdehnung beim Markt für Festnetztelefonie ein betroffener Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

B.4.2.1.2.2. Markt für die Terminierung von Anrufen in Festnetze

217. Aufgrund der von der WEKO vorgenommenen Marktabgrenzung hat jeder Festnetzbetreiber auf dem Markt für Terminierung von Anrufen in Festnetze einen Marktanteil von 100 %. Gemäss Meldung schätzt UPC ihr Marktvolumen in Höhe von ca. CHF [3-4 Mio.]. Sunrise selbst hingegen erhebe diese Daten nicht und könne die Gesamtumsätze für ihr Netzwerk dementsprechend nicht angeben.²²⁶ Aufgrund der Marktanteile liegen jedoch ohnehin zwei betroffene Märkte (Markt für die Terminierung von Anrufen in das Festnetz von Sunrise und Markt für die Terminierung von Anrufen in das Festnetz von UPC) im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

B.4.2.1.2.3. Wholesale-Markt für Transit-Dienste für inländische Anrufe

218. Gemäss Meldung sehen sich die Zusammenschlussparteien mangels öffentlich verfügbarer Daten zu den Umsätzen der Wettbewerber und dem Gesamtmarktvolumen ausser Stande, das Gesamtmarktvolumen und die Marktanteile für diesen Markt anhand von Umsätzen zu ermitteln (auch nicht näherungsweise). Bereits die niedrigen Umsätze der beteiligten Unternehmen für die Geschäftstätigkeit in diesem Markt (UPC CHF [0-10 Mio.] und Sunrise CHF [0-10 Mio.]) würden allerdings auf deren unbedeutende Stellung in diesem Markt hinweisen.²²⁷

219. Entsprechend diesen Ausführungen kann beim Wholesale-Markt für Transit-Dienste für inländische Anrufe davon ausgegangen werden, dass kein betroffener Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vorliegt.

²²⁵ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C1.

²²⁶ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C2.

²²⁷ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C3.

B.4.2.1.2.4. Markt für Global Telecommunication Services (GTS)

220. Die Zusammenschlussparteien gehen von einem Gesamtmarktumsatz in der Höhe von mindestens CHF [5-10 Mrd.] aus. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²²⁸

Markt für GTS		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
International	CHF	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[0-10] %	[0-10] %		

Tabelle 16: Marktanteil für GTS

221. Entsprechend diesen Ausführungen liegt beim Markt für Global Telecommunication Services kein betroffener Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

B.4.2.1.3. Märkte für Mehrwertdienste

B.4.2.1.3.1. Markt für Mehrwertdienste bzw. -nummern

222. Im Markt für Mehrwertdienste bzw. -nummern schätzen die Zusammenschlussparteien das Gesamtmarktvolumen auf ungefähr [100-200 Mio.] Verbindungen. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²²⁹

Markt für Mehrwertdienste bzw. nummern		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[10-20] %	[0-10] %		

Tabelle 17: Marktanteil im Markt für Mehrwertdienste bzw. -nummern

223. Aufgrund der Marktanteilszahlen von Sunrise ist beim Markt für Mehrwertdienste bzw. -nummern von keinem betroffenen Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU auszugehen.

B.4.2.1.3.2. Markt für mobile Mehrwertdienste (SMS und MMS)

224. Im Markt für mobile Mehrwertdienste (SMS und MMS) schätzen die Zusammenschlussparteien die Marktanteile auf [50-100 Mio.] verrechneter SMS/MMS. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²³⁰

Markt für mobile Mehrwertdienste	Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
	Sunrise	UPC		

²²⁸ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C4.

²²⁹ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C5.

²³⁰ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C5.

National	#	[...]	[...]	Ja	Nein
	%	[40-50] %	[0] %		

Tabelle 18: Marktanteil im Markt für mobile Mehrwertdienste (SMS und MMS)

225. Aufgrund der Marktanteilszahlen von Sunrise ist beim Markt für mobile Mehrwertdienste (SMS und MMS) von einem betroffenen Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU auszugehen.

B.4.2.1.3.3. Markt für Mehrwertdienste (Gesamtmarkt)

226. Bei einer Gesamtmarktbetrachtung schätzen die Zusammenschlussparteien im Markt für Mehrwertdienste das gesamte Marktvolumen auf über CHF [50-100 Mio.]. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen.²³¹ Sie geht bei der Schätzung von ihren Marktanteilen aus und versuchen hieraus auf ein Gesamtmarktvolumen zu schätzen.

Markt für Mehrwertdienste		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	CHF	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[10-20] %	[0-10] %		

Tabelle 19: Marktanteil im Markt für Mehrwertdienste

227. Nach den Berechnungen von Sunrise läge bei der Abgrenzung eines Marktes für Mehrwertdienste kein betroffener Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. b VKU vor.

B.4.2.1.4. Märkte im Bereich Breitbandinternet im Privatkundenbereich

B.4.2.1.4.1. Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden

228. Die Zusammenschlussparteien schätzen ein Gesamtmarktvolumen von ungefähr [3-4 Mio.] Kunden. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²³²

Endkundenmarkt für Breitbandinternet		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
Netzwerk von UPC	#	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[10-20] %	[10-20] %		

Tabelle 20: Marktanteil im nationalen Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden

²³¹ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C5.

²³² Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D1.

229. Zur Beurteilung ob ein betroffener Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 Bst. d VKU vorliegt, kann auf eine Unterscheidung zwischen denjenigen Regionen, in denen eine alternative Glasfasernetzwerkinfrastruktur vorhanden ist, und denjenigen Regionen, in denen keine solche vorhanden ist, verzichtet werden.

230. Bei einer räumlichen regionalen Ausdehnung, die auf das UPC-Netz beschränkt ist, schätzen die Zusammenschlussparteien ein Gesamtmarktvolumen in Höhe von ungefähr [2-3 Mio.] Kunden. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²³³

Endkundenmarkt für Breitbandinternet		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[10-20] %	[20-30] %		

Tabelle 21: Marktanteil im Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden mit der regionalen Netzausdehnung von UPC

231. Demnach liegt unabhängig von der konkreten räumlichen Ausdehnung beim Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden ein betroffener Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

B.4.2.1.4.2. Wholesale-Markt für Breitbandinternet für Privatkunden (nachfrageseitig)

232. Die Zusammenschlussparteien schätzen das Gesamtmarktvolumen auf ungefähr [0.5-1 Mio.] Anschlüsse. Hieraus resultieren die folgenden Marktanteile:²³⁴

Wholesale-Markt für Breitbandinternet für Privatkunden (nachfrageseitig)		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Ja	Nein
	%	[80-90] %	[0] %		

Tabelle 22: Marktanteil im Wholesale-Markt für Breitbandinternet für Privatkunden (nachfrageseitig)

233. Demgemäss würde es sich beim Wholesale-Markt für Breitbandinternet für Privatkunden (nachfrageseitig) um einen betroffenen Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU handeln.

B.4.2.1.4.3. Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten (nachfrageseitig)

234. Die Zusammenschlussparteien schätzen das Gesamtmarktvolumen auf ungefähr [50'000-100'000] Anschlüsse. Hieraus resultieren die folgenden Marktanteile:²³⁵

	Marktanteil	Betroffen	Marktanteilsaddition

²³³ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D1.

²³⁴ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D2.

²³⁵ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D3.

Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten (nachfrageseitig)		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[80-90] %	[10-20] %		

Tabelle 23: Marktanteil im Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten (nachfrageseitig)

235. Demgemäss handelt es sich beim Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten (nachfrageseitig) um einen betroffenen Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU.

B.4.2.1.4.4. Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten

236. Die Zusammenschlussparteien schätzen das Gesamtmarktvolumen auf ungefähr [100'000-200'000] Anschlüsse. Hieraus resultieren die folgenden Marktanteile:²³⁶

Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten (nachfrageseitig)		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[40-50] %	[0-10] %		

Tabelle 24: Marktanteil im Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten (nachfrageseitig)

237. Demgemäss handelt es sich beim Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten (nachfrageseitig) um einen betroffenen Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU.

B.4.2.1.5. Märkte für Breitbandanbindungen im Geschäftskundenbereich

B.4.2.1.5.1. Endkundenmarkt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich

238. Die Zusammenschlussparteien gehen von einem Gesamtmarktvolumen in Höhe von CHF [1-2 Mrd.] aus. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteile für die beteiligten Unternehmen:²³⁷

	Marktanteil	Betroffen	Marktanteilsaddition
--	-------------	-----------	----------------------

²³⁶ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D4.

²³⁷ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D5.

Endkundenmarkt für Breitbandanbindung		Sunrise	UPC		
Netzwerk von UPC	CHF	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[0-10] %	[0-10] %		

Tabelle 25: Marktanteil im nationalen Endkundenmarkt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich

239. Bei einer räumlichen Ausdehnung auf das Netz von UPC schätzen die Zusammenschlussparteien ein Gesamtmarktvolumen in Höhe von CHF [500 Mio.-1 Mrd.]. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²³⁸

Endkundenmarkt für Breitbandanbindung		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	CHF	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[0-10] %	[10-20] %		

Tabelle 26: Marktanteil im Endkundenmarkt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich (Netzwerk von UPC)

240. Gemäss den Schätzungen ergeben sich damit in den diversen Märkten für Breitbandanbindung keine betroffenen Märkte im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU.

B.4.2.1.5.2. Wholesale-Markt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich (nachfrageseitig)

241. Die Zusammenschlussparteien schätzen das Gesamtmarktvolumen ungefähr CHF [10-20 Mio.]. Hieraus resultieren die folgenden Marktanteile:²³⁹

Wholesale-Markt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich (nachfrageseitig)		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	CHF	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[60-70] %	[0-10] %		

Tabelle 27: Marktanteil im Wholesale-Markt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich (nachfrageseitig)

242. Demgemäss handelt es sich beim Wholesale-Markt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich (nachfrageseitig) um einen betroffenen Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU.

²³⁸ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D5.

²³⁹ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D6.

B.4.2.1.5.3. Markt für Mietleitungen

243. Auf dem Markt für Mietleitungen schätzen die Zusammenschlussparteien das Gesamtmarktvolumen auf über CHF [100-200 Mio.]. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteile für die Zusammenschlussparteien.²⁴⁰

Markt für Mietleitungen		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	CHF	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[10-20] %	[0-10] %		

Tabelle 28: Marktanteil im Markt für Mietleitungen

244. Demgemäss handelt es sich beim Markt für Mietleitungen nicht um einen betroffenen Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU.

B.4.2.1.5.4. Märkte für IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise und UPC

245. Auf den Märkten für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise und UPC haben die jeweiligen Akteure, wie auch in den Terminierungsmärkten, einen Marktanteil von 100 %. Es liegen daher bei den beiden Märkten für IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise und für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von UPC betroffene Märkte vor.

B.4.2.1.5.5. Wholesale-Markt für Transit-Zugang

246. Auf dem Wholesale-Markt für Transit-Zugang gehen die Zusammenschlussparteien von einem weltweiten Gesamtmarktvolumen in Höhe von CHF [200-500 Mio.] aus. In einem solchen Markt haben die beteiligten Unternehmen die nachfolgenden Marktanteile.²⁴¹

Wholesale-Markt für Transit-Zugang		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
International	CHF	[...]	[...]	Nein	Ja
	%	[0-10] %	[0-10] %		

Tabelle 29: Marktanteil im Wholesale-Markt für Transit-Zugang

247. Aufgrund der sehr geringen Marktanteile der Zusammenschlussparteien liegt kein betroffener Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

²⁴⁰ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D7.

²⁴¹ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D9.

B.4.2.1.6. Märkte im Bereich Fernsehen

B.4.2.1.6.1. Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV

248. Die Zusammenschlussparteien schätzen das Gesamtmarktvolumen auf ungefähr [2-5 Mio.] Abonnenten. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²⁴²

Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
Netzwerk von UPC	#	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[0-10] %	[20-30] %		

Tabelle 30: Marktanteil im nationalen Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV

249. Bei einer räumlichen Ausdehnung auf das Netz von UPC schätzen die Zusammenschlussparteien ein Gesamtmarktvolumen in Höhe von ungefähr [2-5 Mio.] Abonnenten. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²⁴³

Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[0-10] %	[30-40] %		

Tabelle 31: Marktanteil im Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV mit der regionalen Netzausdehnung von UPC

250. Demnach liegt unabhängig von der konkreten räumlichen Ausdehnung beim Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV ein betroffener Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU vor.

B.4.2.1.6.2. Plattformmarkt für die Übertragung von VoD

251. Die Zusammenschlussparteien gehen von einem Gesamtmarktvolumen in Höhe von ungefähr [5-10 Mio.] Abonnenten. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen:²⁴⁴

Plattformmarkt für die Übertragung von VoD		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
Netzwerk von UPC	#	[...]	[...]	Nein	<Ja
	%	[0-10] %	[10-20] %		

²⁴² Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt E1.

²⁴³ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt E1.

²⁴⁴ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt E2.

Tabelle 32: Marktanteil im nationalen Plattformmarkt für die Übertragung von VoD

252. Bei einer regionalen räumlichen Ausdehnung auf das Netz von UPC schätzen die Zusammenschlussparteien ein Gesamtmarktvolumen in Höhe von ungefähr [2-5 Mio.] Abonnenten. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden Marktanteilszahlen.²⁴⁵

Plattformmarkt für die Übertragung von VoD		Marktanteil		Betroffen	Marktanteilsaddition
		Sunrise	UPC		
National	#	[...]	[...]	Ja	Ja
	%	[0-10] %	[20-30] %		

Tabelle 33: Marktanteil im Plattformmarkt für die Übertragung von VoD mit der regionalen Netzausdehnung von UPC

253. Demnach handelt es sich beim regionalen (Netzwerk von UPC) Plattformmarkt für die Übertragung von VoD um einen betroffenen Markt im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU.

B.4.2.1.6.3. Märkte für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV

254. Aufgrund der von der WEKO vorgenommenen Marktabgrenzung stellen die verschiedenen Sportarten – jeweils aufgeteilt in in- und ausländische Ligen – separate Märkte dar. Entsprechend verfügt UPC bei sämtlichen diesen Märkten, bei denen sie über die exklusiven Übertragungsrechte verfügt, über einen Marktanteil von 100 %. Dementsprechend handelt es sich bei den Märkten für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV um betroffene Märkte im Sinne von Art. 11 Abs. 1 lit. d VKU.

B.4.2.1.7. Zusammenfassung der betroffenen Märkte

255. Aus den obigen Ausführungen lassen sich die Marktanteile wie folgt zusammenfassen:

Märkte	Marktanteile		Betroffen	MA-Addition
	Sunrise	UPC		
Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen	[20-30] %	[0-10] %	Ja	Ja
Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen (gesamt)	[10-20] %	[0-10] %	Nein	Ja
Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen (Direct Channel)	[10-20] %	[0-10] %	Nein	Ja
Markt für den Vertrieb von Mobilfunkdienstleistungen (Street Channel)	[10-20] %	[0-10] %	Nein	Ja

²⁴⁵ act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt E2.

Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten (gesamt)	[10-20] %	[0-10] %	Nein	Ja
Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten (Direct Channel)	[0-10] %	[0-10] %	Nein	Ja
Markt für den Vertrieb von Mobilfunkgeräten (Street Channel)	[0-10] %	[0-10] %	Nein	Ja
Wholesale-Markt für den Zugang und die Originierung auf Mobilfunknetze	[10-20] %	[0] %	Nein	Nein
Markt für Mobilfunkterminierung auf das Netz von Sunrise	[100] %	[0] %	Ja	Nein
Markt für Mobilfunkterminierung auf das Netz von UPC	[0] %	[100] %	Ja	Nein
Wholesale-Markt für internationales Roaming	[10-20] %	[0] %	Nein	Nein
Markt für Festnetztelefonie national	[10-20] %	[10-20] %	Ja	Ja
Markt für Festnetztelefonie Netz von UPC	[20-30] %	[20-30] %	Ja	Ja
Markt für die Terminierung von Anrufen in das Festnetz von Sunrise	[100] %	[0] %	Ja	Nein
Markt für die Terminierung in das Festnetz von UPC	[0] %	[100] %	Ja	Nein
Wholesale-Markt für Transit-Dienste für inländische Anrufe	n/a	n/a	Nein	Ja
Markt für Global Telecommunication Services	[0-10] %	[0-10] %	Nein	Ja
Markt für Mehrwertdienste bzw. -nummern	[10-20] %	[0-10] %	Nein	Ja
Markt für mobile Mehrwertdienste	[40-50] %	[0] %	Ja	Nein
Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden national	[10-20] %	[10-20] %	Ja	Ja
Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden Netz von UPC	[10-20] %	[20-30] %	Ja	Ja

Wholesale-Markt für Breitbandinternet für Privatkunden (nachfrageseitig)	[80-90] %	[0] %	Ja	Nein
Wholesale-Markt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich (nachfrageseitig)	[60.70] %	[0-10] %	Ja	Ja
Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten (nachfrageseitig)	[80-90] %	[10-20] %	Ja	Ja
Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten (nachfrageseitig)	[40-50] %	[0-10] %	Ja	Ja
Endkundenmarkt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich national	[0-10] %	[0-10] %	Nein	Ja
Endkundenmarkt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich Netz UPC	n/a	n/a		
Wholesale-Markt für Mietleitungen	[0-10] %	[0-10] %	Nein	Ja
Wholesale-Markt für IP-Interkonnektion (Transitzugang)	[0-10] %	[0-10] %	Nein	Ja
Markt für IP-Interkonnektionszugang zu Endkunden Sunrise	[100] %	[0] %	Ja	Nein
Markt für IP-Interkonnektionszugang zu Endkunden UPC	[0] %	[100] %	Ja	Nein
Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV national	[0-10] %	[20-30] %	Ja	Ja
Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV Netz UPC	[0-10] %	[30-40] %	Ja	Ja
Plattformmarkt für die Übertragung von VoD national	[0-10] %	[10-20] %	Nein	Ja
Plattformmarkt für die Übertragung von VoD Netz UPC	[0-10] %	[20-30] %	Ja	Ja

Märkte für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV	[0] %	[100] %	Ja	Nein
Anzahl betroffene Märkte			21	
Davon mit Marktanteilsadditionen				12

256. Hieraus ergeben sich die nachfolgenden betroffenen Märkte:

- Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen
- Markt für Mobilfunkterminierung in das Netz von Sunrise
- Markt für Mobilfunkterminierung in das Netz von UPC
- Markt für Festnetztelefonie national
- Markt für Festnetztelefonie Netz UPC
- Markt für die Terminierung von Anrufen in das Festnetz von Sunrise
- Markt für die Terminierung von Anrufen in das Festnetz von UPC
- Markt für mobile Mehrwertdienste
- Endkundenmarkt für Breitbandinternet mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden national
- Endkundenmarkt für Breitbandinternet mit koaxialkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten für Privatkunden Netz UPC
- Markt für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise
- Markt für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von UPC
- Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV national
- Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV Netz UPC
- Plattformmarkt für die Übertragung von VoD Netz UPC
- Märkte für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV

257. Nachfrageseitig ergeben sich zudem die folgenden betroffenen Märkte:

- Wholesale-Markt für Breitbandinternet im Privatkundenbereich
- Wholesale-Markt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich
- Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten
- Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten

258. Nachfolgend wird die Wettbewerbssituation auf den betroffenen Märkten hinsichtlich der Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung analysiert.

259. Hinsichtlich eine möglichen Begründung oder Verstärkung einer einzelmarktbeherrschenden Stellung wird auf die Prüfung einer möglichen Nachfragemacht auf dem Wholesale-Markt für Breitbandinternet im Privatkundenbereich, dem Wholesale-Markt für Breitbandanbindung im Geschäftskundenbereich, dem Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit kupferkabelbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten und dem Markt für den Zugang zur physischen Netzinfrastruktur mit glasfaserbasierten Übertragungsgeschwindigkeiten verzichtet.

B.4.2.2 Einzelmarktbeherrschung

260. Nachfolgend wird die Wettbewerbssituation auf den betroffenen Märkten hinsichtlich der Begründung oder Verstärkung einer einzelmarktbeherrschenden Stellung analysiert. Dabei wird für die einzelnen betroffenen Märkte jeweils die Entwicklung der eigenen Marktanteile sowie die Entwicklung der Marktanteile der drei wichtigsten Konkurrenten ausgewiesen.

261. Wie einführend erwähnt wurde ein Zusammenschlussvorhaben der beiden Zusammenschlussparteien bereits im Herbst 2019 von der WEKO zugelassen (vgl. Rz 2). In der Meldung wird in diesem Zusammenhang ausgeführt, es bestünden lediglich geringe Unterschiede zwischen dem vorliegenden Zusammenschlussvorhaben und dem Zusammenschlussvorhaben Sunrise / Liberty Global aus dem Jahr 2019 (nachfolgend: früheres Zusammenschlussvorhaben). Die genannten Differenzen haben auf die Beurteilung der Einzelmarktbeherrschung kaum einen Einfluss, weshalb diese bei der Beurteilung einer allfälligen kollektiven Marktbeherrschung näher analysiert werden (vgl. Rz 320 ff.). Für die Beurteilung der Frage nach der Einzelmarktbeherrschung kann somit grundsätzlich auch auf die Ausführungen zum früheren Zusammenschlussvorhaben verwiesen werden.²⁴⁶

B.4.2.2.1. Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen

262. Auf dem Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen präsentiert sich die Marktanteilsentwicklung in den letzten drei Jahren nach Angaben der Zusammenschlussparteien wie folgt:²⁴⁷

		Total	Parteien		Wettbewerber		
			Sunrise	UPC	Swisscom	Salt	Lycamobile
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[20-30] %	[0-10] %	[50-60] %	[10-20] %	[0-10] %
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[20-30] %	[0-10] %	[50-60] %	[10-20] %	[0-10] %
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[20-30] %	[0-10] %	[50-60] %	[10-20] %	[0-10] %

²⁴⁶ Vgl. RPW 2020/2, 799 ff. Rz 292 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

²⁴⁷ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt B1.

Tabelle 34: Marktanteilsentwicklung im Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen

263. Im Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen wird UPC nach dem Zusammenschlussvorhaben über einen Marktanteil von [20-30] % verfügen. Der mit Abstand grösste Wettbewerber im Markt bleibt Swisscom mit einem Marktanteil von über [50-60] %. Der dritte MNO – Salt – verfügt über einen leicht rückläufigen Marktanteil von [10-20] %. Daneben existieren zahlreiche MVNOs und Wiederverkäufer mit Marktanteilen von bis zu [0-10] %. Aufgrund dieser Ausgangslage und aufgrund des Umstandes, dass der Zusammenschluss lediglich zu einer marginalen Marktanteilsaddition von rund [0-10] % führt, bestehen keine Anhaltspunkte, dass die Übernahme von Sunrise durch UPC eine Einzelmarktbeherrschung im Endkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen begründet oder verstärkt.

B.4.2.2.2. Märkte für Mobilfunkterminierung

264. Aufgrund der von der WEKO vorgenommenen Marktabgrenzung hat jeder Mobilfunknetzbetreiber (auch virtuelle) auf dem Markt für Mobilfunkterminierung einen Marktanteil von 100 % (vgl. Rz 211). Andere Anbieter können nicht in das Netz anderer Netzbetreiber terminieren, was dazu führt, dass im jeweiligen Markt aktueller und potenzieller Wettbewerb durch andere Anbieter von vornherein ausgeschlossen ist. Der Zusammenschluss ändert nichts an dieser grundsätzlichen Marktstruktur. So kommt es durch den Zusammenschluss zu keinen Marktanteilsverschiebungen. Zudem sind die Preise in den Märkten für Mobilfunkterminierung in den letzten Jahren gesunken.²⁴⁸ Damit bestehen insgesamt keine Anhaltspunkte, dass das Zusammenschlussvorhaben auf den Märkten für Mobilfunkterminierung zu einer Begründung oder Verstärkung einer einzelmarktbeherrschenden Stellung führt.

B.4.2.2.3. Markt für Festnetztelefonie

265. Im Markt für Festnetztelefonie (Netzwerk von UPC) präsentiert sich die Marktanteilsentwicklung nach Angaben der Zusammenschlussparteien wie folgt:²⁴⁹

		Total	Parteien		Wettbewerber		
			Sunrise	UPC	Swisscom	Salt	n/a
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a
	%	100	[10-20] %	[20-30] %	[50-60] %	[0-10] %	n/a
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a
	%	100	[10-20] %	[20-30] %	[60-70] %	[0-10] %	n/a
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	n/a
	%	100	[10-20] %	[20-30] %	[60-70] %	n/a	n/a

Tabelle 35: Marktanteilsentwicklung im Markt für Festnetztelefonie (Netzwerk UPC)

266. Im Markt für Festnetztelefonie (national) präsentiert sich die Marktanteilsentwicklung nach Angaben der Zusammenschlussparteien wie folgt:²⁵⁰

²⁴⁸ Vgl. Vgl. RPW 2020/2, 799 f. Rz 295, *Sunrise/Liberty Global* mit Hinweis auf die Studie des BAKOM, *Der Schweizer Fernmeldemarkt im internationalen Vergleich*, S. 19.

²⁴⁹ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C1.

²⁵⁰ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C1.

		Total	Parteien		Wettbewerber		
			Sunrise	UPC	Swisscom	Swissdigital	Salt
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[10-20] %	[10-20] %	[40-50] %	[0-10] %	[0-10] %
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[10-20] %	[10-20] %	[50-60] %	[0-10] %	[0-10] %
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a
	%	100	[10-20] %	[10-20] %	[50-60] %	[0-10] %	n/a

Tabelle 36: Marktanteilsentwicklung im Markt für Festnetztelefonie (national)

267. Im regionalen (Netzwerk von UPC) Markt für Festnetztelefonie wird UPC nach dem Zusammenschlussvorhaben über einen Marktanteil von rund [40-50] % verfügen. Der grösste Wettbewerber im Markt bleibt Swisscom mit einem Marktanteil von über [50-60] %. Daneben existiert als weiterer Konkurrent Salt mit einem geschätzten Marktanteil von rund [0-10] %. Weitere Konkurrenten konnten von UPC nicht namentlich genannt werden.

268. Auf dem nationalen Markt für Festnetztelefonie präsentiert sich die Situation ähnlich: Hier wird UPC nach dem Zusammenschluss über einen Marktanteil von rund [30-40] % und Swisscom über einen solchen von [40-50] % verfügen. Als erwähnenswerten Konkurrenten ist hier zudem Quickline mit einem Marktanteil von rund [0-10] % zu nennen.

269. Aufgrund dieser Ausgangslage und insbesondere aufgrund der starken Stellung von Swisscom bestehen keine Anhaltspunkte, dass die Übernahme von Sunrise durch UPC eine Einzelmarktbeherrschung im Markt für Festnetztelefonie begründet oder verstärkt.

B.4.2.2.4. Markt für Terminierung von Anrufen ins Festnetz

270. Aufgrund der von der WEKO vorgenommenen Marktabgrenzung hat jeder Festnetzbetreiber auf dem Markt für Terminierung von Anrufen ins Festnetz einen Marktanteil von 100 %. Andere Anbieter können nicht in das Netz anderer Netzbetreiber terminieren, was dazu führt, dass im jeweiligen Markt aktueller und potenzieller Wettbewerb durch andere Anbieter von vornherein ausgeschlossen ist. Der Zusammenschluss ändert zudem nichts an dieser grundsätzlichen Marktstruktur. So kommt es durch den Zusammenschluss zu keinen Marktanteilsverschiebungen. Zudem sind die Preise in den Märkten für die Terminierung von Anrufen ins Festnetz reguliert.²⁵¹ Damit bestehen insgesamt keine Anhaltspunkte, dass das Zusammenschlussvorhaben auf den Märkten für die Terminierung von Anrufen ins Festnetz zu einer Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung führt.

B.4.2.2.5. Markt für mobile Mehrwertdienste

271. Auf dem Markt für mobile Mehrwertdienste präsentiert sich die Marktanteilsentwicklung in den letzten drei Jahren nach Angaben der Zusammenschlussparteien wie folgt:²⁵²

²⁵¹ Vgl. RPW 2020/2, 801 Rz 301, *Sunrise/Liberty Global*, m. w. H.

²⁵² Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt C5.

		Total	Sunrise
2019	#	[...]	[...]
	%	100	[40-50]
2018	#	[...]	[...]
	%	100	[50-60]
2017	#	[...]	[...]
	%	100	[50-60]

Tabelle 37: Marktanteilsentwicklung im Markt für mobile Mehrwertdienste

272. Aus Sicht der beteiligten Unternehmen erscheine der auf der Grundlage der Zahlen des BAKOM berechnete Marktanteil von Sunrise viel zu hoch und nicht plausibel. Mangels öffentlich zugänglicher Zahlen seien die beteiligten Unternehmen nicht in der Lage, die Marktanteile der anderen Marktteilnehmer zu schätzen.²⁵³

273. Gemäss Meldung seien auf dem Markt für mobile Mehrwertdienste nach dem Kenntnisstand der beteiligten Unternehmen einzig Swisscom, Salt und Sunrise tätig. Grund hierfür sei, dass im eng abgegrenzten Markt für mobile Mehrwertdienste grundsätzlich ein Mobilfunknetz benötigt werde. UPC als MVNO biete entsprechend keine Mehrwertdienste per SMS/MMS an. Marktanteilsadditionen infolge des Vollzugs des Zusammenschlussvorhabens seien daher im Vornherein ausgeschlossen.²⁵⁴

274. Gemäss den Ausführungen von Sunrise befindet sich der Markt für mobile Mehrwertdienste in einer rückläufigen Phase, was aber durch die aufgeführten Zahlen nicht bestätigt werden kann. Grund hierfür sei, dass viele Mehrwertdienste, die bislang per SMS/MMS angefordert und/oder bezahlt worden seien, mittlerweile von den Endkunden direkt über das Internet sowie über andere Zahlungsmittel wie bspw. Kreditkarten bezogen würden.²⁵⁵

275. Da es durch das Zusammenschlussvorhaben zu keinen Marktanteilsadditionen kommt und zum jetzigen Zeitpunkt nicht ersichtlich ist, dass durch den Zusammenschluss von UPC und Sunrise die Angebotspalette oder die Kundenbasis auf dem Markt für mobile Mehrwertdienste in einem relevanten Umfang erweitert werden könnte, erscheint das Zusammenschlussvorhaben nicht ursächlich für eine allfällige Begründung oder Verstärkung einer einzelmarktbeherrschenden Stellung.

B.4.2.2.6. Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden

276. Im Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden (Netzwerk von UPC) präsentiert sich die Marktanteilsentwicklung gestützt auf die Anzahl Endkundenverträge nach Angaben der Zusammenschlussparteien wie folgt:²⁵⁶

	Total	Parteien	Wettbewerber

²⁵³ Vgl. act. 12, Rz 254 f.

²⁵⁴ Vgl. act. 12, Rz 253.

²⁵⁵ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D1.

²⁵⁶ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D1.

			Sunrise	UPC	Swisscom	Salt	n/a
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a
	%	100	[10-20] %	[20-30] %	[60-70] %	[0-10] %	n/a
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a
	%	100	[10-20] %	[20-30] %	[60-70] %	[0-10] %	n/a
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	n/a
	%	100	[10-20] %	[20-30] %	[60-70] %	n/a	n/a

Tabelle 38: Marktanteilsentwicklung im Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden (Netzwerk UPC)

277. Auf eine Unterteilung der Regionen, in denen eine alternative Glasfasernetzwerkinfrastruktur besteht bzw. nicht besteht, kann vorliegend verzichtet werden, da sich die Marktanteile nur unwesentlich unterscheiden.

278. Auf dem nationalen Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden präsentiert sich die Marktanteilsentwicklung nach Angaben der Zusammenschlussparteien wie folgt:²⁵⁷

		Total	Parteien		Wettbewerber		
			Sunrise	UPC	Swisscom	Swissdigital	Salt
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[10-20] %	[10-20] %	[50-60] %	[0-10] %	[0-10] %
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[10-20] %	[10-20] %	[50-60] %	[0-10] %	[0-10] %
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a
	%	100	[10-20] %	[10-20] %	[50-60] %	[0-10] %	n/a

Tabelle 39: Marktanteilsentwicklung im Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden (national)

279. Im Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden wird UPC nach dem Zusammenschlussvorhaben auf der räumlichen Ausdehnung des Netzgebiets von UPC über einen Marktanteil von rund [30-40] % verfügen. Der mit Abstand grösste Wettbewerber im Markt bleibt Swisscom mit einem Marktanteil von aktuell [60-70] %. Daneben wird in der Meldung als weiterer Konkurrent Salt mit einem Marktanteil von rund [0-10] % angegeben.

280. Auf dem nationalen Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden präsentiert sich die Situation ähnlich: Hier wird UPC nach dem Zusammenschluss über einen Marktanteil von knapp [30-40] % verfügen. Swisscom verfügt über einen Marktanteil von ca. [50-60] %. Als nächstgrösseren Konkurrenten gibt Sunrise zudem Quickline mit einem Marktanteil von etwas über [0-10] % an.²⁵⁸ Aufgrund dieser Ausgangslage und insbesondere der starken

²⁵⁷ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt D1.

²⁵⁸ Swissdigital ist der Verbund der übrigen Kabelnetzbetreiber und kann nicht als ein einzelner Wettbewerber qualifiziert werden.

Marktstellung von Swisscom bestehen keine Anhaltspunkte, dass die Übernahme von Sunrise durch UPC eine Einzelmarktbeherrschung im Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden begründet oder verstärkt.

B.4.2.2.7. Märkte für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise und UPC

281. Da die Märkte für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von UPC und denjenigen von Sunrise als jeweils eigenständige Märkte abgegrenzt werden, haben sowohl UPC als auch Sunrise einen Marktanteil von 100 % und wären daher grundsätzlich als marktbeherrschend anzusehen.

282. Durch das Zusammenschlussvorhaben wird zudem die Kundenbasis von Sunrise und UPC zusammengelegt, so dass sie neu über einen Kundenstamm von [...] Endkunden (vgl. Tabelle 39) verfügen. Aufgrund der Ausweitung des Kundenstamms erhöht sich damit die Attraktivität des Netzes der Zusammenschlussparteien für Content-Lieferanten. Je nachdem, welche Bedeutung den Endkunden der Zusammenschlussparteien beigemessen wird, erhöht sich damit die Verhandlungsmacht der Zusammenschlussparteien hinsichtlich des Zugangs zu den Endkunden in ihrem Netz. Dies könnte sich in einer restriktiveren Peering-Policy und der verstärkten Nutzung von Paid-Peering zeigen.

283. In der Meldung wird geltend gemacht, dass für die Beurteilung der Wettbewerbssituation die auf der Nachfrageseite verfügbaren Interkonnektionsmöglichkeiten berücksichtigt werden müssten.²⁵⁹

284. Endpunkte des Internets befänden sich in bestimmten Netzwerken, die als autonome Systeme (AS) bezeichnet werden. Die Endnutzer von UPC befänden sich auf dem AS6830 von Liberty Global, einem AS, welches die «Heimat» aller Tochtergesellschaften von Liberty Global (mit Ausnahme von Virgin Media UK) sowie einiger ehemaliger Tochtergesellschaften (auf Übergangsbasis) sei. Die Praxis der Interkonnektion von AS sei als IP-Interkonnektion bekannt. Es gäbe verschiedene Modelle, wie z.B. Peering, Transit, bezahltes Peering und Settled Peering. Typischerweise hätten die meisten AS mehrere IP-Interkonnektionsbeziehungen. Liberty Global unterhalte IP-Interkonnektionsbeziehungen mit [...] von anderen AS. Dazu gehörten mehr als [...] grosse Netzwerke (Transit-Provider). Der gesamte Verkehr werde gleichbehandelt, unabhängig von seiner Quelle, seinem Ziel oder seinem Routing (direkt / indirekt). Parteien, die den Verkehr an die Endnutzer von UPC weiterleiten wollten (z.B. OTT-Videodienste, Online-Spiele, Webseiten), müssten dafür keine Beziehung zu UPC, Liberty Global oder einem anderen Partnerunternehmen eingehen. Sie könnten ihren Konnektivitätsbedarf mit einer Vielzahl potentieller Partner vereinbaren, die alle in der Lage seien, den Verkehr zu Liberty Global / UPC zu leiten. Der Marktplatz für IP-Interkonnektion sei hart umkämpft, wodurch die Preise für den Transit rasch sinken würden.²⁶⁰

285. Aus Sicht der WEKO spielen verschiedene Faktoren eine Rolle, ob das Verschliessen oder die Einschränkung einer IP-Interkonnektionsbeziehung eine rationale Strategie darstellt. Wird beispielsweise eine durch eine eingeschränkte IP-Interkonnektion schlechtere Internetverbindung zu einzelnen Internetseiten von den Kunden des Netzbetreibers nicht auf die Netzqualität, sondern auf die Qualität der Inhalte des Webseitenbetreibers zurückgeführt, kann es durchaus eine rationale und gewinnmaximierende Strategie sein, die IP-Interkonnektion einzuschränken.

²⁵⁹ Vgl. act. 12, Rz 263.

²⁶⁰ Vgl. act. 12, Rz 264.

286. Durch das Zusammenschlussvorhaben kontrollieren die Zusammenschlussparteien gemeinsam den Zugang zu einer grösseren Anzahl Kunden, wodurch sich ihre relative Verhandlungsmacht gegenüber FDA, die einen Zugang zu den Endkunden der Zusammenschlussparteien nachfragen vergrössert. Dennoch geht die WEKO davon aus, dass dies nur geringfügige Auswirkungen auf die Verhandlungsposition haben wird. Zudem hat das BAKOM den Zugang zu den Endkunden von Swisscom als einen Interkonnektionssachverhalt anerkannt, wodurch FDA, die einen Zugang zu den Endkunden nachfragen, ein Interkonnektionsverfahren als Alternative zur Verfügung steht.²⁶¹

287. Daher kann offengelassen werden, ob durch das Zusammenschlussvorhaben eine marktbeherrschende Stellung begründet oder verstärkt wird. Aufgrund der Möglichkeit, ein Interkonnektionsverfahren einzuleiten, besteht grundsätzlich für interessierte Fernmeldediensanbieter eine Ausweichmöglichkeit, durch die einer Erzwingung unangemessener Preise oder sonstiger unangemessener Geschäftsbedingungen vorgebeugt werden kann. Deshalb ist nicht damit zu rechnen, dass sich die Wettbewerbssituation durch das Zusammenschlussvorhaben im Markt für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden der Zusammenschlussparteien verändern wird.²⁶²

B.4.2.2.8. Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV

288. Im Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV (Netzwerk von UPC) präsentiert sich die Marktanteilsentwicklung gestützt auf die Anzahl Abonnenten nach Angaben der Zusammenschlussparteien wie folgt.²⁶³

		Total	Parteien		Wettbewerber		
			Sunrise (inkl. Wilmaa) ²⁶⁴	UPC	Swisscom	Salt	Zattoo
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[0-10] %	[30-40] %	[40-50] %	[0-10] %	[0-10] %
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[0-10] %	[30-40] %	[40-50] %	[0-10] %	[0-10] %
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	[...]
	%	100	[0-10] %	[40-50] %	[40-50] %	n/a	[0-10] %

Tabelle 40: Marktanteilsentwicklung im Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV (Netzwerk von UPC)

²⁶¹ Vgl. Zwischenverfügung der Eidgenössischen Kommunikationskommission ComCom vom 11. Juni 2013, S. 4 f., abrufbar unter: [https://www.comcom.admin.ch/dam/comcom/de/dokumente/entscheide/2013/Interconnect%20Peering%20\(vorsorgliche%20Massnahme\).%20Zwischenverf%C3%BCgung.%20Init7%20vs.%20Swisscom.pdf.download.pdf/Interconnect%20Peering%20\(vorsorgliche%20Massnahme\).%20Zwischenverf%C3%BCgung.%20Init7%20vs.%20Swisscom.pdf](https://www.comcom.admin.ch/dam/comcom/de/dokumente/entscheide/2013/Interconnect%20Peering%20(vorsorgliche%20Massnahme).%20Zwischenverf%C3%BCgung.%20Init7%20vs.%20Swisscom.pdf.download.pdf/Interconnect%20Peering%20(vorsorgliche%20Massnahme).%20Zwischenverf%C3%BCgung.%20Init7%20vs.%20Swisscom.pdf), zuletzt besucht am 2. Juli 2019.

²⁶² Vgl. RPW 2020/2, 804 Rz 320; 808 Rz 345, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁶³ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt E1.

²⁶⁴ Sunrise hat Wilmaa im Jahr 2020 erworben, weshalb die Marktanteile von Wilmaa den Marktanteilen der beteiligten Unternehmen zuzurechnen sind (vgl. Meldung, Fn 19).

289. Auf dem nationalen Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV präsentiert sich die Marktanteilsentwicklung nach Angaben der Zusammenschlussparteien wie folgt:²⁶⁵

		Total	Parteien		Wettbewerber		
			Sunrise(inkl. Wilmaa)	UPC	Swisscom	Quickline	Salt
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[0-10] %	[20-30] %	[30-40] %	[0-10] %	[0-10] %
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[0-10] %	[20-30] %	[30-40] %	[0-10] %	[0-10] %
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a
	%	100	[0-10] %	[20-30] %	[30-40] %	[0-10] %	n/a

Tabelle 41: Marktanteilsentwicklung im Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV (national)

290. Im Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV (Netzwerk von UPC) wird UPC nach dem Zusammenschlussvorhaben über einen Marktanteil von [40-50] % verfügen. Der grösste Wettbewerber im Markt bleibt Swisscom mit einem Marktanteil von aktuell [40-50] %. Als weitere Konkurrenten werden Salt und Zattoo mit einem Marktanteil von jeweils [0-10] % genannt.

291. Auf dem nationalen Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV wird UPC nach dem Zusammenschluss über einen Marktanteil von rund [20-30] % verfügen. Als grössten Konkurrenten – nach Swisscom mit einem geschätzten Marktanteil von rund [30-40] % – nennen die Zusammenschlussparteien Quickline, welche über einen Marktanteil von [0-10] % verfügt. Als weitere Konkurrenten werden sodann Salt und Zattoo mit einem Marktanteil von jeweils [0-10] % genannt. Obwohl UPC nach dem Zusammenschlussvorhaben über beträchtliche Marktanteile verfügen wird, bestehen insbesondere aufgrund des Umstandes, dass Swisscom die stärkste Marktteilnehmerin bleibt, keine Anhaltspunkte, dass die Übernahme von Sunrise durch Liberty Global eine Einzelmarktbeherrschung im Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV begründet oder verstärkt.

B.4.2.2.9. Plattformmarkt für die Übertragung von VoD

292. Im Plattformmarkt für die Übertragung von VoD (Netzwerk von UPC) präsentiert sich die Marktanteilsentwicklung gestützt auf die Anzahl Abonnenten nach Angaben der Zusammenschlussparteien wie folgt:²⁶⁶

		Total	Parteien		Wettbewerber		
			Sunrise	UPC	Swisscom	Netflix	YouTube
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

²⁶⁵ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt E1.

²⁶⁶ Vgl. act. 12, Beilage 9, Tabellenblatt E2.

	%	100	[0-10] %	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %	[0-10] %
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[0-10] %	[20-30] %	[30-40] %	[10-20] %	[0-10] %
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100	[0-10] %	[30-40] %	[30-40] %	[10-20] %	[0-10] %

Tabelle 42: Marktanteilsentwicklung im Plattformmarkt für die Übertragung von VoD (Netzwerk von UPC)

293. Im Plattformmarkt für die Übertragung von VoD (Netzwerk von UPC) wird UPC nach dem Zusammenschlussvorhaben über einen Marktanteil von rund [20-30] % verfügen. Sie wird damit über den gleichen Marktanteil verfügen wie Swisscom, gefolgt von Netflix mit rund [20-30] % und YouTube mit rund [0-10] % Marktanteil. Hierbei ist allerdings zu beachten, dass Nutzer nicht nur eine VoD-Plattform nutzen, sondern parallel verschiedene VoD-Plattformen (Multihoming), weshalb eine reine Marktanteilsbetrachtung zu falschen Schlussfolgerungen führen kann. In keinem Fall liefert allerdings die Analyse der Marktanteile vorliegend keine Anhaltspunkte dafür, dass die Übernahme von Sunrise durch UPC eine Einzelmarktbeherrschung im Plattformmarkt für die Übertragung von VoD begründet oder verstärkt.

B.4.2.2.10. Märkte für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV

294. Auf den diversen Märkten für die Bereitstellung für Sportübertragungen im Pay-TV, auf welchen UPC über die exklusiven Übertragungsrechte verfügt, hat UPC einen Marktanteil von jeweils 100 %.

295. UPC macht in diesem Zusammenhang geltend, dass eine solche Einzelmarktbeherrschung von UPC – wenn überhaupt – schon vor und unabhängig vom Zusammenschluss bestehen würde. Die Frage der marktbeherrschenden Stellung von UPC werde in jedem Fall durch das Zusammenschlussvorhaben weder begründet noch verstärkt. Entsprechend sei ein Eingriff in diesen Markt im Rahmen der Prüfung des vorliegenden Zusammenschlusses ausgeschlossen.²⁶⁷

296. Auf dem Bereitstellungs-Markt für Premium Content lassen sich gemäss Meldung eine Vielzahl an Innovationen beobachten, zum Beispiel in Bezug auf die Produktausgestaltung und den Einsatz neuester Technologie. Ein gutes Beispiel für Innovationen in diesem Markt sei z. B. die Entwicklung und Bereitstellung einer TV-Dienstleistungs-App wie z. B. Sky Sport / MySports GO.²⁶⁸

297. Die Zusammenschlussparteien werden auf den Märkten für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV sowohl vor als auch nach dem Zusammenschlussvorhaben über Marktanteile von jeweils 100 % verfügen. Dennoch muss berücksichtigt werden, dass der Marktanteil von 100 % der Zusammenschlussparteien eine grössere Kundenbasis repräsentiert. Durch den Zusammenschluss sind in diesen Märkten nur sehr geringe Wettbewerbswirkungen zu erwarten, da sich für diejenigen Kunden, die aufgrund des exklusiven Premium-Content von UPC bereits zu UPC gewechselt haben, keine Änderungen ergeben werden. Gleichzeitig hatte der Premium-Content auf diejenigen Kunden, die bisher bei Sunrise verblieben sind, keine entsprechende Anreizwirkung, welche diese Kunden zu einem Wechsel veranlasst hätte. Dementsprechend dürften die Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens

²⁶⁷ Vgl. act. 12, Rz 276.

²⁶⁸ Vgl. act. 12, Rz 277.

auf die Wettbewerbsverhältnisse in diesem Bereich vernachlässigbar sein. Insgesamt ist daher nicht zu erwarten, dass der Zusammenschluss zu einer Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung durch die wirksamer Wettbewerb beseitigt werden kann, auf den Märkten für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV führen wird.²⁶⁹

B.4.2.2.11. Zwischenergebnis zur Einzelmarktbeherrschung

298. Wie bereits beim früheren Zusammenschlussvorhaben Sunrise/Liberty Global ist auch vorliegend davon auszugehen, dass sich die Wettbewerbssituation durch das Zusammenschlussvorhaben im Markt für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden der Zusammenschlussparteien kaum verändern wird (vgl. Rz 287). Auch im Bereich Sportübertragungen im Pay-TV dürften die Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens auf die Wettbewerbsverhältnisse vernachlässigbar sein, da die Zusammenschlussparteien hier sowohl vor als auch nach dem Zusammenschlussvorhaben über Marktanteile von jeweils 100 % verfügen (vgl. Rz 297).

299. Im früheren Zusammenschlussvorhaben Sunrise/Liberty Global kam die WEKO in ihrer Stellungnahme zum Schluss, dass aufgrund der bereits vor dem Vollzug des Zusammenschlussvorhabens bestehenden allfälligen Marktbeherrschung und aufgrund der geringen Wettbewerbswirkungen des Zusammenschlusses in diesen Bereichen, zumindest die Möglichkeit der Beseitigung des Wettbewerbs auf den Märkten für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise und UPC und auf den Märkten für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV zu verneinen ist.²⁷⁰

300. Das Gleiche muss grundsätzlich auch für das vorliegende Zusammenschlussvorhaben gelten (vgl. Rz 261). Dementsprechend kann vorliegend auf eine Prüfung gemäss Art. 33 KG bzw. Art. 10 Abs. 2 KG verzichtet werden (vgl. dazu hinten Rz 402).

B.4.3 Kollektive Marktbeherrschung

B.4.3.1 Allgemeines

301. Ein Zusammenschluss kann allenfalls eine kollektiv marktbeherrschende Stellung begründen oder verstärken. Auch in einem solchen Fall kann die WEKO den Zusammenschluss untersagen oder ihn mit Bedingungen oder Auflagen zulassen, sofern die Voraussetzungen von Art. 10 Abs. 2 KG gegeben sind. Hierbei ist zu prüfen, ob Anreize zu koordiniertem Verhalten gegeben sind, und ob ein solches Verhalten mit grosser Wahrscheinlichkeit stabil bzw. dauerhaft sein wird. Die aus einem Zusammenschluss resultierenden Effekte, die zu einer solchen Anreizkonstellation führen können, werden nachfolgend als «koordinierte Effekte» bezeichnet. Die WEKO hat die allgemeinen Grundlagen und Erkenntnisse zur kollektiven Marktbeherrschung bereits in früheren Entscheiden behandelt.²⁷¹

²⁶⁹ Vgl. RPW 2020/2, 806 Rz 330; 808 Rz 345, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁷⁰ Vgl. RPW 2020/2, 808 Rz 345, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁷¹ Vgl. RPW 2020/2, 808 Rz 346, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2018/4, 970 Rz 185, *Tamedia/Basler Zeitung*; RPW 2017/3, 483 Rz 132, *BLS AG/Transport Ferroviaire Holding SAS*; RPW 2016/1, 121 f. Rz 424 ff., *Online-Buchungsplattformen für Hotels*; RPW 2016/1, 281 f. Rz 148, *Tamedia/Tradono Denmark/Tradono Switzerland*; RPW 2016/1, 330 Rz 254 f., 333 Rz 272, 334 Rz 281 und 336 Rz 309, *SRG/Swisscom/Ringier*; RPW 2015/4, 751 Rz 62, *Saint-Gobain/Sika*; RPW 2015/3, 495 Rz 158, *Tamedia/ricardo.ch*; RPW 2013/4, 685 Rz 84, *BLS AG/BLS Cargo AG*; RPW 2010/3, 528 Rz 224, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*; RPW 2008/4, 630 Rz 247, *Coop/Carrefour*; RPW 2008/3, 450 f. Rz 252, *Heineken/Eichhof*; RPW 2008/1, 184 Rz 455, *Migros/Denner*.

302. Das Bundeskartellamt beschreibt das Konzept der gemeinsamen Marktbeherrschung im Oligopol als eine Marktsituation mit wenigen Unternehmen, die sich am Markt in einer Weise parallel verhalten, die wesentlichen Wettbewerb zwischen ihnen nicht erkennen lässt, obwohl sie individuell durchaus über ein erhebliches Potential für Wettbewerb verfügen.²⁷² Durch einen horizontalen Zusammenschluss können sich für die Unternehmen im betroffenen Markt Möglichkeiten und Anreize ergeben, ihr Verhalten (zukünftig) zu koordinieren (Entstehung einer gemeinsamen Marktbeherrschung) oder eine bestehende Verhaltenskoordination zu erleichtern bzw. zu stabilisieren (Verstärkung gemeinsamer Marktbeherrschung).²⁷³ Gemäss Bundeskartellamt liegt eine gemeinsame Marktbeherrschung vor, wenn es zum einen an wesentlichem Wettbewerb im Innenverhältnis der Oligopolisten und zum anderen an wesentlichem Wettbewerb durch Aussenseiter fehlt.²⁷⁴ Zentral ist hierbei, dass sich die kollektiv marktbeherrschenden Unternehmen nicht weiterhin als Konkurrenten verhalten²⁷⁵, obwohl sie aufgrund ihrer Marktstellung unter Ausnutzung sämtlicher Wettbewerbsparameter Konkurrenzdruck aufbauen und sich gegenseitig disziplinieren könnten.

303. Auch das EuG geht im Fall *Airtours gegen Kommission* davon aus, dass eine kollektive marktbeherrschende Stellung entstehen kann, wenn jedes Mitglied des beherrschenden Oligopols es in Wahrung der gemeinsamen Interessen für möglich, wirtschaftlich vernünftig und daher ratsam hält, dauerhaft einheitlich auf dem Markt vorzugehen, um zu höheren als den Wettbewerbspreisen zu verkaufen, ohne zuvor eine Vereinbarung im Sinne einer Vorschrift zurückgreifen zu müssen und ohne dass die tatsächlichen oder potenziellen Wettbewerber oder die Kunden und Verbraucher wirksam reagieren können.²⁷⁶ Das Gericht geht daher davon aus, dass zwischen den beteiligten Unternehmen ein gemeinsames Verständnis der wirtschaftlichen Machbarkeit und Vorteilhaftigkeit hinsichtlich eines koordinierten Verhaltens besteht. Damit ein solches gemeinsames Verständnis vorliegen kann müssen gemäss EuG drei Voraussetzungen erfüllt sein:²⁷⁷

- **Transparenz:** Jedes Mitglied des beherrschenden Oligopols muss das Verhalten der anderen Mitglieder in Erfahrung bringen können, um festzustellen, ob sie einheitlich vorgehen oder nicht.
- **Innere Stabilität:** Die stillschweigende Koordinierung muss auf Dauer erfolgen können, d. h. es muss einen Anreiz geben, nicht vom gemeinsamen Vorgehen auf dem Markt abzuweichen.
- **Äussere Stabilität:** Die voraussichtlichen Reaktionen der tatsächlichen und potenziellen Konkurrenten sowie der Verbraucher darf die erwarteten Ergebnisse des gemeinsamen Vorgehens nicht in Frage stellen.

²⁷² Vgl. Leitfaden des BUNDESKARTELLAMTES zur Marktbeherrschung in der Fusionskontrolle, Rz 81, abrufbar unter: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Leitfaden/Leitfaden%20-%20Marktbeherrschung%20in%20der%20Fusionskontrolle.pdf?__blob=publicationFile&v=12.

²⁷³ Vgl. Leitfaden des BUNDESKARTELLAMTES zur Marktbeherrschung in der Fusionskontrolle (Fn 272), Rz 81.

²⁷⁴ Vgl. Leitfaden des BUNDESKARTELLAMTES zur Marktbeherrschung in der Fusionskontrolle (Fn 272), Rz 82.

²⁷⁵ Vgl. Urteil des BGer 2A.327/2006 vom 22. Februar 2007, in Sachen WEKO gegen Berner Zeitung AG und Tamedia, E. 6.4.

²⁷⁶ Urteil des Europäischen Gerichts vom 6. Juni 2002 in der Rechtssache T-342/99 *Airtours gegen Kommission*, Rz 61.

²⁷⁷ Urteil des Europäischen Gerichts vom 6. Juni 2002 in der Rechtssache T-342/99 *Airtours gegen Kommission*, Rz 62.

304. Koordiniertes Verhalten kann explizit unter Marktteilnehmern vereinbart werden oder es kann implizit bzw. stillschweigend stattfinden.²⁷⁸ Aus ökonomischer Sicht ist es für die Prüfung einer kollektiven Marktbeherrschung irrelevant, ob koordiniertes Verhalten explizit begründet ist oder stillschweigend stattfindet; eine Beeinträchtigung wirksamen Wettbewerbs findet in beiden Fällen statt. So kann sich ein Unternehmen explizit vehement gegen kollusives Verhalten aussprechen, wenngleich es sich durch sein Marktverhalten unter der Antizipation des Verhaltens der anderen Marktteilnehmer an einem hierdurch koordinierten Verhalten aktiv beteiligt, insbesondere, wenn es sich trotz hohen Gewinnmargen an die Preissetzung eines im Markt führenden Unternehmens anpasst. Für das Zustandekommen von koordinierten Effekten ist nicht notwendig, dass die an der Koordination beteiligten Unternehmen vereinbaren, sich nicht mehr als Wettbewerber zu verhalten. Relevant ist vielmehr, dass die an der Koordination beteiligten Unternehmen ein Verhalten an den Tag legen, welches einem abgestimmten Verhalten gleichkommt.

305. Dabei können auch Konstellationen vorkommen, in welchen ein Unternehmen im Markt eine stärkere Marktstellung hat als andere im Markt tätige Unternehmen und sich dieses daher bis zu einem gewissen Grad unabhängig verhalten kann.²⁷⁹ Dennoch muss nicht notwendigerweise eine Einzelmarktbeherrschung vorliegen, wenn das stärkere Unternehmen dennoch darauf achten muss, dass die Preisdifferenz zum weniger starken Marktteilnehmer nicht zu gross wird.

306. Wenn der weniger starke Marktteilnehmer in tatsächlicher Hinsicht keine oder kaum Möglichkeiten hat, über die ihm zur Verfügung stehenden Wettbewerbsparameter Marktanteile zu Lasten des stärkeren Marktteilnehmers hinzuzugewinnen, weil letzterer aufgrund seiner Marktstärke auf jede mögliche Aktion des schwächeren Marktteilnehmers schnell und umfassend reagieren kann, werden dem schwächeren Marktteilnehmer die Möglichkeiten genommen, sich im Markt weiterhin als Wettbewerber zu verhalten.²⁸⁰ Eine solche Fallkonstellation kann auch dann auftreten, wenn der stärkere Marktteilnehmer nicht einzelmarktbeherrschend ist, beispielsweise weil sich der stärkere Marktteilnehmer hinsichtlich der ihm zur Verfügung stehenden Wettbewerbsparameter gegenüber dem schwächeren Marktteilnehmer nicht vollkommen unabhängig verhalten kann.

307. Ein solches Verhalten kann durchaus unilateral erfolgen. Dies ist insbesondere immer dann der Fall, wenn ein dominantes aber nicht einzelmarktbeherrschendes Unternehmen im Markt als Preisführer unilateral einen Preis vorgibt, an den sich die anderen Marktteilnehmer dann unilateral anpassen.²⁸¹ Ein solches Verhalten wird in der ökonomischen Standardtheorie als Stackelberg-Oligopol bezeichnet.²⁸²

308. Dies bedeutet auch, dass der Umstand, dass der Marktanteil von Swisscom auch nach dem Zusammenschlussvorhaben in sämtlichen Bereichen über demjenigen der Zusammenschlussparteien bleiben wird (vgl. Rz 262, 265 f., 276 ff. 288 f.), nicht automatisch gegen die Begründung einer kollektiv marktbeherrschenden Stellung spricht.²⁸³

²⁷⁸ RPW 2020/2, 809 Rz 348, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁷⁹ RPW 2020/2, 809 Rz 349, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁸⁰ Vgl. RPW 2010/3, S. 556 Rz 385 ff., *France Télécom SA/Sunrise Communications SA*; MAS-COLELL, WHINSTON, GREEN, *Microeconomic Theory*, 1995, S. 426 f., Urteil des BGer vom 22. Februar 2007 i.S. Wettbewerbskommission gegen Berner Zeitung AG und Tamedia AG, E. 6.4.

²⁸¹ RPW 2020/2, S. 809Rz 350, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁸² RPW 2020/2, S. 809 Rz 351, *Sunrise/Liberty Global*; ANDREU MAS-COLELL, MICHAEL D. WHINSTON, JERRY R. GREEN, *Microeconomic Theory*, 1995, S. 426 f., GEOFFREY A. JEHLE, PHILIP J RENEY, *Advanced Microeconomic Theory*, Third Edition, 2011, S. 189.

²⁸³ RPW 2020/2, S. 809 Rz. 352, *Sunrise/Liberty Global*.

309. In der ökonomischen Literatur werden koordinierte Effekte, welche bei einer kollektiven Marktbeherrschung möglich sind, immer dann angenommen, wenn der zu erwartende Gewinn durch koordiniertes Verhalten grösser ist als die zu erwartenden Gewinne, gesetzt den Fall, dass der Konkurrent bzw. die Konkurrenten vom koordinierten Verhalten abweichen.²⁸⁴ Aus ökonomischer Sicht ist relevant, ob Unternehmen durch koordiniertes Verhalten die Preise derart beeinflussen, dass sie gegenüber dem kompetitiven Gleichgewicht erhöht sind.²⁸⁵

310. Als stillschweigend koordiniertes Verhalten von Unternehmen werden rechtlich formlose Aktivitäten der Koordination und Kooperation bezeichnet, die zum Ziel haben, den Wettbewerb in irgendeiner Form zu beschränken. Insbesondere wenn Unternehmen in einer Folge von Perioden im Markt aktiv sind, erhält die Konkurrenzsituation eine zeitliche Dimension, die eine dynamische Betrachtung des Wettbewerbs erfordert. Durch die zeitliche Dimension und die damit verbundenen Reaktionsmöglichkeiten des jeweiligen Konkurrenten ergeben sich Anreize, welche stillschweigend koordiniertes Verhaltensweisen stabilisieren können.²⁸⁶

311. Zur Klärung der Möglichkeit, Wahrscheinlichkeit und Nachhaltigkeit einer kollektiv marktbeherrschenden Stellung bedarf es daher einer Gesamtbetrachtung der Wettbewerbsbedingungen und des Wettbewerbsgeschehens auf den relevanten Märkten. In diesem Zusammenhang sind die koordinationshemmenden oder -fördernden Marktcharakteristika jeweils zu untersuchen.²⁸⁷ Hierbei ist eine kollektive Marktbeherrschung und ein damit einhergehendes Parallelverhalten dann zu erwarten, wenn die Koordinierung aus sich selbst heraus hinreichend stabil ist.²⁸⁸ Dies ist dann der Fall, wenn die Unternehmen keinen Anreiz haben, vom Koordinierungsergebnis einseitig abzuweichen. Zudem ist koordiniertes Verhalten nur möglich, wenn die Rahmenbedingungen dies zulassen.

312. Zentral bei der Analyse von koordinierten Effekten im Rahmen von Zusammenschlussvorhaben ist, ob und inwiefern sich das Zusammenschlussvorhaben auf die Anreizbedingungen zu koordiniertem Verhalten auswirkt. Entscheidend ist hierbei, wie sich die Wettbewerbssituation verändert (Art. 10 Abs. 2 Bst. a KG) und ob diese zur Möglichkeit führt, wirksamen Wettbewerb zu beseitigen.²⁸⁹ So muss sich die Wettbewerbssituation so verändern, dass das bzw. die marktbeherrschenden Unternehmen wirksamen Wettbewerb dadurch beseitigen können, dass beispielsweise vorhandene Konkurrenten aus dem Wettbewerb gedrängt werden oder verhindert wird, dass sich solche weiterhin als Konkurrenten verhalten oder dass neue Wettbewerber auftreten. Die entstandene oder verstärkte marktbeherrschende Stellung muss somit die Gefahr der Beseitigung wirksamen Wettbewerbs mit sich bringen.

313. Die Zusammenschlussparteien bringen vor, dass im Einklang mit ökonomischen Erkenntnissen und der konsistenten europäischen Praxis die sogenannten «Airtours»-Kriterien erfüllt sein müssen, damit ein Markt als für eine stillschweigende Kollusion anfällig angesehen werden kann. Diese sind gemäss den Zusammenschlussparteien Fokuspunkt, Transparenz, Abschreckung und externe Stabilität. Die Zusammenschlussparteien fordern, dass die von der

²⁸⁴ RPW 2010/3, S. 529 Rz 230, *France Télécom SA/Sunrise Communications SA*.

²⁸⁵ Vgl. auch KÜHN KAI-UWE, An Economists' Guide through the Joint Dominance Jungle, John M. Olin Center for Law & Economics, Paper #02-014, pdf-Seite 8, <https://www.law.umich.edu/center-sandprograms/lawandeconomics/abstracts/2002/Documents/Kuhn%2002014.pdf>, zuletzt besucht am 21.05.2019.

²⁸⁶ Vgl. RPW 2020/2, S. 810 Rz 354, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2010/3, S. 529 Rz 231, *France Télécom SA/Sunrise Communications SA*.

²⁸⁷ RPW 2020/2, S. 810 Rz 355, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁸⁸ Leitfaden des BUNDESKARTELLAMTES zur Marktbeherrschung in der Fusionskontrolle, Rz 84.

²⁸⁹ Vgl. Urteil des BGer 2A.327/2006 vom 22. Februar 2007, E. 6.4.

WEKO bisher angewandten Kriterien den von ihnen genannten vier Kriterien bewertet werden müssten.²⁹⁰

314. Damit ein koordiniertes Verhalten überhaupt entstehen und aufrechterhalten werden kann, genügt es, wenn die Kollusionspartner ein gemeinsames Verständnis hinsichtlich des gemeinsam zu erreichenden Kollusionsziels haben, um sich entsprechend koordinieren zu können.²⁹¹ In der bisherigen Praxis hat die WEKO zur Beurteilung folgende Indikatoren herangezogen: Anzahl der beteiligten Unternehmen, Marktanteile der beteiligten Unternehmen, Marktkonzentration, Symmetrien, Marktwachstum, Markttransparenz, Multimarktbeziehungen, Stellung der Marktgegenseite und potenzielle Konkurrenz.²⁹² Diese von der WEKO herangezogenen Kriterien zur Prüfung einer allfälligen kollektiven Marktbeherrschung konkretisieren die vom EuG (vgl. Rz 303) von der EU-Kommission²⁹³ aufgeführten Bedingungen.²⁹⁴

315. Entscheidend ist, ob mit hinreichender Wahrscheinlichkeit nachgewiesen werden kann, dass durch das Zusammenschlussvorhaben eine Situation entsteht, in der es jedem Mitglied des beherrschenden Oligopols in Wahrnehmung der gemeinsamen Interessen für möglich, wirtschaftlich vernünftig und damit ratsam erscheint, dauerhaft auf dem Markt so vorzugehen, dass höhere Preise als die Wettbewerbspreise erzielt werden, ohne dass die tatsächlichen oder potenziellen Wettbewerber oder die Kunden und Verbraucher wirksam reagieren können.

316. Beim vorliegenden Zusammenschlussvorhaben sind insbesondere die Auswirkungen auf den Märkten für leitungsgebundene Fernmeldedienste und mobile Fernmeldedienste zu analysieren. Die Zusammenschlussparteien und Swisscom verfügen jeweils über ein leitungsgebundenes Netzwerk und bieten hierüber Fernmeldedienste an. Zudem können bei mobilen Fernmeldediensten verschiedene Synergien entstehen, welche koordiniertes Verhalten erleichtern. Daher ist beim vorliegenden Zusammenschlussvorhaben eine kollektiv marktbeherrschende Stellung zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom zu prüfen.

317. Im Bereich mobile Fernmeldedienste sind allerdings nur marginale Wettbewerbsveränderungen zu erwarten, da UPC in diesem Bereich bis anhin nur in geringem Umfang tätig war und über keine eigene Infrastruktur verfügte. Dennoch können durch die Übernahme von Sunrise Wechselwirkungen entstehen, die einen Einfluss auf eine allfällige kollektive Marktbeherrschung haben können. Dies insbesondere, weil die Zusammenschlussparteien nach erfolgtem Zusammenschluss wie Swisscom sowohl über ein eigenes Mobilfunknetz als auch über ein eigenes Festnetz verfügen werden. Die Zusammenschlussparteien und Swisscom wären die einzigen beiden Marktteilnehmer, die beide Infrastrukturen besitzen.

²⁹⁰ Vgl. act.12, Rz 355 ff.

²⁹¹ Vgl. RPW 2018/4, 970 Rz 185, *Tamedia/Basler Zeitung*; RPW 2010/3, S 530 Rz 234, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*.

²⁹² RPW 2020/2, S. 810 Rz 357, *Sunrise/Liberty Global*; RPW 2018/4, 971 Rz 186, *Tamedia/Basler Zeitung*; RPW 2010/3, 530 Rz 233, *France Télécom SA/Sunrise Communications AG*; RPW 2008/3, 498 ff. Rz 198 ff., *Heineken/Eichhof*; RPW 2008/1, 186 ff. Rz 470 ff., *Migros/Denner*; KÜHN KAI-UWE, *The Coordinated Effects of Mergers*, in: *Handbook of Antitrust Economics*, Herausgeber Buccirosi Paolo, 2008 (zit : KÜHN, *The Coordinated Effects of Mergers*), S. 105 – 144 oder MOTTA MASSIMO, *Competition Policy – Theory and Practice*, 2004 (zit. MOTTA, *Competition Policy*), S. 142 ff., wobei in der ökonomischen Literatur weitere Kriterien, die einen Hinweis auf kollektive Marktbeherrschung hindeuten können, diskutiert werden.

²⁹³ Vgl. Leitlinien zur Bewertung horizontaler Zusammenschlüsse gemäss der Ratsverordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen, ABI. C 31 vom 5.2.2004 (nachfolgend: EU-Horizontalleitlinien), Rz 41.

²⁹⁴ Vgl. Stellungnahme vom 23. März 2020 im Zusammenschlussvorhaben 41-0908: SBB Cargo, Rz 269; RPW 2020/2, 811 Rz 359, *Sunrise/Liberty Global*.

318. Die Märkte für Fernmeldedienstleistungen im Bereich leitungsgebundener Fernmeldedienste weisen regional unterschiedliche Strukturen auf. So bestehen einige Regionen, in welchen Elektrizitätsversorgungsunternehmen alleine oder zusammen mit Swisscom eine Glasfasernetzwerkinfrastruktur aufgebaut haben. In diesen Regionen bestehen sowohl ein Kupferkabelnetz, ein Koaxialkabelnetz als auch ein Glasfasernetz bis in die einzelnen Haushalte. Weiter bestehen Regionen, in welchen lediglich das Kupferkabelnetz von Swisscom und das Koaxialkabelnetz von UPC oder einem anderen Kabelnetzunternehmen zur Verfügung stehen. In wiederum anderen Regionen besteht nur das Kupferkabelnetz von Swisscom (vgl. Rz 123 ff.).

319. Über diese leitungsgebundenen Netzwerke werden insbesondere Breitbandinternetangebote (inklusive Festnetztelefonie) für Privatkunden, Breitbandanbindungen (ggf. inklusive Internetanbindung) für Geschäftskunden und TV-Angebote bereitgestellt. Im Bereich Breitbandanbindung für Geschäftskunden liegen aufgrund der überragenden Stellung von Swisscom vorliegend keine betroffenen Märkte vor (vgl. Rz 238 ff.). Auf den Plattformmärkten für die Übertragung von VoD sind nebst den Zusammenschlussparteien und Swisscom noch weitere starke Wettbewerber vorhanden (vgl. Rz 292 f.), weshalb auch dieser Bereich bei der Prüfung einer allfällig bestehenden kollektiven Marktbeherrschung nicht im Vordergrund steht.²⁹⁵ Eine kollektive Marktbeherrschung ist daher insbesondere in den Bereichen Breitbandinternetangebote (inklusive Festnetztelefonie) für Privatkunden und Übertragung von linearem TV zu prüfen.

B.4.3.1 Differenzen zum Zusammenschlussvorhaben Sunrise / Liberty Global

320. Wie einführend erwähnt wurde ein Zusammenschlussvorhaben der beiden Zusammenschlussparteien im Herbst 2019 von der WEKO zugelassen (vgl. Rz 2).

321. In der Meldung wird in diesem Zusammenhang ausgeführt, es bestünden lediglich geringe Unterschiede zwischen dem vorliegenden Zusammenschlussvorhaben und dem früheren Zusammenschlussvorhaben Sunrise / Liberty Global aus dem Jahr 2019. Die Meldung führt dabei fünf Unterschiede ins Feld:²⁹⁶

- Die Rollen der Parteien sind vertauscht. Anstatt dass Sunrise die Kontrolle über UPC erwerbe, erwerbe Liberty Global die Kontrolle über Sunrise und werde nach Vollzug des Zusammenschlussvorhabens das kontrollierende Unternehmen sein.
- Die Marktdaten für 2019 seien verfügbar. Diese zeigten allerdings keine relevanten Veränderungen in der Marktstruktur.
- UPC und Swisscom hätten ihre Auseinandersetzungen bezüglich der TV-Übertragungsrechte für Sportveranstaltungen beigelegt und sich darauf geeinigt, sich ihre exklusiven Inhalte gegenseitig zugänglich zu machen.
- Sunrise habe die Over-the-top (OTT)-Anbieterin Wilmaa übernommen.
- Sunrise und Salt hätten angekündigt, ein Joint Venture im Bereich Fiber to the home (FTTH) zu planen, dieses aber weder verbindlich vereinbart noch umgesetzt.

²⁹⁵ Vgl. dazu ausführlich Vgl. RPW 2020/2, 821 ff. Rz 431 ff; 820 f. Rz 425 ff.; 836 Rz 543 f.; 840 Rz 572 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

²⁹⁶ Vgl. act. 12, Rz 5.

322. Die beteiligten Unternehmen machen geltend, die genannten Differenzen seien für die vorliegende Beurteilung unerheblich. Es müssten vorliegend grundsätzlich die gleichen Schlussfolgerungen gezogen werden wie im früheren Zusammenschlussvorhaben.²⁹⁷

323. Die genannten Differenzen werden nachfolgend näher ausgeführt und es wird geprüft, ob diese Unterschiede dazu führen, dass das vorliegende Zusammenschlussvorhaben anders beurteilt werden muss als das frühere Zusammenschlussvorhaben.

B.4.3.1.1. Die Rollen der Parteien sind vertauscht

324. Während im früheren Zusammenschlussvorhaben Sunrise von Liberty Global UPC übernehmen wollte, geht es vorliegend um die Beurteilung der Übernahme von Sunrise durch Liberty Global. Dies bedeutet, dass im Gegensatz zum früheren Zusammenschlussvorhaben vertauschte Käufer- und Verkäuferrollen vorliegen bzw. der frühere Käufer (Sunrise) heute das Kaufobjekt darstellt.

325. Bereits aus dem früheren Zusammenschlussvorhaben ist bekannt, dass Sunrise in der Vergangenheit grundsätzlich eine Wachstumsstrategie verfolgt hat, während UPC eher auf eine Renditestrategie setzte.²⁹⁸

326. In der Meldung wird diesbezüglich ausgeführt, dass trotz vertauschter Rollen der beteiligten Unternehmen der wirtschaftliche Zweck des Zusammenschlussvorhabens sowie die Geschäftstätigkeiten und Marktanteile der beteiligten Unternehmen im Wesentlichen unverändert geblieben seien. Somit müsse die WEKO auch vorliegend zum Schluss gelangen, dass das Zusammenschlussvorhaben nicht zur Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung führe.²⁹⁹

327. Nach dem Zusammenschluss werden sowohl Swisscom als auch die Zusammenschlussparteien über eine eigene Netzwerkinfrastruktur verfügen. Da Swisscom über eine grössere Kundenbasis verfügt, sind die Reaktions- und damit die Retorsionsmöglichkeiten von Swisscom bedeutend grösser als diejenigen der Zusammenschlussparteien. Somit ist es Swisscom jederzeit möglich, auf Massnahmen der Zusammenschlussparteien reagieren zu können. In der Vergangenheit konnte beobachtet werden, dass Sunrise im Wesentlichen Marktanteile hinzugewinnen konnte und UPC Marktanteile verloren hat (vgl. Rz 276 ff.), während die Marktanteile von Swisscom relativ unverändert geblieben sind. Durch das Zusammenschlussvorhaben wird neu Liberty Global und damit UPC die Kontrolle über Sunrise übernehmen.

328. Es kann daher festgehalten werden, dass die Zusammenschlussparteien und Swisscom jederzeit auf aggressiven Preiswettbewerb des jeweils anderen sofort reagieren könnten, um mögliche Marktanteilsverschiebungen zu vermeiden. Gleichzeitig ist der Infrastrukturausbau eher ein langfristiges Projekt, welches gut beobachtbar ist und auf welches ebenfalls entsprechend zeitnah reagiert werden kann. Es wäre somit möglich, dass auf dem Endkundenmarkt für Breitbandinternet die Einsicht herrscht, dass eine symmetrische Reaktion seitens der anderen Marktteilnehmer und damit eine entsprechende Bestrafung jederzeit erfolgen kann. Hierbei ist zu beachten, dass Swisscom über die grösseren Handlungsmöglichkeiten verfügt.

²⁹⁷ Vgl. act. 12, Rz 6 und 353.

²⁹⁸ Vgl. RPW 2020/2, 760, Rz 12 f. und 19; 811, Rz 368 ff.; 816, Rz 403; 831, Rz 502 ff, *Sunrise/Liberty Global*.

²⁹⁹ Vgl. act. 12, Rz 379.

329. Im früheren Zusammenschlussvorhaben hatte Sunrise öffentlich angekündigt und auch gegenüber der WEKO bekräftigt, dass es mit der Übernahme von UPC weiter auf eine Wachstumsstrategie durch innovative Angebote zu wettbewerbsfähigen Preisen setze.³⁰⁰

330. In der Meldung wird in diesem Zusammenhang ausgeführt, dass Liberty Global über die Erfahrung und Erfolgsbilanz in der Schaffung starker, disruptiver Herausforderer durch die Umsetzung ihrer Strategie des Wachstums und der Technologie- und Service-Innovation für ihre europäischen operativen Einheiten verfüge. Zudem umfasse das Zusammenschlussvorhaben die Mobilfunkkompetenz von Sunrise und deren Mentalität und Erfolgsbilanz als Preishererausforderer und Innovator. Die Kombination dieser Stärken und strategischen Schwerpunkte würden einen stärkeren Herausforderer mit attraktiven Angeboten für Kunden in der Schweiz schaffen. Aufgrund des beträchtlichen Cross-Selling-Potenzials und der Kostensynergien, die durch das Zusammenschlussvorhaben entstehen würden, werde das zusammengeführte Unternehmen zu einem stärkeren Konkurrenten und zu einem Katalysator für weitere Infrastrukturinvestitionen, Produktinnovationen und verstärkten Wettbewerb auf den Einzelhandelsmärkten. Das Zusammenschlussvorhaben werde zwei komplementäre Unternehmen zusammenführen und ihre jeweiligen strategischen Ausrichtungen kombinieren und integrieren³⁰¹ und in eine aggressive Wachstumsstrategie kanalisieren.³⁰²

331. Grundsätzlich wird es vorliegend aufgrund des Umstandes, dass zwei komplementäre Unternehmen zusammengeführt werden, lediglich von untergeordneter Bedeutung sein, welche Rolle welches Unternehmen beim Zusammenschlussvorhaben gehabt hat. Es kann nicht davon ausgegangen werden, dass die bisherige Unternehmensstrategie der Käuferin und damit die Renditestrategie von UPC einfach auf das zusammengeschlossene Unternehmen übertragen wird. Das neue zusammengeschlossene Unternehmen wird vielmehr gestützt auf die neuen Umstände, wie sie nach dem Zusammenschluss herrschen werden, die für sie grundsätzlich rationalste und gewinnmaximierende Strategie wählen. Davon war aber grundsätzlich auch schon im Rahmen der Prüfung des früheren Zusammenschlussvorhabens auszugehen.

332. Im Gegensatz zum früheren Zusammenschlussvorhaben fehlt vorliegend die ausdrückliche Zusicherung und öffentliche Festlegung der Zusammenschlussparteien, durch die Wahl einer Wachstumsstrategie künftig Preissenkungen durchzuführen. Es war zwar auch in der vorliegenden Meldung von einer Wachstumsstrategie die Rede, doch wird gleichzeitig auch von einer «Kombination der Stärken und strategischen Schwerpunkte» gesprochen. Aufgrund dessen und aufgrund der bisherigen Renditestrategie von UPC erscheint es fraglich, ob das Zusammenschlussunternehmen künftig wirklich vollumfänglich auf eine Wachstumsstrategie setzen wird.

333. Insgesamt dürfte aber der Umstand der vertauschten Rollen für sich alleine gesehen nicht dazu führen, dass die Beurteilung des Zusammenschlusses vorliegend in relevanter Weise anderes ausfallen kann als beim früheren Zusammenschlussvorhaben. Relevanter dürfte allerdings – unabhängig von der Rollenverteilung – die Frage sein, für welche Strategie sich das zusammengeschlossene Unternehmen entscheiden wird. Welche Strategie das Zusammenschlussunternehmen aber letztendlich wählen wird, wird sich zeigen.

B.4.3.1.2. Neue Marktdaten von 2019

334. Die Beurteilung des früheren Zusammenschlussvorhabens liegt rund ein Jahr zurück. Dementsprechend stehen heute neue Marktdaten – im Wesentlichen jene aus dem Jahr 2019

³⁰⁰ Vgl. RPW 2020/2, 831, Rz 502 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

³⁰¹ Vgl. act. 12, Rz 41.

³⁰² Vgl. act. 12, Rz 364.

– zur Verfügung. In der Meldung wird diesbezüglich lediglich geltend gemacht, dass die neuen Daten keine relevanten Veränderungen in der Marktstruktur aufzeigen würden.³⁰³

335. Dem kann grundsätzlich zugestimmt werden. So hat sich der Trend der letzten Jahre grundsätzlich fortgesetzt, mit der Folge, dass UPC im vorliegend im Vordergrund stehenden Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden (Netzwerk UPC) weiter an Marktanteilen verloren und Sunrise Marktanteile hinzugewonnen hat: Sunrise hat seit 2017 ihren Marktanteil von [10-20] % auf [10-20] % steigern können, während UPC rund [0-10] % Marktanteile verloren hat und heute über einen Marktanteil von rund [20-30] % verfügt. Der Marktanteil von Swisscom blieb demgegenüber konstant bei rund [60-70] % (vgl. oben Rz 276). Der gleiche fortsetzende Trend kann auch im Bereich TV beobachtet werden. So konnte Sunrise auf dem Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV (Netzwerk UPC) ihren Marktanteil seit 2017 um [0-10] % auf [0-10] % erhöhen. UPC verlor demgegenüber rund [0-10] % an Marktanteil und verfügt im Jahr 2019 über einen Marktanteil von rund [30-40] %. Auch der Mobilfunkbereich weist eine konstante Marktanteilsentwicklung auf. Hier blieben die Marktanteile weitestgehend stabil bei [20-30] % für Sunrise und [0-10] % für UPC (vgl. Rz 262).

336. Daraus erhellt, dass die neuen Marktdaten die bisherige Entwicklung in den vorliegend relevanten Bereichen im Wesentlichen bestätigen. Somit ist nicht ersichtlich, inwiefern gestützt auf die neuen Marktdaten die Analyse des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens von der Analyse des früheren Zusammenschlussvorhabens abweichen kann. Dies bedeutet, die diesbezüglich im früheren Zusammenschlussvorhaben gemachten Ausführungen gelten grundsätzlich auch für die vorliegende Beurteilung.

B.4.3.1.3. UPC und Swisscom haben ihre Auseinandersetzungen bezüglich der TV-Übertragungsrechte für Sportveranstaltungen beigelegt und sich darauf geeinigt, sich ihre exklusiven Inhalte gegenseitig zugänglich zu machen

337. Am 9. Mai 2016 sprach die WEKO eine Sanktion gegen Swisscom aus, weil diese ihre marktbeherrschende Stellung im Zusammenhang mit Exklusivrechten für die Übertragung von Sportveranstaltungen missbraucht hatte. Im Sommer 2016 wurde der Erwerb verschiedener Rechte für die Übertragung von Sportanlässen in Schweizer Ligawettbewerben ausgeschrieben. Swisscom erwarb erneut umfassende Exklusivrechte für Live-Übertragungen, darunter auch für Fussball. UPC konnte sich ein neues Rechtepakett für Live-Übertragungen im Eishockey sichern.³⁰⁴

338. Gemäss Meldung [...]

339. Im Juli 2020 habe mit Swisscom schliesslich eine Verhandlungslösung erzielt werden können. Damit erhalte Swisscom Zugang zu den Sportinhalten von UPC und umgekehrt UPC zu jenen von Swisscom.³⁰⁵ [...] Im Hinblick auf die an die Fernsehplattform von UPC und Swisscom angeschlossenen Konsumenten würden sich qualitative Verbesserungen ergeben, indem einerseits die Stellung der UPC-Kunden erheblich habe verbessert werden können und

³⁰³ Vgl. act. 12, Rz 5.

³⁰⁴ Vgl. act. 12, Rz 321 f.

³⁰⁵ Vgl. act. 12, Rz 324.

andererseits die Swisscom-Kunden Zugang zu MySports erhielten.³⁰⁶ Damit werde die inhaltliche Attraktivität der beiden Plattformen erhöht.³⁰⁷ Abgesehen davon wird das Zusammenschlussvorhaben die Situation hinsichtlich der Exklusivrechte nicht verändern. Sunrise verfügt nicht über entsprechende Exklusivrechte, die zu denen von UPC hinzukommen würden.³⁰⁸

340. Der Vertrag mit Swisscom ändert nach Ansicht der beteiligten Unternehmen demnach nichts an der Situation in Bezug auf den Erwerb von Rechten, den Umfang der Exklusivität und die Preisgestaltung für exklusive Inhalte. Es seien die jeweiligen Rechteinhaber und Inhalte-Anbieter, die autonom über die Aufbereitung der Inhalte und die Preisgestaltung ihrer Sportprogramme entscheiden und so versuchen würden, die Zuschauer durch ihre Attraktivität für ihre Sportprogramme zu gewinnen. Die Situation habe sich nur insofern geändert, als die Inhalte-Anbieter über ein breiteres Spektrum an Trägern verfügen würden, um die Zuschauer (Konsumenten) zu erreichen. Dies habe keinen Einfluss auf die Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens durch die WEKO.³⁰⁹

341. Aufgrund der von der WEKO vorgenommenen Marktabgrenzung stellen die verschiedenen Sportarten – jeweils aufgeteilt in in- und ausländische Ligen – separate Märkte dar. Entsprechend verfügt UPC bei sämtlichen diesen Märkten, bei denen sie über die exklusiven Übertragungsrechte verfügt, über einen Marktanteil von 100 % (vgl. Rz 254). Die Zusammenschlussparteien werden auf den Märkten für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV sowohl vor als auch nach dem Zusammenschlussvorhaben über Marktanteile von jeweils 100 % verfügen (vgl. Rz 297). Dies gilt unabhängig davon, ob UPC nun auch Swisscom Zugang zu ihren Sportrechten gewährt und umgekehrt. Das Zusammenschlussvorhaben hat in diesem Sinne kaum Auswirkungen auf die Übertragung der Sportrechte. Es könnte einzig argumentiert werden, dass der Umstand, dass künftig sowohl Swisscom als auch das Zusammenschlussunternehmen sämtliche Sportarten übertragen können, sich die Symmetrie erhöhen würde (vgl. auch hinten Rz 369). Ansonsten rechtfertigt aber der Umstand, dass sich Swisscom und UPC darauf geeinigt haben sich ihre exklusiven Inhalte gegenseitig zugänglich zu machen, keine anderweitige Beurteilung des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens gegenüber dem früheren Zusammenschlussvorhaben.

B.4.3.1.4. Sunrise habe die Over-the-top (OTT)-Anbieterin Wilmaa übernommen

342. Am 18. Juni 2020 kündigte Sunrise den Erwerb von 100% der Aktien von Wilmaa an.³¹⁰

343. Wilmaa wurde 2008 als das erste rein Browser-basierte Fernsehen weltweit lanciert. Wilmaa ist ein Web-TV und bietet digitales OTT-Fernsehen auf Smartphone, Tablet, PC und TV an. OTT umfasst die Zurverfügungstellung von Online-Video- und Audio-Inhalten ohne an einen bestimmten Internet-Provider gebunden zu sein. Gegenwärtig bietet Wilmaa Zugang zu über 260 TV-Kanälen. Für die kostenpflichtige Nutzung des Streaming-Dienstes ist eine Registrierung erforderlich. Jeder, der den Wilmaa-Dienst kostenlos nutzt, hat Zugang zum werbefinanzierten Live-Programm aller Sender. Bezahlende Nutzer müssen keine Werbung sehen und können auf die Programme der letzten sieben Tage zugreifen (Replay TV). Darüber hinaus erhalten zahlende Nutzer auch das komplette Programmangebot in höherer Auflösung und haben die Möglichkeit, Programme auf einem Gerät anzuhalten und auf einem anderen Gerät an der gleichen Stelle weiterzuschauen.³¹¹

³⁰⁶ Vgl. act. 12, Rz 325.

³⁰⁷ Vgl. act. 12, Rz 329.

³⁰⁸ Vgl. act. 12, Rz 328.

³⁰⁹ Vgl. act. 12, Rz 326.

³¹⁰ Vgl. act. 12, Rz 333.

³¹¹ Vgl. act. 12, Rz 331, m. w. H.

344. Die Übernahme von Wilmaa werde es Sunrise ermöglichen, Wilmaas führende Technologie und Know-how zur Weiterentwicklung von Sunrises OTT-TV-Angeboten zu nutzen. Die zehn Mitarbeiter von Wilmaa würden von Sunrise übernommen. Die Marke «Wilmaa» und ihre werbefinanzierten Gratis- und kostenpflichtigen Premium- Angebote würden bestehen bleiben und die bestehenden Wilmaa-Nutzer würden die Dienstleistung wie gewohnt weiter nutzen können. Werbetreibende könnten weiterhin die Vorteile von In-Stream-Platzierungen, grossen Sonderwerbeformaten und Markenkanälen nutzen.³¹²

345. Nach Ansicht der beteiligten Unternehmen ist Wilmaa nach der Abgrenzung der WEKO als Anbieterin von OTT-TV-Diensten und Teil des Plattformmarktes für die Übertragung von linearem Digital-TV anzusehen. Die Übernahme von Wilmaa durch Sunrise habe die Wettbewerbsverhältnisse auf dem Plattformmarkt für die Übertragung von linearem Digital-TV nicht verändert, so dass die wettbewerbliche Beurteilung des früheren Zusammenschlussvorhabens nach wie vor gelte.³¹³

346. Geht man davon aus, dass aufgrund der heutigen technischen Entwicklung auch ein OTT-TV-Angebot, welches (auch) lineares Fernsehen überträgt, wie dies etwa bei Zattoo, Teleboy und Wilmaa der Fall ist, ein Substitut zur leitungsgebundenen Übertragung von linearem Digital-TV darstellt (vgl. Rz 178), fällt mit dem Kauf von Wilmaa durch Sunrise eine aktuelle Konkurrentin in diesem Bereich weg. Der Wettbewerbsdruck, der von solchen OTT-Anbietern im Bereich des linearen Fernsehens ausgeht, ist allerdings derzeit noch eher als gering einzustufen.³¹⁴ Bereits in der Stellungnahme zum früheren Zusammenschlussvorhaben stellte die WEKO fest, dass es schwierig sei, mit einem OTT-Angebot auch tatsächlich genügend Nutzer zu gewinnen. Dies zeige etwa das Beispiel von Wilmaa. Wilmaa sei seit über zehn Jahren im Markt und verfüge aktuell über Marktanteile von [0-10 %].³¹⁵ Somit dürfte der Umstand, dass Sunrise Wilmaa übernommen hat, nur zu unwesentlichen Änderungen der Beurteilung des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens im Vergleich zum früheren Zusammenschlussvorhaben führen (vgl. dazu hinten Rz 367).

B.4.3.1.5. Mögliches Glasfaser Joint Venture

347. Am 19. Mai 2020 kündigten Sunrise und Salt Pläne zur Gründung eines Joint Ventures (Swiss Open Fiber, SOF) an, an welchem Salt und Sunrise jeweils zu gleichen Teilen und ein möglicher Eigenkapitalpartner beteiligt wären, um eine neue FTTP-Netzinfrastruktur aufzubauen. Liberty Global hat gemäss Meldung keinen Einblick in den bisherigen Stand der Verhandlungen zwischen Sunrise und Salt, Sunrise habe aber am 16. August 2020 angekündigt, dass sie die Gespräche unterbrechen würde. Es seien bisher weder zwischen Sunrise und Salt noch mit Drittinvestoren verbindliche Transaktionsvereinbarungen über die Gründung des Glasfaser Joint Ventures unterzeichnet worden.³¹⁶

348. Die beteiligten Unternehmen sind der Ansicht, dass keine Gewissheit darüber bestehe, was ohne die Ankündigung des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens geschehen wäre. Dies insbesondere, da keine verbindlichen Vereinbarungen über die Gründung des Glasfaser Joint Ventures getroffen worden seien. Liberty Global seien die kommerziellen Einzelheiten der Gespräche zwischen Sunrise und Salt oder mit anderen Interessengruppen über den Umfang oder die Wirtschaftlichkeit des Glasfaser Joint Ventures nicht bekannt. Daher habe sich Liberty Global keine Meinung darüber gebildet, wie ihre Strategie aussieht oder aussehen

³¹² Vgl. act. 12, Rz 333.

³¹³ Vgl. act. 12, Rz 335 ff.

³¹⁴ Vgl. RPW 2020/2, 840, Rz 570, *Sunrise/Liberty Global*.

³¹⁵ Vgl. RPW 2020/2, 840, Rz 572, *Sunrise/Liberty Global*.

³¹⁶ Vgl. act. 12, Rz 316.

würde, falls Salt tatsächlich gewillt sein würde, zu einem späteren Zeitpunkt wieder in solche Gespräche einzutreten. Somit könne zum jetzigen Zeitpunkt nicht abschliessend vorausgesagt werden, ob eine solche Glasfaser-Kooperation letztendlich in der ursprünglich von Sunrise und Salt beabsichtigten Form, in einer anderen Form oder gar nicht realisiert werden wird.³¹⁷

349. [...].³¹⁸

350. Daher sei nach Meinung von Liberty Global die kontrafaktische Fallkonstellation (Counterfactual) für die Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens in dieser Hinsicht der gegenwärtige Status quo, d. h. eine Situation, in der das Glasfaser Joint Ventures nicht vereinbart und nicht verwirklicht worden sei. Jede Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens müsse auf der Grundlage der gegenwärtigen Marktverhältnisse erfolgen, nicht auf der Grundlage unsicherer möglicher Zukunftspläne. Diese Marktumstände hätten sich im Vergleich zum früheren Zusammenschlussvorhaben nicht geändert. Da die Wettbewerbsbedingungen dieselben seien, bleibe auch die wettbewerbliche Beurteilung dieselbe, nämlich, dass das Zusammenschlussvorhaben weder zu einer Einzel- noch zu einer kollektiven Marktbeherrschung führe.

351. Weiter bringt Liberty Global vor, dass selbst wenn man gemäss Meldung davon ausgehen würde, dass die für die Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens relevante kontrafaktische Fallkonstellation darin bestehe, dass das Glasfaser Joint Ventures in irgendeiner Form realisiert würde, würde sich jedoch an der wettbewerblichen Beurteilung nichts ändern. Ungeachtet der Art und Weise, in der das Glasfaser Joint Ventures nach dem Zusammenschluss realisiert würde, oder auch nicht, werde durch das Zusammenschlussvorhaben keine beherrschende Stellung begründet oder verstärkt, die geeignet sei, den Wettbewerb zu beseitigen. Die WEKO habe in ihrer Überprüfung des früheren Zusammenschlussvorhabens festgehalten, dass weiterhin ausreichender Wettbewerb bestehe und dass auf keinem der betroffenen Märkte eine kollektive Marktbeherrschung begründet werde. Selbst wenn die beteiligten Unternehmen eine mögliche Beschränkung des Umfangs oder gar die Aufgabe des Glasfaser Joint Ventures als Folge des Zusammenschlussvorhabens in Erwägung ziehen würden, würde dies die vorherige Feststellung der WEKO nicht ändern, sondern bestätigen, da dadurch letztlich der Status quo ausreichenden Wettbewerbs bewahrt werde.³¹⁹

352. Sunrise und Salt haben [...] Gespräche hinsichtlich eines gemeinsamen Ausbaus einer Glasfasernetzwerkinfrastruktur aufgenommen.³²⁰ Geplant war zusammen mit finanziellen Investoren ein gemeinsames Glasfasernetz in denjenigen Gebieten zu errichten, in welchen derzeit keine gemeinsame Glasfasernetzwerkinfrastruktur von Swisscom und den Elektrizitätsversorgungsunternehmen aufgebaut wird. [...] Am 19. Mai 2020 haben Sunrise und Salt ihre Kooperationsabsicht öffentlich bekanntgegeben.

353. Der zeitliche Ablauf der Geschehnisse zeigt, dass Sunrise und Salt eine Zusammenarbeit zum Aufbau einer Glasfasernetzwerkinfrastruktur ernsthaft in Erwägung zogen [...].

354. Die Präsentationen im Verwaltungsrat von Liberty Global zeigen, dass Liberty Global erst ernsthafte Akquisitionspläne an Sunrise verfolgt hat, nachdem das Joint-Venture zwischen Sunrise und Salt bekannt gegeben wurde.³²¹ [...]

355. Unabhängig davon, ob durch die Übernahme von Sunrise durch Liberty Global ein möglicher potenzieller Wettbewerber nun vom Markt verschwindet, ist die WEKO im Zusammen-

³¹⁷ Vgl. act. 12, Rz 317.

³¹⁸ Vgl. Fragebogen Salt, Vorbemerkungen zu Fragen II.

³¹⁹ Vgl. act. 12, Rz 319.

³²⁰ Act. 34, Antworten zu Frage 35.

³²¹ Vgl. act. 12, Beilagen 13-22.

schlussvorhaben 41-0892: Sunrise/Liberty Global auch ohne das neue Aufkommen eines potenziellen Wettbewerbs zum Schluss gekommen, dass durch das Zusammengehen von Sunrise und Liberty Global unter der Führung von Sunrise keine marktbeherrschende Stellung begründet oder verstärkt wird, durch die wirksamer Wettbewerb beseitigt werden kann. Unter sonst gleichen Voraussetzungen kann daher alleine das mögliche Aufkommen eines potenziellen Wettbewerbers im Markt nicht zu einer grundsätzlich anderen Einschätzung der Wettbewerbssituation führen.

356. Schliesslich bestünde für Salt auch die Möglichkeit, eine ähnliche Glasfaser Kooperation mit anderen FDA bzw. Finanzpartnern einzugehen. Für Salt alleine werde es allerdings viel schwieriger SOF weiterzuführen, da regulatorische Unterstützung nötig sei, um den Infrastrukturwettbewerb zu sichern. Zur Zeit evaluiert Salt ihre diesbezüglichen Optionen.³²²

B.4.3.1.6. Fazit

357. Insgesamt kann festgehalten werden, dass die genannten Differenzen zwischen dem vorliegenden Zusammenschlussvorhaben und dem früheren Zusammenschlussvorhaben nicht derart ins Gewicht fallen, dass sie zu einer grundsätzlich anderen Beurteilung des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens im Vergleich zum früheren Zusammenschlussvorhaben führen könnten. Geringfügige Änderungen könnten sich einerseits höchstens durch die Erhöhung der Symmetrie zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom – je nachdem für welche Strategie sich das zusammengeschlossene Unternehmen entscheiden wird – (vgl. Rz 371 ff.) und durch die gegenseitige Zurverfügungstellung der Sportrechte (vgl. Rz 341) sowie andererseits durch die Übernahme von Wilmaa durch Sunrise (vgl. Rz 346) ergeben (vgl. dazu hinten Rz 369 ff. und Rz 367).

B.4.3.2 Indikatoren für eine kollektive Marktbeherrschung

358. Entsprechend dem oben Ausgeführten kann für die Prüfung der Entstehung einer kollektiv marktbeherrschenden Stellung zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom grundsätzlich auf die Ausführungen im Zusammenschlussvorhaben Sunrise / Liberty Global verwiesen werden.³²³ Es werden daher nachfolgend lediglich die zentralen Elemente dargestellt, etwaige Differenzen erläutert und aktuelle Zahlen und Gegebenheiten ergänzt.

B.4.3.2.1. Anzahl beteiligte Unternehmen, Marktanteile und Marktkonzentration

359. Nachfolgend werden die wesentlichen Elemente für den Indikator Marktanteile und Marktkonzentration für die Bereiche leitungsgebundene Fernmeldedienste und TV-Angebote hinsichtlich der Entstehung oder Verstärkung einer kollektiv marktbeherrschenden Stellung mit Swisscom, welche wirksamen Wettbewerb beseitigen kann, kurz dargestellt.

360. Auf dem **Markt für Breitbandinternet für Privatkunden** bei einer schweizweiten räumlichen Marktabgrenzung vereinen die Zusammenschlussparteien und Swisscom die nachfolgenden Marktanteile auf sich:

Nationaler Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden*						
		Total	Parteien	Swisscom	Kollekt.	Wettbewerber

³²² Vgl. Fragebogen Salt, Antworten auf Frage 37 und 39.

³²³ Vgl. RPW 2020/2, 708 ff., Rz 346 ff. *Sunrise/Liberty Global*.

			Sunrise	UPC			Quick-line	Salt	Swiss-Digital
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100 %	[10-20] %	[10-20] %	[50-60] %	[80-90] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100 %	[10-20] %	[10-20] %	[50-60] %	[80-90] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	[...]
	%	100 %	[10-20] %	[10-20] %	[50-60] %	[80-90] %	[0-10] %	n/a	[0-10] %

* in Anzahl Endkundenverträgen

Tabelle 43: Marktanteile und Anzahl Kunden auf dem nationalen Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden

361. Bei einer räumlichen Marktausdehnung, welche dem Netzwerk von UPC entspricht, ergeben sich die nachfolgenden Marktanteile:

Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden - Netzwerk von UPC									
		Total	Parteien		Swisscom	Kollekt.	Wettbewerber		
			Sunrise	UPC			Salt	Others	
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	
	%	100 %	[10-20] %	[20-30] %	[60-70] %	[90-100] %	[0-10] %	n/a	
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	
	%	100 %	[10-20] %	[20-30] %	[60-70] %	[90-100] %	[0-10] %	n/a	
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a	n/a	
	%	100 %	[10-20] %	[20-30] %	[60-70] %	[90-100] %	n/a	n/a	

Tabelle 44: Marktanteile und Anzahl Kunden auf dem Endkundenmarkt für Breitbandinternet für Privatkunden mit der regionalen Netzausdehnung von UPC

362. Die Marktanteilsbetrachtung zeigt, dass die Zusammenschlussparteien und Swisscom im Falle eines Zusammenschlusses einen gemeinsamen Marktanteil von über [80-90] % auf sich vereinen würden. Auf dem regionalen Markt, welcher das Netz von UPC einschliesst, erreichen die Zusammenschlussparteien und Swisscom gar einen gemeinsamen Marktanteil von über [90-100] %. Die Anzahl Marktteilnehmer sinkt damit grundsätzlich von drei auf zwei. Die Marktanteile und deren Entwicklung entsprechen grundsätzlich den Feststellungen im früheren Zusammenschlussvorhaben (vgl. Rz 334 ff.).

363. Allgemein kann in Bezug auf die aktuelle Konkurrenz festgehalten werden, dass in Gebieten, in denen eine alternative Glasfasernetzwerkinfrastruktur besteht, davon ausgegangen werden kann, dass ein gewisser Wettbewerb besteht. Da die Glasfasernetzwerkinfrastruktur hinsichtlich Übertragungsqualität und Bandbreiten einer HFC-Netzwerkinfrastruktur überlegen

ist, ist insbesondere UPC einem starken Wettbewerbsdruck durch die Glasfasernetzwerkinfrastruktur ausgesetzt.³²⁴ In Gebieten, in denen keine alternative Glasfaserinfrastruktur besteht, spielt heute ebenfalls ein gewisser Wettbewerb, dieser würde aber durch das vorliegende Zusammenschlussvorhaben bedeutet geschwächt.³²⁵ Gleiches gilt grundsätzlich auch für den **Markt für Festnetztelefonie**.³²⁶

364. Auf dem **Plattform-Markt für die Übertragung von linearen TV-Inhalten** vereinen die Zusammenschlussparteien und Swisscom bei einer schweizweiten räumlichen Marktabgrenzung die nachfolgenden Marktanteile auf sich:

Nationaler Plattform-Markt für die Übertragung von linearen TV-Inhalten									
		Total	Parteien		Swisscom	Kollekt.	Wettbewerber		
			Sunrise	UPC			Kabler	Zattoo	Salt
2019	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100 %	[0-10] %	[20-30] %	[30-40] %	[60-70] %	[10-20] %	[0-10] %	[0-10] %
2018	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	%	100 %	[0-10] %	[20-30] %	[30-40] %	[60-70] %	[10-20] %	[0-10] %	[0-10] %
2017	#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	n/a
	%	100 %	[0-10] %	[20-30] %	[30-40] %	[60-70] %	[10-20] %	[0-10] %	n/a

* in Anzahl Endkundenverträgen

Tabelle 45: Marktanteile und Anzahl Kunden auf dem nationalen Plattform-Markt für die Übertragung von linearen TV-Inhalten

365. Bei einer räumlichen Marktausdehnung, welche dem Netzwerk von UPC entspricht, ergeben sich die nachfolgenden Marktanteile:

Auf die Netzausdehnung von UPC beschränkter Plattform-Markt für die Übertragung von linearen TV-Inhalten								
	Total	Parteien		Swisscom	Kollekt.	Wettbewerber		
		Sunrise	UPC			Zattoo	Salt	Teleboy
#	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
%	100 %	[0-10] %	[30-40] %	[40-50] %	[80-90] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %

Tabelle 46: Marktanteile und Anzahl Kunden auf dem Plattformmarkt für die Übertragung von linearen TV-Inhalten mit der regionalen Netzausdehnung von UPC

366. Da UPC nicht mit anderen Kabelnetzbetreibern konkurriert, weil sie in den Gebieten der anderen Kabelnetzbetreiber nicht tätig ist, ist eine schweizweite Marktabgrenzung wenig aussagekräftig.³²⁷ Hingegen ist der räumliche Markt, der die Netzausdehnung von UPC umfasst,

³²⁴ Vgl. RPW 2020/2, 815, Rz 393, *Sunrise/Liberty Global*.

³²⁵ Vgl. RPW 2020/2, 817 f., Rz 412, *Sunrise/Liberty Global*.

³²⁶ Vgl. RPW 2020/2, 818 Rz 413, *Sunrise/Liberty Global*.

³²⁷ Vgl. RPW 2020/2, 819 Rz 420, *Sunrise/Liberty Global*.

dahingehend aussagekräftiger, als nur diejenigen Unternehmen erscheinen, die tatsächlich mit den Zusammenschlussparteien und Swisscom in Wettbewerb treten können. Auf diesem Markt vereinen die Zusammenschlussparteien und Swisscom einen Marktanteil von [80-90] % auf sich.

367. Für den Bereich der Übertragung von linearem TV ist in Bezug auf die aktuelle Konkurrenz zudem festzuhalten, dass Wilmaa als OTT-TV-Anbieterin von Sunrise übernommen wurde. Somit fällt hier im Gegensatz zum früheren Zusammenschlussvorhaben ein Konkurrent weg. Aufgrund der sehr geringen Marktanteile führt die Übernahme von Wilmaa aber nicht zu einer wesentlichen Änderung der Beurteilung des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens im Vergleich zum früheren Zusammenschlussvorhaben (vgl. Rz 346).

368. Für weitere Ausführungen zu den Indikatoren Marktanteile und Marktkonzentration wird auf die Stellungnahme der WEKO zum früheren Zusammenschlussvorhaben verwiesen.³²⁸

B.4.3.2.2. Symmetrien

369. Durch das Zusammenschlussvorhaben werden die Zusammenschlussparteien und Swisscom symmetrischer.³²⁹ Dies insbesondere aufgrund der Zusammenführung der Nummer zwei in den Märkten für leitungsgebundene Fernmeldedienste (UPC) mit der Nummer zwei im Bereich Mobilfunk und gleichzeitig der Nummer drei in den Märkten für leitungsgebundene Fernmeldedienste (Sunrise). Hinzu kommt, dass durch die Übernahme die Zusammenschlussparteien gemeinsam sowohl über ein Mobilfunknetzwerk als auch über ein weitreichendes leitungsgebundenes Fernmeldenetzwerk im Anschlussbereich verfügen werden. Heute verfügt lediglich Swisscom sowohl über ein eigenes Mobilfunknetz, als auch über ein weitreichendes leitungsgebundenes Fernmeldenetzwerk im Anschlussbereich. Im Gegensatz zum früheren Zusammenschlussvorhaben verfügen neu sowohl die Zusammenschlussparteien als auch Swisscom über die Möglichkeit zur Übertragung der exklusiven Sportinhalte des jeweils anderen (vgl. Rz 341). Damit dürften künftig sowohl Swisscom als auch das Zusammenschlussunternehmen sämtliche relevanten Sportarten übertragen können. Dies deutet – im Vergleich zum früheren Zusammenschlussvorhaben – auf eine leichte Erhöhung der Symmetrie hin.

370. In Bezug auf die Beurteilung der verschiedenen Arten von Symmetrien kann grundsätzlich auf die Stellungnahme der WEKO zum früheren Zusammenschlussvorhaben verwiesen werden.³³⁰

371. Wie im früheren Zusammenschlussvorhaben ist auch vorliegend insgesamt von einer stärker werdenden Symmetrie zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom auszugehen. Dies könnte einen Einfluss auf die Wettbewerbsstrategie der Zusammenschlussparteien haben. Insbesondere können die Zusammenschlussparteien allfällige Wettbewerbsnachteile, welche sie jeweils einzeln hatten³³¹, durch die Stärken des jeweils anderen Wettbewerbers kompensieren. Dies führt aber auch zu einem geringeren Druck, die Schwächen (wie zum Beispiel die Tatsache, dass Sunrise über kein eigenes leitungsgebundenes Netz im Anschlussbereich und UPC über kein Mobilfunknetzwerk verfügt) in den jeweils anderen Bereichen durch bessere Leistungen und Angebote in dem Bereich zu kompensieren, wo sie jeweils Stärken (Sunrise im Mobilfunkbereich und UPC im Bereich leitungsgebundenes Breitbandinternet gegenüber Endkunden) aufweisen.

³²⁸ Vgl. RPW 2020/2, 812 ff., Rz 369 ff. *Sunrise/Liberty Global*.

³²⁹ Vgl. ausführlich in RPW 2020/2, 823, Rz 449 ff. *Sunrise/Liberty Global*.

³³⁰ Vgl. RPW 2020/2, 824, Rz 452 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

³³¹ Sunrise hat kein eigenes leitungsgebundenes Festnetz im Anschlussbereich und UPC hat kein eigenes Mobilfunknetz.

372. In Bezug auf die Interessenssymmetrien wird in der Meldung geltend gemacht, es bestünden erhebliche Interessenunterschiede zwischen Swisscom als grossem staatlichen Telekommunikationsunternehmen auf der einen Seite und dem zusammengeführten Unternehmen als wesentlich kleinerem Herausforderer, der im Eigentum eines internationalen Telekommunikationsanbieters stehe, auf der anderen Seite. Das zusammengeführte Unternehmen könne die strategische Ausrichtung von Sunrise als Preisherausforderer und Innovator mit den Stärken der Plattformen und Netze von UPC und der Erfolgsbilanz und Erfahrung von Liberty Global bei der Schaffung starker disruptiver Akteure (die darauf basiert, ihre Strategie des Wachstums und der Technologie- und Dienstleistungsinnovation mit ihren europäischen Betreibern zu teilen) kombinieren und diese Kombination in eine aggressive Wachstumsstrategie kanalisieren, die sich deutlich von den Interessen und der Strategie von Swisscom als etablierter Betreiberin unterscheidet.³³²

373. Im früheren Zusammenschlussvorhaben hatte Sunrise öffentlich angekündigt und auch gegenüber der WEKO bekräftigt, dass sie mit der Übernahme von UPC weiter auf eine Wachstumsstrategie durch innovative Angebote zu wettbewerbsfähigen Preisen setze.³³³ Beim vorliegenden Zusammenschlussvorhaben wurde weder gegenüber der Öffentlichkeit noch gegenüber der WEKO eine solch explizite Zusicherung abgegeben, durch die Wahl einer Wachstumsstrategie künftig Preissenkungen durchzuführen. In der vorliegenden Meldung wird stattdessen ausgeführt, dass aufgrund des beträchtlichen Cross-Selling-Potenzials und der Kostensynergien, die durch das Zusammenschlussvorhaben entstehen würden, das zusammengeführte Unternehmen zu einem stärkeren Konkurrenten und zu einem Katalysator für weitere Infrastrukturinvestitionen, Produktinnovationen und verstärkten Wettbewerb auf den Einzelhandelsmärkten werden würde. Das Zusammenschlussvorhaben werde zwei komplementäre Unternehmen zusammenführen und ihre jeweiligen strategischen Ausrichtungen kombinieren und integrieren.³³⁴ Somit ist zwar auch vorliegend die Rede von einer Wachstumsstrategie, doch wird gleichzeitig auch von einer «Kombination der Stärken und strategischen Schwerpunkte» gesprochen. Aufgrunddessen und aufgrund der bisherigen Renditestrategie von UPC erscheint es insgesamt fraglich, ob das Zusammenschlussunternehmen künftig wirklich vollumfänglich auf eine Wachstumsstrategie setzen wird. Es wird sich zeigen, welche Geschäftsstrategie das Zusammenschlussunternehmen schliesslich wählen und wie sich diese auf den Wettbewerb auswirken wird (vgl. Rz 346 ff.). Je nachdem könnte die dadurch allenfalls entstehende Erhöhung der Symmetrie für die Entstehung oder Verstärkung einer kollektiven Marktbeherrschung sprechen. Insgesamt kann aber zum heutigen Zeitpunkt zumindest nicht davon ausgegangen werden, dass eine allfällig entstehende kollektive Marktbeherrschung auch zur Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs führen würde (vgl. hinten Rz 402).

B.4.3.2.3. Multimarktbeziehungen und Sanktionsmöglichkeiten

374. Sowohl Swisscom als auch Sunrise und UPC sind vorwiegend in der Schweiz auf den Telekommunikationsmärkten tätig. Die weiteren Geschäftsfelder sind im Vergleich zu ihren Tätigkeiten im Bereich der Telekommunikation vernachlässigbar. Dies führt aber auch dazu, dass sie sich quasi auf sämtlichen Telekommunikationsmärkten mit einer ähnlichen Ausgangslage gegenüberstehen. Insofern besteht die Möglichkeit, das Verhalten des jeweils anderen auf sämtlichen Märkten zu beobachten und auf Abweichungen von einem möglichen kollusiven Gleichgewicht zu reagieren.³³⁵ Im Gegensatz zum früheren Zusammenschlussvorhaben

³³² Vgl. act. 12, Rz 364.

³³³ Vgl. RPW 2020/2, 831, Rz 502 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

³³⁴ Vgl. act. 12, Rz 41.

³³⁵ Vgl. RPW 2020/2, 834, Rz 528, *Sunrise/Liberty Global*.

handelt es sich bei der Käuferin vorliegend um eine internationale Video-, Breitband- und Kommunikationsunternehmensgruppe mit Aktivitäten in mehreren europäischen Ländern (vgl. Rz 4 ff.).

375. Die Multimarktbeziehungen bestehen darin, dass sich Swisscom und die beteiligten Unternehmen grundsätzlich auf sämtlichen Telekommunikationsmärkten gegenüberstehen. Dies war auch schon vor dem Zusammenschlussvorhaben der Fall. Durch den Zusammenschluss werden allerdings die Ausgangslagen von Swisscom und Sunrise/UPC ähnlicher, da neu beide sowohl über eine eigene Festnetzinfrastruktur als auch über eine eigene Mobilfunkinfrastruktur verfügen und nicht nur Swisscom wie bisher. Durch die Migration eines Teils der Kunden von Sunrise auf die Netzwerkinfrastruktur von UPC wird Sunrise sicherlich von Swisscom unabhängiger. Swisscom und die Zusammenschlussparteien stehen sich aber nach wie vor auf den gleichen Märkten als Konkurrenten gegenüber, so dass die Anzahl Multimarktkontakte nach wie vor hoch bleibt.³³⁶

376. In der Meldung wird dazu ausgeführt, dass eine Kollusion über mehrere Märkte im vorliegenden Fall angesichts des dynamischen externen Wettbewerbs äusserst schwierig, wenn nicht gar unmöglich wäre. Da zudem Sunrise und UPC weniger abhängig von den Wholesale Produkten von Swisscom werden würden, könne dieser naheliegende Mechanismus zur Sanktionierung einer Abweichung vom kollusiven Gleichgewicht ausgeschlossen werden. Darüber hinaus würden sich die Merkmale der Geschäftskundenmärkte (d.h. erhebliche Asymmetrien hinsichtlich Marktanteilen, Kosten, Interessen, geringe Transparenz, hohe Nachfragemacht) für sich genommen bereits in einem Masse auf die anderen Märkte auswirken, dass eine kollektive Marktbeherrschung äusserst unwahrscheinlich werde.³³⁷

377. Die Sanktionsmöglichkeiten würden in Form von Preissenkungen in erster Linie in den Infrastrukturmärkten, das heisst im Bereich der Mobilfunknetze und im Bereich der leitungsgebundenen Breitbandinternetinfrastrukturen ausgeübt werden. Diese Sanktionsmöglichkeiten stünde ausschliesslich Netzbetreibern zur Verfügung, so dass sich diese von anderen Marktteilnehmern hinsichtlich Wettbewerb entsprechend abkoppeln könnten. Eine darüber hinausgehende Sanktionierung und vor allem eine Sanktionierung über verschiedene Märkte hinweg erscheine insbesondere aufgrund der bestehenden Ausweichmöglichkeiten (insbesondere über OTT-Angebote) als unwahrscheinlich. Vielmehr sei vorliegend davon auszugehen, dass die genannte Sanktionierung von abweichendem Verhalten in erster Linie auf den Breitbandinternetmärkten selbst stattfinden würde.

378. Hierzu ist anzumerken, dass Swisscom als Netzbetreiberin bereits seit vielen Jahren über solche Sanktionsmöglichkeiten verfügt und diese in der Vergangenheit gegenüber Sunrise, die eine konsequente Wachstumsstrategie verfolgte, bisher nicht angewendet hat. Dies insbesondere auch, weil Preissenkungen für Swisscom mit einem hohen Marktanteil vergleichsweise teuer wären. Somit bestehen zwar Sanktionsmöglichkeiten, die Swisscom und die Zusammenschlussparteien grundsätzlich anwenden könnten, um den jeweils anderen zu einem kollusiven Handeln zu bewegen. Dennoch sind diese Sanktionsmöglichkeiten als vergleichsweise teuer anzusehen, so dass diese wohl nur zur Anwendung kommen würden, um dem jeweils anderen Marktteilnehmer ein Signal auszusenden, wenn ohnehin bereits ein gemeinsames Verständnis betreffend die zu verfolgende Marktstrategie besteht. Da im Bereich der Telekommunikation Preisreduktionen nicht leicht wieder rückgängig gemacht werden können, ist es fraglich, ob die den Zusammenschlussparteien und Swisscom zur Verfügung stehenden Sanktionsmöglichkeiten ausreichend sind, um eine bestimmtes Verhalten des jeweils anderen entgegen seinen strategischen Zielen durchzusetzen.

³³⁶ Vgl. RPW 2020/2, 835, Rz 530, *Sunrise/Liberty Global*

³³⁷ Vgl. act. 12, Rz 368.

B.4.3.2.4. Marktwachstum und Innovation

379. Die beteiligten Unternehmen machen geltend, dass die unterschiedliche Technologie, die sie im Vergleich zur Swisscom einsetzen würden und die sich daraus ergebenden unterschiedlichen Innovationszyklen weiterhin disruptive Auswirkungen haben werden. Das Zusammenschlussvorhaben selbst sowie die Einführung der 5G-Technologie seien ebenfalls disruptive Ereignisse. Auch neue OTT-Dienstleistungen seien eine weitere disruptive Kraft in verschiedenen Endkundenmärkten. Auf den Fernsehmärkten z.B. sei die disruptive Wirkung der neuen OTT-Angebote wie Netflix, iTunes und Amazon Prime bereits erkennbar.

380. Die geltend gemachten Innovationen betreffen vor allem den TV Bereich und hier vor allem die VoD-Angebote. Besonders die Märkte im Bereich Breitbandinternet und Festnetztelefonie bestehen demgegenüber seit Jahrzehnten und können als weitgehend gesättigt angesehen werden. Mit dem Aufkommen der Glasfasertechnologie stellen zudem Bandbreiten in technischer Hinsicht keine Unterscheidungsmerkmale mehr dar, da nach heutigem Nutzungsverhalten über die Glasfasertechnologie beliebige Bandbreiten realisiert werden können. Demnach bestehen im Markt im Wesentlichen nur noch über die Servicequalität und den Preis Differenzierungsmöglichkeiten. Dies hat aber auch zur Folge, dass bei einem gesättigten Markt Preiswettbewerb relativ teuer ist und zusätzliche Marktanteile grundsätzlich nicht über neu in den Markt eintretende Kunden, sondern durch Umverteilung schon im Markt bestehender Kunden gewonnen werden.³³⁸ Im Übrigen kann auf die Ausführungen in der Stellungnahme zum früheren Zusammenschlussvorhaben verwiesen werden.³³⁹

B.4.3.2.5. Markttransparenz

381. In der Meldung wird darauf hingewiesen, dass die Transparenz ein sehr schwacher Indikator für kollusives Verhalten sei, da sie auch insofern wettbewerbsfördernde Wirkungen haben könne als sie es anderen Wettbewerbern ermögliche, ihre Preise ebenfalls zu senken. Darüber hinaus könnten die Preise zwar in der Tat öffentlich und über Konsumenten Websites vergleichbar sein, die schiere Anzahl von Kombinationen dies jedoch selbst für professionelle Marketingabteilungen zu einer Herausforderung mache. Schliesslich sei auch die Existenz von «under-the-counter»-Angeboten für bestehende Kunden ein bedeutender Faktor.³⁴⁰

382. Hierzu ist anzumerken, dass aus Sicht der WEKO Transparenz für sich alleine noch keinen Schluss auf ein mögliches kollusives Verhalten zulässt. Dennoch stellt Transparenz eine notwendige Bedingung dar, die kollusives Verhalten zwischen möglichen Oligopolisten zumindest wesentlich erleichtert, da ein Abweichen vom Oligopolgleichgewicht schneller erkannt und darauf reagiert werden kann.

383. In Bezug auf die Transparenz kann vollumfänglich auf die Ausführungen in der Stellungnahme der WEKO zum früheren Zusammenschlussvorhaben verwiesen werden.³⁴¹ Hervorzuheben ist, dass die Telekommunikationsmärkte aufgrund der verschiedenen Statistiken (Zahlen zum Fernmeldeverkehr des BAKOM) und der öffentlich bekannten Tarife im Privatkundenbereich grundsätzlich als sehr transparent qualifiziert werden können. Quasi sämtliche Preise und Rabattaktionen können auf den einzelnen Webseiten der Fernmeldediensteanbieter abgerufen werden. Gleiches gilt auch für die Fernsehangebote. Zudem bieten verschiedene Vergleichswebseiten, wie z.B. [Comparis.ch](https://www.comparis.ch)³⁴² die Möglichkeit, Direktvergleiche

³³⁸ Vgl. RPW 2020/2, 836, Rz 540 und 544, *Sunrise/Liberty Global*.

³³⁹ Vgl. RPW 2020/2, 835 ff, Rz 538 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

³⁴⁰ Vgl. act. 12, Rz 372.

³⁴¹ Vgl. RPW 2020/2, 837 f., Rz 545 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

³⁴² <https://www.comparis.ch/telecom/mobile> sowie <https://www.comparis.ch/telecom/adsl>, zuletzt besucht am 9. Mai 2019.

zwischen den verschiedenen Fernmeldediensteanbietern anzustellen.³⁴³ Auch «under-the-counter»-Angebote, welche in der Branche üblich sind, können wohl aufgrund der eigenen Erfahrungswerte auch andeutungsweise bei der Konkurrenz eingeschätzt werden.³⁴⁴

384. Anders ist die Ausgangslage im Bereich der Märkte für Geschäftskunden. Zwar besteht weitgehende Transparenz hinsichtlich der Vorleistungsprodukte von Swisscom. Hingegen sind die einzelnen Angebote der Fernmeldediensteanbieter gegenüber den Geschäftskunden weitgehend unbekannt. Zwar können aufgrund der bekannten Vorleistungspreise gewisse Rückschlüsse auf das mögliche Bieterverhalten gezogen werden. Dennoch bleiben die Kalkulationen und damit die Preissetzung sowie der angebotene Mix an Konditionen für die einzelnen Anbindungen für die jeweiligen Wettbewerber oft weitgehend unbekannt.³⁴⁵

B.4.3.2.6. Stellung der Marktgegenseite

385. Im Privatkundenbereich steht eine atomistische Marktgegenseite ohne jegliche Verhandlungsmacht den einzelnen Fernmeldediensteanbietern gegenüber. Die Marktgegenseite kann damit als äusserst schwach qualifiziert werden. Die Stellung der Marktgegenseite reicht im Privatkundenbereich in keinem Fall aus, um eine disziplinierende Wirkung auf allenfalls kollektiv marktbeherrschende Unternehmen auszuüben.³⁴⁶

386. Im Geschäftskundenbereich hat die Marktgegenseite eine etwas bessere Verhandlungsposition, da sie verschiedene Angebote von Fernmeldediensteanbietern gegeneinander auspielen kann. Dennoch muss alleine aufgrund der Grössenverhältnisse die Stellung der Marktgegenseite im Geschäftskundenbereich ebenfalls als schwach bezeichnet werden. Dies insbesondere, da viele Fernmeldediensteanbieter für die Bereitstellung von Fernmeldediensten gegenüber der Marktgegenseite auf Vorleistungsprodukte von Swisscom oder den Elektrizitätsversorgungsunternehmen angewiesen sind. Dies gilt umso mehr, als im Geschäftskundenbereich oft symmetrische Bandbreiten nachgefragt werden, welche über die Koaxialkabelnetzwerkinfrastruktur, wie diejenige von UPC, nur in sehr begrenztem Umfang bereitgestellt werden können.³⁴⁷

B.4.3.2.7. Potentielle Konkurrenz

387. In der Meldung wird geltend gemacht, dass die Marktzutrittsschranken für potentielle Konkurrenten niedrig seien. Zusammen mit dem Wettbewerb auf den vorgelagerten Wholesale Märkten werde auf allen relevanten Märkten bereits ein erheblicher Druck ausgeübt, der eine monopolistische Preisbildung durch (stillschweigendes) kollusives Verhalten sehr unwahrscheinlich mache. Was den Breitbandinternetzugang anbelange, habe das Zusammenschlussvorhaben angesichts der Tatsache, dass Sunrise über keine eigene Netzinfrastruktur verfüge, keine signifikanten Auswirkungen auf die Wholesale-Märkte. Umgekehrt besitze UPC keine eigene Infrastruktur im Bereich der Mobilfunkdienstleistungen, sondern sei nur als MVNO tätig, so dass die Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens vernachlässigbar seien.³⁴⁸

³⁴³ Vgl. RPW 2020/2, 837, Rz 545, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁴⁴ Vgl. RPW 2020/2, 838, Rz 553, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁴⁵ Vgl. RPW 2020/2, 838, Rz 555, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁴⁶ Vgl. RPW 2020/2, 838, Rz 557, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁴⁷ Vgl. RPW 2020/2, 838, Rz 558, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁴⁸ Vgl. act. 12, Rz 376.

388. Obwohl Sunrise bis anhin über keine eigene Festnetzinfrastruktur verfügt, war sie doch in der Lage, sich über die Jahre hinweg zu einer namhaften Konkurrentin in Bereich Breitbandinternet zu entwickeln (vgl. Rz 360 ff.). Insofern fällt durch das vorliegende Zusammenschlussvorhaben einerseits ein Konkurrent auf dem Endkundenmarkt weg und andererseits ein Nachfrager auf der Wholesale-Ebene.³⁴⁹

389. Zum jetzigen Zeitpunkt ist nicht davon auszugehen, dass mit der fünften Generation der Mobilfunknetzübertragungen eine alternative Infrastruktur zur Verfügung steht, um flächendeckend Breitbandinternetangebote als Ersatz für eine grössere Anzahl von Nutzern leitungsgebundener Breitbandinternetzugänge zu lancieren (vgl. Rz 110 ff.).

390. Es ist auch nicht ersichtlich, dass ein weiterer Infrastrukturanbieter neben Swisscom, den Elektrizitätsversorgungsunternehmen und den Kabelnetzbetreibern in den Markt eintreten wird.³⁵⁰

391. Als weitere potenzielle Wettbewerber kommen Fernmeldediensteanbieter ohne eigenes Netz in Frage. Solche sind bereits in den letzten Jahren mit dem Aufkommen der Glasfasernetzwerkinfrastruktur der Elektrizitätsversorgungsunternehmen in den Markt eingetreten. Da Kooperationspartner von Swisscom in der Regel nicht auf den Endkundenmärkten tätig sind, haben diese grundsätzlich ein Interesse Vorleistungsprodukte so anzubieten, dass die Nachfrager nach Vorleistungsprodukten auf dem Endkundenmarkt Marktanteile hinzugewinnen können. Hierdurch kann Wettbewerbsdruck auf eine mögliche kollektiv marktbeherrschende Stellung zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom entstehen. Dennoch sind ihre Möglichkeiten Wettbewerbsdruck auf die etablierten Fernmeldediensteanbieter auszuüben relativ gering. Insbesondere haben sie es in den letzten Jahren nicht vermocht, signifikant an Marktanteilen zu gewinnen, so dass keiner dieser alternativen Fernmeldediensteanbieter einen Marktanteil von über einem Prozent erreichen konnte.³⁵¹ Ausserhalb der FTTH-Regionen haben potenzielle Wettbewerber lediglich die Möglichkeit, über den Bezug von Vorleistungsprodukten bei Swisscom in den Endkundenmarkt für Breitbandinternet einzutreten. Diese Abhängigkeit von Swisscom macht es für potenzielle Wettbewerber schwierig, auf die anderen Wettbewerber substantziellen Wettbewerbsdruck zu erzeugen.³⁵²

392. Es ist derzeit auch nicht damit zu rechnen, dass sich eine weitere Glasfaserkooperation, analog der geplanten zwischen Sunrise und Salt bilden wird. Dennoch zeigt dieses Beispiel, dass unter bestimmten Umständen selbst der Eintritt eines neuen Infrastrukturwettbewerbers in den Markt möglich zu sein scheint.

393. Insgesamt muss aber davon ausgegangen werden, dass zumindest im Bereich Breitbandinternet und lineares Fernsehen keine ausreichende potenzielle Konkurrenz ersichtlich ist, welche dahingehend eine disziplinierende Wirkung entfalten könnte, dass eine allfällige durch das Zusammenschlussvorhaben entstehende kollektive Marktbeherrschung diszipliniert würde.³⁵³

B.4.3.2.8. Zwischenergebnis der kollektiven Marktbeherrschung

394. Die einzelnen Prüfungspunkte zeigen, dass die gemeinsamen Marktanteile zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom sehr hoch sind. Insbesondere in den Märkten

³⁴⁹ Vgl. dazu ausführlich RPW 2020/2, 821 ff., Rz 431 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

³⁵⁰ Vgl. RPW 2020/2, 839, Rz 560, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁵¹ Vgl. RPW 2020/2, 839, Rz 562, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁵² Vgl. RPW 2020/2, 839, Rz 565, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁵³ Vgl. ausführlich in RPW 2020/2, 839 ff., Rz 559 ff., *Sunrise/Liberty Global*.

für Breitbandinternet, Festnetztelefonie und den TV-Märkten erreichen die Zusammenschlussparteien zusammen mit Swisscom Marktanteile von über [70-80] % bis über [90-100] %. Damit steigt auch der Konzentrationsgrad in den jeweiligen Märkten sehr stark an (vgl. Rz 360 ff.).

395. Durch den Zusammenschluss werden die Zusammenschlussparteien und Swisscom in verschiedener Hinsicht zudem bedeutend symmetrischer. Während vor dem Zusammenschluss lediglich Swisscom Quadruple-Play-Angebote auf der eigenen Netzwerkinfrastruktur anbieten kann, können dies nach dem Zusammenschluss auch die Zusammenschlussparteien tun. Zudem könnte die Einigung von Swisscom und UPC, sich ihre exklusiven Sportinhalte gegenseitig zugänglich zu machen, grundsätzlich dahingehend gedeutet werden, dass dadurch die Symmetrie zwischen dem Zusammenschlussunternehmen und Swisscom erhöht wird (vgl. Rz. 341 ff. und Rz 369).

396. Die Erhöhung der Symmetrie führt grundsätzlich dazu, dass die Zusammenschlussparteien ihre bisherigen Schwächen gegenüber Swisscom nicht mit günstigeren Angeboten in den Bereichen, in denen Stärken bestehen, ausgleichen müssen (vgl. Rz 369 ff).

397. Im früheren Zusammenschlussvorhaben hatte Sunrise öffentlich angekündigt und auch gegenüber der WEKO bekräftigt, auch mit der Übernahme von UPC künftig auf eine Wachstumsstrategie zu setzen und Preissenkungen durchzuführen. Beim vorliegenden Zusammenschlussvorhaben wurde weder gegenüber der Öffentlichkeit noch gegenüber der WEKO eine solche explizite Zusicherung abgegeben. In der vorliegenden Meldung ist zwar ebenfalls von einer Wachstumsstrategie die Rede, doch wird gleichzeitig auch von einer «Kombination der Stärken und strategischen Schwerpunkte» gesprochen. Aufgrund dessen und aufgrund der bisherigen Renditestrategie von UPC erscheint es insgesamt fraglich, auf welche Geschäftsstrategie das Zusammenschlussunternehmen in den verschiedenen Märkten letztlich setzen wird. Je nach dem könnte dies zu einer weiteren Erhöhung der Interessenssymmetrie zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom führen (vgl. Rz 346 ff. und Rz 373). In der Vergangenheit hat sich jedenfalls die von Sunrise eingeschlagene Wachstumsstrategie im Bereich Breitbandinternet gegenüber Privatkunden als erfolgreich erwiesen und die von UPC verfolgte Renditestrategie hat bei ihr zu einem starken Kundenrückgang geführt. Vor diesem Hintergrund ist ein koordiniertes Verhalten zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom zumindest unsicher. Von einer kollektiven Marktbeherrschung kann allerdings nur dann ausgegangen werden, wenn die Interessen gleichgerichtet sind und zwischen den Beteiligten ein gemeinsames Verständnis besteht, dass es für beide lohnenswerter ist, sich gegenseitig keinen Wettbewerb zu liefern. Insbesondere der Erfolg von Sunrise mit der von ihr in der Vergangenheit verfolgten Wachstumsstrategie lässt ein koordiniertes Verhalten der Zusammenschlussparteien und Swisscom weniger wahrscheinlich erscheinen. Eine von den Zusammenschlussparteien verfolgte Wachstumsstrategie wäre für ein koordiniertes Verhalten zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom hinderlich.

398. Insgesamt ist in den Telekommunikationsmärkten insbesondere im Privatkundenbereich die Markttransparenz sehr hoch und es ist davon auszugehen, dass sämtliche Angebotsänderungen von den anderen Marktteilnehmern zeitnah beobachtet werden können und darauf reagiert werden kann (vgl. Rz 381 ff.). Das Marktwachstum ist inzwischen begrenzt und es handelt sich um weitgehend gesättigte Märkte, was die Anzahl Kunden anbelangt. Es sind auch keine Innovationen zu erwarten, welche geeignet sind, die Marktverhältnisse gravierend zu verändern. Vielmehr sind die zu erwartenden Änderungen der Marktverhältnisse gradueller Natur, so dass sich die einzelnen Fernmeldedienstanbieter anpassen können. Daher ist nicht zu erwarten, dass grössere Wettbewerbsvorteile durch technologische Entwicklungen nur durch einzelne Fernmeldedienstanbieter realisiert werden können und es so zu grösseren Marktanteilsverschiebungen kommen wird (vgl. Rz 379 ff.). Auch die Stellung der Marktgegenseite ist im Privatkundenbereich als schwach anzusehen und es ist nicht damit zu rechnen, dass weitere Netzbetreiber in den Markt einsteigen, weshalb weder von der Marktgegenseite

noch von potenziellen Wettbewerbern eine disziplinierende Wirkung ausgehen wird (vgl. Rz. 385 ff.).

399. Insgesamt ergibt sich daraus, dass das Zusammenschlussvorhaben grundsätzlich das Potenzial hätte, den Wettbewerb auf den Endkundenmärkten für Breitbandinternet, auf den Festnetztelefoniemärkten und den Plattformmärkten für lineares Digital-TV zu schwächen.³⁵⁴

400. Im Gegensatz zum früheren Zusammenschlussvorhaben fehlt vorliegend zudem die ausdrückliche Zusicherung und öffentliche Festlegung der Zusammenschlussparteien, durch die Wahl einer Wachstumsstrategie künftig Preissenkungen durchzuführen. In der vorliegenden Meldung ist aber von einer Wachstumsstrategie die Rede. Eine solche hat sich in der Vergangenheit für Sunrise auch als erfolgreich herausgestellt. Die von UPC in der Vergangenheit verfolgte Renditestrategie hat hingegen zu kontinuierlichen und spürbaren Kundenverlusten geführt. Auch wenn die zukünftige Strategiewahl noch nicht festgelegt ist, scheint vor dem Hintergrund der erfolgreichen Marktstrategie von Sunrise dennoch ein kollusives Verhalten zwischen Swisscom und den Zusammenschlussparteien weniger wahrscheinlich.

401. Insgesamt kann somit das Vorliegen von Anhaltspunkten für die Begründung oder Verstärkung einer kollektiv marktbeherrschenden Stellung zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom nicht von vornherein ausgeschlossen werden. Dennoch ist für ein koordiniertes Verhalten zumindest zwischen den an einem möglichen Oligopol beteiligten Unternehmen ein implizites Verständnis über die zu verfolgende Marktstrategie notwendig. Sunrise hat in der Vergangenheit eine Wachstumsstrategie erfolgreich umgesetzt. Eine solche Wachstumsstrategie ist aber gerade mit einem koordinierten Verhalten nicht vereinbar. Solange diese Unsicherheiten bestehen bleibt und die Zusammenschlussparteien in der Zukunft auf eine Wachstumsstrategie setzen, ist eine Koordination zwischen den Zusammenschlussparteien und Swisscom nicht zu erwarten.

402. Die vor rund einem Jahr von der WEKO durchgeführte Prüfung gemäss Art. 33 KG bzw. Art. 10 Abs. 2 KG des Zusammenschlussvorhabens Sunrise/Liberty Global ergab, dass die Begründung einer kollektiven Marktbeherrschung durch die Zusammenschlussparteien und Swisscom unwahrscheinlich sei³⁵⁵ und somit die Voraussetzungen gemäss Art. 10 Abs. 2 KG für ein Verbot des Zusammenschlussvorhabens oder die Zulassung nur unter Auflagen oder Bedingungen, nicht gegeben waren.³⁵⁶ Da das vorliegende Zusammenschlussvorhaben nur unwesentlich vom früheren Zusammenschlussvorhaben abweicht und das Ergebnis der Prüfung des früheren Zusammenschlussvorhabens nicht zu verändern vermag (vgl. Rz 320 ff.), besteht vorliegend kein zwingender Grund von dieser Einschätzung abzuweichen. Daher rechtfertigt es sich auch aus verfahrensökonomischen Gründen nicht, eine sowohl für die beteiligten Unternehmen als auch für die Behörden sehr aufwändige vertiefte Prüfung des Zusammenschlussvorhabens durchzuführen. Aus diesem Grund kann – unabhängig davon, ob Anhaltspunkte für die Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung bestehen – aufgrund dieser speziellen Ausgangslage auf eine Prüfung gemäss Art. 33 KG bzw. Art. 10 Abs. 2 KG verzichtet werden.³⁵⁷

B.4.4 Ergebnis

403. Hinsichtlich einer Einzelmarktbeherrschung auf den Märkten für den IP-Interkonnektionszugang zu den Endkunden von Sunrise und UPC und auf den Märkten für die Bereitstellung von Sportübertragungen im Pay-TV ist festzuhalten, dass aufgrund der bereits

³⁵⁴ Vgl. auch RPW 2020/2, 841, Rz 578, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁵⁵ Vgl. auch RPW 2020/2, 841, Rz 578, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁵⁶ Vgl. RPW 2020/2, 842, Rz 595, *Sunrise/Liberty Global*.

³⁵⁷ Vgl. RPW 2016/1 283 f., Rz 166 ff., *Tamedia/Tradono Denmark/Tradono Switzerland*.

vor dem Vollzug des Zusammenschlussvorhabens bestehenden allfälligen Marktbeherrschung und aufgrund der geringen Wettbewerbswirkungen des Zusammenschlusses in diesen Bereichen, die Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung, durch die wirksamer Wettbewerb beseitigt werden kann, zu verneinen ist (vgl. Rz 299).

404. In Bezug auf die Beurteilung einer allfälligen kollektiven Marktbeherrschung auf den Märkten für Breitbandinternet im Privatkundenbereich, auf den Märkten für Festnetztelefonie und auf den Plattformmärkten für die Übertragung von linearem TV fehlt es vorliegend – im Gegensatz zum früheren Zusammenschlussvorhaben – an der ausdrücklichen Ankündigung von Liberty Global, künftig Preissenkungen durchsetzen zu wollen. Dies könnte – im Vergleich zum früheren Zusammenschlussvorhaben – eher auf eine Renditestrategie und damit auf eine Erhöhung der Interessenssymmetrie zwischen dem Zusammenschlussunternehmen und Swisscom hindeuten. Dennoch spricht der Erfolg, den Sunrise in der Vergangenheit mit dem strikten Verfolgen einer Wachstumsstrategie hatte, dafür, dieses Erfolgsrezept weiterzuführen. Es wird abzuwarten sein, für welche Strategie sich das zusammengeschlossene Unternehmen entscheiden wird und ob die vorliegend in der Meldung gewählte Formulierung der «aggressiven Wachstumsstrategie» lediglich für die Zwecke der Prüfung des Zusammenschlussvorhabens vorgebracht wurde. Unabhängig davon ist aber darauf hinzuweisen, dass auch im Rahmen des gescheiterten Übernahmeversuchs von UPC durch Sunrise keine absolute Sicherheit bestand, dass die Zusammenschlussparteien eine konsequente Wachstumsstrategie verfolgen würden, da ein Strategiewechsel von einem Unternehmen jederzeit vollzogen werden kann. Dennoch ist die WEKO auch im Zusammenschlussvorhaben 41-0892 Sunrise/Liberty Global zum Schluss gekommen, dass keine kollektiv marktbeherrschende Stellung droht, durch die wirksamer Wettbewerb hätte beseitigt werden können.

405. Insgesamt ist festzuhalten, dass für das vorliegende Zusammenschlussvorhaben keine zwingenden Gründe bestehen, welche eine abweichende Beurteilung des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens vom Zusammenschlussvorhaben 41-0892: Sunrise/Liberty Global rechtfertigen würden. Die bestehenden Differenzen wie die aktuellen Marktdaten, die vertauschten Rollen von Käufer, Verkäufer und Kaufobjekt sowie die geplante Glasfaser Kooperation zwischen Sunrise und Salt sind im Hinblick auf die Nachvollziehbarkeit, die Kontinuität und der willkürfreien Beurteilung des Sachverhalts nicht ausreichend, um eine diametral andere Beurteilung des nahezu identischen Sachverhalts durch dieselbe Behörde zu rechtfertigen.

406. Aufgrund der obenstehenden Analyse ist auf die Einleitung einer Prüfung gemäss Art. 33 KG bzw. Art. 10 Abs. 2 KG zu verzichten.