

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 16. Juli 2003

in einem Verfahren nach Artikel 82 EG-Vertrag

(COMP/38.233 — Wanadoo Interactive)

(Nur der französische Text ist verbindlich)

In der veröffentlichten Version dieser Entscheidung wurden bestimmte Informationen gem. Art. 20(2) und Art. 21(2) der Ratsverordnung (EWG) Nr. 17/62 über die Nichtveröffentlichung von Geschäftsgeheimnissen und anderen vertraulichen Informationen ausgelassen. Die Auslassungen sind durch Klammern [...] gekennzeichnet. Soweit möglich wurden die ausgelassenen Informationen durch eine Bandbreite/Bereichsangabe von Zahlen oder eine allgemeine Beschreibung ersetzt.

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN -

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung Nr. 17 des Rates vom 6. Februar 1962 — Erste Durchführungsverordnung zu den Artikeln 85 und 86 des Vertrags¹, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1216/1999², insbesondere auf Artikel 15 Absatz 2,

gestützt auf den Beschluss der Kommission vom 27. Juli 1999, eine Untersuchung der Telekommunikationsbranche einzuleiten,

gestützt auf den Beschluss der Kommission vom 19. Dezember 2001, ein Verfahren in dieser Sache einzuleiten,

nachdem den betroffenen Unternehmen Gelegenheit gegeben wurde, sich nach Artikel 19 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17 des Rates und der Verordnung (EG) Nr. 2842/98 der Kommission vom 22. Dezember 1998 über die Anhörung in bestimmten Verfahren nach Artikel 81 und 82³ zu den von der Kommission in Betracht gezogenen Beschwerdepunkten zu äußern,

nach Stellungnahme des Beratenden Ausschusses für Kartell- und Monopolfragen,

in Kenntnis des Abschlussberichts des Anhörungsbeauftragten in dieser Sache,

in Erwägung nachstehender Gründe:

¹ ABl. Nr. 13 vom 21.2.1963, S. 204/62.

² ABl. L 148 vom 15.6.1999, S. 5.

³ ABl. L 354 vom 30.12.1998, S. 18.

I. SACHVERHALT

A. Einleitung.....	6
B. Das betroffene Unternehmen	7
C. Die betroffenen Dienste.....	9
1. Einleitung: Der Internetzugang in Frankreich	9
2. Die betroffenen Dienste: Breitband-Internetzugang für Privatkunden	9
D. Die ADSL-Produkte von Wanadoo Interactive für die Breite Öffentlichkeit und die darauf entfallenden Erträge	11
1. Wanadoo ADSL und eXtense.....	11
2. Gesamt- und Einheitserträge der Produkte Wanadoo ADSL und eXtense	12
1. Gesamtertrag der Dienste im Jahr 2001	12
2. Der theoretische Einheitsertrag pro Anschluss.....	13
3. Der festgestellte durchschnittliche Einheitsertrag pro Anschluss	13
4. Erträge aus Inhalten	15
E. Bei Wanadoo Interactive anfallende Kosten.....	16
1. In der Analyse berücksichtigter Kostenumfang.....	16
2. Die Netzkosten.....	17
1. Die Zugangskosten.....	18
2. Die Kosten für den Routing-Dienst	18
3. Die Kosten für die internationale Anbindung.....	20
4. [...] im Jahr 2001 erhaltene Preisnachlässe	21
3. Die Kosten für Akquisition und Kundengewinnung.....	21
1. Werbung, Marketing und Verkaufsförderung	22
2. Die Kosten der Verkaufsorganisation	23
3. Die Gebühren für den Anschluss.....	24
4. Die andere Produktionskosten	24
F. Das Ausmass der Kostendeckung durch die Erlöse	24
1. Die Deckung der Vollkosten eines kurzen Zeitraums.....	25
2. Die tatsächliche Deckung der aufgeschlüsselten Kosten.....	25
1. Deckung der variablen Stückkosten.....	27
2. Deckung der variablen Stückvollkosten.....	28

3.	Analyse anhand aufeinander folgender Generationen von neuen Teilnehmern	29
1.	Analyse der ausschließlich für die neuen Generationen von Teilnehmern aufgeschlüsselten Kosten.....	29
2.	Ungültigkeit einer DCF-Analyse im vorliegenden Fall	30
4.	Die ex ante vorhersehbare Deckung der aufgeschlüsselten Kosten.....	32
5.	Schlussfolgerungen zur Kostendeckung.....	34
G.	Unternehmensinterne Unterlagen, die auf eine Strategie zur Vereinnahmung des Breitbandmarktes hinweisen.....	35
1.	Die Formulierung der Absicht, den Breitbandmarkt zu vereinnahmen	35
2.	Unternehmensinterne Überlegungen von Wanadoo Interactive zur Preisgestaltung und zu den wirtschaftlichen und finanziellen Auswirkungen der Entwicklung seiner ADSL-Dienste.....	37
3.	Die Kenntnisse von Wanadoo Interactive über die rechtlichen Risiken	40
4.	Elemente, die auf eine Strategie der Einschränkung und Verdrängung der Wettbewerber hinweisen	41
H.	Das Verfahren	44
1.	Verlauf des Verfahrens.....	44
2.	Akteneinsicht	46
3.	Einwände von Wanadoo Interactive gegen das Schreiben der Kommission vom 16. Januar 2002.....	48
A.	Artikel 82 EG-Vertrag.....	49
B.	Der relevante Markt.....	49
1.	Der Dienstleistungsmarkt	49
1.	Einleitung	49
2.	Unterschiedliche Verwendungszwecke	51
3.	Technische Besonderheiten und Leistungsmerkmale	53
4.	Preisunterschiede der Dienste und Ertragsunterschiede pro Teilnehmer.....	56
5.	Würdigung des Ausmaßes der Substituierbarkeit.....	57
6.	Schlussfolgerung zum Dienstleistungsmarkt	61
2.	Der geografische Markt	62
C.	Die beherrschende Stellung	62
1.	Allgemeine Aspekte	62
2.	Die Marktanteile	63

3.	Die Verbindung mit France Télécom.....	68
1.	Die Synergieeffekte in einem großen Konzern	70
2.	Technische Unterstützung	70
3.	Die kommerzielle Unterstützung	72
4.	Die logistische und finanzielle Unterstützung.....	74
4.	Die Stellung von Wanadoo Interactive auf dem Markt für die Herausgabe von Telefonbüchern	75
5.	Schlussfolgerungen	77
D.	Der Missbrauch der beherrschenden Stellung	77
6.	Vorliegen des Tatbestandes des Missbrauchs aufgrund nicht kostendeckender Preise im Rahmen eines Plans zur Vereinnahmung des Marktes	77
1.	Die Deckung der Kosten	77
2.	Einwände des Unternehmens gegen die Auslegung seiner Preispolitik	79
3.	Die Absicht, die Wettbewerber zu verdrängen.....	81
a)	Der Plan zur Vereinnahmung des Markts	81
b)	Die Wahl einer Strategie in Hinblick auf Preise und Mengen, mit der die Wettbewerber nicht Schritt halten können	81
c)	Der Hintergrund der allgemeinen Strategie des France-Télécom-Konzerns in Hinblick auf den Wettbewerb auf dem Breitbandmarkt.....	85
4.	Von Wanadoo Interactive mit seiner Vereinnahmungsstrategie verfolgte Ziele	87
5.	Schlussfolgerungen über die Vereinnahmungsabsicht.....	90
2.	Anwendbarkeit des Begriffs der Verdrängung in einem Sektor mit starkem Wachstum	90
3.	Fehlen einer objektiven Rechtfertigung für die Festsetzung von nicht kostendeckenden Preisen.....	92
1.	Größen- und Lerneffekte.....	92
2.	Fehlen einer Rechtfertigung für positive Externalitäten	93
3.	Das Argument der Anpassung an die Preise der Wettbewerber.....	94
4.	Wahrscheinlichkeit eines Ausgleichs der Verluste.....	99
1.	Behinderungen für die Mobilität der bestehenden Teilnehmer.....	102
2.	Die Kosten für den Einstieg und die Erreichung einer kritischen Größe auf einem Massenmarkt.....	103
3.	Kosten der Alternativen zum Weiterverkaufsangebot der France Télécom für die Zugangsanbieter	108

4. Wiederherstellung und Anstieg der Handelsspannen von Wanadoo Interactive als Zeichen für die Wahrscheinlichkeit des dauerhaften Ausgleichs der anfänglichen Verluste	109
5. Schlussfolgerung zur Wahrscheinlichkeit eines Ausgleichs der Verluste	110
5. Schlussfolgerung zum Missbrauch	110
E. Auswirkungen des Missbrauchs auf den Wettbewerb	111
1. Folgen der von Wanadoo Interactive verfolgten Strategie für den Markt in den Jahren 2001 und 2002	111
a) Entwicklung der Marktanteile und der Wachstumsraten	111
b) Interpretation der auf dem Markt festgestellten Entwicklungen	113
2. Auswirkungen am Ende des Missbrauchs und mittelfristige Folgen	116
F. Auswirkungen auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten	118
G. Artikel 3 der Verordnung Nr. 17	118
H. Artikel 15 der Verordnung Nr. 17	119
1. Schwere des Verstoßes	120
1. Art des Verstoßes	120
2. Auswirkungen auf den Markt	120
3. Umfang des betreffenden geografischen Marktes	120
4. Schlussfolgerungen zur Schwere des Verstoßes	121
2. Dauer des Verstoßes	121
3. Mildernde oder erschwerende Umstände	122

I. SACHVERHALT

A. EINLEITUNG

1. Die Entwicklung des Breitband-Internetzugangs stellt ein Schlüsselement in der Vorbereitung Europas auf die Informationsgesellschaft dar. Durch die damit verbundene Schnelligkeit, Leichtigkeit und Nutzerfreundlichkeit bei der Verwendung des Internet sowie durch die Erweiterung der möglichen Anwendungen und Verwendungszwecke trägt der Breitband-Internetzugang insbesondere zur Entwicklung des elektronischen Handels und zur Entstehung neuer Arten der Verbreitung von Inhalten auf elektronischem Weg bei, wodurch er eine wirtschaftliche und strategische Dimension von höchster Bedeutung erlangt. Die Verbreitung des Breitband-Internetzugangs in Europa hängt weitgehend vom Ausbau der digitalen Teilnehmeranschlussleitungen („digital subscriber line“ oder DSL) in den Ortsnetzen der etablierten Betreiber ab. Diese Teilnehmeranschlüsse, über die die Endnutzer an das allgemeine Telekommunikationsnetz angeschlossen sind, werden als Ortsanschlussnetz (local loop) bezeichnet. Die Entwicklung von DSL-Diensten auf kommerzieller Basis hat in Europa erst im Jahr 1999 richtig eingesetzt.
2. In diesem Zusammenhang hat die Kommission im Juli 1999 die Einleitung einer Untersuchung der Telekommunikationsbranche aufgrund ihrer Befugnisse gemäß Artikel 12 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17⁴ beschlossen, von der eine Phase der Bereitstellung des Zugangs zum Ortsanschlussnetz und der Verwendung desselben durch Privatkunden gewidmet ist. Die Ziele dieser Untersuchung bestanden insbesondere darin, nach Beweisen für eine wettbewerbswidrige Gestaltung der Preise für die das Ortsanschlussnetz verwendenden Dienste, für Beschränkungen zum Marktzugang sowie für Verdrängungspreise zu suchen.
3. Im Rahmen dieser Branchenuntersuchung und aufgrund der beim Unternehmen France Télécom und dessen Tochtergesellschaft Wanadoo Interactive eingeholten Informationen sowie der Tatsachen, über die verschiedene andere Anbieter von Internetdiensten neben Wanadoo Interactive berichtet hatten, sah sich die Kommission veranlasst, die Tarifgestaltung von Wanadoo Interactive für die Bereitstellung des Breitband-Internetzugangs für Privatkunden in Frankreich eingehend zu prüfen. Zu diesem Zweck hat die Kommission im September 2001 ein Verfahren von Amts wegen eingeleitet. Sie ergänzte ihre Untersuchung durch mehrere Auskunftsverlangen, die sowohl an France Télécom und Wanadoo Interactive als auch an deren Wettbewerber gerichtet waren, sowie durch eine im April 2002 in den Räumlichkeiten des Unternehmens durchgeführte Nachprüfung. Die Kommission sandte Wanadoo Interactive zunächst am 19. Dezember 2001 und dann am 9. August 2002 Mitteilungen von Beschwerdepunkten, zu denen Wanadoo Interactive am 4. März 2002 bzw. am 23. Oktober 2002 Stellung nahm.
4. Der in dieser Entscheidung behandelte Zeitraum erstreckt sich von März 2001 bis Oktober 2002. Genau in dieser Zeit kam es in Frankreich zu einem wesentlichen Aufschwung bei den Hochgeschwindigkeitsanbindungen. In weniger als zwei Jahren

⁴ Entscheidung K(99)2435 vom 27. Juli 1999.

stieg die Anzahl der Nutzer von Breitband-Internetzugängen von ungefähr 200 000 auf mehr als eine Million, d. h. auf das Fünffache. Dieses Wachstum kam im Wesentlichen Wanadoo Interactive, Tochtergesellschaft der Gruppe France Télécom, zugute, deren Marktanteil am Ende des Zeitraums mehr als [70-80]* % betrug.

5. Die im Folgenden dargelegten Fakten beziehen sich darauf, dass die Preise für die Breitband-Internetzugangsdienste von Wanadoo Interactive vom März 2001 bis Oktober 2002 nicht kostendeckend waren. Diese Tarifgebarung betraf die beiden Breitbandprodukte Wanadoo ADSL und eXtense von Wanadoo Interactive für Privatkunden, die beide auf der ADSL⁵-Technologie, einer Variante von DSL,⁶ beruhen. Die folgenden Darlegungen umfassen eine eingehende Analyse der Erlöse und Kosten der beiden fraglichen Dienste und stellen die Methode vor, mit der die Kommission prüfte, ob die angewandten Preise vorbehaltlich der folgenden rechtlichen Analyse als unlauter erachtet werden können. Weiters wird auch eine Reihe von anlässlich der Nachprüfung im Unternehmen erhobenen Fakten dargelegt, die die unternehmensinternen Überlegungen von Wanadoo Interactive über die Preisgestaltung sowie seine strategische Ausrichtung in Hinblick auf die Breitbandtechnologie widerspiegeln.

B. DAS BETROFFENE UNTERNEHMEN

6. Wanadoo Interactive ist eine Tochtergesellschaft der Gruppe France Télécom. Ihr Kapital steht zu 99,9 % im Eigentum der Wanadoo S.A. Während des Untersuchungszeitraums dieser Entscheidung schwankte die Beteiligung von France Télécom am Kapital der Wanadoo S.A. zwischen 70 % und 72 %. France Télécom wiederum gehört zu 56 % dem französischen Staat. Bis Anfang 2001 hieß Wanadoo Interactive „France Télécom Interactive“⁷. Die Unternehmensgruppe der Wanadoo S.A. und ihrer Töchter (im Folgenden: „die Wanadoo-Gruppe“) betreut alle Internet-Aktivitäten des France-Télécom-Konzerns sowie alle Aktivitäten im Zusammenhang mit der Herausgabe von Telefonbüchern. Das Dienstangebot der Gruppe umfasst somit den Internetzugang, allgemeine sowie themenspezifische Portale, elektronischen Handel, gedruckte Telefonbücher, Minitel und Internet sowie Internetdienste für Unternehmen. Innerhalb der Unternehmensgruppe trägt Wanadoo Interactive die operative und technische Verantwortung in Verbindung mit den Internetdiensten in Frankreich, einschließlich der ADSL-Dienste, die Gegenstand dieser Entscheidung sind.
7. Grundsätzlich fallen die Aktivitäten der Wanadoo-Gruppe in zwei große Bereiche: den Bereich Internetzugang, Portale und elektronischer Handel einerseits und den Bereich Telefonbücher und Dienstleistungen für Unternehmen andererseits. Von 2000 bis 2002 kam es zu einem besonders dynamischen Wachstum der Umsätze von Wanadoo

⁵ Abkürzung für "Assymmetric Digital Subscriber Line".

⁶ ADSL ist eine Technologie zur Digitalisierung von Telefonanschlussleitungen unter Verwendung von Frequenzbändern oberhalb der Telefonfrequenzen, die über doppeladrigte Kupferkabeln übertragen werden können. Die normale Telefonie benötigt eine Bandbreite von mehreren Kilohertz. Die Installation eines Modems und eines ADSL-Filters an den Enden des Kupferkabels ermöglicht die Nutzung von Frequenzen zwischen 20 Kilohertz und über 1 Megahertz. Die auf diese Weise verbesserte Leitung erlaubt einen bidirektionalen Datentransfer von mehreren Hunderten Kilobit/s bis zu mehreren Megabits/s bei gleichzeitiger Verwendung des Telefons.

⁷ Im Folgenden wird das Unternehmen jedoch der Einfachheit halber und unabhängig davon, um welchen Zeitraum es geht, immer als „Wanadoo Interactive“ bezeichnet.

im ersten Bereich, was vor allem auf zwei Faktoren zurückzuführen ist: auf die stark zunehmende Anzahl aktiver Teilnehmer und die steigenden Erträge pro Teilnehmeranschluss infolge der Entwicklung des Angebots bei den Breitband-Internetzugängen.

8. Im Jahr 2000 erwirtschaftete die Wanadoo-Gruppe einen konsolidierten Pro-forma-Umsatz in Höhe von 1 111 Mio. EUR, ein EBITDA⁸ von -66,4 Mio. EUR und ein konsolidiertes Nettoergebnis von -102 Mio. EUR.⁹ Der Bereich der Telefonbücher und Dienstleistungen für Unternehmen erzielte im Jahr 2000 einen Umsatz von über 741 Mio. EUR, d. h. mehr als zwei Drittel des konsolidierten Umsatzes der Wanadoo S.A. und ihrer Tochtergesellschaften¹⁰. Der Ertrag im Bereich Internetzugang, Portale und elektronischer Handel betrug 370 Mio. EUR. Der Umsatz der Sparte Internetzugang allein machte 22 % des konsolidierten Gesamtumsatzes aus.¹¹ Während der Bereich Internetzugang, Portale und elektronischer Handel ein negatives EBITDA in Höhe von 285 EUR verzeichnete, erzielte der Bereich Telefonbücher und Dienstleistungen für Unternehmen ein positives EBITDA von über 225 Mio. EUR.
9. Die Wanadoo-Gruppe erreichte ein Betriebsergebnis vor Abschreibungen von -63,534 Mio. EUR 2001 und von +28,5 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2002. Das konsolidierte Nettoergebnis für diese beiden Zeiträume betrug -193,2 Mio. EUR bzw. -38,5 Mio. EUR. Der Beitrag der beiden großen Aktivitätsbereiche lässt sich kurz wie folgt beschreiben: Mit ihren Internet-Aktivitäten erzielte die Gruppe 2001 715 Mio. EUR und im ersten Halbjahr 2002 516 Mio. EUR Umsatz (d. h. 45 % des Gesamtumsatzes). Das Betriebsergebnis für dieses Segment betrug in diesen beiden Zeiträumen -359 Mio. EUR bzw. -112 Mio. EUR. Mit Telefonbüchern und Dienstleistungen für Unternehmen erwirtschaftete die Gruppe 2001 einen Umsatz von 848 Mio. EUR (54 % des Gesamtumsatzes) und 401 Mio. EUR (43 % des Gesamtumsatzes) im ersten Halbjahr 2002. Das Betriebsergebnis dieses Segments betrug in diesen Zeiträumen 218 Mio. EUR bzw. 125 Mio. EUR.
10. Der konsolidierte Jahresabschluss von Wanadoo hat sowohl für 2000 als auch für 2001 erhebliche Verluste ergeben, zumal mit den Gewinnen aus dem zweiten Aktivitätsbereich die beträchtlichen Verluste, die im ersten Segment verzeichnet wurden, nicht vollständig ausgeglichen werden konnten. Im ersten Halbjahr 2002 gelang es der Wanadoo-Gruppe, aufgrund einer Verbesserung der Vermarktungsbedingungen bei den Internet-Aktivitäten ein ausgeglichenes Betriebsergebnis zu erreichen.
11. Die von dieser Entscheidung betroffene Tochtergesellschaft Wanadoo Interactive, die auf Internetzugangsdienste in Frankreich spezialisiert ist, erwirtschaftete 2001 einen Umsatz in Höhe von 402 Mio. EUR, ein Betriebsergebnis von -92 Mio. EUR (d. h. -23 % des Umsatzes) und ein Nettoergebnis von -89 Mio. EUR. Im ersten Halbjahr 2002 betrug ihr Umsatz 305 Mio. EUR, das Betriebsergebnis 31 Mio. EUR und das Nettoergebnis 26 Mio. EUR.

⁸ Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Rückstellungen.

⁹ Die Daten zu diesem Geschäftsjahr wurden dem Jahresbericht 2000 von Wanadoo entnommen.

¹⁰ Allein die Werbeeinnahmen über den Datenträger Papier betragen mehr als 558 Mio. EUR, d. h. die Hälfte des Gesamtumsatzes.

¹¹ Mit Erlösen von ungefähr 250 Mio. EUR.

12. Am 30. Juni 2001 zählte Wanadoo Interactive in Frankreich 2,33 Mio. aktive Internet-Teilnehmer, und Freeserve, die Anfang desselben Jahres erworbene britische Tochtergesellschaft der Wanadoo-Gruppe, 2,03 Mio. im Vereinigten Königreich. Wanadoo hatte am 1. Januar 2002 mehr als sechs Millionen und im September 2002 mehr als sieben Millionen Kunden in Europa.

C. DIE BETROFFENEN DIENSTE

1. Einleitung: Der Internetzugang in Frankreich

13. Internetdienste bestehen darin, dass ein Provider es ermöglicht, über einen Terminal eine Verbindung mit dem Internet aufzubauen und so eine breite Palette von Diensten wie Navigation, E-Mail, Herunterladen von Dokumenten und Software, Verwaltung eigener Websites, Aktivitäten in Nutzergruppen etc. zu nutzen. In den meisten Fällen sind die Teilnehmer entweder über eine Telefonleitung¹², über Kabel — in Gebieten, die über Kabelnetze verfügen — oder schließlich über eine eigene Standleitung mit ihrem Zugangsanbieter verbunden. Während des von dieser Entscheidung erfassten Zeitraums spielte der Internetzugang über mobile Endgeräte¹³ eine unbedeutende Rolle, was sich bis heute nicht geändert hat.
14. Im ersten Halbjahr 2001 wurde die Zahl der Internetanschlüsse in Frankreich auf mehr als 6,1 Mio. geschätzt. Am 31. März 2002 war sie auf 7,72 Mio., d. h. um 29 % gestiegen. Am 30. September 2002 wurden in Frankreich mehr als 8,46 Mio. aktive Internet-Teilnehmer gezählt.¹⁴

2. Die betroffenen Dienste: Breitband-Internetzugang für Privatkunden

15. Der Breitband-Internetzugang ist eine besondere Art des Internetzugangs. Er setzt die Beherrschung der Zugangsarten für schnellen Datenverkehr voraus. Die spezifischen Besonderheiten des „Schmalband-“ und des „Breitband-Internetzugangs“ sind sowohl von den Anbietern als auch den Nutzern der Dienste genau definiert.
16. Der Breitband-Internetzugang ist vor allem dadurch gekennzeichnet, dass er im Vergleich zum traditionellen Internetzugang eindeutig nutzerfreundlicher ist, was insbesondere auf Folgendes zurückzuführen ist:
- Die Upstream- und die Downstream-Geschwindigkeiten sind wesentlich höher als bei Schmalband-Internetzugängen.

¹² Es wurden keine systematischen Erhebungen durchgeführt. Auf der Grundlage der vom französischen Providerverband AFA oder der französischen Regulierungsbehörde ART veröffentlichten Zahlen kann man davon ausgehen, dass am Ende des ersten Quartals 2001 mehr als 95 % aller Internet-Zugänge von Privatkunden nach wie vor über Telefonleitungen erfolgten.

¹³ WAP-Dienste auf GSM-Netzen.

¹⁴ Quelle: Association des fournisseurs d'accès à Internet (AFA), Zahlen vom 30. Juni 2001, 31. März 2002 und 30. September 2002.

- Man kann ständig online sein und ein und dieselbe Leitung auch für Telefongespräche oder andere Arten der Kommunikation (z. B. Fax) nutzen, ohne dabei die Verbindung mit dem Internet zu unterbrechen.¹⁵

17. Aus praktischer Sicht gibt es für private Nutzer derzeit zwei Möglichkeiten¹⁶, eine schnelle Internetverbindung zu bekommen, deren Leistungsunterschiede kaum erkennbar sind, die jedoch unterschiedliche technische Erfordernisse haben:

- entweder über eine Telefonleitung, die für die Anforderungen der ADSL-Technologie mit der entsprechenden Ausrüstung (Modem, Filter) zur Trennung der Frequenzbereiche für Sprache und Daten ausgestattet ist, um vor allem die gleichzeitige Nutzung von Telefon und Internet zu gewährleisten. Die Leistung ist umso besser, je kürzer die Entfernung zwischen den Räumlichkeiten des Teilnehmers und der Vermittlungsstelle ist, wo sich der Multiplexer des Providers befindet;¹⁷

- oder über ein mit einem Modem ausgestattetes Kabel, das an ein Kabelnetz angeschlossen ist. Aufgrund der „Kaskadenarchitektur“ der Kabelnetze können bei gleichzeitiger Nutzung durch viele Teilnehmer in ein und demselben geografischen Gebiet Probleme durch Überlastung auftreten.

In beiden Fällen berücksichtigen die Provider in ihren Angeboten die mit der jeweiligen Zugangstechnologie verbundenen Risiken sowohl in Hinblick auf ihre Zusagen bezüglich der Übertragungsraten als auch der Verfügbarkeit des Dienstes.¹⁸ Obwohl die Übertragungsraten nicht immer absolut garantiert sind, verpflichteten sich die Provider in dem von dieser Entscheidung erfassten Zeitraum zu einer Übertragungsgeschwindigkeit von 512 kbit/s downstream (vom Netz zum Teilnehmer) und von 128 kbit/s upstream (vom Teilnehmer zum Netz).

18. Für einen Breitband-Internetzugang benötigt der Privatkunde eine Telefonleitung oder ein Anschlusskabel mit der entsprechenden Ausrüstung für einen Breitbandzugang, sowie einen Vertrag mit einem Internetzugangsanbieter, der ihm den Zugang zu Inhalten im Internet erlaubt. Der Kunde hat die Möglichkeit, den Vertrag für den Breitbandanschluss — z. B. mit France Télécom oder einem Netzbetreiber — und den Vertrag für den Internetzugang mit einem spezifischen Provider getrennt abzuschließen. Diese Trennung ermöglicht ihm auch die Kündigung des Vertrags mit einem der beiden Unternehmen nach seinem Gutdünken. Im Gegensatz dazu ist es aber auch möglich, dass es der Kunde vorzieht, mit einem einzigen Vertragspartner einen Vertrag sowohl über den Breitbandzugang als auch den Internetdienst selbst abzuschließen.

¹⁵ Umgekehrt ist bei Schmalband-Internetzugängen jedesmal der Aufbau einer eigenen Verbindung erforderlich, bei der der Nutzer nicht gleichzeitig auf derselben Leitung Telefonanrufe empfangen oder tätigen kann.

¹⁶ Zu diesen beiden technischen Möglichkeiten kommen im Breitbandsegment für Unternehmen die Glasfasertechnologie und die Standleitungen dazu. Drahtlose Teilnehmeranschlüsse oder Satelliten scheinen derzeit noch nicht die geeigneten Technologien zu sein, die sich bei einem breiten Publikum rasch durchsetzen könnten.

¹⁷ Aufgrund der geteilten Nutzung bestimmter Infrastrukturen für die Datenkonzentration durch die Teilnehmer kann es zu Problemen durch Überlastung kommen, wie in [...] erklärt wird.

¹⁸ Im Vergleich zur ADSL-Technologie stellen die Breitband-Internetzugänge mit Kabelmodem — zumindest für sehr starke Nutzer — eine etwas weniger attraktive Lösung dar, da über einen bestimmten monatlichen Datenverkehr (oder eine bestimmte monatliche Verbindungsdauer) hinaus häufig ein Zuschlag verrechnet wird.

19. Unter den Marktteilnehmern nimmt France Télécom als Betreiber des lokalen Telefonanschlussnetzes, des so genannten Teilnehmeranschlussnetzes, eine besondere Stellung ein. Der etablierte Telekommunikationsanbieter vertreibt jedoch nur die Komponente „Breitbandanschluss“ und überlässt Wanadoo Interactive das Geschäft mit Internetzugängen, Portalen und Inhalten. France Télécom bietet seit Ende 1999 unter dem Namen *Netissimo 1* einen ADSL-Dienst für Privatkunden an. Die Kunden von France Télécom, die sich für den Dienst *Netissimo 1* angemeldet haben, haben die Möglichkeit, sich für den Zugang zu den Internet-Inhalten für einen Provider ihrer Wahl zu entscheiden.
20. Die wichtigsten Anbieter von Breitband-Internetzugängen unter Verwendung der ADSL-Technologie waren in dem von dieser Entscheidung erfassten Zeitraum Wanadoo Interactive, Club Internet (T-Online France), Nerim, Easynet, Mangoosta¹⁹, Infonie²⁰, Tiscali-Liberty Surf und 9Online. Die ersten Angebote dieser Unternehmen wurden ganz am Ende des Jahres 1999 gemacht.
21. Die wichtigsten Kabelnetzbetreiber, die Breitband-Internetzugänge anbieten, sind Est Vidéocommunication, France Télécom Câble, eine Tochtergesellschaft der France Télécom, die die technische Unterstützung für das Angebot Câble Wanadoo gewährleistet, NC Numéricâble, Noos und UPC France. Bei allen diesen Betreibern ist der Vertrieb des eigentlichen Internetzugangs mit dem des Breitbandanschlusses verbunden. Die Kunden von Noos beziehen auch den Internetdienst des Unternehmens, diejenigen von UPC den Internetdienst von Chello, diejenigen von NC Numéricâble den Internetdienst von AOL und diejenigen von Télécom Câble den Internetdienst von Wanadoo Interactive. Historisch betrachtet, begann der Vertrieb des Internetzugangs über Kabelmodem Ende 1997.

D. DIE ADSL-PRODUKTE VON WANADOO INTERACTIVE FÜR DIE BREITE ÖFFENTLICHKEIT UND DIE DARAUF ENTFALLENDEN ERTRÄGE

22. Wanadoo Interactive bietet sowohl Breitband-Internetzugang über ADSL als auch Internetzugangsdienste über Kabel an. Letztere, die unter der Marke Wanadoo Câble vertrieben werden, sind nicht Gegenstand dieser Entscheidung, die ausschließlich die Dienste Wanadoo ADSL und eXtense betrifft.

1. Wanadoo ADSL und eXtense

23. Wanadoo Interactive hat Ende 1999 damit begonnen, unter seiner eigenen Marke Breitband-Internetzugänge bereitzustellen. Bis Januar 2001 bot das Unternehmen als eigenen Breitbanddienst lediglich unter der Bezeichnung „*Wanadoo ADSL*“ einen Zusatz zum Dienst *Netissimo 1* von France Télécom (d. h. die Bereitstellung einer ADSL-Leitung) an. In dieser Kombination muss der Teilnehmer von Wanadoo ADSL demnach monatlich für den Anschluss bei France Télécom gemäß den bezogenen Leistungen²¹, für die Miete des ADSL-Modems bei France Télécom sowie für die für

¹⁹ Das Unternehmen wurde im August 2001 von Nerim übernommen.

²⁰ Der Geschäftsbereich Internetzugang von Infonie wurde am 23. November 2001 von Liberty Surf übernommen.

²¹ Der Endverbraucherpreis für die von France Télécom bereitgestellte Leistung sank von 30,18EUR inkl. Steuern Anfang 2001 auf 25 EUR inkl. Steuern ab Oktober 2002.

die Bereitstellung des Internetzugangs durch Wanadoo Interactive (d. h. 135 FRF bzw. 20,58 EUR inkl. Steuern pro Monat) bezahlen.

24. Dieses erste Angebot wurde durch ein so genanntes „Paketangebot“ ergänzt, das Wanadoo Interactive seit 8. Januar 2001 im Programm hat und das auf denselben Kundenkreis abzielt. Seither vertreibt Wanadoo Interactive unter dem Namen „eXtense“²² oder „kit eXtense“ den Dienst *Netissimo 1* von France Télécom in Kombination mit einem unbegrenzten Internetzugang für eine Monatsgebühr von 298 FRF bzw. 45,42 EUR inkl. Steuern. Bei dieser Lösung benötigt der Teilnehmer keinen eigenen Vertrag mit France Télécom für den eigentlichen ADSL-Anschluss, denn das Modem wird nicht mehr vom Kunden bei France Télécom gemietet, sondern einfach zum Preis von 990 FRF bzw. 150 EUR inkl. Steuern²³ gekauft.
25. Die Einführung des Produkts „eXtense“ hat zu einem kräftigen Aufschwung der von Wanadoo Interactive angebotenen ADSL-Dienste geführt. Seit diesem Zeitpunkt wird eine relativ langsame Zunahme der Nutzer des Dienstes *Wanadoo ADSL* und im Zusammenhang damit ein relativ rasches Ansteigen der Nutzer von *Pack eXtense* beobachtet (siehe Tabelle 1). Im zweiten Quartal 2002 [...]*, da die französische Wettbewerbsbehörde ("Conseil de la concurrence", im Folgenden: Wettbewerbsrat) die Fortsetzung des Vertriebs der Pakete in den Geschäftsstellen von France Télécom verbot²⁴.

Tabelle 1: ADSL-Kunden mit 512 kbit/s-Anschlüssen bei Wanadoo Interactive

	Wanadoo ADSL	eXtense	Insgesamt
Dez. 2000	[...]*	[...]*	[...]*
März 2001	[...]*	[...]*	[...]*
Juni 2001	[...]*	[...]*	[...]*
Sept. 2001	[...]*	[...]*	[...]*
Dez. 2001	[...]*	[...]*	[...]*
März 2002	[...]*	[...]*	[...]*
Juni 2002	[...]*	[...]*	[...]*
Aug. 2002	[...]*	[...]*	[...]*

2. Gesamt- und Einheitserträge der Produkte Wanadoo ADSL und eXtense

1. Gesamtertrag der Dienste im Jahr 2001

26. Gemäß den Angaben von Wanadoo Interactive wurden im Jahr 2001 mit dem Dienst eXtense ungefähr [...] * EUR Ertrag und mit dem Dienst Wanadoo ADSL²⁵ [...] * EUR Ertrag erwirtschaftet. Im ersten Halbjahr 2002 betrug der Erlös aus eXtense [...] * EUR und aus Wanadoo ADSL [...] * EUR.

²² In den ersten Monaten des Jahres 2001 trug dieses Angebot die Bezeichnung X-Tense. Es wurde in der Folge in Xtense umbenannt. Diese Bezeichnung wird in der Folge dieser Entscheidung beibehalten.

²³ Das von Wanadoo Interactive verkaufte Set enthält ein *Plug and play*—USB-Modem, eine Konfigurations-CD-ROM, eine CD-ROM für die Modeminstitution, drei Filter, ein RJ-11-Anschlusskabel, ein Installationshandbuch und eine Bedienungsanleitung sowie eine Wertkarte für dreißig Minuten telefonische Betreuung.

²⁴ Entscheidung Nr. 02-MC-03 vom 27. Februar 2002 über die Anrufung des Gerichts und den Antrag auf vorläufige Maßnahmen durch die Gesellschaft T-Online France.

²⁵ [...]*

2. Der theoretische Einheitsertrag²⁶ pro Anschluss

27. Für den Dienst Wanadoo ADSL betrug der monatliche Einheitsertrag pro Kunden im gegenständlichen Zeitraum 113 FRF bzw. 17,2 EUR exkl. Steuern. Der Dienst eXtense brachte einen theoretischen monatlichen Einheitsertrag in Höhe von 249 FRF bzw. 37,98 EUR exkl. Steuern. In beiden Fällen stellen die Erlöse aus den Anschlüssen wiederkehrende Einnahmen dar. Außerdem kaufen die Kunden, die bei Abschluss des Vertrags über den Anschluss noch kein Modem besitzen, das Set mit den Zusatzgeräten. In der folgenden Analyse wird der Preis für das Set mit den Zusatzgeräten nicht als ein Produkt betrachtet, aber die fehlende Deckung der Selbstkosten wird als einmalige Nettokosten für die Akquisition behandelt. Die Kommission behandelte die im fraglichen Zeitraum gewährten Sonderkonditionen bei den Preisen für den Anschluss oder den Kauf des Sets mit den Zusatzgeräten als einmalige Akquisitionskosten und nicht als Einbußen bei den wiederkehrenden Einnahmen.

3. Der festgestellte durchschnittliche Einheitsertrag pro Anschluss

28. Die tatsächlich festgestellten monatlichen Einheitserträge für die ADSL-Anschlüsse bei Wanadoo Interactive weichen in Wirklichkeit von den monatlichen Nominaltarifen gemäß den Angaben unter Randnummer 27 ab. Die Ursache dafür sind zumindest zwei Phänomene.
29. Erstens sind die durchschnittlichen monatlichen Nettoerträge für die Anschlüsse aufgrund des zeitlichen Abstandes zwischen der Anmeldung der Kunden als Teilnehmer und der Inbetriebnahme ihres Anschlusses einerseits und der Verbuchung der entsprechenden ersten Erträge der Anschlüsse andererseits automatisch niedriger als die theoretischen Nominalerträge. Zwischen der Anmeldung eines neuen Teilnehmers und der Verbuchung der ersten Rechnungen können durchschnittlich [...] * liegen. Die im Laufe eines Monats neu angemeldeten Teilnehmer bringen somit [...] * des theoretischen Ertrags eines Teilnehmers für ein volles Monat ein.²⁷ Die Auswirkungen dieser zeitlichen Verschiebung, die Wanadoo Interactive als „Schwelleneffekt“ bezeichnet, haben umso größere Bedeutung, als die Zahl der Anschlüsse stark zunimmt, was seit Anfang 2001 für Wanadoo Interactive zutrifft.
30. Zweitens kam es im Laufe des Jahres 2001 [...] *.²⁸ Dieser entgangene Gewinn wurde im Juli 2001 auf ungefähr [...] * FRF für das erste Halbjahr 2001²⁹ geschätzt, was durchschnittlich [...] * FF ([...] * EUR) pro Monat und Nutzer von Wanadoo ADSL oder eXtense ausmacht. Ende Oktober 2001 wurden diese Umsatzverluste auf

²⁶ Der tatsächliche Durchschnittsertrag weicht vom nominellen Ertrag wie unter den Randnummern 28 bis 43 beschrieben ab.

²⁷ In Punkt 7 seiner Antwort vom 24. April 2002 geht Wanadoo Interactive ausführlich auf das Phänomen der zeitlichen Verschiebung zwischen der Anmeldung neuer Teilnehmer und der Verbuchung der Anschlussgebühren als Umsatz ein (siehe S. 4714 ff der Akte). Gemäß Wanadoo Interactive gilt dies auch für das Jahr 2002 (S. 6096 der Akte).

²⁸ Artikel 5 der allgemeinen Geschäftsbedingungen für das Produkt Pack eXtense sieht vor, dass dem Kunden für einen Monat die Anschlussgebühr erlassen wird, wenn Wanadoo Interactive nicht in der Lage ist, den Dienst im Laufe des auf die Störungsmeldung folgenden Werktags wiederherzustellen. Abgesehen von dieser vertraglichen Verpflichtung wird zum Zweck der Kundenbindung unzufriedenen Kunden monatelang gratis Zugang gewährt.

²⁹ [...] * (S. 4657 ff der Akte).

[...]* FRF³⁰ für die ersten zehn Monate des Jahres geschätzt, d. h. auf durchschnittlich [...]* FRF ([...]* EUR) pro Monat und ADSL-Teilnehmer. Zu diesem Zeitpunkt vermutete Wanadoo Interactive, dass im Durchschnitt [...]* % aller Teilnehmer seit Beginn des Jahres 2001 von solchen Problemen betroffen waren.

31. Wanadoo Interactive stellte gegenüber der Kommission den Buchwert der oben erwähnten Beträge in Frage, konnte aber keine genauere Schätzung des entgangenen Gewinns [...]* im betreffenden Zeitraum [...]*, vorlegen.³¹ Das Unternehmen war auch nicht in der Lage, grundsätzlich eine Erklärung für die Abweichungen zwischen dem theoretischen durchschnittlichen Umsatz und dem buchhalterischen durchschnittlichen Umsatz zu liefern, wodurch der „Schwelleneffekt“ weiterhin ungeklärt bleibt. Für die ersten fünf Monate des Jahres 2001 und für die ersten sechs Monate des Jahres 2002 kann jedoch eine annähernde Erklärung für diese Abweichungen gefunden werden, und zwar durch den Vergleich des tatsächlichen durchschnittlichen Umsatzes pro ADSL-Nutzer mit dem theoretischen, um die automatischen Auswirkungen der wachsenden Kundenzahl (oder „Schwelleneffekt“) bereinigten Umsatz.
32. Die in Randnummer 29 dargelegten, völlig automatisch eintretenden Auswirkungen der zeitlichen Verschiebung auf den Umsatz erklärten die festgestellte Abweichung nur zum Teil. Beim Vergleich zwischen dem tatsächlichen durchschnittlichen Umsatz und dem theoretischen Umsatz³² bleibt für das Produkt Pack eXtense eine Differenz in Höhe von [...]* EUR pro Monat für den Zeitraum 1. August bis 15. Oktober, in Höhe von [...]* EUR für den Zeitraum 15. Oktober 2001 bis 15. Februar 2002 und in Höhe von [...]* EUR für die Zeit von Februar bis Juni 2002 ungeklärt. Dieser entgangene Gewinn ist bei der *Ex-post*-Beurteilung der Rentabilität der fraglichen Dienste zu berücksichtigen.
33. Von Januar 2001 bis Oktober 2002 lag demnach — insbesondere aufgrund der beiden unter den Randnummern 29 und 30 dargelegten Phänomene — der durchschnittliche Ertrag exkl. Steuern von Wanadoo ADSL und eXtense demnach bedeutend unter dem theoretischen durchschnittlichen Monatsertrag. Nachdem sich das Unternehmen zunächst mit der Kommission auf eine Berechnungsmethode für die ungeklärten Abweichungen bei den Umsätzen geeinigt hatte³³, weigerte sich Wanadoo Interactive schließlich, diese Abweichungen zu berücksichtigen, da sie unvorhersehbar seien³⁴. Die Kommission stellt jedoch fest, dass dieser durchschnittliche monatliche buchhalterische Ertrag in den eigenen Managementindikatoren von Wanadoo Interactive aufscheint, was in verschiedenen Unterlagen zur Präsentation des Budgets

³⁰ [...]* (S. 4915 ff. der Akte).

³¹ Schließlich bestreitet Wanadoo Interactive in seiner Antwort vom 4. März 2003 (Randnummer 77), jemals [...]*. Dies steht jedoch im klaren Widerspruch zu den den Fußnoten 30 und 31 dieser Entscheidung erwähnten internen Unterlagen für das Jahr 2001 und — für das Jahr 2002 — im direkten Widerspruch zur Antwort von Wanadoo Interactive vom 13. Dezember 2002 auf ein Auskunftsverlangen der Kommission (S. 6097 der Akte).

³² Siehe Anhang 16. Für das Jahr 2002 bleiben bei den in diesem Anhang errechneten Abweichungen die Monate mit Gratis-Zugang, die den Kunden bei der Anmeldung geschenkt werden, unberücksichtigt. Die Kommission behandelt diese in ihrer Untersuchung als Kosten für verkaufsfördernde Maßnahmen. Im Jahr 2001 gab es diese verkaufsfördernden Maßnahmen in Form von einem oder mehreren Monaten Gratis-Zugang bei der Anmeldung noch nicht.

³³ [...]* (S. 4994-4995 der Akte).

³⁴ Antwort vom 4. März 2003, Randnummer 78.

des Unternehmens³⁵ nachzuvollziehen ist. In einem Schriftstück des Unternehmens vom Dezember 2001 wird dargestellt, wie der durchschnittliche Umsatz pro Nutzer monatlich von [...]* FRF (d. h. [...]* EUR) im Januar 2001 auf [...]* FRF (d. h. [...]* EUR) im Oktober 2001 steigt.³⁶ Ein Dokument aus dem Januar 2002 verweist auf einen durchschnittlichen Umsatz in Höhe von [...]* EUR pro eXtense-Nutzer im Jahr 2001, d. h. um [...]* % weniger als der theoretische durchschnittliche Umsatz pro Teilnehmer.³⁷ In einem Schriftstück aus dem November 2001 wird ein durchschnittlicher Ertrag pro Teilnehmer für die eXtense-Kunden in Höhe von [...]* EUR im Jahr 2001 und von [...]* EUR im Jahr 2002 festgehalten, was noch immer ungefähr [...]* % unter dem theoretischen durchschnittlichen Ertrag liegt.³⁸ Das Unternehmen Wanadoo Interactive kann also nicht behaupten, dass es keine Kenntnis von dieser Abweichung gehabt oder diese in seinen Finanzanalysen nicht berücksichtigt hat.

34. Im Folgenden wird vom durchschnittlichen theoretischen Ertrag nach Bereinigung um die aufgrund der „Schwelleneffekte“ ungeklärten Umsatzeinbußen ausgegangen, die insbesondere den Entschädigungen von unzufriedenen Kunden entsprechen. Der entgangene Gewinn in Verbindung mit der zeitlichen Verschiebung zwischen Anmeldung neuer Teilnehmer und Verbuchung der Erträge hingegen wird nicht berücksichtigt, da er ausschließlich auf die rasch zunehmende Kundenzahl zurückzuführen ist.

4. Erträge aus Inhalten

35. Abgesehen von den Erträgen durch die Anschlüsse und gegebenenfalls durch den Kauf des Zubehörsatzes bringen die ADSL-Teilnehmer auf indirektere Weise Erträge über Online-Werbung, elektronischen Handel und Zugriffe auf Websites. Auch wenn sich diese Produkte aus einem anderen Geschäftsbereich als dem Internetzugang ergeben, stehen sie doch in engem Zusammenhang mit ihm. Die Kommission hat daher die daraus resultierenden Erträge in ihre Untersuchung aufgenommen. Diese Einnahmen wurden für 2001 vorläufig auf [...]* EUR exkl. Steuern pro Teilnehmer und Monat geschätzt. Die Marktentwicklung führte jedoch 2001 zu wesentlich niedrigeren Ergebnissen in Höhe von [...]* EUR pro Teilnehmer und Monat. Diese enttäuschenden Ergebnisse waren vor Anfang 2002 definitiv bekannt.³⁹ Für 2002 wurden die Erträge niedrig eingeschätzt: auf [...]* bis [...]* EUR pro Monat und Teilnehmer.⁴⁰ Im ersten Halbjahr 2002 beliefen sie sich auf [...]* EUR pro Monat und Teilnehmer.⁴¹

³⁵ Diese Unterlagen wie auch die unternehmensinternen Schriftstücke von Wanadoo Interactive, auf die im Folgenden Bezug genommen wird, wurden bei der Nachprüfung in den Räumlichkeiten des Unternehmens am 4. und 5. April 2002 beschlagnahmt.

³⁶ [...]* (S. 2754 der Akte).

³⁷ [...]* (S. 2766 der Akte), [...]*.

³⁸ [...]* (S. 2870 der Akte).

³⁹ Wanadoo Interactive waren jedenfalls diese Ergebnisse, die enttäuschender als erwartet ausfielen, vor dem [...]* bekannt, [...]*, S. 2768 der Akte).

⁴⁰ Punkt 2 des Schreibens von Wanadoo Interactive vom 27. September 2002.

⁴¹ Punkt 4 des Schreibens von Wanadoo Interactive vom 28. November 2002.

E. BEI WANADOO INTERACTIVE ANFALLENDE KOSTEN

1. In der Analyse berücksichtigter Kostenumfang

36. Traditionellerweise wird zwischen variablen (oder operationellen) Kosten und Fixkosten (oder Strukturkosten) unterschieden. Der französische Kontenrahmen von 1982 definiert die variablen Kosten als *„Kosten, die nur Ausgaben umfassen, die je nach Auslastungsgrad des Unternehmens variieren, ohne dass die Kostenschwankungen und die Veränderungen des Produktionsvolumens unbedingt genau proportional sein müssen“*. Diese Definition entspricht auch derjenigen des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften, der diese als Kosten definiert, *„die je nach den produzierten Mengen variieren“*⁴². Dabei ist zu beachten, dass gemäß dieser Definition das Auftreten der Kosten und die Herstellung eines Produktes bzw. die Erbringung einer Dienstleistung zeitlich nicht genau zusammenfallen müssen.
37. Zu dieser ersten Unterscheidung kommt eine zweite: die der direkten und der indirekten Kosten. Gemäß dem französischen Kontenrahmen von 1982 sind direkte Kosten von Produkten oder Dienstleistungen Kosten, die ihnen direkt zugerechnet werden (dabei handelt es sich meistens um variable Kosten oder operationelle Kosten), sowie variable oder fixe Kosten, *„die dieser Bezugsgröße zweifelsfrei zugeordnet werden können, auch nachdem sie eine Kostenstellenrechnung durchlaufen haben“*, und die Aktivitäten des Unternehmens entsprechen, die nicht direkt auf die Herstellung des jeweiligen Produkts oder der Dienstleistung ausgerichtet sind. Die direkten Kosten werden oft mit den variablen Kosten verwechselt, können aber auch Fix- oder Strukturkosten wie die einer Sachanlage, die speziell der Herstellung des jeweiligen Produkts oder der Dienstleistung dient, beinhalten. Die indirekten Kosten sind hingegen Kosten, die nicht direkt einem bestimmten Kostenträger zugeordnet werden können, die aber nach einer festgelegten Schlüsselung unter weitestgehender Berücksichtigung der indirekten kausalen Zusammenhänge auf die verschiedenen Produkte verteilt werden müssen. Direkte und indirekte Kosten ergeben zusammen die Vollkosten. Die Vollkosten umfassen jedoch im Allgemeinen nicht die so genannten *neutralen Aufwendungen* wie allgemeine Finanzkosten und außerordentliche Aufwendungen, die keinen Zusammenhang mit der Herstellung des betreffenden Produkts oder der Dienstleistung haben.
38. Schließlich ist in der Kostenanalyse zwischen wiederkehrenden und einmaligen Kosten zu unterscheiden. Bei einem Dienst wie dem Breitband-Internetzugang sind die wiederkehrende Kosten diejenigen Kosten, die regelmäßig anfallen. Einmalige Kosten sind bei dieser Art von Tätigkeit hingegen die Kosten, die nur einmal (oder sehr sporadisch oder zufällig) pro Teilnehmer anfallen, z. B. die Kosten in Verbindung mit der Gewinnung eines Kunden.
39. Wanadoo Interactive unterscheidet für seine ADSL-Produkte grundsätzlich folgende Kosten:
- Netzkosten,
 - Kosten für Akquisition und Kundengewinnung,
 - sonstige Produktionskosten.

⁴² Urteil des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften vom 3. Juli 1991, Akzo Chemie BV/Kommission, Rechtssache C-62/86, Slg. 1991, I-03359, Rdnr. 71.

40. 2001 entfielen auf diese drei Kostenkategorien [...] % , [...] % bzw. [...] % der Kosten der beiden Dienste. Für eXtense ist festzuhalten, dass die Akquisitionskosten [...] % der Gesamtkosten erreichen.
41. Im Folgenden (Randnummern 42 bis 69) werden diese drei Kostenarten und ihre Charakterisierung in Hinblick auf die einzelnen unter den Randnummern 36 bis 38 dargelegten Kostenkategorien untersucht.

2. Die Netzkosten

42. Um Privatkunden einen durchgehenden Breitband-Internetzugang zur Verfügung zu stellen, muss der Internet-Verkehr auf drei Ebenen beherrscht werden. Wanadoo Interactive nimmt daher drei verschiedene, der erforderlichen Netzarchitektur genau angepasste Dienste von France Télécom in Anspruch, um den Anschluss an das Internet zu gewährleisten.

(a) Wanadoo Interactive stützt sich zunächst auf einen Dienst mit der Bezeichnung IP/ADSL (im Folgenden: „IP/ADSL-Zugangsdienst“), der im Großen die genaue Entsprechung des Dienstes *Netissimo 1* ist, den France Télécom für Privatkunden anbietet. Dieser Dienst gewährleistet die ADSL-Verbindung zwischen dem Teilnehmer des Telefonnetzes von France Télécom und einem „*broadband access server*“ (im Folgenden: „BAS“), der im Allgemeinen auf regionaler Ebene vorgesehen ist. Dieses Teilstück umfasst das Ortsanschlussegment des öffentlichen Telefonnetzes, d. h. die Telefonleitung, den lokalen, mit einem *Asynchronous-Transfer-Mode-Multiplexer* (ATM-Multiplexer) ausgestatteten Hauptverteiler und das regionale Teilstück des ATM-Backbone, das diesen Multiplexer mit einem BAS verbindet. Wanadoo Interactive hat am [...]*, kurz vor der Einführung seines ersten „Paketangebots“ *eXtense*, einen ersten Vertrag über den Zugangsdienst *IP/ADSL 1* abgeschlossen.⁴³

(b) Das unter der Bezeichnung „*collecte IP de trafic ADSL*“ angebotene Routing-Service (im Folgenden: „Routing-Dienst“ bzw. "IP-Routing-Dienst") ermöglicht die Bündelung und die Übermittlung der Daten von den BAS zu einem zentralen Standort, der als Dienstplattform für den Internetzugangsanbieter dient. Die France Télécom verbindet die Plattform des Providers über eine Hochgeschwindigkeitsanbindung mit ihrem Netz, an deren Ende France Télécom einen Router vorsieht.

(c) Schließlich muss Wanadoo Interactive über den Ort der Bereitstellung seiner Dienstleistung hinaus natürlich in der Lage sein, den Teilnehmer mit allen Internet-Netzen weltweit zu verbinden und unterzeichnet zu diesem Zweck mit France Télécom einen Vertrag über die internationale Anbindung.

43. Die Unterscheidung zwischen dem Produkt *Wanadoo ADSL* und dem Dienst *eXtense* ist wichtig. Beim ersten Produkt tritt der Nutzer in direkte Verbindung mit France Télécom, die ihm die ADSL-Leitung (über ihren Dienst *Netissimo 1*), d. h. das erste Teilstück der in Randnummer 42 genannten Dienste, zur Verfügung stellt. Bei dieser

⁴³ Vertrag Nr. 00000031 zwischen France Télécom Interactive und France Télécom über die Bereitstellung der Dienste *IP/ADSL 1* und *IP/ADSL / 2*, der als Anlage des Schreibens von France Télécom vom 20. Februar 2001 auf das Auskunftsverlangen der Kommission vom 29. Januar 2001 hin übermittelt wurde.

Konfiguration übernimmt Wanadoo Interactive nur den zweiten und den dritten Dienst, d. h. das IP-Routing und die internationale Anbindung. Beim zweiten Produkt hingegen stellt Wanadoo Interactive seinem Kunden einen Dienst als Ganzes zur Verfügung und greift für die Abdeckung der drei unter der Randnummer 42 beschriebenen Teilstücke auf die Dienste von France Télécom für Firmenkunden zurück. In diesem Fall agiert Wanadoo Interactive als Wiederverkäufer der von France Télécom bereitgestellten technischen Dienstleistung.

44. Wanadoo Interactive ist Kunde von France Télécom für diese Dienste seit [...] (in Bezug auf den IP-Routing-Dienst und die internationale Anbindung) und seit [...] (ADSL-Zugang). Außerdem ist Wanadoo Interactive seit [...] durch eine Vereinbarung über die internationale Internet-Anbindung vertraglich an France Télécom gebunden.

1. Die Zugangskosten

45. France Télécom verrechnet den ADSL-Zugangsdienst durch Multiplikation der Anzahl von ADSL-Teilnehmern mit dem pro Teilnehmerleistung errechneten Basistarif. Jeder einzelne Teilnehmer verursacht diesem Dienst wiederkehrende Anschlusskosten. Dabei handelt es sich um direkte variable Kosten von wiederkehrender Natur.

46. Drei Zeiträume sind zu unterscheiden:

- Von November 1999 bis Juli 2001 wurde der IP/ADSL-Zugangsdienst [...] verrechnet. Die Kosten betragen für Wanadoo Interactive [...] FRF (bzw. [...] EUR);

- Vom 1. August 2001 bis 15. Oktober 2002 wurde der IP/ADSL-Zugangsdienst unabhängig von der Anzahl der angeschlossenen Kunden zu einem einheitlichen Preis pro Kunde verrechnet; der Tarif war im Vergleich zum vorherigen Zeitraum gesunken und betrug 140 FRF bzw. 21,34 EUR pro Teilnehmer;

- Ab dem 15. Oktober 2002 wurde der Preis des Dienstes erneut nach unten auf 101,67 FRF bzw. 15,5 EUR pro Teilnehmer revidiert, wobei das Verrechnungsprinzip im Vergleich zum vorhergehenden Zeitraum gleich blieb.

2. Die Kosten für den Routing-Dienst

47. Jeder ADSL-Kunde von Wanadoo Interactive wirkt sich auf das von France Télécom im Rahmen des IP-Routing verarbeitete Verkehrsvolumen sowohl aufgrund der Regeln der Technik und statistischer Grundsätze für den Zusammenhang zwischen der Anzahl der Teilnehmer und der übertragenen Datenmenge als auch aufgrund der von France Télécom angewandten Verrechnungsregeln aus.

48. Seit Anfang 2001 wurde der gegenständliche Dienst auf verschiedene Arten verrechnet. Zunächst wurde der Tarif bis August 2001 [...]. Diese [...], wobei davon ausgegangen wurde, dass jeder Teilnehmer bis zu [...] in der Hauptverkehrszeit benötigt. In einer zweiten Phase, von August 2001 bis März 2002, wurde der Dienst als [...] pro eingeloggtem Teilnehmer verrechnet. Schließlich basierte die Verrechnung des Routing-Dienstes in einer dritten Phase auf [...]. Auf alle Fälle hängt der während des gesamten in dieser Entscheidung betrachteten

Zeitraums verrechnete Datenverkehr sehr stark von der Anzahl der ADSL-Teilnehmer ab und ist den direkten variablen Kosten zuzuordnen.

49. Die Verrechnung der Dienstleistung umfasst mehrere Komponenten: eine „Anschlusskomponente“ mit einer Einrichtungsgebühr und einer monatlichen Anschlussgebühr⁴⁴ sowie eine Komponente „IP-Bandbreite“, für die eine monatliche Gebühr je nach Verkehrsvolumen zwischen der Plattform des Zugangsanbieters und den Endnutzern vorgesehen ist. Bis Oktober 2002 gab es zwei Varianten des Routing-Dienstes, was die Anwendung von zwei unterschiedlichen Tarifschemata bedingte. Der Provider konnte für die Betreuung seiner Kunden mit Sitz in derselben Region wie seine Dienstleistungsplattform den regionalen Routing-Dienst in Anspruch nehmen. Gleichzeitig konnte er für seine Kunden außerhalb dieser Region auf den nationalen Routing-Dienst zurückgreifen. Im letzteren Fall waren die Gebühren höher. Seit Oktober 2002 gibt es für diese beiden Routing-Dienste keine unterschiedlichen Tarife mehr.
50. In der Zeit von August 2001 bis März 2002 war der Verrechnungsmodus für die Nutzung der Bandbreite in seiner Anwendung [...]*.⁴⁵ Für Ende 2001 [...]*. Aus den diversen Aufstellungen, die anlässlich der Nachprüfung bei Wanadoo Interactive beschlagnahmt wurden, geht nämlich hervor, dass die Nutzung der Bandbreite pro eingeloggttem Teilnehmer seit [...]* 2001 schon bis zu [...]* betrug anstatt [...]*.⁴⁶ Die von Wettbewerbern und von France Télécom selbst bereitgestellten Informationen zeigen eine tendenzielle und regelmäßige Zunahme dieses Verkehrs in den ersten Monaten des Jahres 2002 auf über 40 kbit/s. [...]* von France Télécom seit März 2002 durchgeführte Messungen ergeben für den Zeitraum April bis Juni 2002 Datentransfermengen in Höhe von [...]* bis [...]* bei Wanadoo Interactive.⁴⁷
51. Die Rechnungen für das IP-Routing bis Ende 2001 von France Télécom an Wanadoo Interactive Ende 2001 wurden [...]*.⁴⁸, [...]*, ausgestellt. Nachdem die Verbindungsraten niedriger waren als bis zum Herbst 2001 von Wanadoo Interactive angenommen, stellten sich auch die von France Télécom verrechneten durchschnittlichen Datentransfermengen pro zur Hauptverkehrszeit angemeldetem Teilnehmer als niedriger als erwartet heraus. Von August bis September 2001 schwankten sie zwischen [...]* und [...]* kbit/s. Von Februar bis Juni 2002 bewegten sie sich zwischen [...]* kbit/s und [...]* kbit/s.⁴⁹ Die Kosten, die France Télécom Wanadoo Interactive tatsächlich für seinen Routing-Dienst in den letzten fünf Monaten des Jahres 2001 und Anfang 2002 in Rechnung stellte, waren demnach merklich niedriger als erwartet.

⁴⁴ Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass das auf Wanadoo Interactive zugeschnittene Routing-Angebot, das bis 1. August 2001 gültig war, keine monatliche Gebühr für die Anschlusskomponente enthielt.

⁴⁵ Punkt 1 des Schreibens von France Télécom vom 24. April 2002 als Antwort auf das Auskunftsverlangen der Kommission vom 12. April 2002.

⁴⁶ [...]*, S 4645 ff. der Akte). [...]* (S. 4503 ff. der Akte) [...]* (S. 3545 ff. der Akte).

⁴⁷ Schreiben von France Télécom vom 20. Dezember 2002 (S. 6170 der Akte). Messungen, die von Juli bis September 2002 durchgeführt wurden (Schreiben von France Télécom vom 5. Februar 2003), zeigen, [...]*.

⁴⁸ Anlagen 1 und 2 des Schreibens von France Télécom vom 24. April 2002 (S. 4722 ff. der Akte).

⁴⁹ Quelle: Auswertung der von France Télécom am 3. und 29. Mai 2002 auf das Auskunftsverlangen der Kommission vom 14. März 2002 hin übermittelten Tabellen; Schreiben [...]* von Wanadoo Interactive, vom 7. Mai 2002 an die Kommission, S. 3 (S. 4897 ff. der Akte); [...]*.

52. Die Gebühren für das Routing der Datenströme entwickelten sich im Jahr 2002 weniger günstig als erwartet. Im Oktober 2001 sah Wanadoo Interactive eine Verringerung dieser Gebühren auf durchschnittlich [...] * EUR pro Mbit/s ab Anfang 2002 voraus, was eine Senkung des damaligen Tarifs um [...] * % darstellte. Im April 2002 hatte das Unternehmen in seinen Zielvorgaben für die Produkte eXtense und Wanadoo ADSL diese Schätzung bereits auf durchschnittlich [...] * EUR pro Mbit/s ab dem Inkrafttreten der neuen Tarife nach oben revidiert. Schließlich wurden im Juli 2002 die neuen Tarife für das Routing des Datenverkehrs von Wanadoo Interactive in Frankreich auf 448 EUR pro Mbit/s ab dem 15. Oktober 2002 festgesetzt.
53. In der Zeit nach März 2002 erfolgte die Verrechnung zwischen France Télécom und Wanadoo Interactive [...] *⁵⁰, [...] *⁵¹. Diese Änderung der Vorgehensweise von France Télécom führte zu einer ergänzenden Rechnung für die Monate [...] *. France Télécom stellte den Verkehr über Netissimo 1 und Netissimo 2 [...] * in Rechnung, sodass es schwer ist, den genauen Verkehrsanteil von Netissimo 1 in dieser ergänzenden Rechnung vom Rest zu trennen. Die Kommission berücksichtigt daher die daraus resultierende geringfügige Verteuerung der Kosten pro Teilnehmer nicht, die im Übrigen niedrig sind.⁵²
54. Die Auswirkungen der Gebühren für den Routing-Dienst in Verbindung mit den in Randnummer 49 beschriebenen *Anschlüssen* (Einrichtung der Anschlüsse und monatliche Gebühr) erscheinen im Vergleich zu den anderen Kosten als relativ unbedeutend. Diese wiederkehrenden Kosten für die Miete der Anschlüsse werden in der Analyse der variablen Kosten und der Vollkosten nicht berücksichtigt.
55. Die Kosten für den Routing-Dienst pro ADSL-Teilnehmer können auf [...] * EUR ([...] * FRF) im Zeitraum Januar bis Juli 2001, auf [...] * EUR ([...] * FRF) im Zeitraum August 2001 bis Mitte Oktober 2001, auf [...] * EUR ([...] * FRF) im Zeitraum Mitte Oktober 2001 bis Februar 2002 und auf [...] * EUR im Zeitraum Februar bis Oktober 2002 geschätzt werden⁵³.

3. Die Kosten für die internationale Anbindung

56. Der Dienst, der die internationale Anbindung gewährleistet, dient dazu, den gesamten Verkehr zu transportieren, der von allen Teilnehmer von Wanadoo Interactive verursacht wird, wenn sie außerhalb der Plattform von Wanadoo Interactive im Internet surfen. Auch wenn dieser Dienst im Unterschied zu den beiden anderen bereits beschriebenen Diensten nicht für die Bereitstellung eines Breitband-Internetzugangs spezifisch ist, lässt sich nicht bestreiten, dass jeder Teilnehmer von *Wanadoo ADSL* und *Pack eXtense* ein gewisses Verkehrsvolumen erzeugt, das zur gesamten von Wanadoo Interactive benötigten Datentransfermenge hinzukommt. Das Unternehmen rechnet im Übrigen in seinen internen Prognosen diese Kosten durchaus zu den Netzkosten seiner ADSL-Dienste⁵⁴. Die von Wanadoo Interactive an France Télécom bezahlte Gebühr zählt zu den variablen Kosten, nachdem sie von der Anzahl der Teilnehmer bei Wanadoo Interactive abhängt.

⁵⁰ [...] * (S. 5904 der Akte).

⁵¹ [...] * (S. 6807 ff. der Akte).

⁵² [...] *(S. 5904 der Akte), [...] *.

⁵³ Siehe Anhang 17 dieser Entscheidung.

⁵⁴ Punkt 6 der Antwort von France Télécom vom 6.12.2001 auf das Auskunftsverlangen der Kommission vom 23. November 2001.

57. Diese Kosten für die internationale Anbindung, die in den Jahren 2000 und 2001 stabil geblieben waren, nahmen Anfang 2002 [...] ab. Somit kann davon ausgegangen werden, dass die Kosten für die internationale Anbindung pro ADSL-Teilnehmer ab Februar 2002 im Durchschnitt von [...] EUR auf [...] EUR sanken.⁵⁵
58. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die in Randnummer 57 erwähnte Bewertung der Kosten für die internationale Anbindung Ende 2001 und Anfang 2002 auf einer für Wanadoo Interactive günstigen Annahme beruht. Es wird nämlich davon ausgegangen, dass der pro Teilnehmer gemessene international angebundene Verkehr [...] des pro Teilnehmer im Rahmen des Routing-Dienstes *verrechneten* Datenverkehrs ausmacht. Der die internationale Anbindung gewährleistende Dienst der France Télécom wird [...] auf der Grundlage einer tatsächlich gemessenen und über Internet-Einwählknoten (PoP) festgestellten Datentransfermenge verrechnet⁵⁶ [...]. Die Anwendung eines Koeffizienten von [...] % der im Rahmen des Routing verrechneten theoretischen Bandbreite zur Bewertung des internationalen Verkehrs führt demnach dazu, dass die tatsächlichen Werte unterschätzt werden. Trotz dieses Vorbehalts verwendet die Kommission jedoch von nun an in Ermangelung genauerer Daten über den tatsächlichen Verkehr für die Zeit vor dem April 2002 die von Wanadoo Interactive übermittelte Bewertung.
59. Für den Zeitraum ab April 2002 geht die Kommission bei der Bewertung der Kosten für die internationale Anbindung von einer Annahme von [...] % der von France Télécom im April, Mai und Juni 2002 festgestellten Bandbreite⁵⁷ aus.

4. [...] im Jahr 2001 erhaltene Preisnachlässe

60. [...] Diese Beträge sind bei der Ex-post-Kostenanalyse von den tatsächlich von Wanadoo Interactive im Jahr 2001 getragenen Netzkosten abzurechnen.

3. Die Kosten für Akquisition und Kundengewinnung

61. Für einen Internet-Provider werden als Kosten für die Kundenakquisition (oder Kundengewinnung in der Ausdrucksweise von Wanadoo Interactive) die Aufwendungen bezeichnet, die durch Maßnahmen entstehen, mit denen das Interesse potenzieller Kunden für die angebotenen Produkte geweckt wird und sie dazu gebracht werden, sich für den Dienst zu entscheiden, sowie die Kosten in Verbindung mit der Einrichtung des Anschlusses. Für jeden neuen Teilnehmer fallen diese Kosten nur einmal, und zwar zum Zeitpunkt, zu dem die Vertragsbeziehung mit dem Provider entsteht, an. Wanadoo Interactive unterscheidet verschiedene Kostenträger, aus denen sich die Kosten für die Kundenakquisition zusammensetzen: die Werbekosten, die Aufwendungen für die Verkaufsorganisation, die Gebühren für den Anschluss, die Kosten für verkaufsfördernde und ähnliche Maßnahmen, die Kosten für das Zubehörset von eXtense und andere Strukturkosten.

⁵⁵ Siehe Anhang 18 dieser Entscheidung.

⁵⁶ Darlegungen der France Télécom in Punkt 4 ihres Schreibens an die Kommission vom 13. November 2002.

⁵⁷ Schreiben von France Télécom vom 20. Dezember 2002 (S. 6108 der Akte).

1. Werbung, Marketing und Verkaufsförderung

62. Werbung und Marketing wirken sich direkt auf die Zahl der neuen Teilnehmer aus. Im gegenständlichen Fall wurden nur konkrete Werbe- und Marketingmaßnahmen für die ADSL-Dienste von Wanadoo Interactive und keinerlei Werbeaktivitäten für Breitbandzugänge allgemein oder verkaufsfördernde Maßnahmen für die Marke Wanadoo oder die Dienste dieses Anbieters insgesamt berücksichtigt.
63. Wanadoo Interactive stellte die Zuordnung der Werbekosten zu den variablen Kosten in Frage. Das Unternehmen berief sich insbesondere auf Entscheidungen der Kommission über Konzerne, in denen Kosten für Werbekampagnen als verlorene Kosten erachtet werden.⁵⁸
64. Zunächst ist festzuhalten, dass die Einstufung der Werbeausgaben als verlorene Kosten in den Kommissionsentscheidungen, auf die sich Wanadoo Interactive beruft, ihre Behandlung als variable Kosten nicht ausschließt. Verlorene Kosten stellen nicht unbedingt immer Fixkosten dar.⁵⁹ Weiters werden in der Kostenrechnung die Werbekosten für ein bestimmtes Produkt im Allgemeinen als direkte variable Kosten⁶⁰ erachtet. Auch wenn sehr kurzfristig betrachtet Werbekosten als Fixkosten angesehen werden können, da sie keine absolut unmittelbare Verbindung mit dem Verkauf aufweisen, so haben sie innerhalb einer kurzen Zeitdauer, d. h. auf alle Fälle innerhalb von bis zu einigen Wochen, offensichtliche Auswirkungen auf dessen Höhe. Dies trifft vor allem für die Situation auf einem Wachstumsmarkt zu, die von PR-Kampagnen über neue Produkte oder saisonale Sonderangebote geprägt ist. Anders könnte es sich bei allgemeinen PR-Ausgaben verhalten, die einfach dazu dienen, das Unternehmen und die Marke im Allgemeinen — und nicht ein bestimmtes Produkt — bekannt zu machen. Im vorliegenden Fall handelte es sich bei den erfassten Werbeaufwendungen sehr wohl um spezifische Kosten, die aufeinander folgenden, stark auf die Verkaufssteigerung ausgerichteten Kampagnen entsprachen. So wird zwischen den Werbekampagnen und der Umsatzentwicklung von Wanadoo Interactive eine starke Korrelation⁶¹ mit einem Korrelationskoeffizienten von $[>0,53]$ beobachtet. Die

⁵⁸ Entscheidungen der Kommission vom 25. Juni 2002 in der Sache COMP/M.2817 – Barilla-BPL-Kamps (ABl. C 198 vom 21.8.2002, S. 4) und vom 21. Juni 1994 in der Sache IV/M.430-Procter and Gamble/VP Schickedanz (ABl. L 354 vom 31.12.1994, S. 32), zitiert in den Randnummern 260 und 261 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 auf die Mitteilung von Beschwerdepunkten vom 9. August 2002. In der Entscheidung aus dem Jahr 1994 wird zwar darauf hingewiesen, dass eine Werbekampagne in einer Zeitschrift oder einem bestimmten Medium eine umsatzunabhängige Fixkostenkomponente enthält, es wird jedoch nicht daraus geschlossen, dass sich die Kosten aller Werbe- und Marketingkampagnen generell zur Gänze aus Fixkosten zusammensetzen.

⁵⁹ William J. Baumol und Robert D. Willig, „Fixed costs, sunk costs, entry barriers and sustainability of monopoly“, Quarterly Journal of Economics, August 1981, insbesondere S. 407.

⁶⁰ Siehe insbesondere A. Mikol, J.C. de Guardia und H. Stolowy, „Comptabilité analytique et contrôle de gestion“, Dunod, 1991, S. 100.

⁶¹ Siehe Anhang 21. Der lineare Korrelationskoeffizient wird nach der üblichen mathematischen Formel als Verhältnis zwischen Kovarianz und Quadratwurzel des Produkts der Varianzen berechnet. Ein Korrelationskoeffizient liegt immer zwischen -1 (inverse Korrelation) und $+1$ (perfekte Korrelation), wobei die Werte um 0 eine Nullkorrelation angeben. Wanadoo Interactive behauptet in seiner Antwort vom 4. März 2003 (Randnummer 60), dass ein Koeffizient von $[>0,53]$ nicht beweiskräftig ist, sondern einen Widerspruch darstellt. Diese Behauptung stimmt aber nicht mit der vom Unternehmen übermittelten Anlage überein, in der unter Bezugnahme auf die Theorie der Statistik gerade die Zahl $[>0,53]$ als Grenze zwischen einer „mittleren Korrelation“ und einer „starken Korrelation“ bezeichnet wird. Weiters ist unter Berücksichtigung aller verfügbaren Datenpaare ([...] Variablenpaare) ein Koeffizient von $[>0,53]$ als besonders signifikant für eine statistische Korrelation zwischen den beiden Datenreihen (Werbeausgaben einerseits und Zunahme der Teilnehmer andererseits) bei einem sehr

Tatsache, dass der Verkauf, chronologisch betrachtet, eine Folge der Werbung ist und dass die Werbekosten nicht aus jedem einzelnen Verkauf resultieren, ändert nichts an dieser Schlussfolgerung⁶², und ebenso wenig die Tatsache, dass nicht unbedingt ein streng proportionales Verhältnis zwischen den Kosten von Werbekampagnen und jeder einzelne Produkteinheit⁶³ vorliegen muss. Im vorliegenden Fall wurde der Umfang der Werbe- und Marketingkampagnen nach dem erwarteten Ergebnis ausgerichtet und die entsprechenden Kosten in Bezug auf ein bestimmtes Ziel in der Kundenakquisition bestimmt.

65. Über seine Argumentation über die Natur der Werbekosten hinaus, stellt Wanadoo Interactive nämlich in Wirklichkeit in Frage, dass diese Ausgaben bei der Prüfung des Vorliegens von Verdrängungspreisen zu berücksichtigen sind. Die Kommission erachtet diesen Einwand als für den vorliegenden Fall irrelevant. In Anbetracht dessen, wie sehr sich diese Ausgaben auf einem Wachstumsmarkt auf die Entwicklung des Kundenstamms des betreffenden Unternehmens und somit auf die Marktmacht, die es damit erwirbt oder verstärkt, auswirken, stellen sie eine wesentliche Variable der Analyse dar.
66. Für die verkaufsfördernden Maßnahmen gelten die gleichen Überlegungen wie für die Kundenakquisition und die Werbekampagnen. Ihre Kosten müssen zu den variablen Kosten gerechnet werden — umso mehr, als sie naturgemäß direkt aus dem Kauf jeder neuen Einheit des Produkts (Preisnachlass, Rückvergütungsangebot etc.) resultieren.

2. Die Kosten der Verkaufsorganisation

67. Die Kosten der Verkaufsorganisation verhalten sich ebenfalls streng proportional zur Anzahl der neu verkauften Einheiten. Für jeden neuen Teilnehmer wird eine Provision sowohl an die Verkaufsstellen des Geschäftsstellennetzes von France Télécom als auch an andere Verkaufsstellen bezahlt. [...] Die durchschnittlichen variablen Kosten für die Bezahlung der Verkaufsstellen ergeben sich demnach aus [...].*

niedrigen Fehlerrisiko zu erachten. Es kann mathematisch nachgewiesen werden, dass bei einer solchen Anzahl von Variablenpaaren mit einem Fehlerrisiko von weniger als 1 % diese als signifikant korreliert zu betrachten sind, nachdem der Korrelationskoeffizient über 0,53 beträgt. Diese Bedingung wird hier verifiziert.

⁶² Wanadoo Interactive behauptete (Randnummer 60 der Antwort vom 4. März 2003, S. 6871 der Akte), dass eine bestehende Korrelation nicht unbedingt bedeute, dass auch ein kausaler Zusammenhang vorliege, da es ja etwas geben kann, was die Statistiker als „Störgröße“ bezeichnen. Die von Wanadoo Interactive genannten Beispiele (eine starke Korrelation zwischen dem Steueraufkommen in England und der Kriminalität in Japan oder zwischen dem Weizenpreis und der Population der Nagetiere) sind für den gegenständlichen Fall nicht relevant. Das Unternehmen ist vor allem nicht in der Lage anzugeben, was im vorliegenden Fall eine solche „Störgröße“ wäre.

⁶³ Wanadoo Interactive weist darauf hin, dass die Werbung in seiner Kostenrechnung nicht den variablen Kosten zugeordnet werden kann, da sie nicht in einem konstanten proportionalen Verhältnis zur Zunahme der Teilnehmer stehe (Randnummern 63 bis 65 der Antwort vom 4. März 2003, S. 6873-6875 der Akte). Im vorliegenden Fall vertritt die Kommission jedoch die Auffassung, dass sich die Zunahme der Anzahl der Teilnehmer nicht streng proportional zu den Werbespesen verhält (was folgende Funktion voraussetzen würde: $y=a.x$), sondern dass sie durch eine lineare Beziehung wie $y=a.x + b$ mit ihnen verbunden ist. Konkret bedeutet das, dass ein Teil des Zuwachses der Teilnehmer proportional zu den Werbeausgaben erfolgt und ein Teil aufgrund exogener Faktoren, was eine einfache logische Intuition bestätigt.

3. Die Gebühren für den Anschluss

68. Die Anschlussgebühren werden Wanadoo Interactive von France Télécom für jeden neuen Teilnehmer des Dienstes eXtense in Rechnung gestellt. Sie betragen während des gesamten Zeitraums 53,4 EUR. Vom 15. Oktober 2001 bis 15. Februar 2002 sowie ab September 2002 erließ France Télécom jedoch allen Internet-Providern diese Gebühren.

4. Die andere Produktionskosten

69. Folgende andere Produktionskosten werden von Wanadoo Interactive genannt: Plattformkosten; Kosten für den Kundendienst, die im Wesentlichen den direkten Kosten in Verbindung mit dem Hotline-Dienst entsprechen; Kosten für die Kundenverwaltung, insbesondere in Verbindung mit der Rechnungslegung und dem Mahnwesen; Kosten für die Kundenbindung. Die Kommission berücksichtigt in ihrer Analyse alle von Wanadoo Interactive übermittelten Erklärungen über die Struktur, die Aufschlüsselung und Entwicklung dieser Kosten sowie ihre Einstufung als variable Kosten oder als Fixkosten.

F. DAS AUSMASS DER KOSTENDECKUNG DURCH DIE ERLÖSE

70. Im folgenden Abschnitt erläutert und kommentiert die Kommission die verschiedenen möglichen Ansätze, die im Rahmen einer Prüfung auf Verdrängungspreise herangezogen werden können, sowie die Ergebnisse der entsprechenden Berechnungen anhand der in den Abschnitten I.D und I.E dargelegten Erlöse und Kosten.

- Deckung der Vollkosten eines kurzen Zeitraums, wie sie in der Buchhaltung des Unternehmens erfasst werden ;

- Deckung der Vollkosten und der variablen Stückkosten, die unter Verteilung bestimmter Kosten auf mehrere Geschäftsjahre in Bezug auf die Buchführungsdaten aufgeschlüsselt werden;

- Deckung der variablen Kosten für die verschiedenen getrennt betrachteten Teilnehmergenerationen;

- Deckung der vom Unternehmen (*ex ante*) vorhersehbaren Kosten, bereinigt um zufällige Elemente, die sich auf die ursprünglichen Prognosen ausgewirkt haben.

71. Bei all diesen Ansätzen beginnt die Kommission ihre Analyse mit März 2001⁶⁴. Obwohl die ADSL-Dienste von Wanadoo Interactive bereits Ende 1999 auf kommerzieller Basis eingeführt und obwohl 2000 erhebliche Verluste verzeichnet wurden, vertritt die Kommission die Auffassung, dass das Entwicklungsstadium des

⁶⁴ Der Zeitraum, der Gegenstand dieser Entscheidung ist, beginnt am 1. März 2001. Die in den Tabellen 2 und 3 wiedergegebenen Daten umfassen aber auch die Monate Januar und Februar 2001, weil die verfügbaren Informationen keine genauere Aufschlüsselung zuließen, auf Grund deren die diesen beiden Monaten entsprechenden und für die vorliegende Analyse unerheblichen Zahlen herausgerechnet werden könnten. Die Einbeziehung der Zahlen für Januar und Februar 2001 in die Tabellen 2 und 3 hat jedoch keine Konsequenzen für die Feststellung der Dauer der Zuwiderhandlung.

Breitbandmarktes zu diesem Zeitpunkt noch nicht ausreichte, um bei einer Prüfung auf Verdrängungspreise signifikante Ergebnisse zu erhalten.

72. Die Vorzüge und Grenzen dieser verschiedene Ansätze werden im Folgenden erläutert. Am Ende ihrer Analyse stellt die Kommission fest, dass nur der Ansatz der aufgeschlüsselten Kosten wirklich einen Schluss zulässt, während die anderen Ansätze lediglich zusätzliche Informationen zum Thema bringen.

1. Die Deckung der Vollkosten eines kurzen Zeitraums

73. Als Kosten und Erlöse eines kurzen Zeitraums werden bei diesem Ansatz die Kosten und Erlöse bezeichnet, die im Laufe der Zeit Monat für Monat direkt in die Kostenrechnung des Unternehmens einfließen. Bei diesem Ansatz erhält man für die gesamten erzielten Erlöse und entstandenen Vollkosten der beiden ADSL-Dienste von Wanadoo Interactive für den untersuchten Zeitraum ungefähr folgende Beträge:

Tabelle 2: Erlöse und Vollkosten der ADSL-Dienste von Wanadoo Interactive (in Mio. EUR)

	Erlöse	Kosten	Erlöse – Kosten	Deckungsgrad der Vollkosten
Januar-Juli 2001	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
August-Dezember 2001	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Januar-Juni 2002	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

* vorläufige Schätzung

74. Der Deckungsgrad der kurzfristigen Vollkosten ist also in den beiden aufeinander folgenden Zeiträumen im Jahr 2001 eher niedrig und liegt zwischen [...]* % und [...]* %. Im ersten Halbjahr 2002 verbessert er sich.⁶⁵

75. Bei der Analyse des Deckungsgrades der kurzfristigen Kosten stößt man auf eine wesentliche Grenze, die eine Schlussfolgerung unmöglich macht. Auf einem Wachstumsmarkt, wo die Kosten für die Kundenakquisition einen erheblichen Anteil der Ausgaben darstellen, kann das Ziel eines unter normalen Umständen handelnden Unternehmens nicht in der unmittelbaren Deckung der Vollkosten bestehen. Die in der Tabelle 2 angegebenen Werte für den Deckungsgrad können daher nicht als für die Feststellung von Verdrängungspreisen aufschlussreich betrachtet werden und haben lediglich informativen Charakter.

2. Die tatsächliche Deckung der aufgeschlüsselten Kosten

76. Bei diesem Ansatz wird davon ausgegangen, dass das Ziel des Unternehmens nicht darin besteht, unmittelbar ein positives kurzfristiges Rechnungsergebnis vorlegen zu können. Es wird vielmehr angenommen, dass das Unternehmen eine ausreichende Deckung der wiederkehrenden Kosten (Netzkosten und Produktionskosten) anstrebt, damit mit dem bei diesen wiederkehrenden Kosten erzielten Deckungsbeitrag die

⁶⁵ Zum Zeitpunkt dieser Entscheidung ist es unmöglich, die exakten Kosten für das erste Halbjahr 2002 zu ermitteln. Die Daten in den von Wanadoo Interactive übermittelten Unterlagen, die direkt aus der Kostenrechnung stammen (S. 6 des Schreibens von Wanadoo Interactive vom 13. Dezember 2002, S. 6099 der Akte) lassen bestimmte Kostenelemente außer Acht. Der tatsächliche Kostendeckungsgrad war wahrscheinlich deutlich niedriger.

einmaligen variablen Kosten für die kommerzielle Entwicklung des fraglichen Produkts (Werbung, Marketing, Verkaufsförderung usw.) innerhalb eines vernünftigen Zeitraums gedeckt werden können. Die einmaligen variablen Kosten werden also nach dem Prinzip der Abschreibung einer Sachanlage⁶⁶ aufgeschlüsselt und auf einen bestimmten Zeitraum verteilt. Bei dieser Methode wird angenommen, dass die Motivation des Unternehmens viel eher von einem ROI (return on investment) in einem vernünftigen Zeitrahmen als von der unmittelbaren Deckung der gesamten Kosten bestimmt wird. Für das gegenständliche Unternehmen bedeutet dies, dass die Preise in den ersten Geschäftsjahren seiner Tätigkeit die Kosten nicht zur Gänze decken können, dass aber dadurch weniger finanzkräftige Wettbewerber, die auf der Basis vernünftiger Rentabilitätsziele investieren, nicht vom Markt verdrängt werden.

77. Um die wirtschaftliche Ausgewogenheit der ADSL-Angebote von Wanadoo Interactive zu beurteilen, ging die Kommission somit von der Annahme aus, dass sich die Kosten für die Kundenakquisition auf 48 Monate verteilen. Der Vertrag über den Teilnehmeranschluss für den Dienst eXtense bindet den Kunden für mindestens ein Jahr. Die Verteilung der Akquisitionskosten auf diesen einjährigen Zeitraum hätte jedoch nicht den normalen Marktbedingungen entsprochen, da die Teilnehmer im Durchschnitt länger als ein Jahr bei ein und demselben Provider bleiben.
78. Das Unternehmen Wanadoo Interactive stimmte dieser Analyse zu, gab jedoch in seiner Antwort vom Oktober 2002 an, dass gemäß seiner eigenen Analyse die durchschnittliche Vertragsdauer mit Kunden [...] eher bei [...] liege⁶⁷. In seinem Schreiben vom 4. März 2003 hält Wanadoo Interactive fest, dass die Schätzung auf vier Jahre eine „[...]“ und dass eine Dauer „[...] nicht übertrieben⁶⁸“ sei, wobei sich das Unternehmen auf die von August 2001 bis Juni 2002⁶⁹ beobachtete Kundenfluktuationsraten stützt. Die Kommission vertritt aus Gründen, die bereits in der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 19. Dezember 2001 dargelegt wurden, die Auffassung, dass die im Zeitraum einer starken Zunahme der Teilnehmerzahl ermittelten Kundenfluktuationsraten nicht als repräsentativ betrachtet werden können und dass für die Berechnung der durchschnittlichen Vertragsdauer mit Kunden nur die aufgrund einer stabilisierten Teilnehmerzahl ermittelten Raten aufschlussreich sind.
79. Festzuhalten ist, dass die Wettbewerber in ihren Geschäftsplänen ebenfalls eine zeitliche Verteilung der einmaligen variablen Kosten vornehmen, dass sie dafür jedoch von kürzeren Zeiträumen ausgehen als die Kommission im vorliegenden Fall.⁷⁰ In ihren Simulationen von Schereneffekten geht die französische Regulierungsbehörde

⁶⁶ Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass aus buchhalterischer Sicht Wanadoo Interactive keine solchen Abschreibungen vornimmt und dass die gegenständlichen Ausgaben zum Zeitpunkt, zu dem sie anfallen, so wie gewöhnliche laufende Kosten verbucht werden.

⁶⁷ Siehe Randnummern 321 und 332 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 (S. 6314 der Akte).

⁶⁸ Siehe Randnummer 29 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 4. März 2003 (S. 6866 der Akte).

⁶⁹ Wanadoo Interactive stellt somit eine jährliche Kundenfluktuationsrate von [...] % für eXtense und [...] % für Wanadoo ADSL fest. Bei Wanadoo ADSL ist dem Unternehmen jedoch ein Rechenfehler unterlaufen, da es lediglich die Kündigungen, aber nicht auch den Wechsel von Kunden zu anderen Produkten des Unternehmens berücksichtigt hat. Die tatsächliche Kundenfluktuationsrate pro Jahr für Wanadoo ADSL (Wechsel + Kündigungen / durchschnittliche Kundenanzahl) beträgt [...] %, was laut den Angaben von Wanadoo Interactive einer durchschnittlichen Vertragsdauer von [...] Jahren entspricht.

⁷⁰ Oreka schreibt zum Beispiel seine Akquisitionskosten über durchschnittlich 18 Monate ab (siehe S. 6113 der Akte), während Tiscali und T-Online France die Nettokosten ihrer Werbeangebote für ADSL-Modems auf zwölf bzw. zwei Jahre verteilen (S. 5365 und S. 5378 der Akte).

für Telekommunikation ("Autorité de régulation des télécommunications" bzw. ART) ebenfalls von einer kürzeren Dauer als den im vorliegenden Fall berücksichtigten vier Jahren aus.⁷¹ Schließlich ist festzuhalten, dass die Wahl des Zeitraums für die Staffelung der einmaligen Kosten in dem von dieser Entscheidung erfassten Zeitraum für die Feststellung unerheblich ist, dass die vollständigen Kosten nicht gedeckt sind, die auch bei unbegrenzten Abschreibungszeiträumen weiterhin nicht gedeckt wären.⁷²

80. "Aufgeschlüsselte Stückkosten" in dieser Entscheidung bedeutet die Summe der wiederkehrenden, monatlich festgestellten Stückkosten und der (einmaligen) Akquisitionskosten geteilt durch 48.
81. In den folgenden Absätzen untersucht die Kommission einerseits die Deckung der aufgeschlüsselten variablen Stückkosten (Randnummern 82 und 83) und andererseits die Deckung der aufgeschlüsselten Stückvollkosten (Randnummern 84 bis 86). Der Gerichtshof⁷³ sieht zwei Kostendeckungsrechnungen vor, je nachdem ob die Handlungen des beherrschenden Unternehmens auf die Verdrängung von Wettbewerbern ausgerichtet sind oder nicht. Nachdem die Kommission im vorliegenden Fall der Meinung ist, dass sich die Absichten von Wanadoo Interactive⁷⁴ herausgestellt haben, ist es wichtig, die Ergebnisse anhand dieser beiden Berechnungsmethoden zu prüfen.

1. Deckung der variablen Stückkosten

82. Mit der von der Kommission angewandten Methode⁷⁵ zur Aufschlüsselung der Akquisitionskosten erhält man für den Deckungsgrad der variablen Stückkosten die in Tabelle 3 angegebenen Werte. Diese Tabelle gibt auch ein gewichtetes Mittel⁷⁶ für die beiden Dienste zusammen auf der Grundlage ihres jeweiligen Anteils am Umsatz im betreffenden Zeitraum⁷⁷ an.

⁷¹ Die Regulierungsbehörde ART schreibt so die von France Télécom verrechneten Zugangsgebühren in Höhe von 53 EUR über eine Dauer von drei Jahren ab. Siehe Punkt III.1. der ART-Stellungnahme Nr. 02-346 vom 30. April 2002 über die Tarifentscheidung Nr. 2002033 in Bezug auf die Entwicklung des IP/ADSL-Routing-Dienstes und über die von France Télécom angekündigten Tarifvorschläge in Bezug auf die IP/ADSL-Dienste.

⁷² Siehe Randnummer 86.

⁷³ Siehe Urteil in der Rechtssache Akzo, a.a.O., Randnummer 71.

⁷⁴ Siehe Abschnitt I.G.

⁷⁵ Die einzelnen Berechnungen sind in den Anhängen 1 bis 8 dieser Entscheidung erläutert.

⁷⁶ Siehe Berechnungen in Anhang 15 dieser Entscheidung.

⁷⁷ In den Punkten 14 bis 20 seiner Antwort vom 4. März 2003 (S. 6861-6863 der Akte) stellte Wanadoo Interactive diese Gewichtungsmethode in Frage, nachdem die Kommission früher die gesamte Kundenzahl der beiden Dienste zusammen als Gewichtungsfaktor verwendet hatte. Die Kommission vertritt jedoch die Auffassung, dass es für die Berechnung des gesamten Kostendeckungsgrades (alle Erlöse der beiden Dienste dividiert durch die Summe aller Kosten der beiden Dienste) angebracht ist, die für die beiden Produkte ermittelten Deckungsgrade entweder mit den gesamten Erlösen oder den Gesamtkosten eines jeden der beiden Dienste zu gewichten. In Ermangelung der relevanten Angaben für die gesamten Kosten für den ganzen Zeitraum, hat die Kommission hier die gesamten Erlöse gewählt. Die Wahl der gesamten Kundenzahlen als Gewichtungsfaktor sei arithmetisch falsch. Dadurch würde nämlich das Gewicht des ADSL-Produkts von Wanadoo stark überbewertet werden, nachdem man es so behandelte, als ob es die gleichen Kosten und Erlöse wie der Dienst eXtense ergebe, wo doch die Kosten und Erlöse pro Teilnehmer bei eXtense um das Doppelte höher sind. Die Kommission ist der Auffassung, nicht an einem in einem früheren Stadium des Verfahrens gemachten Fehler festhalten zu können und gibt demnach dem Unternehmen die Möglichkeit, seine Kommentare zur Berichtigung des Fehlers im Rahmen seiner Verteidigungsrechte vorzubringen, was in diesem Fall mit dem Schreiben vom 16. Januar 2003 geschah.

Tabelle 3: Deckung der aufgeschlüsselten variablen Kosten

	eXtense	Wanadoo ADSL	Zusammen
1. Januar–31. Juli 2001	[...]* %	[...]* %	[...]* %
1. August 2001–15. Oktober 2001	[...]* %	[...]* %	[...]* %
15. Oktober 2001–15. Februar 2002	[...]* %	[...]* %	[...]* %
15. Februar 2002–15. Oktober 2002	[...]* %	[...]* %	[...]* %

83. Für den Zeitraum bis Ende August 2001 wird weiters festgestellt, dass die laufenden Erlöse nicht einmal die laufenden Kosten — ohne Berücksichtigung der einmaligen variablen Kosten — decken. Die Deckung der wiederkehrenden Kosten beträgt somit für die Dienste eXtense und Wanadoo ADSL [...]* % bzw. [...]* %⁷⁸.

2. Deckung der variablen Stückvollkosten

84. Die Analyse der Vollkosten ist unter Berücksichtigung der EU-Rechtsprechung über Verdrängungspreise vorzunehmen. Dies ist im vorliegenden Fall umso mehr gerechtfertigt, als [...]*⁷⁹. Dieser auf den Vollkosten beruhende Ansatz war insbesondere für das Unternehmen Wanadoo Interactive notwendig, da es von 1991 bis 2001 Verluste verzeichnete. Es konnte sich einfach nicht mehr erlauben, von einer gewissen Notwendigkeit der Vollkostendeckung für jedes einzelne der Produkte seiner Palette abzusehen, da kein einziges davon im Laufe dieser Geschäftsjahre eine ausreichende Marge ergab, um andere Aktivitätsbereiche von dieser Verpflichtung⁸⁰ auszunehmen.

85. Es bestehen keine Zweifel daran, dass die Vollkosten während der ersten sieben Monate des Jahres 2001 nicht gedeckt waren, wenn man die Deckungshöhe der variablen Kosten betrachtet. In der Zeit nach dem 1. August 2001 erhält man für den Deckungsgrad der Vollkosten folgende Werte⁸¹:

Tabelle 4: Deckung der Stückvollkosten

	eXtense	Wanadoo ADSL	Zusammen
1. August 2001-31. Dezember 2001	[...]* %	[...]* %	[...]*%

⁷⁸ Siehe Anhänge 1 und 2 dieser Entscheidung.

⁷⁹ Dies wird durch alle internen Unterlagen des Unternehmens zur vorläufigen Erfolgsrechnung, die einzelnen Produktbudgets und die finanzielle Beurteilung der einzelnen Angebote bestätigt. Eine erschöpfende Aufzählung der bei Wanadoo Interactive beschlagnahmten Schriftstücke wäre zu lang, so dass hier nur beispielhaft auf [...]* vorgestellten [...]* (S. 2869 und S. 2870 der Akte), [...]* (S. 2770 der Akte) verwiesen werden soll. [...]* (S. 2982 der Akte).

⁸⁰ Diese Notwendigkeit eines ausreichenden Bruttodeckungsbeitrags zur Deckung der Vollkosten des Unternehmens wird übrigens in [...]* erwähnt, [...]* (S. 2885 der Akte).

⁸¹ Zur Berechnung des gesamten Deckungsgrads wurde eine Gewichtung mit dem entsprechenden Umsatzanteil gemäß den Angaben in Randnummer 82 vorgenommen (s. Anhänge 13.2, 14,3 und 15.1 dieser Entscheidung).

1. Januar – 15. Oktober 2002	[...]* %	[...]* %	[...]* %
------------------------------	----------	----------	----------

86. Die aufgeschlüsselten Stückvollkosten sind demnach im Zeitraum Januar 2001 bis Oktober 2002 niemals gedeckt. Die Wahl des Zeitraums für die Abschreibung der einmaligen Kosten ist unerheblich für die Feststellung der Unfähigkeit des Unternehmens, seine Vollkosten im fraglichen Zeitraum zu decken. Für das Produkt eXtense war der Deckungsbeitrag zu den Gesamtproduktionskosten in dem Zeitraum ständig negativ, so dass keinerlei Beitrag zur Deckung der einmaligen Akquisitionskosten geleistet werden konnte, und zwar nicht einmal bei unbegrenzten Abschreibungszeiträumen.⁸² Im Falle des Produkts Wanadoo ADSL war der Deckungsbeitrag bis Dezember 2001 ebenfalls negativ; er wurde zwar dann ab Januar 2002 leicht positiv, doch das reichte nur aus, um die Akquisitionskosten über einen Zeitraum von mehr als 96 Monaten abzuschreiben.

3. Analyse anhand aufeinander folgender Generationen von neuen Teilnehmern

87. In seiner Antwort vom 23. Oktober 2002 kritisierte Wanadoo Interactive die von der Kommission angewandte Methode zur Aufschlüsselung der Akquisitionskosten, die dadurch auf einen Zeitraum von 48 Monaten verteilt werden⁸³. Laut Wanadoo sei es bei der Deckungsbeitragsrechnung angebracht, nicht von der gesamten Tätigkeit, sondern von den aufeinander folgenden Generationen neuer Teilnehmer auszugehen. Wanadoo Interactive schlägt somit zwei Methoden vor: einerseits den Ansatz, bei der Berechnung der Deckung der variablen Kosten und der Vollkosten für jeden Zeitraum nur die aufeinander folgenden Generationen von Teilnehmern heranzuziehen, und andererseits die Vorgehensweise, für jede neue Generation von Teilnehmern eine Analyse mit Hilfe des „Discounted Cashflow“ (DCF) durchzuführen.

1. Analyse der ausschließlich für die neuen Generationen von Teilnehmern aufgeschlüsselten Kosten

88. Die von Wanadoo Interactive vorgeschlagene Methode läuft darauf hinaus, für jede neue Generation von Teilnehmern die für frühere Generationen angefallenen Akquisitionskosten nicht erneut zu berücksichtigen⁸⁴. Dadurch wird bei der Beurteilung der Ausgeglichenheit des Bereichs die Bedeutung der im Laufe der anfänglichen Entwicklungsphase getragenen Verluste minimiert. Im konkreten Fall wird gemäß dieser These von Wanadoo Interactive behauptet, dass für die wirtschaftliche Ausgeglichenheit des ADSL-Bereichs die Akquisitionskosten für die im Zeitraum Januar bis Juli 2001 neu angemeldeten Kunden in der Ende 2001 durchgeführten Analyse der wirtschaftlichen Ausgeglichenheit des Bereichs nicht mehr zu berücksichtigen sind, da in der Zwischenzeit eine neue Generation von Anschlussmitgliedern existiert. Somit stellt Wanadoo Interactive den Grundsatz der Verteilung der Akquisitionskosten in Frage. Trotz dieses grundsätzlichen Vorbehalts sollte die These von Wanadoo Interactive jedoch im Rahmen einer Analyse untersucht

⁸² Bei einem Abschreibungszeitraum von zehn Jahren etwa hätte der Deckungsgrad für die Vollkosten bei eXtense von August bis Dezember 2001 [...]* % und ab Januar 2002 [...]* % betragen. Bei dem Produkt Wanadoo ADSL hätte der Deckungsgrad im Falle einer solchen Abschreibungsdauer in der Zeit von August bis Dezember 2001 bei [...]* % und in dem darauffolgenden Zeitraum bei [...]* % gelegen.

⁸³ Siehe Randnummer 289 und Anlage 9 von Anhang D der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002.

⁸⁴ Siehe Randnummern 282 und 286 der Antwort vom 23. Oktober 2002.

werden, um herauszufinden, in welchem Zeitraum seine Preispolitik ein Hindernis für den Zugang und die Entwicklung anderer Wettbewerber auf dem relevanten Markt darstellte.

89. In dieser zusätzlichen Analyse betrachtet die Kommission somit die tatsächlich durch jede neue Generation von Anschlussnehmern angefallenen Kosten. Es ist unnötig, auf den Zeitraum Januar bis August 2001 zurückzukommen, für den die mangelnde Deckung der variablen Kosten nicht bestritten wird. Die Ergebnisse für die drei darauf folgenden Zeiträume liegen schließlich sehr nahe ($\pm 1,5\%$) bei denjenigen, die in Tabelle 3 für die Teilnehmer insgesamt angegeben sind⁸⁵. Weiters wird festgehalten, dass man bei Gewichtung der errechneten Deckungsgrade der beiden Dienste anhand ihres jeweiligen Anteils an der Umsatzentwicklung für den Zeitraum August bis Oktober 2001 sowie für den Zeitraum Februar bis September 2002 ein etwas ungünstigeres Ergebnis erhält als mit der vorhergehenden Methode.

2. Ungültigkeit einer DCF-Analyse im vorliegenden Fall

90. Wanadoo Interactive schlägt in seiner Antwort vom Oktober 2002 vor zu prüfen, ob für jede neue Generation von Teilnehmern der kumulierte DCF pro Kunde über die durchschnittliche Dauer der vertraglichen Bindung positiv ist⁸⁶. Gegen die von Wanadoo Interactive vorgestellte Methode bestehen mehrere grundsätzliche Einwände, weshalb sie abzulehnen ist.
91. Erstens erlaubt diese Analyse keine Schlussfolgerung in Hinblick auf die Verdrängungspreise. Eine Verdrängungspolitik setzt in den meisten Fällen voraus, dass die Unternehmen beabsichtigen, ihre anfänglichen Verluste mittel- oder langfristig irgendwie auszugleichen. Dabei muss der anfängliche Verlust, der zur Abschreckung der am wenigsten hartnäckigen Wettbewerber dient, mittelfristig durch positive Deckungsbeiträge ausgeglichen werden. Somit ist es bei einer Verdrängungspolitik keineswegs paradox, wenn ein Teilnehmer über die gesamte Vertragsdauer hinweg einen positiven DCF ergibt, auch wenn er am Anfang für das Unternehmen einen beträchtlichen Verlust bedeutete.
92. Zweitens führt die Analyse getrennt nach Teilnehmergenerationen dazu, dass die verschiedenen aufeinander folgenden Schübe neuer Kunden künstlich aufgegliedert werden, wo sie doch letzten Endes nur aggregiert wirtschaftliche und finanzielle Aussagekraft haben. Auch wenn die von Wanadoo Interactive vorgeschlagene Methode für die früher gewonnenen Kunden annehmbar wäre, ist es nicht akzeptabel, die Auswirkungen der zukünftigen Teilnehmergenerationen zu ignorieren. Die Wirtschaftlichkeit der Akquisition neuer Teilnehmer durch Wanadoo Interactive ist nicht nur unter dem Gesichtspunkt des DCF einer Gruppe von in einem bestimmten Zeitraum gewonnenen Kunden zu beurteilen, sondern auch in Hinblick auf die Wachstumsperspektiven für die Zukunft. Die betriebswirtschaftliche Strategie eines Unternehmens beruht nicht ausschließlich auf der Gebührengestaltung für ein Produkt, sondern berücksichtigt auch andere Elemente wie die Wachstumsrate und ihre Umsetzung in Hinblick auf kommerzielle Ziele. Die von Wanadoo Interactive vorgeschlagene Methode führt dazu, dass dieser Aspekt vernachlässigt wird.

⁸⁵ Siehe Anhänge 3.2., 4.2., 5.2., 6.2., 7.2., 8.2. und 15.2 dieser Entscheidung.

⁸⁶ Siehe Randnummern 333 bis 341 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 (S. 6316 und S. 6317 der Akte) und Randnummern 23 bis 25 der Antwort vom März 2003 (S. 6865 der Akte).

93. Nehmen wir zum Beispiel an, dass man für die ab dem Monat t des Jahres N gewonnenen Teilnehmer über einen Zeitraum, der der durchschnittlichen Dauer der vertraglichen Bindung von Abonnenten entspricht, mit einem positiven DCF rechnen kann. Eine kurze Prüfung könnte zum Schluss führen, dass der Neuzugang an Kunden im Monate t des Jahres N rentabel ist. Aber auch wenn diese einzelnen Teilnehmer auf Dauer einen positiven DCF ergeben, verursacht die Umsatzsteigerung der Monate (t+1), (t+2) etc. Akquisitionskosten, die die Rentabilität der Tätigkeit insgesamt betrachtet verringern. Die aufgegliederte Analyse der Neuanmeldungen würde dazu führen, dass man keine Erkenntnisse über die Ausgeglichenheit der gesamten Aktivität, die letzten Endes das einzig Wichtige für das Unternehmen ist, erhält. Die Dynamik von Verkauf und Akquisitionskosten verläuft so, dass die Akquisition neuer Teilnehmer, die wie es scheint einzeln mittelfristig rentabel sind, in Wirklichkeit kurzfristig zu einer Verschlechterung der kumulierten Nettowerte für den gesamten Bereich führt. Dieses Phänomen verdient umso mehr Beachtung, als der Bereich der ADSL-Dienste von Wanadoo Interactive rasch wächst und das Unternehmen davon ausgeht, dass dieses Wachstum mindestens bis 2004 anhält. Auch wenn es also den Anschein haben kann, dass der Netto-DCF für einen einzelnen Teilnehmer in einem Zeitraum von drei Jahren positiv ist, könnte der ADSL-Bereich von Wanadoo Interactive insgesamt betrachtet für etliche Geschäftsjahre darüber hinaus nicht rentabel sein.

94. Kurzfristig gesehen kann der Zugang scheinbar rentabler neuer Teilnehmer nur dann eine Verbesserung des Nettoergebnisses für den gesamten untersuchten Bereich bringen, wenn die folgende Ungleichung zutrifft:

$$(X_{t-1} + x_t) \cdot m > a \cdot x_t$$

wobei „ X_{t-1} “ für die kumulierte Teilnehmeranzahl des Monats (t-1), „ x_t “ für die Anzahl neuer Teilnehmer im Monat t, „ m “ für die Gewinnspanne pro Teilnehmer und „ a “ für die Akquisitionskosten pro neuem Teilnehmer steht. Diese Bedingung entspricht $(X_{t-1} + x_t) \cdot m - a \cdot x_t > 0$. Mit anderen Worten ausgedrückt, hat der Zugang neuer Teilnehmer keine positiven Auswirkungen auf das Nettoergebnis des Unternehmens, wenn die Wachstumsrate des Bereichs niedriger ist als das Verhältnis $m/(a-m)$. Interessanterweise wurde im Zeitraum Januar 2001 bis Juni 2002 diese Ungleichung nie für das Produkt eXtense erfüllt⁸⁷. Unabhängig vom mittelfristigen Wert für die einzeln betrachteten aufeinander folgenden Teilnehmer hat der Zugang neuer Abonnenten also das Nettoergebnis des Bereichs in diesem Zeitraum unaufhörlich verschlechtert.

95. Unter diesen Umständen vertritt die Kommission die Auffassung, dass die DFC-Analyse eine Analyse der Gesamtsituation des Bereichs nicht ersetzen kann, da sie eine Optik ergibt, die einer künstlich optimistischen Darstellung der Zugangs- und Entwicklungsbedingungen auf dem gegenständlichen Markt gleichkommt.

96. Das dritte Problem bei der von Wanadoo Interactive vorgeschlagenen Methode ist der Mangel an Informationen, um von einem rein materiellen Standpunkt aus die zukünftigen, vom Unternehmen vorausgesehenen Gewinnspannen nachvollziehen zu können. Obwohl die unternehmensinternen Unterlagen hier und dort Abschätzungen der Kostenentwicklung enthalten, erlauben es diese vereinzelt Angaben nicht,

⁸⁷

Siehe Anhang 20 dieser Entscheidung.

rückblickend die von Wanadoo Interactive zum Zeitpunkt der Annahme seiner Marketingstrategie für die Zukunft vorhergesehenen Einkommensströme genau nachzuvollziehen. Nicht einmal die Entwicklung der Angebotspreise von Wanadoo Interactive für die Geschäftsjahre 2003 und 2004 war mit Sicherheit festgelegt worden. In verschiedenen Unterlagen des Unternehmens wird zum Beispiel für das Produkt Pack eXtense⁸⁸ ein Zielpreis von unter [...] FRF inkl. Steuern bis zum Jahr 2004 genannt, wobei jedoch die Entwicklung der vom Unternehmen vorhergesehenen Gewinnspanne im Laufe der Zeit unklar war.

4. Die ex ante vorhersehbare Deckung der aufgeschlüsselten Kosten

97. Für die Analyse der Preispolitik von Wanadoo Interactive ist es wichtig, die Deckung der variablen und der Vollkosten zu Ende des Jahres 2001 und in den ersten Monaten von 2002, wie sie auf der Grundlage der damaligen Annahmen von Wanadoo Interactive für die neuen Teilnehmergenerationen⁸⁹ vernünftigerweise vorausgesehen werden konnte, nachzuvollziehen. Wie bereits in Randnummer 99 erwähnt, kam es nämlich aufgrund zahlreicher unerwarteter Ereignisse dazu, dass sich die realen Zahlen Ende 2001 und Anfang 2002 in eine andere Richtung entwickelten. Diese Elemente konnten für Ende 2001 erst im Sommer 2001 mit Sicherheit vorausgesehen werden. Und erst Anfang des Geschäftsjahres 2002 konnte man vernünftigerweise absehen, wie die Zahlen für 2002 aussehen würden.

98. Wanadoo Interactive hat eine solche Prüfung der vorhersehbaren Kosten, wie sie in der zusätzlichen Mitteilung von Beschwerdepunkten vom 9. August 2002 vorgenommen wurde, grundsätzlich nicht in Frage gestellt. Das Unternehmen hielt lediglich fest, dass bestimmte Kostensenkungen nicht zufällig waren, dass man jedoch — obwohl dies in den Budgetprognosen und den Berechnungen der Zielvorgaben nicht festgehalten wurde — darauf gehofft hatte⁹⁰. Es nennt in diesem Zusammenhang als einziges konkretes Beispiel die Kosten [...]*, die [...] Gegenstand von Geschäftsverhandlungen waren. Die Kommission ist der Auffassung, dass diese Verhandlungen [...] zu spät⁹¹ abgeschlossen wurden, als dass Wanadoo Interactive diese Kosten vernünftigerweise zum Zeitpunkt, als es seine Entscheidungen über die Marketingstrategie für das zweite Halbjahr 2001 traf, berücksichtigen hätte können.

99. Man kann davon ausgehen, dass Wanadoo Interactive folgende „zufällige“ Elemente in seinen Rentabilitätsanalysen im Sommer 2001 nicht in Betracht ziehen konnte:

- die Senkung der Kosten für [...]*;
- die [...] Entschädigungen [...] und die Umsatzverluste aufgrund [...]*;
- die Verrechnung der genutzten Bandbreite zu einem merklich niedrigeren Preis als [...]*;

⁸⁸ [...] (S. 2901 und S. 2907 der Akte).

⁸⁹ Die von Areeda und Turner empfohlene kurzfristige Prüfung auf Verdrängungspreise beruht im Übrigen auf der Festlegung der Gebühren unterhalb der Kosten, mit denen vernünftigerweise zu rechnen ist („*reasonably anticipated*“).

⁹⁰ Fußnote 101 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6272 der Akte).

⁹¹ [...] Schreibens von Wanadoo Interactive an die Kommission vom 7. Mai 2002, S. 4904 der Akte).

⁹² [...] Anlage der Antwort vom 7. Mai 2002 auf ein Auskunftsverlangen der Kommission vorgelegt wurde, S. 4913 der Akte).

- die tatsächliche Verteilung der Teilnehmer auf die Region Ile-de-France und das restliche Frankreich, [...] ⁹³.

100. Wanadoo Interactive ging hingegen davon aus, dass der Zugang zum Dienst ab [...] * gratis sein würde, in Wirklichkeit war dies erst ab 15. Oktober 2001 der Fall. Weiters wird angenommen, dass Wanadoo Interactive mit einem Wiederaufschwung des Marktes der Online-Werbung im Herbst und somit mit Einnahmen aus Werbung und Website-Zugriffen gemäß den ursprünglichen Budgetprognosen, rechnete.

101. Hätte sich Wanadoo Interactive einer ähnlichen Methode für die Aufschlüsselung der Akquisitionskosten wie die Kommission bedient, hätte das Unternehmen auf der Grundlage seiner damaligen Annahmen für das zweite Halbjahr 2001 die folgenden Deckungsgrade für die aufgeschlüsselten variablen Kosten in folgender Höhe vorhersehen können:

Tabelle 5: Deckung der bis Ende 2001 vorhersehbaren variablen Kosten

Pack eXtense	Wanadoo ADSL	Zusammen
[...] * %	[...] * %	[...] * %

102. Im Zusammenhang mit den vorhersehbaren Vollkosten für Ende 2001 waren im Geschäftsplan für die beiden Dienste bis Ende 2001, der in der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 19. Dezember 2001 ⁹⁴ erwähnt wurde, Deckungsgrade in Höhe von [...] * % ohne Akquisitionskosten ⁹⁵ angegeben, so wie sie damals von Wanadoo Interactive nach seinen eigenen Berechnungen erwartet wurden. Diese Zahlen bestätigen, dass das Unternehmen Mitte Oktober 2001 sowohl für das Produkt eXtense als auch für Wanadoo ADSL noch keine Deckung der aufgeschlüsselten Vollkosten in den letzten Wochen des Geschäftsjahres 2001 absehen konnte.

103. Die Rückverfolgung der Kosten, wie sie das Unternehmen Ende 2001 für das Geschäftsjahr 2002 vorhersah, ist etwas schwieriger. Das Unternehmen hatte äußerst günstige Hypothesen für die Entwicklung bestimmter Kosten formuliert, wusste jedoch, dass diese Kostensenkungen erst zu Beginn des Jahres einsetzen würden. Wanadoo Interactive war sich somit im Klaren darüber, dass das Jahr in zwei Abschnitte aufgeteilt sein würde: in die Zeit vor und in die Zeit nach dem Beginn der Tarifsenkungen für die Zugangs- und Routing-Dienste von France Télécom.

104. Somit konnte das Unternehmen Anfang 2002 und vor dem Inkrafttreten der neuen Tarife für die Firmendienste von France Télécom vernünftigerweise nur von einer Fortsetzung der zu Ende des Geschäftsjahres 2001 beobachteten Entwicklungen, allerdings um einige wichtige Faktoren bereinigt, ausgehen:

⁹³ Festzuhalten ist, dass die Verteilung der Teilnehmer auf die Region Paris und den Rest des Landes bis zum Herbst 2002 spürbare Auswirkungen auf die Kosten hatte, wobei die Tarife für den Routing-Dienst von France Télécom auf dem Land [...] * höher sind.

⁹⁴ Randnummern 49 und 56 der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 19. Dezember 2001.

⁹⁵ Die fraglichen Kosten wurden im Gegensatz zu den Bewertungen nach der Methode der Kommission nicht aufgeschlüsselt. Dieser Umstand beeinträchtigt jedoch den Vergleich der Ergebnisse kaum, nachdem die Bewertung von Wanadoo Interactive die Akquisitionskosten, deren Auswirkungen durch eine Verteilung auf vier Geschäftsjahre gemäß der Methode der Kommission minimal sind, nicht berücksichtigt. Aus diesem Grund sind die Größenordnungen in den Bewertungen der Kommission und in den Berechnungen der Zielvorgaben nicht sehr unterschiedlich.

- kostenloser Zugang zum Netz für Wanadoo Interactive entweder durch Weiterverrechnung dieser Kosten an den Kunden oder dank der regelmäßigen Sonderangebote von France Télécom;
- geringere Kosten für [...]*, was [...]* bekannt wurde;
- Senkung der Nettokosten für das Modem auf [...]* für Wanadoo Interactive;
- Verringerung der Kosten für die internationale Anbindung, allerdings unter der Annahme, dass weiterhin eine gleich große Bandbreite wie im Jahr 2001⁹⁶ genutzt werden würde.

105. Auf der Grundlage dieser Annahmen kann man davon ausgehen, dass Wanadoo Interactive Anfang 2002 vor Inkrafttreten der neuen Routing-Tarife mit Rentabilitätsbedingungen bei seinen neuen Teilnehmern rechnen konnte, wie sie in Tabelle 6 gemäß der von der Kommission verwendeten Methode mit aufgeschlüsselten Kosten dargestellt werden. In Anbetracht des wesentlich höheren Anteils des Produkts eXtense in den Umsatzzielen für 2002⁹⁷ konnte das Unternehmen nicht damit rechnen, seine variablen Kosten vollständig zu decken.

Tabelle 6: Deckung der bis Anfang 2002 vorhersehbaren variablen Kosten

Pack eXtense	Wanadoo ADSL	Zusammen
[...]* %	[...]* %	[...]* %

106. Für den zweiten Abschnitt des Jahres 2002, ab dem Wanadoo Interactive eine erhebliche Kostensenkung vorhersah, konnte das Unternehmen auf der Grundlage seiner Prognosen mit einer 100 %igen Deckung der nach der Methode der Kommission aufgeschlüsselten Vollkosten rechnen.

5. Schlussfolgerungen zur Kostendeckung

107. Aus den obigen Darlegungen geht hervor, dass Wanadoo Interactive im gesamten Zeitraum von Januar 2001 bis Oktober 2002 nie die gemäß seinen Buchführungsdaten anfallenden variablen und Vollkosten für seine ADSL-Dienste deckte. Auch im Jahr 2002, als sich die Rentabilitätsbedingungen verbessert hatten, verschlechterte sich mit jedem weiteren Monat und mit den neu angemeldeten Teilnehmern das Nettoergebnis des gegenständlichen Bereichs. Diese Tatsache wird lediglich zur Erinnerung festgehalten.

108. Die Kommission bediente sich einer Kostenrechnungsmethode, um zu beurteilen, ob bei den ADSL-Diensten von Wanadoo Interactive eine ausreichende Deckung der Produktionskosten erzielt wurde, um die Kosten für die Akquisition neuer Teilnehmer zu decken, die über einen Zeitraum von 48 Monaten abgeschrieben werden. Zur Vervollständigung dieser Analyse und unter Berücksichtigung

⁹⁶ Festzuhalten ist, dass Wanadoo Interactive am Anfang des Jahres 2002 nicht wissen konnte, dass die Bandbreite pro Teilnehmer schließlich auf einer [...]* Grundlage beurteilt werden würde. Dieser Punkt wird im Übrigen in der Antwort von Wanadoo Interactive vom 4. März 2002 auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 19. Dezember 2001 nicht einmal erwähnt.

⁹⁷ Während der beiden ersten Monate des Jahres 2002 machte eXtense [...]* % der Umsätze mit ADSL-Produkten von Wanadoo Interactive auf dem Privatkundenmarkt im Vergleich zu [...]* % im letzten Quartal 2001 aus. Erst nach dem Verbot der Vermarktung des Pakets eXtense in den Geschäftsstellen durch den französischen Wettbewerbsrat im Februar 2002 kam es [...]*. Dieser [...]* war nicht vorhersehbar.

verschiedener, Ende 2001 zufällig eingetretener Ereignisse hat die Kommission beurteilt, inwiefern das Unternehmen sowohl im zweiten Halbjahr 2001 als auch Anfang 2002 in der Lage war, die Rentabilität seiner ADSL-Dienste auf der Grundlage der damals verfügbaren innerbetrieblichen Arbeitshypothesen positiv einzuschätzen.

109. Die Kommission zieht aufgrund dieser Methode sowie der verschiedenen ergänzenden, in diesem Abschnitt dargelegten Beurteilungen folgende Schlussfolgerungen:

- Vom 1. Januar bis 31. Juli 2001 waren die variablen Kosten der ADSL-Dienste des Unternehmens nicht gedeckt.
- Vom 1. August 2001 bis 15. Oktober 2002 konnte das Unternehmen zwar nicht seine Vollkosten, jedoch seine aufgeschlüsselten variablen Kosten knapp bzw. praktisch decken, ohne im Übrigen in der Lage zu sein, dies bis März 2002 vorherzusehen.
- Seit dem 15. Oktober 2002 deckt das Unternehmen seine Kosten, wie sie nach der Methode der Kommission aufgeschlüsselt werden.

G. UNTERNEHMENSINTERNE UNTERLAGEN, DIE AUF EINE STRATEGIE ZUR VEREINNAHMUNG DES BREITBANDMARKTES HINWEISEN

1. Die Formulierung der Absicht, den Breitbandmarkt zu vereinnahmen

110. Verschiedene schriftliche Unterlagen, die bei Wanadoo Interactive beschlagnahmt wurden, bestätigen, dass es eine Strategie zur Vereinnahmung des Breitbandmarktes bzw. des „ADSL-Marktes“ gab. Dies waren insbesondere folgende Unterlagen:

- Ein Bericht vom Juli 2000⁹⁸, [...] *⁹⁹ [...] *;
- [...] *¹⁰⁰, [...] *;
- [...] *¹⁰¹ [...] *;
- [...] *;
- [...] * der für den Zeitraum 2001-2003¹⁰² auf [...] * hinweist.

111. Mit diesem Ziel der Vereinnahmung des Breitbandmarktes wird auf der Ebene des Internet-Providers das Ziel für den ADSL-Bereich abgewandelt, das der Präsident von France Télécom so formuliert hatte: „*préempter le marché, en coupant l’herbe*

⁹⁸ [...] * (S. 3827 der Akte).

⁹⁹ Diese Bezeichnung stand für das Produkt, das später unter dem Namen „eXtense“ angeboten werden sollte.

¹⁰⁰ [...] * (S. 3142 der Akte).

¹⁰¹ [...] * (S. 3764 der Akte).

¹⁰² Zitiert im Dokument mit dem Titel „Plan stratégique 2002-2004, premières tendances, division ISP [...] * (S. 4261 der Akte).

sous le pied de (ses) concurrents“ [Vereinnahmung des Marktes, indem man den Wettbewerbern den Boden unter den Füßen wegzieht]¹⁰³.

112. Die Umsetzung dieser Idee der Vereinnahmung durch den Erwerb von Marktanteilen ist in verschiedenen Unterlagen enthalten, die bestätigen, dass Wanadoo Interactive nicht nur danach strebte, „Marktführer“ zu werden, sondern auch danach, umfangreiche Marktanteile zu erobern und zu behalten.

113. [...] *¹⁰⁴

114. [...] *:

- [...] *¹⁰⁵ [...] *;

- [...] *¹⁰⁶ [...] *.

115. [...] *¹⁰⁷ [...] *¹⁰⁸ . [...] *¹⁰⁹.

116. [...] *¹¹⁰ . [...] *¹¹¹ . [...] *.

117. [...] *¹¹² . [...] *

118. Diese Strategie für den Breitbandmarkt ist Teil eines umfassenderen Ziels in Hinblick auf die Steigerung der Marktanteile bei allen Internet-Zugängen. [...] *¹¹³.
[...] *

119. Wanadoo Interactive bestritt die Tragweite der zitierten Unterlagen und die Bedeutung des verwendeten Ausdrucks „Vereinnahmung“ sowie die Relevanz der in Bezug auf die Marktanteile angeführten Ziele. Seiner Ansicht nach spiegelten die von der Kommission angeführten Aussagen lediglich den Entscheidungsprozess in einem Großunternehmen wider und seien bloß für ihre jeweiligen Urheber, aber nicht für die juristische Person des Unternehmens verbindlich. Es handle sich ferner um informelle und spontane Ausdrucksformen, um nicht zu sagen spontane und unüberlegte Aussagen¹¹⁴.

120. Allein in Anbetracht der Fakten ist es die Pflicht der Kommission, die Argumentation des Unternehmens zu widerlegen.

¹⁰³ Zitat aus einem Urteil des Berufungsgerichts Paris vom 9. April 2002 in der Rechtssache France Télécom / T-Online, S. 4.

¹⁰⁴ [...] *, (S. 3764 der Akte).

¹⁰⁵ [...] * (S. 3276 der Akte) [...] *.

¹⁰⁶ Die Beurteilung des eigenen Marktanteils durch Wanadoo Interactive zu diesem Zeitpunkt liegt eindeutig unter dem tatsächlichen damaligen Wert.

¹⁰⁷ [...] * (S. 4155 der Akte).

¹⁰⁸ [...] * (S. 4157 der Akte).

¹⁰⁹ [...] * (S. 3095 der Akte).

¹¹⁰ [...] *

¹¹¹ [...] * (S. 2708 ff der Akte).

¹¹² S. 3316 der Akte.

¹¹³ [...] * (S. 2897 der Akte).

¹¹⁴ Randnummer 181 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6289 der Akte).

121. Zunächst ist festzuhalten, dass die Aussagen über die angestrebte Vereinnahmung des Marktes zum Großteil keineswegs „beiläufig“, wie Wanadoo Interactive behauptet¹¹⁵, gemacht wurden. Drei der fünf zitierten Texte, in denen die angestrebte Vereinbarung festgehalten wird, stammen aus offiziellen Präsentationen bei Vorstandssitzungen. Eine vierte Passage ist [...] * keineswegs ein Schriftstück der Leitung der Verkaufsabteilung von Wanadoo Interactive zur Motivation seiner Vertreter vor Ort, wie vom Unternehmen behauptet¹¹⁶, darstellte.
122. Auch wenn vielleicht bestimmte Unterlagen [...] * als informell bezeichnet werden können, ist es umso interessanter zu beobachten, welche Verbreitung dieses Ziel der Vereinnahmung, das in ganz unterschiedlichen Zusammenhängen erwähnt wird, fand. Dadurch kommt über den unterschiedlichen Charakter dieser Schriftstücke hinaus die Einheitlichkeit des Unternehmensziels konkret zum Ausdruck. Entgegen den Behauptungen von Wanadoo Interactive war das angestrebte Ziel der Vereinnahmung selbst in keiner Weise Gegenstand von Diskussionen zwischen den Verfassern dieser Unterlagen, sondern stellt offensichtlich ihr Postulat eines gemeinsamen Ausgangspunktes dar.
123. Weiters stammen die zitierten Aussagen nicht von Mitarbeitern in untergeordneten Positionen, sondern durchwegs von Führungskräften der Unternehmensleitung, ja sogar [...] *. Es ist somit zweifelhaft, dass es sich dabei um spontane und unüberlegte Stellungnahmen handelte.¹¹⁷
124. Wanadoo Interactive hat zu Recht darauf hingewiesen, dass die erklärten Ziele in Hinblick auf die Marktanteile nicht absolut homogen waren, zumal die Schätzungen der Marktanteile im Breitbandbereich abgesehen von einer Ausnahme in einem Dokument, in dem die Zahl [...] * % angeführt wird, zwischen [...] * % und [...] * % lagen. Das Unternehmen warf der Kommission vor, nicht versucht zu haben, die Bedeutung dieser verschiedenen Schätzungen differenziert zu sehen.¹¹⁸ Es ist demnach wichtig, das Dokument mit dem höchsten Grad der Verbindlichkeit heranzuziehen, und zwar [...] *. In dieser Präsentation wurden die bis 2004 angestrebten Marktanteile für ADSL-Einzelangebote wie Wanadoo ADSL auf [...] * % und für Paketangebote wie eXtense auf [...] * % festgelegt. Das Ziel, bis 2004 [...] * % der Marktnische für die ADSL-Einzelangebote zu erobern, wurde im Übrigen in einem kurz danach verfassten Dokument¹¹⁹ bestätigt.

2. Unternehmensinterne Überlegungen von Wanadoo Interactive zur Preisgestaltung und zu den wirtschaftlichen und finanziellen Auswirkungen der Entwicklung seiner ADSL-Dienste.

125. Im Laufe ihrer Untersuchungen brachte die Kommission Einzelheiten über die internen Überlegungen von Wanadoo Interactive zur Preisgestaltung für die fraglichen Dienste sowie zu den wirtschaftlichen und finanziellen Folgen der beschlossenen

¹¹⁵ Randnummer 182 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (ibid.).

¹¹⁶ Randnummern 162 und 175 der Antwort vom 23. Oktober 2002 auf die Mitteilung von Beschwerdepunkten vom 9. August 2002.

¹¹⁷ Weiters ist festzuhalten, dass ihre durchaus zurückhaltende Ausdrucksweise keineswegs mit den aggressiven Parolen oder motivierenden Slogans verglichen werden kann, die in den von Wanadoo Interactive vorgelegten Beispielen (Fußnote 141 der Antwort vom 23. Oktober 2002) enthalten sind.

¹¹⁸ Fußnote 150 der Antwort vom 4. November 2002.

¹¹⁹ [...] * S. 3316 der Akte [...] *.

Tarife in Erfahrung. Die folgenden Darlegungen geben einen Überblick über den Inhalt der im Unternehmen beschlagnahmten Unterlagen.

126. Aus zahlreichen Unternehmensunterlagen, [...]*, geht hervor, dass das Unternehmen bereits sehr früh die Risiken in Verbindung mit der Tarifgestaltung für seine ADSL-Dienste abschätzte. Diese Unterlagen bestätigen eindeutig, dass Wanadoo Interactive in Kenntnis der Sachlage eine Wahl zwischen einem kurzfristigen Rentabilitätsziel und dem Ziel einer hohen Marktpenetration traf und dass man bewusst auf das erste Ziel zugunsten des zweiten verzichtete. [...]*
127. Der Preis für den Dienst Wanadoo ADSL wurde [...] ¹²⁰ auf 135 FRF (bzw. 20,58 EUR) [...] ¹²¹. [...] * wurde dieser Preis, der anfänglich ein Sonderangebot ¹²² darstellte, zu einem dauerhaften Preis.
128. Der Preis für das Pack eXtense wurde ab Januar 2001 auf 298 FRF inkl. Steuern pro Monat festgelegt. Dieses Angebot sowie der Preis für das Set einschließlich Modem (das „Paket“) waren seit über einem Jahr Gegenstand verschiedener Hypothesen.
129. Bereits viel früher, [...] ¹²³, wurde [...] * ein Zielpreis von [...] * FRF inkl. Steuern als Anschlussgebühr für das geplante Produkt, damals mit der Bezeichnung [...] *, erwähnt, [...] *
130. Im Frühling 2000, als sich die Pläne für die Einführung eines „Paketangebots“ durch Wanadoo Interactive konkretisierten, war von einer monatlichen Anschlussgebühr in Höhe von [...] * FRF inkl. Steuern die Rede ¹²⁴. [...] * in einem Szenario [...] ¹²⁵ genannt, das jedoch ab dem Sommer 2000 nach einer [...] * in den Hintergrund rückte. [...] *
131. Ab dem Sommer 2000 wurden mehrere unterschiedliche Preisszenarien für die Kombination von Zubehörset und Anschluss ¹²⁶ erstellt. Gemäß den verschiedenen untersuchten Annahmen ¹²⁷ lag die Anschlussgebühr für 2000 und 2001 zwischen [...] * FRF und [...] * FRF inkl. Steuern und der Preis für das Paket zwischen [...] * FRF und [...] * FRF inkl. Steuern. In einem der in Erwägung gezogenen Szenarien mit der Überschrift „Scénario central“ (Zentrales Szenario) war eine monatliche Teilnahmegebühr von [...] * FRF inkl. Steuern und ein Preis von [...] * FRF für das Set vorgesehen. Dabei wurde die Preiskombination, für die man sich schließlich entschied, nicht geprüft ¹²⁸: Anhand der von Wanadoo Interactive damals getroffenen Annahmen lässt sich jedenfalls nachvollziehen, dass die Tarifgestaltung mit dem tatsächlich im Januar 2001 angewandten Preis zu erheblichen Verlusten und einem negativen Nettogegenwartswert von [...] * FRF Ende 2003 ¹²⁹ geführt hätte.

¹²⁰ [...] * (S. 3155 der Akte). [...] * (S. 3367 der Akte) [...] *.

¹²¹ [...] * (S. 2790 der Akte).

¹²² [...] *

¹²³ [...] *, S. 3362 der Akte.

¹²⁴ [...] * (S. 2598 der Akte); [...] * (S. 2600 der Akte).

¹²⁵ [...] * (S. 3134 der Akte).

¹²⁶ Siehe zusammengefasste Darstellung in Anhang 10.

¹²⁷ S. 2606-2651 der Akte.

¹²⁸ [...] * S. 3133-3134 der Akte.

¹²⁹ Siehe Anhang 19 dieser Entscheidung.

132. Neue Prognosen über die Kosten des Dienstes, insbesondere günstigere Annahmen für die Entwicklung der Netzkosten, waren Ausgangspunkt der Überlegungen über die Höhe der Preise [...]*.¹³⁰ In den darauf folgenden Tagen konkretisierten sich die Überlegungen und führten schließlich zu der Version der Budgetpräsentation vom [...]* mit einem Preis von [...]* FRF inkl. Steuern für das ganze Jahr 2001. Dieser Tarif wurde in den Budgetentwurf von Wanadoo Interactive aufgenommen. Der Preis für den Anschluss wurde schließlich im Herbst etwas modifiziert und betrug im Januar 2001 298 FRF inkl. Steuern. Der Preis für das Set wurde mit 990 FRF inkl. Steuern festgelegt.
133. Bei den Überlegungen zur Preisgestaltung für Pack eXtense wurde also im Jahr 2000 lange Zeit gezögert. Festzuhalten ist, dass in allen betrachteten Preisszenarien von erheblichen Verlusten im Jahr 2001 ausgegangen wurde, selbst unter der Annahme, dass ab 1. Januar 2001 günstige Tarife für den Routing-Dienst und für Netissimo gelten würden.
134. [...]*¹³¹ [...]*¹³² [...]*¹³³.
135. Die Festlegung des Anschlusspreises für das Produkt Pack eXtense auf etwas unter [...]* FRF inkl. Steuern spiegelt die Absicht wider, die Durchdringung auf diesem Markt ohne Rücksicht auf kurzfristige finanzielle Interessen möglichst rasch voranzutreiben. [...]*¹³⁴ [...]*
136. In der Fassung des Budgets vom [...]*¹³⁵ war für Pack eXtense und Wanadoo ADSL gemeinsam ein Bruttodeckungsbeitrag zu den Produktionskosten in Höhe von [...]* FRF und ein Nettodeckungsbeitrag nach Berücksichtigung der Akquisitionskosten von [...]* FRF vorgesehen. In der Version des Budgets 2001 vom [...]*¹³⁶ wurde zunächst festgehalten, dass die ADSL-Dienste im Jahr 2000 einen Bruttodeckungsbeitrag von [...]* FRF ergeben würden, und dann ein durchschnittlicher Bruttodeckungsbeitrag pro Monat und Einheit von [...]* FRF für das Jahr 2001, d. h. ein Bruttodeckungsbeitrag von insgesamt [...]* FRF und ein Nettodeckungsbeitrag von [...]* FRF¹³⁷ angegeben. Die Version des Budget 2001 vom [...]* sah wiederum einen Deckungsbeitrag zu den Produktionskosten von [...]* FRF für dieselben Produkte und einen Nettodeckungsbeitrag von [...]* FRF unter Berücksichtigung der Akquisitionskosten [...]*¹³⁸

¹³⁰ [...]* (S. 3055 der Akte).

¹³¹ [...]* S.2642 der Akte.

¹³² Bei diesen Berechnungen waren die Gesamtkosten für die Kundenakquisition dem Geschäftsjahr zugerechnet worden, in dem die Ausgaben angefallen waren.

¹³³ [...]*, S. 2626 der Akte.

¹³⁴ [...]*, S. 2652 ff. der Akte.

¹³⁵ [...]* (S. 2974 der Akte).

¹³⁶ [...]* (S. 3323 der Akte).

¹³⁷ Diese Version beruhte insbesondere auf folgenden Annahmen: Zugangskosten für Netissimo: [...]* FRF, Kosten für die Übermittlung des IP-Verkehrs: [...]* FRF, Kosten für die internationale Anbindung: [...]* FRF pro Monat. Diese letzte Komponente war im Vergleich zum tatsächlich festgestellten Wert scheinbar zu hoch angesetzt. Die beiden ersten Schätzungen hingegen haben sich als optimistisch herausgestellt, auch in Bezug auf die tatsächlich in der Zeit nach Juli 2001 festgestellten durchschnittlichen Kosten. Diese Annahmen wurden in das endgültige Budget 2001 in seiner Fassung vom Beginn des Geschäftsjahres 2001 aufgenommen.

¹³⁸ [...]* (S. 3275 der Akte).

137. Ende 2000 und Anfang 2001 war klar, dass die ADSL-Dienste von Wanadoo Interactive sich von den anderen angebotenen Produkten durch ihre eindeutig defizitäre Situation unterschieden. Diese Situation ist im Zusammenhang mit der Entscheidung von Wanadoo Interactive zwischen Marktdurchdringung und grundlegenden kurzfristigen Wirtschaftlichkeitskriterien besonders aufschlussreich. Die endgültige Version des Budgets 2001¹³⁹ sah einen Deckungsbeitrag zu den Produktionskosten von [...]* FRF pro Monat und ADSL-Kunde im Jahr 2001 voraus, [...]*
138. Die Ermittlung dieser Wirtschaftsindikatoren bewirkte, dass im ersten Halbjahr 2001 Diskussionen über den Preis des Produkts Pack eXtense im Unternehmen geführt wurden. Insbesondere da die erwartete Senkung der Tarife für den Routing-Dienst und Netissimo nicht eintrat, erwiesen sich die in den Budgetrechnungen getroffenen Kostenannahmen als zu optimistisch. [...]*¹⁴⁰ [...]*¹⁴¹ Von März bis Mai 2001 wurden intern Annahmen für die Festlegung der monatlichen Tarife auf [...]* EUR ([...] * FRF)¹⁴² oder [...] * FRF inkl. Steuern für den Anschluss sowie für eine Erhöhung des Setpreises¹⁴³ getroffen. [...] *¹⁴⁴ [...] *
139. Die Änderung der Tarife für den Routing-Dienst des IP/ADSL-Verkehrs und den Netissimo-Zugang im August 2001 führte zu einer teilweisen Verbesserung der Lage. Trotz dieser positiven Entwicklung geht aus den unternehmensinternen Unterlagen hervor, dass weiterhin ernsthafte Besorgnis über die Wirtschaftlichkeit der ADSL-Produkte bis Ende 2001 und sogar Anfang 2002 herrschte. [...]*
140. [...] *¹⁴⁵ [...] *¹⁴⁶ . [...] *¹⁴⁷ .
141. [...] *¹⁴⁸ [...] *¹⁴⁹ [...] *¹⁵⁰ [...] *¹⁵¹ [...] *¹⁵² . Diese Formulierung ist Ausdruck einer in finanzieller Hinsicht extrem reservierten Einschätzung einer bedeutenden Entwicklung auf dem Breitbandmarkt im Jahr 2002 sowohl bei Wanadoo Interactive als auch seinen Konkurrenten.

3. Die Kenntnisse von Wanadoo Interactive über die rechtlichen Risiken

142. Aus den im Unternehmen beschlagnahmten internen Unterlagen geht hervor, dass man sich bei Wanadoo Interactive bereits frühzeitig der rechtlichen Risiken in Verbindung mit einer nicht kostendeckenden Verrechnung seiner Dienste an Privatkunden bewusst war. [...] *¹⁵³ [...] *¹⁵⁴ [...] *¹⁵⁵ [...] *¹⁵⁶ [...] *.

¹³⁹ [...] * (S. 4351 der Akte).

¹⁴⁰ [...] * (S. 3020 der Akte). [...] *

¹⁴¹ [...] * (S. 2803 der Akte) [...] *.

¹⁴² [...] * (S. 3233 f. der Akte).

¹⁴³ [...] * (S. 3211 der Akte).

¹⁴⁴ [...] * (S. 3106 der Akte) [...] *

¹⁴⁵ [...] * (S. 2921 ff. der Akte). [...] * S. 3110 der Akte) [...] *

¹⁴⁶ [...] * (S. 3110 ff. der Akte).

¹⁴⁷ [...] * (S. 3511 der Akte).

¹⁴⁸ [...] * (S. 2978 der Akte).

¹⁴⁹ [...] * (S. 2870 der Akte).

¹⁵⁰ [...] * (S. 2880 der Akte). [...] *

¹⁵¹ [...] * (S. 3097 der Akte).

¹⁵² [...] *

¹⁵³ [...] * (S. 2826 ff. der Akte).

¹⁵⁴ Damit ist der ADSL-Zugangsdienst IP/ADSL bzw. Netissimo gemeint.

¹⁵⁵ Hier handelt es sich um den IP-Routing-Dienst für den ADSL-Verkehr.

143. In seiner Antwort vom Oktober 2002 macht Wanadoo Interactive geltend, dass die zitierten Unterlagen belanglos seien, da sie nicht aus seiner Rechtsabteilung stammten. Nach Ansicht der Kommission ist es jedoch ganz im Gegenteil aufschlussreich, dass die Bedenken über die Rechtmäßigkeit der Vorgehensweise im Unternehmen über den Kreis der Rechtsexperten hinaus verbreitet wurde. [...] * Wanadoo Interactive hält schließlich fest¹⁵⁷, [...] *¹⁵⁸. Diese Feststellung ist gegenstandslos, da sich der erwähnte Satz keineswegs auf die Differenz zwischen den Produktpreisen von Wanadoo Interactive für Privatkunden und den zugrunde liegenden Kosten, sondern auf den Zusammenhang zwischen dem Angebot „ADSL Connect ATM“ von France Télécom für alternative Telekommunikationsanbieter einerseits und den Großhandelspreisen für den Wiederverkauf der Dienste für Internetzugangsanbieter andererseits bezog.

144. Die Kommission ist der Ansicht, dass sich Wanadoo Interactive zwar nicht unbedingt bewusst war, dass seine Preise als Verdrängungspreise erachtet werden könnten¹⁵⁹, dass das Unternehmen jedoch in Hinblick auf die Problematik eines Schereneffekts zwischen dem Einzelhandelspreis und dem Großhandelspreis bei der Bereitstellung von ADSL-Diensten an Endverbraucher äußerst vorsichtig war. Seit dem Sommer des Jahres 2000 hatte das Unternehmen sehr wohl das mögliche rechtliche Risiko [...] * erkannt, [...] * Diese Erkenntnis hätte ihm Anlass zu einer gewissen Disziplin in seiner Preispolitik und Anreiz zur Festlegung seiner Gebühren über dem Kostenniveau sein sollen.

4. Elemente, die auf eine Strategie der Einschränkung und Verdrängung der Wettbewerber hinweisen

145. Die Festlegung von nicht kostendeckenden Preisen ist nicht das einzige Mittel, das Wanadoo Interactive und sein Hauptaktionär einsetzen, um die Wettbewerber in ihrer Entwicklung zu behindern und das Wachstum auf dem Breitbandmarkt für sich zu vereinnahmen. Anscheinend wurde dazu sehr wohl auch auf andere Mittel zurückgegriffen. Obwohl diese Maßnahmen nur zum Teil Wanadoo Interactive zur Last gelegt werden können und keine Beschwerdepunkte gegenüber dem Unternehmen darstellen, sind sie für das Verständnis der Hintergründe in dieser Sache von besonderer Bedeutung. Sie machen nämlich deutlich, wie sich die Politik von

¹⁵⁶ [...] *, S. 3080 ff. der Akte).

¹⁵⁷ Antwort vom 23. Oktober 2002, Randnummer 101.

¹⁵⁸ [...] * (S. 3294 ff. der Akte).

¹⁵⁹ Es ist jedoch festzuhalten, dass die Regulierungsbehörde ART bereits im Juni 2001 in einer öffentlichen Stellungnahme im Zusammenhang mit den ADSL-Diensten von Wanadoo Interactive die Möglichkeit einer Verdrängungspreispolitik mit folgenden Worten sehr direkt erwähnte: „(...) *les conditions de l'offre faite [par France Télécom] à Wanadoo sont telles qu'elles conduisent cette dernière à supporter des pertes importantes, compte tenu du niveau de prix pratiqué sur le marché résidentiel depuis la mise sur le marché des packs. Cette situation pourrait être de nature à révéler un comportement prédateur, mis en oeuvre par France Télécom et sa filiale Wanadoo sur le marché de l'ADSL grand public*“ [... die Bedingungen des Angebots (von France Télécom) an Wanadoo sind derart, dass sie in Anbetracht der Höhe der seit der Einführung der Paketangebote auf dem Privatkundenmarkt bestehenden Preisniveaus für dieses letztere Unternehmen zu großen Verlusten führen. Diese Situation könnte ein Hinweis auf eine Verdrängungsstrategie sein, die von der France Télécom und ihrer Tochter Wanadoo auf dem ADSL-Markt für die breite Masse verfolgt wird]. (ART-Stellungnahme Nr. 01-548 vom 19. Juni 2001 über die Tarifentscheidungen Nr. 2001482 in Bezug auf die Entwicklung der Dienste Netissimo 1 und Netissimo 2 und Nr. 2001480 über die Entwicklung des IP/ADSL-Zugangsdienstes und -Routingdienstes).

Wanadoo Interactive, zur Vereinnahmung des Marktes seine Produkte mit Verlust zu verkaufen, in eine Gesamtstrategie eingefügt hat.

146. Zunächst war Wanadoo Interactive in Hinblick auf den Zugang zu Informationen über die ADSL-Tauglichkeit der Telefonleitungen und generell bei der technischen Durchführung der ADSL-Anschlüsse bevorzugt. Seine Mitbewerber auf dem ADSL-Markt hingegen sahen sich mit einem langwierigen Verfahren konfrontiert, das mit einem Massenvertrieb, insbesondere für ein breites Publikum, schwer vereinbar war. Unternehmensinterne Unterlagen bestätigen, dass Wanadoo Interactive sich dieses Vorteils durch die Möglichkeit der unmittelbaren Überprüfung der Leitungen auf ihre ADSL-Tauglichkeit bewusst war, nachdem das Unternehmen über die Anweisung an die Geschäftsstellen der France Télécom zur Geheimhaltung dieser Tatsache unterrichtet worden war.¹⁶⁰ Diese Situation führte zu einer Anrufung des französischen Wettbewerbsrats mit einem Antrag auf vorläufige Maßnahmen durch die Gesellschaft T-Online France. Der Wettbewerbsrat vertrat in seiner Entscheidung vom 27. Februar 2002¹⁶¹ die Auffassung, dass bei der Umsetzung des IP/ADSL-Vertrags das Risiko einer strukturellen Diskriminierung zugunsten von Wanadoo Interactive vorliege, was zu einer schwerwiegenden Behinderung des Vertriebs für die breite Masse führen kann, und ersuchte daher die France Télécom darum, dies zu ändern. Diese Entscheidung wurde durch ein Urteil des Pariser Appellationsgericht am 9. April 2002 bestätigt.
147. Wanadoo Interactive leugnet im Zusammenhang mit diesem Punkt die von der Kommission aufgezeigten Tatsachen nicht und beschränkt sich darauf festzustellen, dass der Wettbewerbsrat seine Anordnung vom Februar 2002, die zur Einstellung des Vertriebs der Pakete geführt hatte, seit Juli 2002 als erfüllt betrachtet und das Verbot daher aufgehoben ist.¹⁶² Die von der Kommission angeführten Tatbestände bleiben daher für den Zeitraum vor dem Sommer 2002 gültig und wurden von Wanadoo Interactive für diese Zeit nicht in Frage gestellt.
148. Weiterhin, nutzten France Télécom und Wanadoo Interactive bei der Belieferung mit ADSL-Modems wahrscheinlich gemeinsam die Gelegenheit — zumindest in den ersten Monaten des Jahres 2001 —, um die Entwicklung von Wettbewerbern in der Anfangsphase zu bremsen. France Télécom war für die Zulassung der ADSL-Modems zur Nutzung in ihrem Netz verantwortlich. Anscheinend wurde diese Zuständigkeit dazu benutzt, die Erweiterung des Kreises potenzieller Lieferanten von Modems zu verzögern und die Situation der Knappheit, in der sich der Markt Anfang des Jahres 2001 befand, zu konsolidieren. Einerseits zögerte France Télécom die Zulassung der Modems des Herstellers ECI hinaus, die schließlich am 19. März 2001 erteilt wurde, und wartete eine Entscheidung der Regulierungsbehörde ART nach einem Streitbeilegungsverfahren im November 2001¹⁶³ ab, um die Installation von bis zu dem Zeitpunkt nicht zugelassenen Modems

¹⁶⁰ [...] (S. 3632 der Akte [...])*

¹⁶¹ Entscheidung Nr. 02-MC-03 vom 27. Februar 2002 über die Anrufung des Gerichts und den Antrag auf vorläufige Maßnahmen durch die Gesellschaft T-Online France (S. 1557 bis 1569 der Akte).

¹⁶² Entscheidung Nr. 02-D-46 des Wettbewerbsrates vom 19. Juli 2002 über die Anwendung von Artikel 3 der Entscheidung Nr. 02-MC03 vom 27. Februar 2002, zitiert in Randnummer 247 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6300 der Akte).

¹⁶³ Entscheidung Nr. 01-1112 der Regulierungsbehörde ART vom 16. November 2001 über den Streitfall Liberty Surf gegen France Télécom über die Bedingungen für die Auswahl von Kundenmodems im Rahmen des IP/ADSL-Vertrags. Diese Entscheidung fordert insbesondere France Télécom auf, ein transparentes Prüfverfahren einzurichten, um die Interoperabilität der von den Providern vorgestellten

durch die Internet-Provider zu erlauben. Andererseits hatten die gemeinsamen Modem-Bestellungen von France Télécom und Wanadoo Interactive zur Folge, dass die Produktionskapazitäten des einzigen damals zugelassenen Herstellers, Alcatel, so gut wie ausgelastet waren, was den anderen Wettbewerbern zum Nachteil gereichte.¹⁶⁴ [...] ¹⁶⁵, [...] ¹⁶⁶ [...] ¹⁶⁷ Diese „Blockierung“ des Modemmarktes in den ersten Monaten des Jahres 2001 führte dazu, dass die Wettbewerber in ihrer anfänglichen Entwicklung stark behindert wurden. Während Wanadoo Interactive ab Dezember 2000 mindestens [...] ¹⁶⁸ auf Lager hatte, konnte zum Beispiel T-Online France im Januar 2001 lediglich ein Zehntel davon erwerben.

149. Wanadoo Interactive ist nicht auf die von der Kommission angeführten Tatbestände und Zitate eingegangen. Das Unternehmen hat die Kommission lediglich aufgefordert, diesbezüglich eine Entscheidung des Wettbewerbsrates vom Juni 2002 heranzuziehen, in der ein Antrag auf vorläufige Maßnahmen der Gesellschaft Olitec¹⁶⁸ abgewiesen wird. Diese Hersteller von Endgeräten beschwerte sich über die mangelnde Transparenz beim Verfahren der Modemzulassung und bei den Ausschreibungen von France Télécom. Der Wettbewerbsrat stellte fest, dass nach der Entscheidung der Regulierungsbehörde ART im November 2001 und der darauf folgenden Änderung des IP/ADSL-Vertrags von France Télécom im März 2002 die Schwierigkeiten beim Zulassungsverfahren überwindbar seien. Für die Zeit davor vertritt der Wettbewerbsrat die Auffassung, dass die von Olitec vorgelegten Beweismittel nicht ausreichend aussagekräftig waren, um nachzuweisen, dass die Modalitäten zur Einlistung der Modems diskriminierende Praktiken darstellten. Zu diesem Punkt hält die Kommission fest, dass der Wettbewerbsrat zum Zeitpunkt seiner Entscheidung noch keine Kenntnis von den in Randnummer 148 genannten Unterlagen hatte, welche darauf hindeuten, dass die Zulassung der Modems nicht ausschließlich auf technischen Parametern, sondern auch auf Kriterien der Zweckmäßigkeit beruhte.

150. Schließlich machte France Télécom im Herbst 2001 den Internet-Providern ein „offre de partenariat“ [Partnerschaftsangebot]¹⁶⁹, das ab Dezember 2001 gelten sollte und gravierende Risiken in Hinblick auf eine Einschränkung des Wettbewerbs mit sich brachte. Aufgrund der relativen Vergünstigung der Gebühren für die IP/ADSL- und Routing-Dienste war die Bereitstellung von ADSL-Diensten durch die Wettbewerber zu dieser Zeit wirtschaftlich gesehen weniger unrealistisch, und mehrere Internet-Provider versuchten, eine Marketingstrategie für die breite Masse einzuführen. Das Partnerschaftsangebot bestand für France Télécom grundsätzlich darin, gemeinsam mit den Providern ADSL-Zugänge in Form von Paketen zu einem bestimmten Tarif ([...] * FRF inkl. Steuern, die in der Geschäftsstelle zu bezahlen

Modems zu überprüfen, und die Hindernisse für die Provider beim Anschluss von Modems ihrer Wahl – vorbehaltlich dieser Prüfungen - ausdrücklich zu beseitigen (S. 1673 bis S. 1688 der Akte).

¹⁶⁴ So gingen von Januar 2000 bis Juni 2001 in Frankreich [...] * % der gesamten Lieferungen von ADSL-Modems von Alcatel an France Télécom, und der Rest verteilte sich auf sieben andere Internet-Provider (Quelle: Alcatel, Antwort auf die 1. Frage des Auskunftsverlangens der Kommission vom 31. Mai 2002, S. 5023 der Akte).

¹⁶⁵ [...] * (S. 2792 der Akte).

¹⁶⁶ [...] * S. 5096 der Akte).

¹⁶⁷ [...] * (S. 3109 der Akte). [...] * S. 3214 der Akte[...]

¹⁶⁸ Entscheidung Nr. 02-D-40 vom 25. Juni 2002 über die Anrufung und den Antrag auf vorläufige Maßnahmen der Gesellschaft Olitec, zitiert in Randnummer 249 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 (S. 6300 der Akte).

¹⁶⁹ S. 1580 bis S. 1590 der Akte.

sind, und [...] * FRF inkl. Steuern für die monatlichen Anschlussgebühren, wobei pro Monat [...] * FRF inkl. Steuern für den Provider vorgesehen waren) anzubieten. Die Internet-Provider sollten somit vom Ansehen der France Télécom und ihrer Verkaufsorganisation profitieren. Dafür waren jedoch die Endverbraucherpreise sowie die an die Verkaufsstelle zu entrichtende Provision in Höhe von [...] * FRF pro aktiviertem Anschluss festgelegt. Diese Vorgehensweise zielte zweifelsohne darauf ab, andere Telekommunikationsanbieter davon abzuhalten, neben Netissimo ähnliche Dienste anzubieten¹⁷⁰, und somit für die Zugangsanbieter die Möglichkeit einzuschränken, sich technisch vom Angebot von Wanadoo Interactive abzuheben. Durch die Festlegung der Endverbraucherpreise und der an die Vertriebsstellen zu zahlenden Provisionen führte sie auch dazu, dass den Providern in ihrer Vertriebsstrategie wichtige Elemente des Handlungsspielraums genommen wurden. Auch wenn dieses „Partnerschaftsangebot“ nicht Wanadoo Interactive sondern seinem Mehrheitsaktionär Wanadoo anzulasten ist, so ist es doch ein Zeichen dafür, dass man die Kontrolle über die Marktentwicklung¹⁷¹ anstrebte und die Wettbewerber davon abhalten wollte, sich mit ihren Angeboten vom gegenständlichen Unternehmen abzuheben.

151. In Bezug auf diesen letzten Punkt bestreitet Wanadoo Interactive nicht, dass es dieses Partnerschaftsangebot gab, und hält dazu lediglich fest, dass es nicht verwirklicht wurde.¹⁷² Die Kommission stellt fest, dass der Grund dafür einerseits die negative Reaktion der Unternehmen, denen dieses Angebot unterbreitet wurde und andererseits die Intervention des Wettbewerbsrates¹⁷³ war. Auf keinen Fall geht die Tatsache, dass dieser Vorschlag nicht verwirklicht wurde, darauf zurück, dass France Télécom sein Geschäftsangebot zurückzog.

H. DAS VERFAHREN

1. Verlauf des Verfahrens

152. Mit Schreiben vom 18. September 2001 hat die Kommission France Télécom und Wanadoo Interactive davon in Kenntnis gesetzt, dass die im Rahmen der branchenspezifischen Untersuchung zur Entbündelung des Teilnehmeranschlusses

¹⁷⁰ [...] * (S. 3036 der Akte).

¹⁷¹ In ihrer Stellungnahme 02-35 vom 9. Januar 2002 an den Wettbewerbsrat über den Antrag der Gesellschaft T-Online France hält die Regulierungsbehörde ART in Punkt 3.4 fest, dass mit diesem Partnerschaftsangebot „*France Télécom encadrerait de manière très stricte d’une part la politique de prix des FAI (prix de vente au client final) et d’autre part la politique commerciale de ces derniers en leur imposant le prix de rémunération du réseau de distribution*“ [France Télécom einerseits die Preispolitik der Internet-Provider (Endverbraucherpreise) und andererseits ihre Verkaufspolitik durch die Vorgabe von Preisen für das Verteilernetz stark einschränkt] (S. 1553 der Akte).

¹⁷² Randnummer 250 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6300 der Akte).

¹⁷³ In Artikel 4 der bereits erwähnten Entscheidung Nr. 02-D-46 untersagte der Wettbewerbsrat die Umsetzung des Partnerschaftsangebots mit folgenden Worten: „*Il est enjoint à la société France Télécom de suspendre toute offre multi-FAI destinée à être commercialisée dans la grande distribution et associant la fourniture de son offre de service ADSL Netissimo à une offre de fourniture d’accès à Internet qui présenterait les mêmes caractéristiques que celles détaillées à l’annexe 10 de la saisine (de T-Online)*“ [Das Unternehmen France Télécom wird aufgefordert, alle Angebote an mehrere Internet-Provider gleichzeitig einzustellen, die zur Verwendung im Verkauf an die breite Masse bestimmt sind und bei denen die Bereitstellung des ADSL-Dienstes Netissimo mit einem Internetzugang verbunden ist, der dieselben Merkmale wie die in Anlage 10 der Klageschrift (von T-Online) genannten aufweist]. (S. 1569 der Akte).

sowohl bei diesen beiden Unternehmen als auch bei Wettbewerbern gewonnenen Erkenntnisse die Einleitung einer spezifischen Untersuchung über die Preispolitik für die von Wanadoo angebotenen ADSL-Produkte rechtfertigen. Über verschiedene Auskunftsverlangen holte die Kommission ergänzende Informationen ein.

153. Am Ende dieser Untersuchungsphase wurde Wanadoo Interactive am 19. Dezember 2001 eine Mitteilung der Beschwerdepunkte übermittelt. Wanadoo Interactive hat mit Antwort vom 4. März 2002 und bei einer Anhörung am 18. März 2002 zu dieser Mitteilung von Beschwerdepunkten Stellung genommen. Verschiedene Wettbewerber wie AOL France, Mangoosta (das sich in einem gerichtlichem Vergleichsverfahren befand), Tiscali France, Easynet und Noos wurden als betroffenen Dritte betrachtet und zur Teilnahme an der Anhörung zugelassen.
154. Auf einer Sitzung in den Räumlichkeiten der Kommission am 19. März 2002 stellten Vertreter von France Télécom¹⁷⁴, die das Vorliegen eines Verstoßes bestreiten, dennoch eine Lösung vor, wie der Situation der nicht kostendeckenden Preise durch eine wesentliche Änderung der Tarife für die France-Télécom-Dienste IP/ADSL-Zugang und IP-Routing ein Ende gesetzt werden könnte.¹⁷⁵
155. Am 4. und 5. April 2002 führten Beamte der Kommission auf der Grundlage von Artikel 14 Absatz 2 der Verordnung Nr. 17 eine Nachprüfung in den Räumlichkeiten des Unternehmens durch. Bei dieser Gelegenheit legte Wanadoo Interactive seine Schätzungen der Kosten und Erlöse der fraglichen Tätigkeiten für die Jahre 2001 und 2002 vor. Die Beamten der Kommission ließen von zahlreichen Unterlagen des Unternehmens Kopien anfertigen.
156. Am 9. August 2002 richtete die Kommission eine zusätzliche Mitteilung von Beschwerdepunkten an Wanadoo Interactive, um in einer gewissen Anzahl von Punkten den tatsächlichen und rechtlichen Hintergrund der in der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 19. Dezember 2001 dargelegten Analyse zu ergänzen, insbesondere durch die Aufnahme von Informationen, die die Kommission seit Anfang des Jahres 2002 bei Wanadoo Interactive und seinen wichtigsten Wettbewerbern über Auskunftsverlangen in Erfahrung gebracht hatte, sowie von Erkenntnissen, die sie im Zuge ihrer Nachprüfung am 4. und 5. April 2002 gewonnen hatte.
157. Wanadoo Interactive übermittelte seine Stellungnahme zu dieser zusätzlichen Mitteilung von Beschwerdepunkten in seiner Antwort vom 23. Oktober 2002, suchte jedoch nicht um die Abhaltung einer Anhörung an.
158. Am 16. Januar 2003 richtete die Kommission ein Schreiben an Wanadoo Interactive, in dem die Tatbestände (im Folgenden „Tatbestandsschreiben“), die in den Mitteilungen der Beschwerdepunkte nicht erwähnt worden waren und im Rahmen einer Entscheidung berücksichtigt werden können, dargelegt werden. Diese Tatbestände betrafen zum Großteil Aktualisierungen von Tabellen, die dem Unternehmen gemeinsam mit der Mitteilung der Beschwerdepunkte übermittelt wurden. Im Schreiben wurde ausdrücklich darauf hingewiesen, dass diese Tatbestände weder zu einer Verlängerung des vom mutmaßlichen Verstoß betroffenen Zeitraums

¹⁷⁴ Diese Sitzung fand in Anwesenheit der Rechtsanwälte, die Wanadoo Interactive vertreten, statt.

¹⁷⁵ Die Tarifvorschläge von France Télécom für die IP-/ADSL-Zugangs- und Routingangebote wurden am 11. April 2002 veröffentlicht (S. 2564 ff. der Akte).

noch zu einer Änderung der von der Kommission vorgenommenen Würdigung über den Schweregrad des Missbrauchs führen würden.

159. Wanadoo Interactive hat im Schreiben vom 31. Januar 2003 an den Anhörungsbeauftragten um eine Verlängerung der Beantwortungsfrist angesucht, die ursprünglich auf vier Wochen festgelegt war. Der Anhörungsbeauftragte ging nicht weiter auf die vom Unternehmen angeführten Gründe ein, gewährte Wanadoo Interactive jedoch eine Fristverlängerung von zehn Werktagen, um — falls notwendig — bei den Dienststellen der Kommission die gegebenenfalls über das fragliche Schreiben erforderlichen Aufklärungen einzuholen. Mit Schreiben vom 26. Februar 2003 ersuchten die Vertreter von Wanadoo Interactive somit die Kommission, dem Unternehmen einige Informationen zu verschiedenen Punkten des Tatbestandschreibens zu übermitteln. Die Kommission antwortete mit Schreiben vom 28. Februar 2003. Am 4. März nahm Wanadoo Interactive zum Inhalt des Schreibens vom 16. Januar ausführlich Stellung.

2. Akteneinsicht

160. Während des gesamten Verfahrens nahm Wanadoo Interactive mehrmals sein Recht auf Akteneinsicht in Anspruch: am 7. und 23. Januar 2002 nach der Übermittlung der ersten Mitteilung der Beschwerdepunkte, am 20. und 21. August 2002 nach der Übermittlung der zusätzlichen Mitteilung der Beschwerdepunkte und am 23. und 27. Januar 2003 nach Übersendung des Tatbestandschreibens. Mit Schreiben vom 6. Juni 2003 übermittelte die Kommission Wanadoo Interactive schließlich die nummerierten Kopien der nicht unter das Geschäftsgeheimnis fallenden Schriftstücke, die seit Januar Bestandteil der Akte waren.¹⁷⁶

161. Wanadoo Interactive hat in verschiedenen Schreiben¹⁷⁷ die Vollständigkeit der Akteneinsicht in Frage gestellt. Erstens warf Wanadoo Interactive der Kommission vor, keine Einsichtnahme in die branchenspezifische Untersuchung zur Entbündelung des Teilnehmeranschlusses gewährt zu haben, zumal sich das Unternehmen davon erhoffte, in den Beiträgen von Wettbewerbern Elemente zur Untermauerung seiner Argumentation zu finden. Wanadoo Interactive machte der Kommission auch den Vorwurf, bestimmte Unterlagen aus der branchenspezifischen Untersuchung ausgewählt und andere absichtlich beiseite gelassen zu haben. Zweitens bezweifelte das Unternehmen die Unmöglichkeit, die von bestimmten Wettbewerbern übermittelten Schriftstücke zur Verfügung zu stellen, und warf der Kommission vor, keine Angaben über den Inhalt dieser Dokumente gemacht zu haben. Drittens schließlich ist Wanadoo Interactive der Auffassung, nicht in die gesamte Ermittlungsakte der Kommission Einsicht erhalten zu haben, weil bestimmte Dokumente nicht im Verzeichnis der Schriftstücke, das ihm übermittelt wurde, enthalten waren.

¹⁷⁶ Dem Schreiben beigelegt war auch ein seit Januar 2003 aktualisiertes ausführliches Verzeichnis sämtlicher Schriftstücke, die Bestandteil der Akte waren. Wanadoo Interactive hat sich mit Schreiben vom 18. Juni 2003 zu einigen der neuen Schriftstücke geäußert.

¹⁷⁷ Schreiben der Rechtsanwälte von Wanadoo Interactive vom 14. Januar 2002, vom 22. Januar 2002, vom 8. Februar 2002, vom 10. September 2002 und vom 30. September 2002 (S. 847, S. 871, S. 5546 und S. 5854 ff. der Akte).

162. Zum ersten Punkt ist festzuhalten, dass die Branchenuntersuchung gewissermaßen als Katalysator für die Untersuchungen zu Beginn der Einleitung des spezifischen Verfahrens gegen Wanadoo Interactive dienten, was im Übrigen die Funktion aller Branchenuntersuchungen ist. Die Branchenuntersuchung behandelte jedoch die Problematik des Teilnehmeranschlusses allgemein und insbesondere Angebote eines völlig entbündelten oder gemeinsamen Zugangs sowie Angebote des indirekten Zugangs für Netzbetreiber. Sie betraf also ein wesentlich weiteres Gebiet als die Themen, die Gegenstand der Untersuchungen im Rahmen des Verfahrens waren. Im Sinne einer ordnungsgemäßen Verwaltung wurden zwei verschiedene Akten angelegt, wobei bestimmte Schriftstücke der Akte der Branchenuntersuchung kopiert und in die neue Akte über Wanadoo Interactive übernommen wurden. Das Unternehmen warf der Kommission eine diskriminierende Vorgehensweise bei der Auswahl der Unterlagen für die Zusammenstellung der Akte Wanadoo Interactive vor. Um es Wanadoo Interactive zu ermöglichen, sich von der Objektivität bei der Zusammenstellung der Unterlagen für die neue Akte ein Bild zu machen, übermittelte die Kommission Wanadoo Interactive am 18. Februar 2002 ein nummeriertes Verzeichnis sämtlicher Schriftstücke der Akte über die Branchenuntersuchung in Frankreich. Wanadoo Interactive erachtete es nicht als zweckmäßig, konkrete Anfragen zur Gewährung der Akteneinsicht in bestimmte Unterlagen des ihm übermittelten Verzeichnisses zu machen. Die Kommission weist darauf hin, dass sie im März 2002 einen Bericht über die Entbündelung des Ortsnetzes veröffentlicht hat, der einen ausführlichen Anhang betreffend Frankreich enthält, worin alle sachdienlichen Ergebnisse zusammengefasst sind.¹⁷⁸

163. In Bezug auf die Zugänglichkeit der Dokumente vertritt die Kommission die Auffassung, dass es ihre Pflicht ist, gleichermaßen auf die Ausübung der Verteidigungsrechte als auch auf den Schutz der Interessen der Unternehmen, die ihr auf ihr Ersuchen hin Geschäftsgeheimnisse anvertraut haben, zu achten. Die Mitteilung der Kommission über interne Verfahrensvorschriften für die Behandlung von Anträgen auf Akteneinsicht in Fällen einer Anwendung der Artikel 85 und 86 EG-Vertrag, der Artikel 65 und 66 EGKS-Vertrag und der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates¹⁷⁹, Ziffer II.D.2, legt für die Kommission Verhaltensregeln mit dem Ziel fest, dieses Gleichgewicht der Interessen, insbesondere in Fällen missbräuchlicher Ausnutzung einer beherrschenden Stellung, herzustellen. Danach sind im Falle des Missbrauchs einer beherrschenden Stellung Wettbewerber wegen des starken wirtschaftlichen oder geschäftlichen Drucks, den das marktbeherrschende Unternehmen ausüben kann, der Gefahr von Vergeltungsmaßnahmen in besonderem Maße ausgesetzt, weshalb spezielle Vorsichtsmaßnahmen erforderlich sind. Die Kommission hat demnach grundsätzlich die Vertraulichkeit dieser Informationen respektiert, wenn dies von den Unternehmen gewünscht würde. Gleichzeitig hat sie Wanadoo Interactive dadurch, dass sie dem Unternehmen sowohl bei der Branchenuntersuchung als auch bei den konkreten Nachforschungen in dieser Sache systematisch Zugang zum Inhalt der von der Kommission an diese Unternehmen adressierten Ersuchen um Auskünfte gewährte, die Möglichkeit verschafft, den Gegenstand und den Umfang der von den Wettbewerbern übermittelten Angaben zu

¹⁷⁸ Der Bericht kann unentgeltlich auf der Website der Generaldirektion Wettbewerb eingesehen werden: http://europa.eu.int/comm/competition/antitrust/others/sector_inquiries/local_loop/local_loop_unbundling_inquiry.pdf. Die Kommission hat Wanadoo Interactive mit Schreiben vom 17. Januar 2002 von der Veröffentlichung des Berichts mit seinen Anhängen auf dieser Website unterrichtet (S. 858 der Akte).

¹⁷⁹ ABl. C 23 vom 23. Januar 1997, S. 3.

beurteilen. Wenn die Unternehmen in ihren Antworten Elemente anführten, die über den Gegenstand der gestellten Fragen hinausgingen, wurde in dem an Wanadoo Interactive übermittelten Verzeichnis der Aktenstücke eine kurzer Vermerk bezüglich des Inhalts dieser Angaben gemacht. Weiters holte die Kommission auf begründete Anfrage von Wanadoo Interactive von den Wettbewerbern nicht vertrauliche Versionen der jeweiligen Antworten ein und übermittelte sie dem Unternehmen.¹⁸⁰

164. Zur Frage der nicht nummerierten und nicht in das Verzeichnis der Schriftstücke aufgenommenen Dokumente hält die Kommission fest, dass es sich um durchwegs allgemein zugängliche Unterlagen wie Zeitungsartikel oder veröffentlichte Berichte von internationalen Organisation handelte. Keines dieser Dokumente dient in der gegenständlichen Sache als Beweisstück oder Tatbestandselement. Diese Dokumente sind für die Öffentlichkeit frei zugänglich. Weiters gewährte die Kommission, auch wenn sie diese nicht nummerierte, Wanadoo Interactive zu allen diesen Unterlagen Zugang, von denen die Vertreter des Unternehmens im Januar 2002, im August 2002 und im Januar 2003 vollständige Kopien anfertigten.

165. Die Kommission ist der Auffassung, in diesen verschiedenen Punkten eine Vorgehensweise angewandt zu haben, die die legitimen Interessen der Wettbewerber wahrt und gleichzeitig Wanadoo Interactive die uneingeschränkte Ausübung seiner Verteidigungsrechte ermöglicht. Wiederholte Male legte sie dem Unternehmen ihren Standpunkt zu dieser Vorgehensweise in persönlichen Gesprächen und in verschiedenen Schreiben¹⁸¹ dar.

3. Einwände von Wanadoo Interactive gegen das Schreiben der Kommission vom 16. Januar 2002

166. Wanadoo Interactive wies darauf hin, dass seiner Ansicht nach eine Schwierigkeit des Verfahrens im Sinn und der Tragweite des Tatbestandschreibens der Kommission vom 16. Januar 2003 lag. In einem Schreiben vom 31. Januar 2003 an den Anhörungsbeauftragten stellte das Unternehmen dieses Tatbestandschreiben grundsätzlich in Frage und wies darauf hin, dass es in Anbetracht seines Inhalts für eine richtige Ausübung der Verteidigungsrechte eigentlich einer dritten Mitteilung von Beschwerdepunkten bedurft hätte.

167. Der Anhörungsbeauftragte stellte in seiner Antwort vom 18. Februar 2003 fest, dass das Schreiben der Dienststellen der Kommission keineswegs zur Erweiterung des Geltungsbereichs der beiden Mitteilungen von Beschwerdepunkten führte und auch nicht die Würdigung der Kommission in einer für Wanadoo Interactive nachteiligen Weise änderte und dass diese auf mehreren Seiten des gegenständlichen Schreibens abgegebene Erklärung auch in den Absätzen, in denen sie nicht explizit ausgedrückt ist, ausreichend aus dem Zusammenhang und der Art der Kommentare hervorgeht. Der Anhörungsbeauftragte vertrat die Ansicht, dass unter diesen Umständen eine Übermittlung einer neuen Mitteilung der Beschwerdepunkte der Kommission an Wanadoo Interactive nicht notwendig war.

¹⁸⁰ Schreiben der Kommission an die Rechtsanwälte von Wanadoo Interactive vom 11. und 15. Oktober 2002 (S. 5888 und S. 5893 der Akte).

¹⁸¹ Schreiben der Dienststellen der Kommission an die Rechtsanwälte von Wanadoo Interactive vom 17. und 28. Januar, vom 18. Februar 2002, vom 20. September 2002, Besprechung vom 23. Januar 2002, Schreiben des Anhörungsbeauftragten an diese Rechtsanwälte vom 4. März 2002 und 15. Oktober 2002 (S. 852, S. 870, S. 909, S. 927a, S. 5561 und S. 5897 der Akte).

II – RECHTLICHE WÜRDIGUNG

A. ARTIKEL 82 EG-VERTRAG

168. Gemäß Artikel 82 EG-Vertrag ist die missbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung auf dem Gemeinsamen Markt oder auf einem wesentlichen Teil desselben durch ein Unternehmen mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar und verboten, soweit dies dazu führen kann, den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen. Dieser Missbrauch kann insbesondere in der unmittelbaren oder mittelbaren Erzwingung von unangemessenen Einkaufs- oder Verkaufspreisen bestehen.

B. DER RELEVANTE MARKT

1. Der Dienstleistungsmarkt

1. Einleitung

169. In der Mitteilung der Beschwerdepunkte vom 19. Dezember 2001 schlug die Kommission vor, den Markt der Breitband-Internetzugänge für Privatkunden als relevanten Markt zu betrachten. Auf diesem Markt bieten Internet-Provider einem im Wesentlichen aus Haushalten bestehenden Kundenkreis Internetzugänge für einzelne PC-Arbeitsplätze mit Datenübertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 512 kbit/s im downstream¹⁸² und 128 kbit/s im upstream in dem von dieser Entscheidung erfassten Zeitraum an. Diese Dienste werden pauschal verrechnet. Sie bieten die Möglichkeit einer unbegrenzten Nutzung des Internet und erlauben die gleichzeitige Nutzung der Telefonleitung, um Anrufe zu tätigen und entgegenzunehmen. Mit diesen Internetdiensten verbunden ist die Möglichkeit der Verwaltung von Websites sowie der Einrichtung eines E-Mail-Accounts, insbesondere mit mehrerer E-Mail-Adressen. Die Angebote der verschiedenen Provider umfassen sehr ähnliche Funktionen und einheitliche Preismerkmale. Die Werbeunterlagen der Anbieter beruhen auf zwei wesentlichen Botschaften: der Geschwindigkeit beim Herunterladen und dem Komfort aufgrund der gleichzeitigen Nutzung von Telefon und Internet.

170. Im Umfang dieser Marktdefinition sind sowohl die auf der ADSL-Technologie als auch die auf der Kabelmodem-Technologie beruhenden Angebote enthalten. Obwohl die geografische Verbreitung dieser beiden Technologien sehr unterschiedlich ist, wobei ADSL als wesentlich aussichtsreicher erscheint, und obwohl die technischen Leistungsmerkmale aufgrund des größeren Risikos einer Überlastung bei den Kabelnetzen nicht ganz miteinander vergleichbar sind, schien die Austauschbarkeit dieser unterschiedlichen Angebote auf der Nachfrageseite ausreichend gegeben, um ihre Aufnahme in die Definition eines einzigen Produktmarktes zu rechtfertigen. Es ist jedoch festzuhalten, dass die Angebote der

¹⁸² Das Angebot einer Downstream-Geschwindigkeit von 768 kbit/s, das Freesurf am 23. Oktober 2001 einfuhrte, war bis Herbst 2002 das einzige, das sich von den anderen, bisher kaum unterschiedlichen Produkten abhob. Ab Herbst 2002, dem Ende des von dieser Entscheidung behandelten Zeitraums, wurden Angebote mit unterschiedlichen Datenübertragungsgeschwindigkeiten auf dem Markt eingeführt.

Kabelnetzbetreiber seit Anfang 2001 durchwegs ein wesentlich geringeres Wachstumspotenzial aufweisen als die Angebote auf der Basis der ADSL-Technologie. Am 1. Januar 2001 waren ungefähr acht Millionen Haushalte in Frankreich an die Kabelfernsehnetze angeschlossen, während der Ausbau der ADSL-Technologie im festen Telefonnetz zu dieser Zeit ungefähr elf Millionen Telefonleitungen betraf. Weiters war von den 8,4 Mio. in Frage kommenden Telefonanschlüssen lediglich die Hälfte der notwendigen technischen Anpassung für die Unterstützung eines Breitband-Internetverkehrs unterzogen worden. Schließlich arbeiten die Kabelnetzbetreiber im Rahmen von Franchising-Verträgen auf lokaler oder kommunaler Ebene und sind nur vereinzelt landesweit präsent, während die Anbieter, die die ADSL-Technologie verwenden, lediglich den Bedingungen des Ausbaus der ADSL-Anschlüsse durch die France Télécom unterliegen. Die Aussichten auf einen Durchbruch auf dem Markt waren also bereits Ende 2000 für die ADSL-Technologie a priori besser.

171. Die Kommission ist auch der Ansicht, dass der Breitband-Internetzugang für Privatkunden sich vom Breitband-Internetzugang für Firmenkunden unterscheidet, und zwar in mindestens drei Punkten: 1. ziemlich unterschiedliche Preisklassen, 2. im Allgemeinen merklich höhere Funktionalitäten für die Firmenkunden, 3. größere Auswahl technischer Möglichkeiten für den Zugang. Die Preise sind üblicherweise drei bis fünf mal höher als diejenigen, die den Privatkunden angeboten werden. Diese höheren Gebühren spiegeln selbstverständlich erweiterte Funktionalitäten wider. Die Produkte für Firmenkunden bieten Übermittlungsgeschwindigkeiten im downstream, die mindestens doppelt so hoch sind wie diejenigen der weiter oben beschriebenen Produkte für Privatkunden, höhere Kapazitäten bei der Verwaltung von Websites sowie die Möglichkeit der gleichzeitigen Nutzung mehrerer Arbeitsplätze in einem Netz. Sie werden bisweilen in Hinblick auf ihre technischen Leistungsmerkmale und ihre Preise genau auf die Kunden zugeschnitten, was bei den Produkten für die breite Masse unmöglich ist. Schließlich bietet der Breitband-Internetzugang für Firmenkunden bei der Einrichtung mehr Varianten im Vergleich zu dem für Privatkunden. Standleitungen, drahtlose Teilnehmeranschlüsse oder Satellitenübertragung sind Lösungen, die derzeit für Privatkunden aufgrund ihrer finanziellen Möglichkeiten unerschwinglich sind, für Firmenkunden aber sehr wohl in Betracht kommen.
172. Wanadoo Interactive stellte den Ansatz, die Angebote der Kabelnetzbetreiber in den fraglichen Produktmarkt einzuschließen, die Angebote für Firmenkunden von diesem selben jedoch davon auszunehmen, nicht in Frage.
173. Hingegen wandte sich Wanadoo Interactive gegen die von der Kommission getroffene Unterscheidung zwischen Breitband- und Schmalband-Internetzugang. Wanadoo Interactive spricht nur von einem großen Markt der Internetzugänge. Dem Unternehmen zufolge nehmen die Internetzugänge kontinuierlich zu, wobei sich ein wachsender Anteil der Nutzer von 2000 bis 2010 für Breitband-Internetzugänge und nicht für Schmalband-Internetzugänge entscheiden würde. Breitband- und Schmalband-Internetzugänge stellten somit einfach zwei Segmente ein und desselben Marktes dar. Im Hinblick auf den Trend zum Umstieg hätte das Schmalbandsegment nur noch Bedeutung für Haushalte. Es würde einfach zu einer kontinuierlichen Erweiterung des Produktspektrums kommen, wobei die frühere Zugangsversion (Schmalband-Internetzugang) zunehmend durch die neue (den Breitband-Internetzugang) ersetzt werden würde, was eine folgenschwere Tendenz für den

Markt¹⁸³ darstellte. Die Argumentation von Wanadoo Interactive beruht auf der Tatsache, dass mangels der Reife der spezifischen Breitbandinhalte die in den Jahren 2001 und 2002 zugelassenen Breitbandanwendungen eigentlich den Schmalbandanwendungen ähnlich waren. Wanadoo Interactive betont insbesondere die in seinen Augen bestehende Ähnlichkeit der Pauschalangebote bei Schmalbandzugängen über 20 Stunden, die den unbeschränkten Pauschalangeboten nahe kommen, welche von „zahlreichen anderen Providern“ angeboten würden, von denen das Unternehmen jedoch nur zwei Beispiele im Zusammenhang mit AOL¹⁸⁴ anführt. In Wirklichkeit ginge es den Anhängern der Breitbandtechnologie nicht um die Datenübertragungsraten, sondern vielmehr um den pauschalen und unbegrenzten Charakter der entsprechenden Angebote. Aus den in den Randnummern 174 bis 202 dargelegten Gründen vertritt die Kommission die Auffassung, dass sich der relevante Produktmarkt im vorliegenden Fall ausschließlich auf Breitband-Internetanschlüsse beschränkt und der Schmalbandmarkt nicht betroffen ist.

2. Unterschiedliche Verwendungszwecke

174. Wanadoo Interactive äußert Zweifel in Bezug auf die Unterscheidung zwischen „Breitband-“ und „Schmalband“-Zugängen mit der Begründung, dass die Verwendungszwecke nicht völlig unterschiedlich sind, und dass der Großteil der Nutzer unabhängig vom Zugangsmodus dieselben Anwendungen und Funktionalitäten des Internetzugangs verwende.
175. Es gibt unwiderlegbar eine Reihe gemeinsamer, grundlegender Einsatzbereiche von Breitband- und Schmalband-Internetzugängen: E-Mail, Informationsrecherche, Navigation, „Chat“, Herunterladen von Dateien etc. Es ist jedoch zu betonen, dass ein Teil der Breitbandanwendungen mit Schmalbandzugängen nur unter extrem abschreckenden Qualitäts- und Nutzungsbedingungen möglich ist, während andere mit Breitbandzugängen mögliche Anwendungen mit Schmalbandzugängen schlicht und einfach nicht in Betracht kommen. Zum Beispiel ist es mit einem langsamen Internetzugang nur sehr schwer oder gar nicht möglich, umfangreiche Video-Dateien herunterzuladen oder an interaktiven Spielen im Netz teilzunehmen. Wanadoo Interactive räumt übrigens in seiner Antwort vom 4. März 2002 auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte ein, dass „[...]“ *% d’activités audiovisuelles / multimédia plus spécifiques à l’ADSL*“ *[[...]“ % der audiovisuellen /multimedialen Anwendungen eher für ADSL spezifisch]*¹⁸⁵ sind. Der Präsident des Verwaltungsrates von Wanadoo bestätigte im Herbst 2002, dass für Spiele im Netz eine Übertragungsgeschwindigkeit von 128 kbit/s unzureichend sei und dass diese Anwendungen daher nur mit höheren Übertragungsraten möglich seien¹⁸⁶. Man kann festhalten, dass die Tatsache, dass bestimmte Anwendungen mit einem langsamen Internetzugang undurchführbar sind,

¹⁸³ Siehe S. 22 ff. der Antwort vom 4. März 2002 (S. 1727 ff. der Akte).

¹⁸⁴ S. 20 der Antwort vom 4. März 2002 (S. 1725 der Akte).

¹⁸⁵ S. 18 der Antwort vom 4. März 2002 (S. 1723 der Akte).

¹⁸⁶ Meldung von Reuters vom 11. Oktober 2002 um 11:23 Uhr: „Wanadoo lance une offre ADSL à 30 euros par mois“ [Wanadoo führt ein ADSL-Angebot um 30 EUR pro Monat ein].

von anderen Wettbewerbs- und Regulierungsbehörden¹⁸⁷ als Argument zur Unterscheidung zweier unterschiedlicher Märkte herangezogen wird.¹⁸⁸

176. Die Nutzerfreundlichkeit von Breitband-Internetzugängen zeigt, dass die Teilnehmer durchaus außergewöhnliche Nutzerprofile haben. Von den Breitbandnutzern in Frankreich sollen an die 58 % Audio-Video-Anwendungen nutzen - im Vergleich zu weniger als 25 % aller Internet-Nutzer. Mehr als 45 % — im Vergleich zu weniger als 21 % aller Internet-Nutzer — sollen das Internet zur Übertragung von Dateien verwenden.¹⁸⁹ Wanadoo Interactive schätzte im Oktober 2001 den Anteil seiner eXtense-Kunden, die Audio-Dateien herunterladen, auf [...] % . Grundsätzlich geht man davon aus, dass Internetnutzer, die über einen Breitbandzugang verfügen, im Allgemeinen „Großkunden“¹⁹⁰ sind.
177. Der Breitbandkunde ist wesentlich öfter eingeloggt als der Nutzer eines langsamen Internetzugangs. Einer der Vorteile der Breitbandangebote ist, dass die Zeit für die Herstellung der Verbindung wegfällt, die bei einem langsamen Zugang 45 Sekunden dauern kann. Dieses Merkmal begünstigt häufige und punktuelle Nutzungen des Internet, zum Beispiel wenn man eine bestimmte Information sucht. Somit verwenden gemäß Wanadoo Interactive [...] % der ADSL-Kunden das Internet mehrmals täglich, im Vergleich zu [...] % der gesamten Internet-Nutzer aller Kategorien.¹⁹¹
178. Weiterhin - und dies ist ein ganz wichtiger Aspekt - sind Breitbandnutzer im Durchschnitt wesentlich länger online als die Nutzer von langsamen Internetzugängen. Die Daten von Wanadoo Interactive bestätigen, dass sowohl Dauer als auch Häufigkeit der Internetnutzung beim Umstieg von einem langsamen auf einen schnelleren Internetzugang erheblich zunehmen. Gemäß einem unternehmensinternen Dokument vom Oktober 2001 steigt die angegebene tatsächliche Nutzungsdauer pro Monat somit von [...] * Stunden auf [...] * Stunden, während [...] * % Internet täglich mehrfach benutzen, statt [...] * % wenn noch kein eXtense Kunde.¹⁹² In einem anderen Dokument vom 13. Juli 2001¹⁹³ wird angegeben, dass im April 2001 die ADSL-Kunden von Wanadoo Interactive durchschnittlich [150-250] Stunden pro Monat online waren, im Vergleich zu durchschnittlich [0-100] Stunden bei den Teilnehmern mit Schmalbandzugängen mit der 100-Stunden-Pauschale „Intégrales 100 heures“.
179. Gemäß Wanadoo Interactive suchen die Breitbandteilnehmer nicht die Geschwindigkeit oder Nutzerfreundlichkeit, sondern vielmehr Angebote mit unbegrenzter Internet-Nutzung. Als Beweis dafür weist das Unternehmen darauf hin,

¹⁸⁷ Siehe diesbezüglich zum Beispiel: Federal Communications Commission, *Applications for consent to the transfer of control and licences and section 214 authorizations by Time Warner Inc. and America Online Inc., Transferors, to AOL Time Warner Inc., transferee*, CS Docket N°00-30, FCC, 11.1.2001, insbesondere die Punkte 69 und 71.

¹⁸⁸ Diese Meinung wird auch von Wissenschaftlern vertreten. Vgl. Jerry A. Hausman, J. Gregory Sidak und Hal J. Singer, *Cable Modems and DSL: Broadband Internet access for residential Customers*, 91 Am. Econ. Ass'n papers and Proc (2001); Robert W. Crandall, J. Gregory Sidak, Hal J. Singer, *The empirical case against asymmetric regulation of broadband Internet access*, März 2002.

¹⁸⁹ Diese Zahlen sind einer von NetValue im Oktober 2001 durchgeführten Erhebung entnommen, die im *Journal du Net* zitiert wird.

¹⁹⁰ Aussage des Präsidenten des Verwaltungsrates von Wanadoo Interactive, die am 20. August 2001 im *Journal du Net* gebracht wurde.

¹⁹¹ [...] * Im Zuge der Nachprüfung beschlagnahmtes Dokument.

¹⁹² [...] * Erhebung, [...] * (S. 4147 der Akte).

¹⁹³ S. 4586 der Akte.

wie oft der unbegrenzte Charakter des Angebots zur Motivation der Nutzer für die Entscheidung zum Breitbandzugang erwähnt wird.¹⁹⁴ In Wirklichkeit nimmt dieses Argument lediglich auf die Tatsache Bezug, dass bis August 2002 die Bedingungen für den Ausbau von unbegrenzten Schmalbandangeboten zu akzeptablen Kosten und attraktiven Endverbraucherpreisen noch nicht wirklich geschaffen waren, was die Nutzer von langsamen Zugängen, denen an einer uneingeschränkten Nutzung gelegen war, dazu veranlasste, sich den Breitbandangeboten zuzuwenden.¹⁹⁵

180. Schließlich wird das spezielle Profil der Nutzer der Breitband-Technologie auch durch die bei diesem Dienst genutzte Bandbreite bestimmt. Die Wettbewerber von Wanadoo Interactive im ADSL-Bereich betonen, dass die tatsächlichen bei den Kunden gemessenen Datenübertragungsgeschwindigkeiten Anfang 2002 im Durchschnitt mehr als 20 kbit/s pro eingeloggtem Teilnehmer betragen, im Vergleich zu ungefähr 1 kbit/s im Durchschnitt bei den Schmalbandnutzern.¹⁹⁶ Zwischen der Bandbreite, die von den Teilnehmern von Breitbandzugängen und derjenigen, die über Schmalbandzugänge genutzt wird, besteht ein Verhältnis von 1 zu 15. Dieser Unterschied zeugt von einer sehr unterschiedlichen Nutzung, die im Fall der Breitbandzugänge wesentlich stärker ist.

3. Technische Besonderheiten und Leistungsmerkmale

181. Eine wichtige technische Besonderheit des Breitband-Internetzugangs besteht in der Spezifität der verwendeten Modems. Ein Breitbandmodem kann nicht für einen Schmalband-Internetzugang verwendet werden und umgekehrt.

182. In seiner Antwort vom 4. März 2002 vertrat Wanadoo Interactive die Auffassung, dass eine Marktdefinition nicht auf den unterschiedlichen Leistungen von Produkten beruhen könne, wenn die Verwendungszwecke relativ konvergent und einander ähnlich sind. Vielmehr seien diese unterschiedlichen Leistungsmerkmale einfach für einen Erweiterungsprozess des Produktspektrums auf einem Markt, der sich ständig weiterentwickelt, symptomatisch. An die Stelle von Produkten aus früheren Generationen mit schwächerer Leistung würden nach und nach

¹⁹⁴ Randnummer 37 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6255 der Akte).

¹⁹⁵ AOL hatte 2000 ein Pauschalangebot mit unbegrenzter Internet-Nutzung für Schmalbandzugänge eingeführt, musste jedoch im Juli 2001 die Tarife aufgrund der steigenden Kosten verdoppeln. Erst ab August 2002 konnten Tiscali und AOL dank der Entwicklung der Zusammenschaltungstarife unbegrenzte Schmalbandangebote einführen, die im Hinblick auf den Preis interessanter und gleichzeitig wirtschaftlich gesehen rentabler waren. Das Schmalbandangebot von Wanadoo Interactive mit der Bezeichnung „Intégrale 100 heures“ gehört eigentlich nicht zu den Angeboten mit unbegrenzter Internet-Nutzung, da es eine Höchstnutzungsdauer vorsieht, die niedriger als die durchschnittliche Nutzungsdauer von Breitbandkunden ist. Es fand im Übrigen nur wenig Echo: [...] Teilnehmer am 31. März 2002, d. h. [...] der ADSL-Kunden von Wanadoo Interactive zu diesem Zeitpunkt. Das Angebot wurde übrigens Ende 2002 im Katalog durch das Angebot „Intégrales 60 heures“ ersetzt. Als Anlage 20 der Antwort vom 23. Oktober 2002 legte Wanadoo Interactive [...] vor, [...], wie aus der Anlage 27 der Antwort vom 23. Oktober 2002 hervorgeht, in der folgende Aussage der Präsidentin von Club Internet zitiert wird: „Les forfaits illimités n’ont de sens qu’en haut débit, et ce pour deux raisons : c’est dans ce type d’utilisation intensive d’Internet que le confort et la rapidité du haut débit se justifient pleinement, et, en outre, seul celui-ci permet de libérer sa ligne téléphonique, ce qui est crucial si on veut pouvoir continuer à téléphoner.“ [Die Pauschalangebote mit unbegrenzter Internet-Nutzung sind nur im Breitbandbereich sinnvoll, und zwar aus zwei Gründen: nur bei dieser intensiven Nutzung des Internet sind der Komfort und die Schnelligkeit der Breitbandzugänge voll und ganz gerechtfertigt, und außerdem ist nur hier gewährleistet, dass die Telefonleitung frei ist, was wesentlich ist, wenn man weitertelefonieren möchte].

¹⁹⁶ Erklärung des Vertreters des Unternehmens Easynet France bei der Anhörung vom 18. März 2002.

leistungsstärkere Produkte treten. Zur Veranschaulichung seiner Argumentation stellte Wanadoo Interactive einen Vergleich zwischen dem Bereich der Internetzugänge und dem Bereich der Personalcomputer und Server her. Wanadoo Interactive bezog sich dabei weiters auf drei Entscheidungen der Kommission über Unternehmenszusammenschlüsse im Bereich von Büro- und EDV-Ausstattungen¹⁹⁷. Laut Wanadoo Interactive habe die Kommission in diesen Entscheidungen beschlossen, für Produkte, die in den Bereich der neuen Technologien fallen, nicht zwischen verschiedenen Märkten zu unterscheiden.¹⁹⁸

183. Sofern die Analogie zum Sektor der EDV-Ausrüstungen relevant ist, ist zunächst festzuhalten, dass die Kommission in den vom Unternehmen zitierten Entscheidungen keine Schlüsse zur Frage der Marktdefinitionen gezogen hat. Der von Wanadoo Interactive zitierte Absatz aus der Entscheidung in der Sache Fujitsu/Siemens¹⁹⁹ gibt in Wirklichkeit lediglich die Meinungen einer Reihe von betroffenen Dritten im Zuge der Ermittlungen wieder, und die Kommission stellt anschließend daran im Text der Entscheidung fest, dass es auf alle Fälle nicht erforderlich sei, für den gegenständlichen Fall über diese Frage zu entscheiden. Weiters wird in der Entscheidung HP/Compaq allerdings eingeräumt, dass auf der Grundlage eindeutig unterschiedlicher Funktionalitäten drei verschiedene Servermärkte zu unterscheiden sind, die sich mehr oder weniger aus den Preisen der verschiedenen Serverkategorien ablesen lassen.²⁰⁰ Ebenso wird festgehalten, dass die Kommission auch in anderen Bereichen wie dem der Personenkraftwagen zwar die Definition des Marktes offen gelassen, jedoch anerkannt hat, dass es möglich sei, verschiedene Märkte auf der Grundlage objektiver Kriterien wie Motorgröße und –leistung zu unterscheiden²⁰¹, auch wenn das oberste Ziel, nämlich Entfernungen in einem Straßennetz zurücklegen zu können, letzten Endes gleich bleibt. So können technische Leistungsunterschiede, ohne gezwungenermaßen die einzige Begründung der Marktdefinition zu sein, zu dieser beitragen.²⁰² Es ist demnach sinnvoll, die Leistungsunterschiede zwischen Schmalband-Internetzugang und Breitband-Internetzugang genauer zu prüfen.

184. Es gibt keine absolute technische Definition der Grenze zwischen „Schmalband“ und „Breitband“. Es zeichnet sich jedoch eine einheitliche Auffassung dahingehend ab, dass zum „Breitbandbereich“ diejenigen Dienste gehören, die etwas höhere Datenübertragungsmengen erlauben als die der ISDN-Technologie.²⁰³ Die

¹⁹⁷ Entscheidungen der Kommission vom 26. Mai 1997 in der Sache IV/M.920 - Samsung/AST (ABl. C 203 vom 3.7.1997, S. 3), vom 30. September 1999 in der Sache IV/JV.22 - Fujitsu/Siemens (ABl. C 318 vom 5.11.1999, S. 15) und vom 31. Januar 2002 in der Sache COMP/M.2609 - HP/Compaq (ABl. C 39 vom 13.2.2002, S. 23).

¹⁹⁸ Antwort vom 4. März 2002, Randnummern 80 bis 84.

¹⁹⁹ Die von Wanadoo Interactive zitierte Stelle lautet (Randnummer 82 der Antwort vom 4. März 2002): „*a distinction between the different categories of personal computers is not justified*“ [eine Unterscheidung zwischen den verschiedenen Kategorien von Personalcomputern ist nicht gerechtfertigt] (S. 1729 der Akte).

²⁰⁰ Oben zitierte Entscheidung in der Sache HP/Compaq, Randnummern 20 bis 22.

²⁰¹ Entscheidung der Kommission vom 12. Mai 1999 in der Sache IV/M.519 - Renault/Nissan (ABl. C 178 vom 23.6.1999, S. 14), Randnummern 19 und 20.

²⁰² *Applications for consent to the transfer of control and licences and section 214 authorizations by Time Warner Inc. and America Online Inc., Transferors, to AOL Time Warner Inc., transferee*, CS Docket N°00-30, 11.1.2001, Punkt 63.

²⁰³ *Integrated systems digital networks*. Diese Technologie erlaubt Datentransferraten bis zu 128 kbit/s, die etwas niedriger sind als die, die mit der ADSL-Technologie erreicht werden. Diese Art von

Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) betrachtet jeden Zugangsdienst, der eine Datenübertragungsgeschwindigkeit von über 256 kbit/s im downstream erlaubt, als Breitbanddienst.²⁰⁴ Nach Auffassung der *Federal Communications Commission* (FCC) liegt die Grenze für Breitbanddienste bei Datentransferraten von über 200 kbit/s, d. h. eindeutig über den Transferraten, die mit „Primär-ISDN-“ oder ISDN-Anschlüssen möglich sind. Die britische Regulierungsbehörde Oftel setzt die Grenze für den Breitbandbereich bei 128 kbit/s an.²⁰⁵ Für den Fall des französischen Markts, um den es hier geht, ist festzuhalten, dass im untersuchten Zeitraum von Januar 2001 bis Oktober 2002 alle Angebote Datenübertragungsraten im downstream von 512 kbit/s vorsahen, d. h. die ungefähr vier mal so hoch sind wie diejenigen, die die ISDN-Technologie im Schmalbandbereich erlaubt. Die Angebote auf dem französischen Markt liegen also erheblich über der Grenze, die von der OECD und der amerikanischen Regulierungsbehörde FCC angesetzt wird.

185. Im Fall der Breitband-Internetzugänge sahen die Angebote der französischen Betreiber im vom mutmaßlichen Verstoß betroffenen Zeitraum Datenübertragungsraten im downstream vor, die üblicherweise bei 512 kbit/s oder darüber lagen. Bei den traditionellen Internetzugängen beträgt die Übertragungsrate über analoge Leitungen im downstream 56 kbit/s. Die ISDN-Technologie erlaubt zwar eine Erhöhung des Datenverkehrs über Telefonleitungen auf 128 kbit/s. Aber sie bietet weniger Möglichkeiten als die, die bei der allgemein üblichen Definition des Breitbandbereichs (siehe Randnummer 184) vorgesehen sind, und die ISDN-Anschlüsse machen in Frankreich angeblich kaum 0,3 % der Internetzugänge von Haushalten aus.²⁰⁶ Sie spielten im betrachteten Zeitraum eine durchaus untergeordnete Rolle. Es gibt keine Angebote für eine unbegrenzte Internet-Nutzung über ISDN-Anschlüsse. Wanadoo Interactive verweist auf die Einführung der ADSL-Angebote mit 128 kbit/s downstream im Herbst 2002, was den kontinuierlichen Übergang vom Schmalband- zum Breitbandbereich bestätige. Diese Angebote kamen Ende 2002, zu Ende des in dieser Entscheidung betrachteten Zeitraums, heraus. Die Kommission sieht keine Veranlassung, sich darüber zu äußern, ob diese Angebote dem Breitband- oder dem Schmalbandbereich zuzuordnen sind. Die Kommission verfügt über keinerlei Angaben, um das Ausmaß der Substituierbarkeit zwischen ihnen und den Angeboten mit Übertragungsraten von 512 kbit/s beurteilen zu können. Nach einer ersten Prüfung sprechen ihre technischen Leistungsmerkmale und die Geschwindigkeit, die ein Viertel der Geschwindigkeit der Angebote mit 512 kbit/s ausmacht, sowie ihre Preisklasse, die eindeutig näher am Bereich der Schmalbandangebote mit unbeschränkter Nutzung liegt, eher dagegen, sie zum Markt der Breitband-Internetzugänge zu rechnen.²⁰⁷

Internetzugang wird — anders als bei den Breitbandzugängen — im Allgemeinen pro Minute Nutzung verrechnet.

²⁰⁴ Bericht der OECD vom 29. Oktober 2001 mit dem Titel „The development of broadband access in OECD countries“, S. 6.

²⁰⁵ Office of Telecommunications, *Direction to resolve a dispute between BT, Energis and Thus concerning xDSL interconnection at the ATM switch*, 21.6.2002, Randnummer E 12.

²⁰⁶ Quelle: *The Development of Broadband Access Platforms in Europe*, BDRC Ltd, August 2001, S. 79.

²⁰⁷ Es ist nicht auszuschließen, dass diese neuen ADSL-Angebote mit schwachen Übertragungsraten Beispiele für getarnte Schmalbandangebote mit unbegrenzter Nutzung darstellen, die von der attraktiveren Aufmachung als neue Technologie und dem Vorteil der Verfügbarkeit der Telefonleitung profitieren. Eines der Ziele dieser Produkte könnte sein, Angebote mit unbegrenzter Internet-Nutzung zu entwickeln, die nicht die Leistungsmerkmale der Breitbandangebote aufweisen, es den Zugangs-Providern jedoch ermöglichen zu vermeiden, die Beiträge zur Finanzierung des Universaldienstes zu

186. In der überwiegenden Zahl der Fälle kann man davon ausgehen, dass während des gesamten in dieser Entscheidung betrachteten Zeitraums der Breitband-Internetzugang Datentransferraten pro Sekunde bot, die praktisch zehn Mal höher waren als die von Schmalband-Internetzugängen. Dies ist im Übrigen auch das Werbeargument, das die Provider während des untersuchten Zeitraums durchgehend hervorhoben. Bei der Definition eines Marktes stellt ein derartiges Leistungsverhältnis von 1 zu 10 einen erheblichen Unterschied dar.
187. Die Leistungsunterschiede zwischen den beiden Produktkategorien werden von den Verbrauchern eindeutig wahrgenommen. Laut den Marketingabteilungen von Wanadoo Interactive entscheiden sich die Internet-Nutzer in erster Linie aufgrund [...] für ADSL [...]*.²⁰⁸ [...]*.²⁰⁹ Weiters wird gemäß anderen internen Unterlagen von Wanadoo Interactive „*l'ADSL est préféré à l'illimité [...] [ADSL gegenüber Angeboten mit unbeschränkten Internet-Zugängen [...] der Vorzug gegeben]*“²¹⁰. Man kann also nicht behaupten, dass die Leistungsunterschiede von den Nutzern als nebensächlich betrachtet werden. Im Übrigen zeigt eine Analyse der Preisunterschiede zwischen den Schmalband- und Breitbandangeboten, dass der Verbraucher bereit ist, für zusätzliche Leistung und mehr Komfort einen höheren Preis zu akzeptieren.

4. Preisunterschiede der Dienste und Ertragsunterschiede pro Teilnehmer

188. Breitband-Internetzugänge bieten höhere Geschwindigkeit und mehr Komfort, setzen aber auch einen anderen Verrechnungsmodus als die klassischen Internetzugänge voraus. Aufgrund des vielfältigen Angebots der verschiedenen Provider und angesichts der Bedeutung der Angebote ohne Anschluss und der Verrechnungsarten pro Minute ist es schwierig, einen genauen Vergleich zwischen den Preisspannen der klassischen Internetzugänge und der Breitband-Internetzugänge vorzunehmen. Mehrere Vergleichsansätze erlauben es jedoch, die Preisunterschiede zwischen Breitband- und Schmalbandangeboten für den von dieser Entscheidung erfassten Zeitraum annähernd zu beschreiben.
189. Erstens kann durch einen Vergleich des durchschnittlichen monatlichen Ertrags von Wanadoo Interactive für seinen gesamten Kundenstock einerseits mit dem durchschnittlichen monatlichen Ertrag seiner ADSL-Kunden andererseits der Unterschied zwischen dem durchschnittlichen Preis eines Schmalband-Internetzugangs und dem durchschnittlichen Preis eines Breitband-Internetzugangs schätzungsweise ermittelt werden. Im ersten Halbjahr 2001 lag der durchschnittliche monatliche Ertrag eines Internetnutzers von Wanadoo Interactive bei [...] EUR (einschließlich ADSL-Teilnehmer)²¹¹, während man zu diesem Zeitpunkt davon ausgehen kann, dass der durchschnittliche monatliche Ertrag durch ADSL-Kunden dieses Internet-Providers bei Gewichtung der beiden gegenständlichen Dienste [...] EUR pro Monat und Kunde, d. h. das [...] des aggregierten Mittelwerts ausmachte.

tragen, welche bis 2003 auf der Messung des Schmalbandverkehrs beruhen und sich nachteilig auf ihre wirtschaftliche Ausgeglichenheit auswirken. In ihrer Publikation „Internet, un bilan du marché“ (Internet — eine Marktbilanz) vom 18. März 2003 verwendet die Regulierungsbehörde ART zur Beschreibung dieses Angebots den Ausdruck „Mittelband“.

²⁰⁸ [...] (S. 3140 der Akte). [...] (S. 3121 der Akte). [...] (S. 3143 ff. der Akte). [...] (S. 4074 ff. der Akte). [...] (S. 4136 ff. der Akte).

²⁰⁹ [...] (S. 3222 der Akte).

²¹⁰ [...] (S. 2083 der Akte).

²¹¹ Pressemitteilung von Wanadoo vom 26. Juli 2001.

190. Eine zweite mögliche Methode für Preisvergleiche beruht auf dem von Wanadoo Interactive in seiner Antwort vom 4. März 2002 auf die Mitteilung der Beschwerdepunkte gemachten Vorschlag, dass für den Vergleich zum Breitband-Internetzugang vielmehr die Pauschalangebote für Schmalbandzugänge mit unbegrenzter Internet-Nutzung relevant sind. Die eigentlichen Pauschalangebote mit unbegrenzter Internet-Nutzung haben sich in Frankreich — abgesehen von ersten Erfahrungen bei AOL in den Jahren 2000 und 2001 — erst ab Herbst 2002 entwickelt. Pauschalangebote für zwanzig, dreißig oder vierzig Stunden gab es hingegen bereits im Jahr 2001. Wenn man für jeden Provider den Tarif seines Breitband-Internetzugangs mit dem Tarif des teuersten Pauschalangebots bzw. Schmalbandzugangs mit unbegrenzter Internet-Nutzung aus seiner Palette vergleicht, stellt man fest, dass das Verhältnis niemals unter 1,8 und in den meisten Fällen etwas über 2 liegt²¹². Man kann somit grundsätzlich festhalten, dass von Januar 2001 bis Oktober 2002 die Angebote für Breitband-Internetzugänge für Privatkunden ungefähr doppelt so teuer waren wie die Angebote für Schmalbandzugänge²¹³, die diesen im Bereich der Palette der Schmalbanddienste am nächsten kommen, wenn man die Billigangebote bei den Schmalband-Internetzugängen außer Acht lässt.
191. Wanadoo Interactive stellt in seiner Antwort fest, dass die aktuellen Preise der Angebote für Breitband-Internetzugänge zu hoch sind und die Verbreitung dieser Zugangsart behindern²¹⁴, woraus es den Schluss zieht, dass die Preise in der näheren Zukunft sinken sollten. Diese Annahme eines kleineren Preisunterschieds in der Zukunft kann für die Beurteilung des Umfangs des relevanten Produktmarktes in den Jahren 2001 und 2002 nicht herangezogen werden.
192. Ein Preis/Ertrag-Verhältnis von mindestens 1:2 zwischen zwei Diensten kann nicht als sehr klein betrachtet werden. Es kann als Element zur Abgrenzung zweier unterschiedlicher Märkte dienen.

5. Würdigung des Ausmaßes der Substituierbarkeit

193. Schmalband- und Breitband-Internetzugänge weisen zweifellos ein bestimmtes Ausmaß an Substituierbarkeit auf. Gemäß den Marktanalysen der Marketingabteilungen von Wanadoo Interactive kann eine Preisveränderung bei den so genannten „unbegrenzten“ oder Pauschalangeboten (Pauschale für 20, 30, 40, 50, 60 oder 100 Stunden pro Monat) einen Richtungswechsel der Wachstumskurve der Breitbanddienste bewirken. Verschiedene bei Wanadoo Interactive beschlagnahmte Dokumente bestätigen, dass sich zum Beispiel eine Verrechnung des Anschlusses für Pack eXtense in Höhe von [...] * FRF pro Monat negativ auf die Entwicklung dieses Dienstes und aber positiv auf die so genannten Pauschalangebote ausgewirkt hätte.²¹⁵ Wanadoo Interactive verweist in seiner Argumentation nachdrücklich auf die Gefahr

²¹² Siehe Anhang 24.

²¹³ Bei den im Anhang 24 dargelegten Unterschieden wird der durchschnittliche Preisunterschied unterschätzt, da diese auf der Berechnung eines arithmetischen Mittels beruhen. Eine Berechnung der Streuung auf der Grundlage eines mit dem Kundenstock eines jeden Providers gewichteten Mittelwerts hätte zu höheren Ergebnissen geführt.

²¹⁴ Antwort vom 4. März 2002, S. 22, Randnummern 68 bis 72 (S. 1726 der Akte).

²¹⁵ Es ist festzuhalten, dass das Angebot „Intégrale 100 h“ von Wanadoo Interactive, das um 9 EUR pro Monat billiger als Pack eXtense ist und das in Hinblick auf unbegrenzte Nutzung und Preis am nächsten an die Breitbandangebote von Wanadoo herankommt, am 31. März 2002 nur [...] * Nutzer hatte (d. h. [...] * der ADSL-Angebote) und sich mehr als [...] * so langsam entwickelte wie die ADSL-Angebote (S. 2577 bis 2579 der Akte).

des „Kannibalismus-Effekts“ zwischen Pauschal- und unbegrenzten Angeboten einerseits und ADSL-Angeboten andererseits bei der Gewinnung neuer Kunden. Die Kommission ist der Meinung, dass die vom Unternehmen vorgebrachte Argumentation lediglich zeigt, dass eine große Wahrscheinlichkeit besteht, dass Kunden mit Schmalband-Internetzugang auf Breitband-Internetzugang umsteigen, was sie selbst nie bezweifelt hat.

194. Diese Feststellung über mögliche Umstiege von Schmalband- zu Breitbanddiensten allein lässt jedoch nicht den Schluss auf das Vorliegen einer ausreichend signifikanten Substituierbarkeit zwischen den fraglichen Diensten zu. Liegt also eine gewisse Form der Substituierbarkeit vor, so verläuft diese — berücksichtigt man den Wert, den die Nutzer den typischen Merkmalen der Breitbanddienste beimessen — gänzlich asymmetrisch²¹⁶.

195. Die bei Wanadoo Interactive eingeholten Daten (siehe Tabelle 7) zeigen, dass die Zahl der Umsteiger von Breitbandangeboten zu Schmalbandangeboten im Vergleich zu den Umsteigern von so genannten Pauschalangeboten zu Breitbandangeboten [...]*.²¹⁷ Die verschiedenen Umsteigeraten sind sehr unterschiedlich. Wären die Produkte vom Standpunkt der Nachfrage aus betrachtet vollständig substituierbar, müssten die Umstiegsraten wenn nicht identisch so doch mindestens von vergleichbarer Größe sein.

Tabelle 7: Umsteiger zwischen Pauschalangeboten mit unbegrenzter Nutzung und ADSL bei Wanadoo

	Dezember 2001	Februar 2002
Umstiegsrate „Pauschalangebote“ ÷ „Breitbandangebote“	[...]* %	[...]* %
Umstiegsrate „Breitbandangebote“ ÷ „Pauschalangebote“	[...]* %	[...]* %
Verhältnis zwischen Umstiegsraten ÷ „Breitbandangebote“ und ÷ „Pauschalangebote“	[...]*	[...]*

196. Diese Daten zeigen als Tendenz auf, dass die Bereitschaft der „Pauschal-Kunden“, zu Breitbandangeboten umzusteigen, im Durchschnitt [...]* Mal höher ist als diejenige der „Breitband-Kunden“, zu „Pauschalangeboten“ umzusteigen. Hätte es eine starke symmetrische Substituierbarkeit zwischen diesen Diensten gegeben, wären die Unterschiede zwischen den Umstiegsraten offensichtlich nicht so unverhältnismäßig ausgefallen.

197. Der niedrige Wert für die Umstiege von ADSL-Kunden auf Pauschalangebote ist umso aufschlussreicher, als in dem von dieser Entscheidung erfassten Zeitraum der Listenpreis pro Stunde für diese Pauschalangebote im Allgemeinen nach unten

²¹⁶ In Bezug auf den britischen Markt wird diese Idee der asymmetrischen Substituierbarkeit vom Office of Telecommunications in dem oben zitierten Dokument „*Direction to resolve a dispute between BT, Energis and Thus concerning xDSL interconnection at the ATM switch*“, Randnummer E 16, vorgebracht.

²¹⁷ Daten, die den [...]* entnommen wurden[...]* (S. 4132 ff. und 4240 ff. der Akte).

tendierte²¹⁸, während die Preise für die Dienste eXtense und Wanadoo ADSL stabil blieben. Wären die Produkte in den Augen der Kunden von Wanadoo tatsächlich untereinander austauschbar gewesen, hätte eine solche Änderung der Preise zu einer Umstiegswelle zugunsten der Schmalband-Pauschalangebote geführt.²¹⁹ Dies war jedoch nicht der Fall, die ADSL-Angebote von Wanadoo setzen ihr dynamisches Wachstum fort und verzeichneten lediglich Umstiege in beschränktem Ausmaß²²⁰.

198. Im Allgemeinen wechseln sehr wenige Kunden von Wanadoo von ADSL zu anderen Angeboten desselben Providers: für den Dienst eXtense werden sie in der Zeit von August 2001 und Juni 2002 im Durchschnitt auf [...] % der Teilnehmer pro Monat geschätzt, und für den Dienst Wanadoo ADSL in der Zeit von Januar bis Juni 2002 auf [...] % der Teilnehmer pro Monat.²²¹ Diese Zahlen (insbesondere für Wanadoo ADSL) stellen lediglich eine grobe Schätzung der Umstiege von ADSL auf Schmalbanddienste dar, nachdem in ihnen auch die Umstiege von ADSL-Produkten auf andere ADSL-Produkte enthalten sind, die für eine genaue Schätzung abgezogen werden müssten.²²²

199. Um außerdem die Beurteilung und das Wissen über die Umstiege von Kunden von Breitband- zu Schmalband-Internetzugängen bei geringfügigen Preis-

²¹⁸ Von September 2001 bis März 2003 sank der Stundenpreis (ohne die Treueoption, bei der ein Preisnachlass von 20 % gewährt wird) des Pauschalangebots für 10 Stunden von 1,04 EUR auf 1 EUR (- 4 %). Der Preis des Einstiegsangebots (3 Stunden Ende 2001, dann fünf Stunden Anfang 2003) sank von 1,93 EUR auf 1,6 EUR (- 17 %). Die Preise für das Angebot mit 20 Stunden pro Monat blieben stabil. Das Pauschalangebot für 30 Stunden zu 0,75 EUR pro Stunde wurde durch Pauschalen für 40 Stunden und 60 Stunden zu 0,5 EUR bzw. 0,42 EUR pro Stunde ersetzt (sie sanken um 34 % bzw. um 45 % im Vergleich zum vorherigen Angebot für 30 Stunden).

²¹⁹ Das Phänomen der unterschiedlichen Preisentwicklung von Schmalband- und Breitbandangeboten ist nicht auf Frankreich beschränkt. So sanken von 2001 bis 2002 die ADSL-Preise in Europa im Durchschnitt um 11,4 %, während in derselben Zeit die Preise für 40 Stunden Internet-Nutzung über Schmalbandzugänge um mehr als 33 % zurückgingen (Teligen Total Research, Report on Internet access costs via a standard telephone line, ADSL and cable modem, Juli 2002, S. 60). Dennoch setzten in ganz Europa die Angebote für Breitband-Internetzugänge ihr Wachstum mit einer wesentlich höheren Geschwindigkeit fort als die Schmalbandangebote. In den Vereinigten Staaten zeigen ökonomische Analysen, dass der steigende Preis der Schmalband-Internetzugänge keine Korrelation zum Preis der Breitband-Internetzugänge aufweist und dass das Schmalbandsegment demnach keinen Druck auf die Preisgestaltung des Breitbandsegments ausübt (siehe Jerry Hausman and J. Gregory Sidak, *Cable modems and DSL: Broadband Internet access for residential customers.*)

²²⁰ Diese Entwicklung betrifft im Übrigen nicht nur Wanadoo Interactive, sondern ist für alle französischen Marktteilnehmer charakteristisch. Von Januar 2001 bis Januar 2002 blieben die Preise für Breitband-Internetzugänge stabil. In derselben Zeit verzeichneten die Pauschalangebote mit 20 Stunden, 40 Stunden und 50 Stunden pro Monat Rückgänge um 5,3 % bzw. 5 % und 9,6 % (Quelle: ART, „Internet, un bilan du marché français, mars 2003“ (Internet — eine Bilanz des französischen Marktes, März 2003). Der relative Preis der Pauschalangebote im Schmalbandbereich, die den Angeboten mit unbegrenzter Nutzung am nächsten kommen, sank demnach von Januar 2001 bis Januar 2002. Im Laufe des Jahres 2001 nahm jedoch die Wachstumsrate des Breitbandmarktes, gemessen in der Anzahl neuer Kunden pro Woche, kontinuierlich zu (+74 % vom zweiten Halbjahr 2000 bis zum ersten Quartal 2001, +19 % im zweiten Quartal 2001, +4 % im dritten Quartal 2001 und +91 % im letzten Quartal 2001).

²²¹ Die Umstiege zu anderen Produkten sind in Anhang 16 in der Zeile „Umsteiger zu anderen Produkten“ angegeben. Im untersuchten Zeitraum verzeichnete man für den Dienst eXtense durchschnittlich 418 Umstiege zu anderen Produkten pro Monat (bei einer durchschnittlichen Teilnehmerzahl von 263 000 im selben Zeitraum). Für Wanadoo ADSL betragen die Umstiege zu anderen Produkten durchschnittlich 985 pro Monat (bei einer durchschnittlichen Teilnehmerzahl von 120 000).

²²² In der Praxis handelt es sich dabei vorwiegend um Umstiege von Kunden vom Produkt Wanadoo ADSL auf das Produkt eXtense.

Veränderungen zu erfahren, ließ die Kommission eine Erhebung²²³ an einer repräsentativen Stichprobe²²⁴ von Privatkunden mit Breitband-Internetzugängen²²⁵ durchführen. Bei der Erhebung wurde die Stichprobe über ihre Reaktionen auf eine allgemeine Erhöhung der Anschlussgebühren im Breitbandsegment um 10 % befragt. Die Erhebung ergab, dass 80 % der Teilnehmer ihren Breitband-Internetzugang bei einer Preiserhöhung von 10 % beibehalten, während 7 % ihren Internetanschluss ganz aufgeben und 13 % zu Schmalband-Internetzugängen wechseln würden, wobei sich die Hälfte dieser letzten Gruppe für Pauschalangebote mit unbegrenzter Internet-Nutzung entschied. Um zu beurteilen, ob eine Preiserhöhung für das Unternehmen von Vorteil wäre, und um somit die Einschätzung des Ausmaßes des Wettbewerbsdrucks der Schmalbanddienste auf die Breitbanddienste zu ergänzen, sind die Auswirkungen einer solchen Erhöhung auf den Deckungsbeitrag auf die wiederkehrenden variablen Kosten zu prüfen. Einerseits würde das Unternehmen bei 80 % seiner Kunden durch eine 10%ige Preiserhöhung einen Nettogewinn von ungefähr 3,8 EUR für eXtense und 1,72 EUR für Wanadoo ADSL erzielen. Andererseits würde das Unternehmen 20 % seiner Kunden und die entsprechenden Deckungsbeiträge verlieren. In Anbetracht der Höhe der Deckungsbeiträge zu den wiederkehrenden variablen Kosten, die für die Produkte eXtense und Wanadoo ADSL seit 2001 bis zum Datum dieser Entscheidung ermittelt wurden, ist die Differenz aus zusätzlichen Gewinnen und Gewinneinbußen immer positiv.²²⁶ Umgekehrt hätte, damit diese Bedingung nicht verifiziert würde, die Höhe der Deckungsbeiträge zu den wiederkehrenden Kosten für die beiden gegenständlichen Produkte 40 % erreichen müssen, was seit der Einführung der ADSL-Produkte nicht der Fall war und was in Anbetracht der Merkmale des Marktes in der näheren Zukunft schwer erreichbar zu sein scheint.

200. Es ist festzuhalten, dass unter den von den befragten Internet-Nutzern genannten Gründen für die Beibehaltung des Anschlusses die vertragliche Bindung an einen Provider über ein Jahr, was eigentlich allgemein üblich ist²²⁷, nur von einer sehr geringen Zahl von Kunden²²⁸ als entscheidendes Kriterium betrachtet wird. Es ist auch kein wesentlicher Unterschied in der Reaktion festzustellen je nachdem, ob die Kunden ihr Modem gekauft oder gemietet haben. Schließlich geben die Befragten bei der Erklärung ihrer Entscheidung, den Anschluss trotz der Preiserhöhung beizubehalten, vielmehr die unbegrenzte Internet-Nutzung und Schnelligkeit als objektive Zwänge (wie die vertragliche Bindefrist von einem Jahr) an. Somit hat es

²²³ Diese Erhebung wurde von der Gesellschaft Novatris im Juni 2002 im Auftrag der Kommission durchgeführt (S. 5115 bis 5174 der Akte).

²²⁴ Die Stichprobe umfasste 789 Privatkunden mit Breitband-Internetzugang über ADSL oder Kabel.

²²⁵ Wanadoo Interactive stellte in seiner Antwort vom 23. Oktober 2002 die Auswahl der Stichprobe in Frage und befürwortete das Heranziehen einer Stichprobe, die die gesamte französische Bevölkerung umfasst, um das Verhalten der potenziellen Interessenten für das eine oder andere Produkt besser abschätzen zu können. Die Kommission hatte diese Methode nicht in Betracht gezogen, da es ihrer Ansicht nach angebracht ist, eine Gruppe von Personen zu untersuchen, die bereits die Funktionen und Besonderheiten der Nutzung der Breitband-Internetzugangsdienste ausprobiert hat, um die Bereitschaft der Nutzer von Breitbandzugängen, auf Schmalbandzugänge umzusteigen, besser einschätzen zu können. [...] S. 3234 der Akte).

²²⁶ Genaue Berechnungen siehe in Anhang 25.

²²⁷ Zwei Drittel der Befragten gaben an, einen Vertrag über ein Jahr oder länger abgeschlossen zu haben.

²²⁸ Nur 6 % der Befragten, die ihren Breitband-Internetzugang trotz einer Preiserhöhung von 10 % beibehielten, gaben als einen der Gründe dafür das Vorliegen einer einjährigen vertraglichen Verpflichtung an, und nur 2 % gaben dies als ihren Hauptgrund dafür an.

den Anschein, dass die Nutzer den qualitativen Merkmalen des Breitband-Internetzugangs einen besonderen Preis und Wert beimessen.

201. Die in den Randnummern 199 und 200 angeführten Ergebnisse der Erhebung²²⁹ lassen nicht den Schluss auf eine ausreichende Substituierbarkeit zwischen Schmalband- und Breitbandprodukten zu, sodass die Teilnehmer bei einer signifikanten Änderung der Preise der letzteren Kategorie massiv von Breitband- zu Schmalbandprodukten abwanderten. Sie bestätigen im Gegenteil, dass die Breitbandkunden den Komfort und die Leistung, die ihnen die Breitbandprodukte bieten, eindeutig vorziehen. Sie widerlegen auch die von Wanadoo Interactive in seiner Antwort vom 4. März 2002 getroffene Annahme, „*qu’une augmentation du prix de l’accès à haut débit contribuerait à un report de la clientèle vers le bas débit*“ [dass eine Erhöhung des Preises für den Breitband-Internetzugang bewirken würde, dass die Kunden zum Schmalband-Internetzugang umsteigen]²³⁰. Die Kommission muss vielmehr den Schluss ziehen, dass zwischen den beiden Produktkategorien keine signifikante Austauschbarkeit gegeben ist.

202. Schließlich muss festgestellt werden, dass die internen Überlegungen bei Wanadoo Interactive offensichtlich die betroffenen Abteilungen²³¹ zur Auffassung veranlassen, dass „*l’ADSL est un marché [...]**“²³² [ADSL ein [...] Markt in Bezug auf die Angebote mit unbegrenzter Internet-Nutzung ist].

6. Schlussfolgerung zum Dienstleistungsmarkt

203. In Anbetracht der vorgenommenen Analyse vertritt die Kommission die Auffassung, dass der Produktmarkt, der für die Prüfung des Wanadoo Interactive vorgeworfenen Sachverhalts relevant ist, der Markt der Breitband-Internetzugänge für Privatkunden ist.

204. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass diese Marktdefinition weiter gefasst ist als die der Regulierungsbehörde ART²³³. Letztere erkennt zwar einen Markt für Breitband-Internetzugänge²³⁴ für Privatkunden, grenzt jedoch innerhalb dieses Marktes einen Markt für Breitband-Internetzugänge über die ADSL-Technologie²³⁵

²²⁹ Die Ergebnisse dieser Erhebung werden durch eine Befragung bestätigt, die im August 2002 an 955 Internet-Nutzern durchgeführt wurde und gemäß der 0 % der Breitbandnutzer bereit wären, zu Schmalbandprodukten zurückzukehren (Artikel in der Tageszeitung Le Figaro vom 18. Oktober 2002: „Le boom de l’Internet à haut débit“ (Der Boom der Breitband-Internetzugänge), der als Anlage 2 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 übermittelt wurde. S. 6450 der Akte).

²³⁰ Antwort vom 4. März 2002, S. 22, Randnummer 72 (S. 1727 der Akte).

²³¹ [...] (S. 3224 der Akte). [...]*

²³² [...]*

²³³ Der Wettbewerbsrat hat sich im Grunde bis heute nicht zum Umfang des relevanten Marktes geäußert. Er hat jedoch festgestellt — und wurde darin vom Pariser Berufungsgericht bestätigt —, dass „*il ne peut être exclu que le groupe France Télécom détienne une position dominante (...) pour la fourniture de l’accès à Internet à haut débit*“ [nicht ausgeschlossen werden kann, dass der Konzern France Télécom bei der Bereitstellung von Breitband-Internetzugängen eine beherrschende Stellung einnimmt] (Entscheidung Nr. 02-MC-03, a.a.O.).

²³⁴ Siehe insbesondere die ART-Stellungnahme Nr. 02-35 vom 9. Januar 2002 an den Wettbewerbsrat zum Antrag der Gesellschaft T-Online France in Hinblick auf die Praktiken der Gesellschaft France Télécom auf den Märkten in Verbindung mit der Bereitstellung von Internetzugängen über ADSL.

²³⁵ Siehe ART-Stellungnahme Nr. 00-28 vom 7. Januar 2000 bezüglich des Antrags auf eine Stellungnahme des Wettbewerbsrats zur Anrufung und zum Antrag auf vorläufige Maßnahmen durch

insbesondere aufgrund seines unterschiedlichen Marktdurchdringungspotenzials im Vergleich zum Internetzugang über Kabel, ein.

2. Der geografische Markt

205. Die Internet-Provider auf dem Markt für Breitband-Internetzugänge und die Telekommunikationsanbieter auf dem Markt für ADSL-Dienste operieren auf nationaler Ebene. Auch wenn derzeit einige von ihnen ihre Angebote für Breitband-Internetzugänge aus Gründen der technischen Ausbaubedingungen noch in beschränkten Gebieten anbieten, ist klar, dass alle diese Anbieter ein gleiches Ausmaß an Entwicklung und Wachstum auf nationaler Ebene anstreben. Weiters werden die Preise landesweit festgelegt. Die Internet-Provider bieten ihren Dienst Kunden an, die ihren Wohnsitz im Staatsgebiet haben, und unterliegen den nationalen Rechtsvorschriften.

206. Aus all diesen Gründen wird die Ansicht vertreten, dass im gegenständlichen Fall der geografische Markt der nationale französische Markt ist. Diese Ansicht wird von Wanadoo Interactive geteilt.²³⁶

C. DIE BEHERRSCHENDE STELLUNG

207. Um die Stellung von Wanadoo Interactive auf dem fraglichen Markt beurteilen zu können, untersucht die Kommission nacheinander verschiedene Faktoren: die Marktanteile von Wanadoo Interactive seit Anfang des Jahres 2001, die Auswirkungen der Verbindung zur France Télécom sowie die Vormachtstellung im Bereich der klassischen Internetzugänge und im Bereich der Telefonbücher.

1. Allgemeine Aspekte

208. Wanadoo Interactive hält fest, dass gemäß Ansicht des Gerichtshofes mit einer beherrschenden Stellung „die wirtschaftliche Machtstellung eines Unternehmens gemeint ist, die dieses in die Lage versetzt, die Aufrechterhaltung eines wirksamen Wettbewerbs auf dem relevanten Markt zu verhindern, indem sie ihm die Möglichkeit verschafft, sich seinen Wettbewerbern, seinen Abnehmern und schließlich den Verbrauchern gegenüber in einem nennenswerten Umfang unabhängig zu verhalten“²³⁷. Nach den Aussagen von Wanadoo Interactive seien die vom Unternehmen getroffenen Entscheidungen bezüglich der Preise durch die Haltung der Wettbewerber bedingt gewesen, und das Unternehmen befinde sich in Wirklichkeit „sous pressions de ses concurrents actuels et potentiels“ [unter dem Druck seiner

9 Télécom in Bezug auf bestimmte Praktiken von France Télécom auf dem Markt für Breitband-Internetzugänge über xDSL, Abschnitt 3.1 zur Untersuchung der Wettbewerbsbedingungen; ART-Stellungnahme Nr. 02-346 vom 30. April 2002 über die Tarifentscheidung Nr. 2002033 in Bezug auf die Entwicklung des Routingdienstes IP/ADSL und über die von France Télécom angekündigten Tarifvorschläge für die IP/ADSL-Dienste, insbesondere Abschnitt II.2; ART-Stellungnahme Nr. 01-548 vom 19. Juni 2001 über die Tarifentscheidungen Nr. 2001482 in Bezug auf die Entwicklung der Dienste Netissimo 1 und Netissimo 2 und Nr. 2001480 über die Entwicklung des IP/ADSL-Zugangsdienstes und -Routingdienstes, Abschnitt II.1.

²³⁶ Antwort vom 4. März 2002, S. 30 (S. 1735 der Akte).

²³⁷ Urteil des Gerichtshofs vom 14. Februar 1978 in der Rechtssache C-27/76, United Brands Company e.a./Kommission, Slg. 1978, S. 207, Randnummer 65.

*tatsächlichen und potenziellen Konkurrenten*²³⁸. In dieser Analyse sei die Höhe der angebotenen Preise der Beweis für den tatsächlich herrschenden Wettbewerbsdruck.

209. Die Kommission vertritt die Ansicht, dass Wanadoo Interactive das vom Gerichtshof geforderte Kriterium des unabhängigen Verhaltens falsch auslegt. Dieser Begriff bedeutet nämlich nicht, dass sich das beherrschende Unternehmen in einer Position der absoluten Unangreifbarkeit gegenüber seinen tatsächlichen oder potenziellen Wettbewerbern befindet. Durch die Forderung dieser Unangreifbarkeit würde der Begriff des Missbrauchs einer beherrschenden Stellung gänzlich irrelevant werden, nachdem in einem solchen Fall das vor jeglichem Wettbewerbsdruck geschützte beherrschende Unternehmen keinerlei Veranlassung hätte, Vorgehensweisen zu wählen, um die konkurrierenden Unternehmen zu verdrängen. Das Einnehmen einer beherrschenden Stellung schließt Wettbewerbsdruck nicht aus. Die beherrschende Stellung versetzt die betroffene Firma lediglich in die Lage, *„die Bedingungen, unter denen sich dieser Wettbewerb entwickeln kann, zu bestimmen oder wenigstens merklich zu beeinflussen, jedenfalls aber weitgehend in ihrem Verhalten hierauf keine Rücksicht nehmen zu müssen, ohne dass ihr dies zum Schaden gereichte“*²³⁹. Die Kommission ist im vorliegenden Fall der Ansicht, dass Wanadoo Interactive aufgrund der verschiedenen in den Randnummern 211 bis 252 beschriebenen Tatbestände einer beherrschenden Stellung die Möglichkeit hatte, eine groß angelegte Strategie der Marktpenetration zu verfolgen, die für seine Wettbewerber — die nicht in der Lage waren, damit Schritt zu halten — untragbar wurde.

210. Wanadoo Interactive hat zu bestimmten, von der Kommission festgestellten Tatbeständen der beherrschenden Stellung mehrere Kommentare vorgebracht und die Auffassung vertreten, dass keiner der Tatbestände einzeln betrachtet den Schluss auf eine Vormachtstellung zulässt. Bevor die Kommission auf die vom Unternehmen aufgeworfenen Punkte im Einzelnen eingeht, muss sie vorweg festhalten, dass sie selbst in ihrer Analyse nicht einen einzelnen Faktor, sondern eine Kombination von Tatbeständen betrachtet hat, die alle zusammen eine Situation ergeben, durch die Wanadoo Interactive eine beherrschende Stellung auf dem fraglichen Markt einnimmt.

2. Die Marktanteile

211. In Tabelle 8 ist die Entwicklung des Marktanteils von Wanadoo Interactive als einer der Anbieter von Internet-Zugängen über ADSL und Kabelmodem seit Anfang 2001 wiedergegeben.²⁴⁰ Der Marktanteil von Wanadoo Interactive enthält sowohl die ADSL-Teilnehmer von Wanadoo Interactive als auch die Kunden des Dienstes Câble Wanadoo. Das Unternehmen ordnet in seinen eigenen Marktanalysen die Kunden von

²³⁸ Antwort vom 4. März 2002, S. 32, Randnummer 110 (S. 1737 der Akte).

²³⁹ Urteil des Gerichtshofs vom 13. Februar 1979 in der Rechtssache 85/76 Hoffmann-La Roche & Co. AG/Kommission, Slg. 1979, S. 461, Randnummer 39.

²⁴⁰ Die Prozentsätze wurden ausgehend von den Antworten von Wanadoo Interactive, Noos, NC Numéricâble, UPC France, Est Vidéocommunications, T-Online France, Tiscali France, AOL France, 9Télécom, Easynet, Nerim, BD Multimédia, NetUltra, Infonie, Oreka auf verschiedene Auskunftsverlangen ermittelt.

Câble Wanadoo²⁴¹, das seine Handelsbezeichnung trägt, sich selbst zu, obwohl die Dienstleistung technisch von France Télécom Câble gewährleistet wird.

Tabelle 8: Marktanteile von Wanadoo Interactive auf dem Breitbandmarkt

	31.12.2000	31.3.2001	30.6.2001	30.9.2001	31.12.2001	31.3.2002	30.6.2002	30.8.2002
Insgesamt	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Wanadoo	[40-50]* %	[50-60]* %	[50-60]* %	[60-70]* %	[60-70]* %	[70-80]* %	[70-80]* %	[70-80]* %

212. Die sehr großen Marktanteile von über 50 % sind als gravierende und ausreichende²⁴² Anzeichen einer beherrschenden Stellung zu betrachten, wenn nicht außergewöhnliche Umstände vorliegen. Im Zusammenhang mit einem Markt, der sich Anfang 2001 in einem noch nicht weit fortgeschrittenen Reifestadium befand, ist es jedoch wichtig, diese Auslegung der absoluten Marktanteile durch zwei Überlegungen zu ergänzen, die für die Prüfung des gegenständlichen Falls wesentlich sind.

213. Erstens ist die Stellung von Wanadoo Interactive gegenüber seinen Wettbewerbern, die ihm direkt folgen, zu prüfen.²⁴³ Ab dem 1. Januar 2001 verzeichnete Wanadoo Interactive [...] mal so viele Kunden wie sein wichtigster Konkurrent, der Kabelnetzbetreiber Noos²⁴⁴. Ab dem ersten Halbjahr 2001 ließ Wanadoo Interactive diesen ersten Wettbewerber weit hinter sich zurück. Nach dem ersten Quartal 2001 verzeichnete das Unternehmen Zuwachsraten, die mehr als [...] derjenigen von Noos ausmachten. Wanadoo Interactive konnte somit auf eine Kundenzahl verweisen, die Ende März das [...]fache und Ende Juni das [...]fache der Kundenzahl von Noos betrug. Ein Jahr später, Ende Juni 2002, hatte Wanadoo Interactive ungefähr um sieben Mal mehr Kunden als dieser erste Wettbewerber. Von den anderen Wettbewerbern — sei es im Marktsegment der Kabelmodemdienste oder in dem der ADSL-Angebote — hat im untersuchten Zeitraum keiner jemals einen Marktanteil von mehr als 8 % erreicht. Somit hat Wanadoo Interactive im gesamten Zeitraum nicht nur seinen wichtigsten Konkurrenten eindeutig überholt, sondern auch seinen Vorsprung ihm gegenüber wesentlich vergrößert (s. Tabelle 9).

Tabelle 9: Verhältnis zwischen den Marktanteilen von Wanadoo Interactive und denjenigen seines ersten Konkurrenten auf dem Breitbandmarkt

31.12.2000	31.3.2001	30.6.2001	30.9.2001	31.12.2001	31.3.2002	30.6.2002	31.8.2002
[1-5]*	[1-5]*	[1-5]*	[1-5]*	[1-5]*	[5-10]*	[5-10]*	[5-10]*

214. Weiters verdient das Marktsegment der Angebote über ADSL-Technologie auf dem relevanten Markt besondere Aufmerksamkeit. Das Marktsegment der Angebote

²⁴¹ Siehe zum Beispiel in den bei Wanadoo Interactive beschlagnahmten internen Unterlagen: [...] (S. 4236 ff. der Akte); [...] (S. 4128 ff. der Akte); [...] (S. 4155-4156 der Akte); [...] (S. 4254 ff. der Akte); [...] (S. 4278 ff. der Akte); [...] (S. 4350 ff der Akte).

²⁴² Urteil in der Rechtssache Akzo, a.a.O., Randnummer 60.

²⁴³ Die Position von Wanadoo Interactive im Vergleich zu allen anderen Wettbewerbern wird in Abschnitt II.E.1 behandelt.

²⁴⁴ Siehe die Kundenzahlen von Wanadoo Interactive und Noos Ende 2000 und Anfang 2001 in Anhang 25.

über Kabelmodem ist in Hinblick auf seine geografische Ausbaufähigkeit weniger vielversprechend als das ADSL-Segment²⁴⁵. Betrachtet man allein das Segment der Internet-Zugangsdienste über ADSL für Privatkunden, waren die Marktanteile von Wanadoo Interactive sehr hoch: Sie lagen von Anfang 2001 bis Ende des Sommers 2002 bei [90-100]* % und erreichten im August 2002 noch immer [80-90]* %²⁴⁶. Seit Ende 2000 hält Wanadoo stets einen ADSL-Kundenstamm, der das [...]fache von dem seines ersten Konkurrenten in dem Segment betrug (siehe Tabelle 10).

Tabelle 10: Verhältnis zwischen den Marktanteilen von Wanadoo Interactive und denjenigen seines ersten Konkurrenten im ADSL-Segment²⁴⁷

	31.12.2000	31.3.2001	30.6.2001	30.9.2001	31.12.2001	31.3.2002	30.6.2002	31.8.2002
ADSL-Kundenstamm von Wanadoo / Kundenstamm des ersten Konkurrenten im ADSL-Segment	[10-15]*	[10-15]*	[10-15]*	[15-20]*	[20-25]*	[10-15]*	[5-10]*	[5-10]*
Breitbandkunden von Wanadoo / Kundenstamm des ersten Konkurrenten im ADSL-Segment	[20-25]*	[15-20]*	[15-20]*	[15-20]*	[20-25]*	[10-15]*	[5-10]*	[5-10]*

215. Der relative Marktanteil sowie das Verhältnis zwischen den Marktanteilen des betroffenen Unternehmens und seiner Wettbewerber, insbesondere derjenigen, die ihm unmittelbar folgen, stellen nach Ansicht des Gerichtshofs gültige Kriterien bei der Bestimmung einer beherrschenden Stellung²⁴⁸ dar. Unter diesen Bedingungen stellen die von Wanadoo Interactive seit Anfang 2001 gehaltenen Marktanteile in Anbetracht der oben angeführten Überlegungen ein schwerwiegendes Anzeichen einer beherrschenden Stellung dar.

216. Wanadoo Interactive vertritt die Auffassung, dass auf einem entstehenden, durch einen begrenzten Kundenstamm gekennzeichneten Markt die Marktanteile ein

²⁴⁵ Am 1. Januar 2001 zählte man in Frankreich 4,9 Mio. Kabelanschlüsse, die Breitbanddienste unterstützen können, im Vergleich zu 11 Mio. Leitungen, die unverzüglich an ADSL angeschlossen werden könnten. Die sechzehn größten Kabelnetzbetreiber weisen geografisch zerstückelte und technisch uneinheitliche Netze auf, während das ADSL-unterstützende Telefonnetz technisch vereinheitlicht ist. Die Region Paris selbst, wo viele Kabelnetzbetreiber niedergelassen sind, stellt ein Mosaik von Zonen verschiedener Anbieter dar. Schließlich wird den Kabelnetzbetreibern gesetzlich untersagt, mehr als acht Millionen Kunden zu haben, was die Erweiterung ihrer Netze erheblich erschwert. Die Schwächen der Kabelnetze im Vergleich zur ADSL-Technologie beim Ausbau der Breitbanddienste werden in verschiedenen Entscheidungen oder öffentlich zugänglichen Dokumenten der Regulierungsbehörde ART analysiert (siehe insbesondere die ART-Stellungnahme Nr. 00-28 vom 7. Januar 2000 und den Bericht über die Situation der Kabelnetzbetreiber, der über folgende Website einsehbar ist: <http://www.art-telecom.fr>, Rubrik „Les grands dossiers“, „réseaux câblés“).

²⁴⁶ Diese Prozentsätze wurden auf der Basis der Rohdaten aus den in Fußnote 240 erwähnten Antworten der verschiedenen Anbieter errechnet.

²⁴⁷ Die relative Verbesserung der Position des ersten Wettbewerbers im ADSL-Segment während des ersten Quartals 2002 ist hauptsächlich auf die Dämpfung des Umsatzes von Wanadoo Interactive infolge des mit dem bereits erwähnten Beschluss des Wettbewerbsrates vom 27. Februar 2002 ausgesprochenen Verbots der Vermarktung des eXtense-Pakets in den Geschäftsstellen von France Télécom zurückzuführen.

²⁴⁸ Siehe Urteil in der Rechtssache Hoffmann-La Roche, a.a.O., Randnummer 48.

wenig zuverlässiges Anzeichen darstellen. Wanadoo betont die Notwendigkeit, für die Marktanteile einen vorausschauenden Ansatz zu entwickeln. Über diese Einschätzung der Gültigkeit der Marktanteile hinaus äußert Wanadoo Interactive Zweifel hinsichtlich der Möglichkeit, eine beherrschende Stellung auf einem entstehenden Markt²⁴⁹ zu bestimmen, und vergleicht den Sektor der Internetzugänge mit einem Sektor im Bereich der New Economy, auf dem die Marktanteile einen sehr wenig zuverlässigen Aussagewert hätten²⁵⁰. Auf diese Äußerungen ist mit folgenden Kommentaren zu antworten.

217. Erstens kann ein Wachstumssektor als solcher grundsätzlich nicht von den Wettbewerbsregeln und insbesondere nicht von Artikel 82 EG-Vertrag ausgenommen werden. Die Analyse der Marktposition muss auf alle Fälle mit einem Nachweis einhergehen, der über die Feststellung der Marktanteile hinaus auch die Besonderheiten eines Marktes in einer dynamischen Wachstumsphase zu berücksichtigen hat. Dies ist genau das Ziel, das die Kommission im Rahmen dieser Entscheidung verfolgt. Die Kommission kann jedoch nicht solange mit der Prüfung der Stellung eines Unternehmens auf einem Wachstumsmarkt warten, bis sich dieser endgültig konsolidiert hat und dann den allenfalls verübten Missbrauch im Nachhinein bestätigen.

218. Zweitens vertritt die Kommission selbst dann, wenn nicht auszuschließen ist, dass die Einstufung der Bereitstellung von Breitband-Internetzugängen als entstehender Markt geltend gemacht werden kann²⁵¹, in jedem Fall die Auffassung, dass der gegenständliche Markt unmöglich als völlig neu oder als in einem reinen Erprobungsstadium bezeichnet werden kann. Ende Juni 2000 verzeichnete der Markt der Breitband-Internetzugänge für Privathaushalte bereits 100 000 Teilnehmer, und Ende 2000 zählte er in Frankreich mehr als 180 000 Kunden. Ab dem ersten Quartal 2001 wuchs der Markt um mehr als 5 000 neue Kunden pro Woche. Auch wenn die Einstufung als entstehender Markt für diesen Übergangszeitraum akzeptiert werden kann, ist zumindest ganz klar, dass zu diesem Zeitpunkt die Internet-Zugangsdienste das Stadium der reinen kommerziellen oder technischen Erprobung längst hinter sich hatten. In anderen Ländern verzeichneten die Breitband-Internetzugänge bereits Ende 2000 hohe Kundenzahlen. So hatte Deutschland bereits Ende 2000 an die 450 000 Teilnehmer mit Breitband-Internetzugängen; in den Vereinigten Staaten waren es schon mehr als fünf Millionen²⁵². Auch wenn der Breitbandsektor eine eigenen Markt

²⁴⁹ Antwort vom 4.3.2002, Randnummer 154.

²⁵⁰ Ibid., Randnummer 121.

²⁵¹ Es wird jedoch festgehalten, dass Wanadoo Interactive sich bei seiner Einschätzung (Antwort vom 4. März 2002, Fußnote 80, S. 1739 der Akte) auf eine Entscheidung der Kommission vom Mai 2000 beruft, in der keine Einwände gegen einen angemeldeten Zusammenschluss erhoben werden und in der der Markt der xDSL-Ausrüstungen als "entstehender Markt" bezeichnet wird (Entscheidung der Kommission vom 19. Mai 2000 in der Sache IV/M.1908 - Alcatel/Newbridge Networks, Randnummer 12; ABl. C 169 vp, 17.6.2000, S. 7). Diese Entscheidung wurde mehr als sieben Monate vor Beginn des von dieser Entscheidung erfassten Zeitraums angenommen. Außerdem betrifft sie nur das Segment der xDSL-Technologie, die erst nach der Kabelmodem-Technologie entstand.

²⁵² *The development of broadband access platforms in Europe*, BDRG, August 2001, S. 83 und S. 126. Es ist bekannt, dass Wanadoo Interactive die Situation im Ausland in der Anfangsphase der Entwicklung der ADSL-Dienste beobachtete. Das [...] Dokument [...] (S. 3146 der Akte) enthält zum Beispiel folgenden Absatz: „Aux Etats-Unis (source étude [...] janvier 2000) [la] demande pour du haut débit grimpe en flèche dans les villes dans lesquelles l'ADSL est déployé (un tiers de la demande). Cette demande progresse plus rapidement sur le marché résidentiel et est drivée par le besoin des clients de vitesse, de contenus à valeur ajoutée et de confort d'utilisation.“ [In den Vereinigten Staaten (Quelle: [...] Studie vom Januar 2000) steigt die Nachfrage nach Breitbanddiensten in den Städten, in denen

bildet, waren die Internetdienste und bestimmte Anwendungen in Verbindung mit Breitbanddiensten außerdem nichts Neues. Der Breitbandmarkt entwickelte sich in Frankreich ab 1997 in Fortsetzung eines bereits bestehenden Marktes, dem der Schmalband-Internetzugänge. Ende 2000 wurden in Frankreich ungefähr 5 Millionen Internetnutzer verzeichnet. Auch wenn die Breitband-Internetzugänge bestimmte Merkmale eines entstehenden Marktes aufweisen, kann man nicht behaupten, dass die Entwicklung von Wanadoo Interactive auf dem gegenständlichen Markt ab 2001 von Unsicherheit oder Instabilität in Verbindung mit einem völlig neuen Produkt geprägt war.

219. Drittens scheint Wanadoo Interactive im vorliegenden Fall nicht von der Gefahr schwankender Marktanteile, welche den Angaben des Unternehmens zufolge einen Markt in einer starken Wachstumsphase beeinträchtigen kann, betroffen zu sein. Der Marktanteil des Unternehmens hat sich auf dem gesamten Breitbandmarkt kontinuierlich weiterentwickelt, und die Marktdurchdringung des Unternehmens im ADSL-Segment war für den betrachteten Zeitraum erstaunlich stabil. Man kann also nicht behaupten, dass es seit Anfang 2001 im Bereich der Breitband-Internetzugänge in Frankreich große und unregelmäßige Schwankungen der Marktanteile gab, die das Vorliegen einer beherrschenden Stellung widerlegen.

220. Viertens regt Wanadoo Interactive an, eine vorausschauende und dynamische Analyse der Marktanteile durchzuführen, die die Feststellungen bezüglich der Marktanteile im Jahr 2001 und Anfang 2002 ergänzen sollte. Nach Ansicht von Wanadoo Interactive ist es notwendig, nicht nur die derzeitige Wettbewerbssituation, sondern auch die potenzielle Situation mit zukünftigen Wettbewerbern zu prüfen. Um zu beurteilen, welche Sichtweise das Unternehmen von der Realität sowie vom Ausmaß der Bedrohung durch diese letzteren hat, ist es nützlich, die von Wanadoo Interactive selbst durchgeführten Simulationen heranzuziehen. Das Unternehmen strebte im März 2001 sowohl für den ADSL- als auch für den Kabelbereich bis Ende 2004 einen Kundenstock von [**>1,5**]* Mio. an.²⁵³ In derselben Zeit konnte den unternehmensinternen Unterlagen zufolge der Breitbandmarkt bis Ende 2004 auf ca. [**>2,5**]* Mio. Teilnehmer²⁵⁴ geschätzt werden. Die Vorausplanung von Wanadoo Interactive für Ende 2004 machte somit [**50-60**]* % des gesamten Marktes zu diesem Zeitpunkt aus. Diese geplante Marktpenetration von Wanadoo Interactive wurde im Juni 2001 auf [...] Mio. für den selben Zeithorizont korrigiert (ohne den Kabelmodemsektor). Somit stellte sich Wanadoo Interactive vor, bis Ende 2004 im ADSL-Segment einen Marktanteil von [...] und somit von mindestens [**50-60**]* % des Marktes für Breitband-Internetzugänge von Privatkunden²⁵⁵ zu halten. Zum Zeitpunkt, als diese Prognosen erstellt wurden, rechnete das Unternehmen in keiner Weise mit einem größeren Rückgang seines Marktanteils im Breitbandsektor. Im Gegenteil: das Unternehmen sah eine regelmäßige Zunahme seiner Marktanteile im ADSL-Segment²⁵⁶ vor. Aus den vorausschauenden Analysen von Wanadoo

ADSL-Anschlüsse ausgebaut werden, sprunghaft an (ein Drittel der Nachfrage). Diese Nachfrage wächst bei den Haushalten rascher und wird vom Bedarf der Kunden nach Schnelligkeit, Inhalten mit Mehrwert und Nutzerfreundlichkeit beeinflusst.

²⁵³ [...] (S. 4252 der Akte).

²⁵⁴ S. 7 und S. 13 von Anlage 31 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 4. März 2002 auf die Mitteilung von Beschwerdepunkten.

²⁵⁵ [...]*

²⁵⁶ [...] (S. 2907 der Akte), in der von einem [...] %igen Marktanteil von Wanadoo im ADSL-Bereich bis 2004 ausgegangen wird.

Interactive selbst geht hervor, dass das Unternehmen zuversichtlich war, seine äußerst hohen Marktanteile mittelfristig beibehalten zu können, und sich in seiner beherrschenden Stellung nicht bedroht fühlte. Auf alle Fälle kann ein geringfügiges Zurückgehen der sehr umfangreichen Marktanteile keinen Beweis dafür darstellen, dass keine beherrschende Stellung vorlag.²⁵⁷

221. Wanadoo Interactive hat schließlich in seiner Antwort vom 23. Oktober 2002 die Marketingkampagnen seiner Wettbewerber zum Zeitpunkt der Fête de l'Internet im März 2002 angeführt. Das Unternehmen beweist jedoch nicht, dass sich diese Kampagnen destabilisierend auf seine Marktanteile ausgewirkt hätten. Vielmehr wird festgehalten, dass gemäß den in Tabelle 8 angeführten Zahlen der Marktanteil des Unternehmens im ersten Halbjahr 2002 trotz der Anstrengungen der Wettbewerber unangefochten blieb. Weiters erwähnt Wanadoo Interactive als ernsthaften Konkurrenten lediglich T-Online France, den Inhaber der Marke Club Internet, dessen „*l'intention affichée est de prendre 15 % de ce segment (de l'ADSL)*“ [erklärte Absicht es ist, 15 % des (ADSL-) Segments einzunehmen]²⁵⁸. Auch wenn es T-Online France in Hinkunft tatsächlich gelingen sollte, 15 % des ADSL-Segments auf dem Breitbandmarkt zu erobern, scheint die Stellung von Wanadoo Interactive so stark zu sein, dass eine derartige Marktdurchdringung keine Bedrohung darstellt. In seiner Antwort vom 23. Oktober 2002 beschreibt Wanadoo Interactive auch ausführlich die Kampagnen und Ansprüche seiner Konkurrenten ausgehend von ihren öffentlichen Ankündigungen im Herbst 2002. In Wirklichkeit hat Wanadoo Interactive selbst in diesem Zeitraum, in dem die Mitbewerber außerordentliche Anstrengungen unternahmen, mehr als [50-60]* % des Wachstums des Breitbandmarkts für sich vereinnahmt. Auch wenn die Marketingkampagnen der Konkurrenten in einer gesunden Wettbewerbssituation ein gewisses Schwinden der Marktanteile des fraglichen Unternehmens bewirken können, so scheint dessen beherrschende Stellung auf dem Markt nicht bedroht zu sein.

222. Angesichts der obigen Darlegungen kann man also in keiner Weise von Unsicherheit, Labilität oder Instabilität der von Wanadoo Interactive eingenommenen Stellung auf einem entstehenden Markt sprechen, wodurch eine Prüfung der Marktanteile und ihre Berücksichtigung als Faktoren, die die beherrschende Stellung verursachten, gegenstandslos werden würde.

3. Die Verbindung mit France Télécom

223. Wanadoo Interactive nimmt aufgrund der Tatsache, dass es ein Unternehmen der France-Télécom-Gruppe ist, eine besondere Stellung unter den französischen Internet-Providern ein. Die Zugehörigkeit zu diesem Konzern bietet Wanadoo Interactive Vorteile in seiner technischen und kommerziellen Entfaltung sowie Möglichkeiten finanzieller Unterstützung in einem Ausmaß, das in Hinblick auf eine massive Marktdurchdringung in der Entwicklungsphase eines neuen Bereichs entscheidend sein kann.

224. Wanadoo Interactive hat den Vorteil der Unterstützung durch seine Muttergesellschaft France Télécom generell bestritten und betont, dass andere

²⁵⁷ Urteil des Gerichts erster Instanz vom 8. Oktober 1996 in den verbundenen Rechtssachen T-24/93, T-25/93, T-26/93 und T-28/93, Compagnie maritime belge/Kommission, Slg. 1996, II-1201, Randnummer 77.

²⁵⁸ Antwort vom 4. März 2002, Randnummer 118 (S. 1740 der Akte).

Anbieter von Breitband-Internetzugängen von der Unterstützung großer internationaler Unternehmen profitierten.²⁵⁹ Konkret verwies Wanadoo Interactive auf den Fall von AOL France und T-Online France, die zur Gruppe AOL Time Warner bzw. Deutsche Telekom gehören, sowie auf Tiscali.

225. In diesem Punkt ist festzuhalten, dass nach Ansicht des Gerichtshofs weder die Größe, die Finanzkraft und der Diversifikationsgrad der Konkurrenten notwendigerweise dazu angetan sind, die Vormachtstellung des beherrschenden Unternehmens zu beseitigen.²⁶⁰ Daher ist die Situation der von Wanadoo Interactive genannten Unternehmen im Licht der Umstände des gegenständlichen Falls zu prüfen.

226. Tiscali ist im Gegensatz zur France Télécom eine auf den Internetzugang spezialisierte Gruppe ohne vielseitige Ressourcen, die eine gewisse Absicherung der Erträge darstellen könnten. T-Online France ist zwar eine Tochtergesellschaft der Deutschen Telekom, aber diese verfügt über keine Stellung auf dem relevanten geografischen Markt, die mit derjenigen der Muttergesellschaft von Wanadoo vergleichbar wäre, so dass ihre Unterstützung zwangsläufig rein finanzieller Natur ist. AOL France ist zwar mit einer Gruppe verbunden, die relativ vielseitige Aktivitätsbereiche hat, die aber bis Ende 2002 nur eine sehr schwache Position auf dem Markt der Breitband-Internetzugänge in Frankreich einnahm²⁶¹.

227. Das Argument von Wanadoo Interactive über die vermeintliche Marktmacht seiner Konkurrenten und ihre strategische Verbindung mit großen internationalen Konzernen ist umso weniger relevant, als keiner von ihnen eine hervorragende Stellung auf dem Schmalbandmarkt einnimmt, der eines der möglichen Wachstumspotenziale für den Breitbandmarkt darstellt. Im Gegenteil, Wanadoo Interactive ist bei weitem der erste Provider für Schmalband-Internetzugänge in Frankreich. Der Anteil von Wanadoo Interactive auf dem Markt für Schmalband-Internetzugänge wurde im Jahr 2001 auf [30-40]*% geschätzt²⁶². Im Vergleich dazu hielt der Konkurrent AOL, der unmittelbar auf das Unternehmen auf dem Schmalbandmarkt folgte, kaum mehr als [10-20]*% des Marktes zu diesem Zeitpunkt, d. h. [...] Mal weniger als Wanadoo Interactive²⁶³. Bei einer im November 2001 veröffentlichten Erhebung, in der eine Stichprobe von Internet-Nutzern nach ihrem wichtigsten Zugangsanbieter bzw. Internet-Provider befragt wurde, gaben 39 % Wanadoo, 16 % AOL, 9 % Tiscali und 6,5 % Club Internet an.²⁶⁴ Die Marktpositionen, die die fraglichen Konkurrenten auf dem Schmalbandmarkt einnahmen, reichten demnach nicht aus, um ein Gegengewicht zur Vormachtstellung von Wanadoo Interactive auf dem relevanten Markt zu bilden.

228. Unabhängig von der Bereitschaft der Konzerne, die Investitionen und kommerziellen Initiativen ihrer französischen Töchter zu unterstützen, ist zu betonen, dass in keinem der Fälle behauptet werden kann, dass sie ihnen eine technische Unterstützung und eine Unterstützung beim Vertrieb in Frankreich gewährten, die so

²⁵⁹ Antwort vom 4. März 2002, Randnummern 123 und 149 (S. 1748 der Akte).

²⁶⁰ Urteil des Gerichtshofs vom 9. November 1983 in der Rechtssache C 322/81, NV Nederlandsche Banden Industrie Michelin/Kommission, Slg. 1983, S. 3461, Randnummer 59.

²⁶¹ Bis Ende 2002 hielt AOL weniger als 3 % des Marktes der Breitband-Internetzugänge in Frankreich.

²⁶² Antwort vom 4. März 2002, Randnummer 114 (S. 1738 der Akte).

²⁶³ Ibid., Fußnote 76 (ibid.).

²⁶⁴ Erhebung der Benchmark Group über Internetzugänge unter 60 000 Internet-Nutzern, deren Ergebnisse im *Journal du Net* vom 15. November 2001 wiedergegeben wurden.

entscheidend war wie diejenige, die France Télécom ihrer Tochter Wanadoo Interactive zukommen ließ (siehe Randnummern 229 bis 246).

1. Die Synergieeffekte in einem großen Konzern

229. In seinem Börsenprospekt vom Juli 2000 beschrieb Wanadoo die Vorteile, die ihm grundsätzlich durch seine Verbindung mit der France Télécom zugute kommen, mit folgenden Worten: *„Le groupe [Wanadoo] bénéficie de synergies fortes avec France Télécom. Sur le plan de la distribution, France Télécom distribue les kits de connexion Wanadoo dans les 700 points de vente de France Télécom et assure la notoriété du groupe par sa forte implantation régionale. Le groupe a hérité du savoir-faire de France Télécom en matière de marketing grand public et professionnel. Le groupe tire profit de l'infrastructure de France Télécom dans le domaine IP et des investissements de France Télécom visant à promouvoir les nouvelles technologies d'accès, telles que (...) l'ADSL. Le groupe bénéficie enfin du formidable réservoir de savoir-faire professionnel que représente France Télécom.“* [Die Gruppe (Wanadoo) profitiert von bedeutenden Synergieeffekten mit der France Télécom. Auf Vertriebssebene verkauft die France Télécom die Anschluss-Sets von Wanadoo in ihren 700 Geschäftsstellen und gewährleistet die Bekanntheit der Gruppe durch ihre starke regionale Präsenz. Die Gruppe hat das Know-how der France Télécom im Marketingbereich sowohl für die Zielgruppe der Haushalte als auch der Unternehmen übernommen. Die Gruppe profitiert von der Infrastruktur der France Télécom zur Förderung der neuen Zugangstechnologien wie (...) ADSL. Schließlich kommt der Gruppe das ungeheuer große professionelle Know-how, das die France Télécom repräsentiert, zugute.]²⁶⁵

230. Über diese eher allgemeine Aussage des Unternehmens selbst hinaus ist es angebracht, das Wesen der Vorteile, die Wanadoo Interactive durch die Verbindung zur France Télécom bei der Entwicklung seiner ADSL-Produkte für die breite Masse der Privatkunden genießt, genauer zu beschreiben.

2. Technische Unterstützung

231. In technischer Hinsicht wird Wanadoo Interactive durch die Lösungen der France Télécom unterstützt. Die France Télécom ist der etablierte Telekommunikationsanbieter in Frankreich, der entweder direkt oder indirekt — über seine Tochter Transpac — Langstreckennetze in Frankreich betreibt, die für den Internetverkehr verwendet werden. In erster Linie ist die France Télécom Eigentümerin des Ortsnetzes für die Telekommunikationsanschlüsse, an das alle Telefonteilnehmer angeschlossen sind. Die Verwendung des Teilnehmeranschlussnetzes der France Télécom ist für die Bereitstellung eines ADSL-Dienstes unverzichtbar. Während des ganzen von dieser Entscheidung erfassten Zeitraums kontrollierte die France Télécom fast alle ADSL-Anschlüsse in Frankreich.

232. Konkret ausgedrückt, hat Wanadoo Interactive diese technische Unterstützung durch die France Télécom während des gesamten Jahres 2000 und in den ersten sieben Monaten des Jahres 2001 einen erheblichen Wettbewerbsvorteil verschafft. Im Gegensatz zu den anderen Internet-Providern, die beim Ausbau schneller Internet-Zugänge mit der ADSL-Technologie arbeiten, profitierte Wanadoo Interactive diesen ganzen Zeitraum hindurch von einer bevorzugten Behandlung durch den etablierte

²⁶⁵ Börsenprospekt der Wanadoo S.A., Juli 2000, S. 52.

Telekommunikationsanbieter. France Télécom gewährte Wanadoo Interactive eigentlich schon ab Ende 1999 einen auf das Unternehmen zugeschnittenen nationalen und regionalen Routing-Dienst für seinen IP-Verkehr. Zur selben Zeit wurde den anderen Internet-Providern nur der Routing-Dienst Turbo IP angeboten²⁶⁶, der insofern wesentlich einschränkender ist, als sie dabei verpflichtet sind, in allen 41 von France Télécom definierten Zonen Internet-Einwählknoten einzurichten, um eine größtmögliche territoriale Abdeckung zu erreichen. Somit hing die geografische Ausbreitung von Wanadoo Interactive lediglich vom Tempo des Ausbaus der ADSL-Technologie durch die France Télécom ab, während die anderen Anbieter von ADSL-Diensten zahlreiche Einwählknoten einrichten mussten, um außerhalb von Paris präsent zu sein, was für die meisten von ihnen ein zu großes Risiko darstellte. [...]* ²⁶⁷ [...]* ²⁶⁸ Zur selben Zeit waren die Wettbewerber von Wanadoo Interactive und insbesondere Noos fast ausschließlich in der Region Paris und, was die Provider betraf, die die ADSL-Technologie nutzten, sogar nur in einigen Bezirken der Hauptstadt vertreten.

233. Mit dem Inkrafttreten der Tarifentscheidung Nr. 2001480 über die Entwicklung der IP/ADSL- und Routing-Dienste am 20. Juli 2001²⁶⁹ sowie dem allgemeinen Angebot über den regionalen und nationalen IP-Routing-Dienst für den ADSL-Verkehr für alle Internet-Provider wurde der maßgeschneiderte Dienst Ende August 2001 eingestellt. Im Frühling und im Sommer 2001 war Wanadoo Interactive in Hinblick auf die Bereitschaft der France Télécom, dem Unternehmen ein zweites, auf seine Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot zu machen, zuversichtlich, um erforderlichenfalls seine Produktionskosten zu senken.²⁷⁰

234. Ein weiterer technischer Vorteil ist die einfache Art und Weise, in der Wanadoo Interactive in Echtzeit Zugang zu Informationen hat, die es erlaubt, die Adressen potenzieller Kunden mit den entsprechenden Verteilern der France Télécom zu verbinden, sodass der Anbieter in der Lage war, in sehr kurzer Zeit dem interessierten Kunden mitzuteilen, ob das Gebiet, in dem er wohnt, von einem ADSL-Dienst abgedeckt wird. Die Konkurrenten von Wanadoo Interactive müssen hingegen einen eigenen Antrag bei der France Télécom einbringen, um die ADSL-Tauglichkeit der potenziellen Kunden zu überprüfen. Dadurch entstehen für sie Zeitverluste, die sich bei der Konkretisierung ihrer Beziehung zum potenziellen Kunden negativ auswirken können.²⁷¹

235. Die in den Randnummern 232 bis 234 erwähnten technischen Vorteile (der maßgeschneiderte Dienst und der Zugang zu den Daten über die für Breitbanddienste tauglichen Leitungen) spiegeln eine Beziehung der vertikalen Integration zwischen Wanadoo Interactive und France Télécom wider, die bei weitem sein wichtigster Lieferant ist. Der Gerichtshof hat anerkannt, dass vertikale Integration als einer der

²⁶⁶ Bis zum Oktober 2000 wurde der Dienst *Turbo IP* übrigens nicht nur angeboten, sondern jedem Kunden, der sich für *IP/ADSL 1* oder *IP/ADSL 2* entschieden hatte, auferlegt.

²⁶⁷ [...]* S. 255 ff. der Akte).

²⁶⁸ Ende Januar 2001 betrug die gesamte Bandbreite, die Wanadoo Interactive für den Verkehr von Netissimo 1 vorsah, ungefähr [...]* Mbit/s für Paris und die Ile-de-France, im Vergleich zu [...]* Mbit/s für den Rest des Landes (Anlage 1 der Antwort der France Télécom vom 16. Mai 2001, S. 113 ff. der Akte).

²⁶⁹ Nach der Genehmigung dieser Tarifentscheidung durch den Minister für Wirtschaft, Finanzen und Industrie.

²⁷⁰ [...]* (S. 2909 der Akte) [...]* (S. 3317 der Akte).

²⁷¹ [...]*

Faktoren gesehen werden kann, die zusammenwirkend eine beherrschende Stellung begründen.²⁷² Die Tatsache, dass im vorliegenden Fall Wanadoo Interactive als Unternehmen in rechtlicher Hinsicht von France Télécom getrennt ist, ändert nichts an den Auswirkungen der vertikalen Integration der Gruppe insgesamt.

236. Wanadoo Interactive hat nicht in Frage gestellt, dass das auf das Unternehmen zugeschnittene Angebot im Jahr 2001 ein wesentlicher Vorteil beim Ausbau seiner Dienste gewesen sein konnte. Das Unternehmen bestreitet jedoch, dass der Zugang zu den Fakten über das ADSL-Netz von France Télécom und die ADSL-Tauglichkeit der Leitungen von Vorteil gewesen ist. Es schätzt, dass alle Wettbewerber ab Oktober 2001 einen gleichartigen Server mit Daten über die ADSL-Tauglichkeit nutzen konnten. Wanadoo Interactive räumt ein, dass der Wettbewerbsrat im Februar 2002 vorläufige Maßnahmen beschlossen hat²⁷³, betont aber, dass diese Entscheidung grundsätzlich nichts ändert. Die Kommission vertritt ihrerseits die Auffassung, dass die Bedingungen im Zusammenhang mit dem ADSL-Verfügbarkeitsserver seit Juli 2002, als der Wettbewerbsrat die Einhaltung der von ihm verhängten vorläufigen Maßnahmen feststellte, keinen diskriminierenden Charakter mehr haben. Die Tatsache, dass Wanadoo fast eineinhalb Jahre lang in einer wichtigen Entwicklungsphase des Marktes bevorzugt behandelt wurde, bleibt bestehen.

237. Durch die Verbindung mit der France Télécom in technischer Hinsicht kam Wanadoo Interactive in den Genuss eines Vorteils, zu dem seine Konkurrenten keinen Zugang hatten und der als strategische Zutrittsschranke und somit als ein zum Entstehen einer Vormachtstellung beitragender Faktor zu betrachten ist.

3. Die kommerzielle Unterstützung

238. Auf kommerzieller Ebene profitiert Wanadoo Interactive von der Unterstützung der France Télécom, durch deren dichtes Netz an Geschäftsstellen das Unternehmen fast überall in Frankreich präsent ist. Die Verkaufsstellen der France Télécom werden für den Vertrieb der gegenständlichen Produkte zwar bezahlt, aber ausschlaggebend ist, dass dank der Präsenz des Firmennamens Wanadoo in den 700 Geschäftsstellen des etablierten Telekommunikationsanbieters und dank des ausschließlichen Angebots seiner ADSL-Produkte in diesem Netz der Name einen Bekanntheitsgrad erreichte, dass potenzielle Kunden in ganz Frankreich angesprochen werden konnten.²⁷⁴ Die Dichte des Netzes erlaubt es einerseits, in der Kundenakquisition gezielter vorzugehen, und andererseits Kunden, die Interesse an den ADSL-Diensten zeigen, an die Angebote von Wanadoo Interactive zu verweisen. Dieser Aspekt ist umso wichtiger, als bei einem „einzelnen“ ADSL-Dienst und unabhängig davon, für welchen Internet-Provider sich die Kunden ursprünglich entscheiden, die Verbraucher auf alle Fälle gezwungen sind, bei ihrer France-Télécom-Geschäftsstelle die Einrichtung einer ADSL-Leitung zu beantragen.²⁷⁵ Bei

²⁷² Bereits zitiertes Urteil in der Rechtssache United Brands, Randnummern 70 und 71.

²⁷³ Entscheidung des Wettbewerbsrats vom 27. Februar 2002, a.a.O.

²⁷⁴ Die Produkte von Wanadoo Interactive werden weiters in [...] * allgemeinen oder spezialisierten Geschäftslokalen verkauft sowie über ein Netz kleiner unabhängiger Händler mit [...] * Verkaufsstellen (Antwort von France Télécom vom 22. November 2001, S. 689 ff. der Akte).

²⁷⁵ Zur Erinnerung: Bei Breitband-Internetzugängen über ADSL haben Privatkunden die Wahl zwischen dem Erwerb eines „Pakets“ (das die Zurverfügungstellung der Breitbandleitung und den eigentlichen Internetzugang umfasst) und der Variante, mit France Télécom einen Vertrag über die Bereitstellung des Dienstes *Netissimo 1* (ADSL-Zugangsleitung) und davon getrennt mit dem Internet-Provider ihrer

dieser Gelegenheit ist es in der Praxis — und insbesondere seit der Vermarktung des Produkts Pack eXtense, das ADSL-Leitung und Internetzugang bei Wanadoo umfasst — nicht ausgeschlossen, [...]*

239. Um den Vorteil durch diese kommerziellen Präsenz besser abschätzen zu können, ist ein Vergleich des Netzes der 700 Geschäftsstellen des Mutterhauses, in denen Wanadoo Interactive vertreten war, und den 26 eigenen Verkaufsstellen von Noos, seines wichtigsten Konkurrenten Anfang 2001,²⁷⁶ angebracht. Im Laufe des Jahres 2001 und insbesondere ab September 2001 wurde das Vertriebsnetz noch weiter ausgebaut. Ende 2001 wurden die Breitbanddienste von Wanadoo Interactive somit in [...]* Verkaufsstellen – sowohl in Geschäftslokalen der France Télécom als auch in Kaufhäusern und im spezialisierten Einzelhandel — vertrieben.²⁷⁷ Die Wettbewerber haben ebenfalls nach und nach das Netz ihrer Verkaufsstellen erweitert. Dennoch war der erste Konkurrent, Noos, Anfang 2002 nur in weniger als [...]* Verkaufsstellen²⁷⁸, d. h. in weniger als [...]* der Anzahl von Wanadoo Interactive, vertreten.²⁷⁹

240. Die Effizienz der für den Konkurrenten zugänglichen Vertriebsnetze ist im Übrigen wesentlich niedriger als die des Netzes der Geschäftsstellen von France Télécom. Keiner der Mitbewerber von Wanadoo Interactive profitiert von einem ausschließlichen Vertrieb seiner Telekommunikations- und Internetzugangsdienste wie dies für dessen Produkte durch die France Télécom der Fall ist. [...]*.²⁸⁰ Das ausschließliche Angebot der Breitbanddienste von Wanadoo Interactive in den Geschäftsstellen der France Télécom stellte somit einen überaus wichtigen Faktor bei der Eroberung des Marktes dar.

241. Somit stellte das Netz der Geschäftsstellen der France Télécom das gesamte Jahr 2001 hindurch eine entscheidende Unterstützung für den Vertrieb der ADSL-Dienste von Wanadoo Interactive, vor allem des Pack eXtense, dar. Im Laufe des Jahres 2001 erwähnen verschiedene unternehmensinterne Schriftstücke²⁸¹ die äußerst starke Motivation der Geschäftsstellen der France Télécom in Hinblick auf das Produkt eXtense. Anfang 2001 schätzte das Unternehmen, dass im ganzen Jahr 2001 zwischen [...]* % der Pack eXtense und ADSL-Anschlüsse über die Geschäftsstellen von France Télécom verkauft werden würden²⁸², d. h. ein Anteil, der um einiges größer war als der für die gesamten Produkte von Wanadoo Interactive festgestellte Durchschnitt²⁸³. Ende 2001 sah Wanadoo Interactive mit [...]* % des für 2002

Wahl (Wanadoo Interactive oder einem anderen) einen Vertrag über den eigentlichen Internetzugang abzuschließen.

²⁷⁶ E-Mail von Noos an die Kommission vom 7. Oktober 2002, S. 5338 der Akte. Zur selben Zeit verfügte der Club Internet weder über ein eigenes Geschäftslokal noch über ein Vertriebsnetz (Schreiben von T-Online France vom 28. Februar 2002, S. 1359 der Akte).

²⁷⁷ Schreiben von France Télécom an die Kommission vom 22. November 2001, S. 706 der Akte.

²⁷⁸ E-Mail von Noos an die Kommission vom 30. August 2002, S. 5240 der Akte.

²⁷⁹ Anfang 2002 waren die Produkte von T-Online (Club Internet), zu dem Zeitpunkt zahlenmäßig gesehen der zweite Wettbewerber auf dem Markt, in den Lagern eines Netzes von weniger als 500 allgemeinen oder spezialisierten Händlern vorhanden (Schreiben von T-Online an die Kommission vom 28. Februar 2002, S. 1359 der Akte), was ein Viertel der Verkaufsstellen ausmacht, in denen die Produkte von Wanadoo Interactive angeboten wurden.

²⁸⁰ [...]* (S. 4180 der Akte).

²⁸¹ [...]* (S. 3211 der Akte); [...]* (S. 3859 der Akte). [...]*

²⁸² [...]* (S. 3853 der Akte). [...]* (S. 4329 der Akte). [...]* (S. 2434 ff der Akte).

²⁸³ [...]* (S. 3954 der Akte).

prognostizierten Umsatzes²⁸⁴ in den Geschäftsstellen der France Télécom weiterhin den wichtigsten Vertriebskanal seiner ADSL-Produkte für Privatkunden.

242. Außerdem ist im Zusammenhang mit dieser kommerziellen Unterstützung festzuhalten, dass Wanadoo Interactive indirekt von der Werbung der France Télécom zum Thema Breitbandtechnologie profitiert. Diese Werbung veranlasst potenzielle Kunden dazu, ihre France-Télécom-Filiale aufzusuchen, wo sie für die Dienste von Wanadoo Interactive gewonnen werden können²⁸⁵. Weiters soll die France Télécom im Jahr 2001 ungefähr [...] * EUR²⁸⁶ für Werbung dieser Art in Presse und Radio investiert haben, was an die Werbekampagne von Wanadoo Interactive über ADSL in Höhe von ungefähr [...] * EUR herankommt.

243. In seinem Urteil in der Rechtssache Michelin wertete der Gerichtshof das Vorhandensein eines bedeutenden Handelsvertreternetzes, das unmittelbaren Zugang zu den Verbrauchern ermöglicht, sowie potenzielle kommerzielle Synergieeffekte mit anderen Elementen der Produktpalette eines Unternehmens oder Konzerns als Faktoren, die zum Entstehen einer Vormachtstellung beitragen.²⁸⁷ Im vorliegenden Fall stellt die Unterstützung, die Wanadoo Interactive durch seine ausschließliche Vertretung in den Geschäftsstellen der France Télécom zugute kommt, einen Faktor dar, der seine beherrschende Stellung in Verbindung mit Produkten, die sich in einer Phase rasch voranschreitender Expansion befinden, in besonderem Ausmaß verstärkt. Die Kosten und die erforderliche Zeit für die Bildung eines eigenen oder eines Vertriebsnetzes, das durch einen ausschließlichen Charakter ähnlich dem, der Wanadoo Interactive zugute kommt, gekennzeichnet ist, müssen als Hindernis für den Zugang der Mitbewerber zum Markt und als wesentlicher Faktor für die beherrschende Stellung von Wanadoo Interactive, insbesondere am Anfang des geprüften Zeitraums, angesehen werden.

4. Die logistische und finanzielle Unterstützung

244. Schließlich erhielt Wanadoo Interactive von der France Télécom logistische und finanzielle Unterstützung. Das Beispiel des Erwerbs- und Vertriebskreislaufs der Sets für Pack eXtense ist aufschlussreich. Tatsächlich kauft die France Télécom die Modems und stellt die Zubehörsets zusammen, deren Komponenten sie bei den verschiedenen Herstellern bestellt. [...] *²⁸⁸. [...] * Die Übernahme dieser Kostenelemente durch die France Télécom in dem Zeitraum zwischen dem Eingang der Sets im Lager und ihrem Verkauf an die Kunden, welcher im Allgemeinen mehrere Wochen dauert, stellt einen bedeutenden Vorteil für Wanadoo Interactive dar, da das Unternehmen dadurch einen niedrigeren Bedarf an Betriebskapital hat. Den Konkurrenten kam kein derartiger Vorteil zugute.

²⁸⁴ [...] * (S. 3104 der Akte).

²⁸⁵ In diesem Zusammenhang ist zu beobachten, dass selbst unter den Kunden, die sich letzten Endes für ein „Einzelangebot“ entschieden haben, im Zeitraum Januar bis September 2001, als der Dienst Netissimo fast ausschließlich über die Geschäftsstellen vertrieben wurden, mehr als [...] * den Dienst Wanadoo ADSL wählten, wobei sich der Rest auf alle anderen Provider verteilte. Diese Tatsache scheint nicht unbedingt ein Beweis, aber doch ein Hinweis dafür zu sein, dass sich alle Kunden, die eine Geschäftsstelle von France Télécom aufsuchten, bevorzugt an Wanadoo wandten.

²⁸⁶ Quelle: Sécodip, zitiert von einem Konkurrenten von Wanadoo Interactive in seiner Antwort auf ein Auskunftsverlangen der Kommission im März 2002.

²⁸⁷ Siehe Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache Michelin, a.a.O., Randnummern 55, 56 und 58.

²⁸⁸ [...] * (S. 3637 der Akte)

245. Ein weiterer Vorteil von sekundärer Bedeutung bestand darin, dass die France Télécom Wanadoo Interactive in ihrer Eigenschaft als Hauptlieferant dem Unternehmen [...] günstige Zahlungsfristen einräumte, [...],²⁸⁹ während sie ihre Leistungen den anderen Internet-Provider zu regelmäßig, ja bisweilen sogar im Voraus²⁹⁰ in Rechnung stellte. Wanadoo Interactive [...] beschränkte sich darauf festzuhalten, dass für mehrere Wettbewerber²⁹¹ der IP/ADSL-Zugangsdienst 2001 mit Verspätung in Rechnung gestellt wurde, was jedoch für das von der Kommission aufgeworfene Problem irrelevant war.

246. Die Kommission vertritt die Auffassung, dass die logistische Unterstützung in der Beschaffung der eXtense-Sets, die Ersparnis an Betriebskapital durch ihren Vertriebskreislauf und die Zahlungsziele, die die France Télécom gelegentlich ihrer Tochter zugestand, vor dem Hintergrund eines in Expansion befindlichen Marktes erhebliche Vorteile darstellen, die zur beherrschenden Stellung von Wanadoo Interactive beitragen.

4. Die Stellung von Wanadoo Interactive auf dem Markt für die Herausgabe von Telefonbüchern

247. Die France Télécom übertrug Wanadoo 2000 die Aktivitäten in Verbindung mit der Herausgabe von Telefonbüchern und dem Verkauf von Werbeflächen in den Gelben Seiten, welche noch kurz davor zwischen ihren eigenen Abteilungen und dem französischen Amt für Werbung (ODA) aufgeteilt worden waren. Diese Aktivitäten stellen eine überaus große Einnahmequelle dar und zählen zu den lukrativsten Geschäftsbereichen der Wanadoo-Gruppe. In einer Entscheidung vom März 1998²⁹² vertrat der Wettbewerbsrat die Auffassung, dass die France Télécom und das ODA eine beherrschende Stellung sowohl auf dem Markt für die Herausgabe der Gelben Seiten als auch beim Verkauf von Werbeflächen in diesen Telefonbüchern einnahmen.

248. Auch wenn für dieses Verfahren nicht untersucht werden muss, ob Wanadoo S.A. und ihre Tochtergesellschaft „Pages Jaunes“ (Gelbe Seiten), die die fraglichen Aktivitäten von France Télécom und des ODA übernahmen, eine beherrschende Stellung einnehmen, ist festzuhalten, dass durch die Tatsache, dass diese überaus gewinnbringenden Aktivitäten zu den Geschäftsbereichen der Gruppe zählten, sich die Verlustgeschäfte der Tochtergesellschaft Wanadoo Interactive auf dem Breitbandmarkt weniger stark auf den Wert des Unternehmens und der börsennotierten Wertpapiere auswirkten. In den Jahren 2000 und 2001 erzielte Wanadoo im Geschäftsbereich „Telefonbücher und Dienstleistungen für Unternehmen“ Betriebsergebnisse vor Abschreibungen in Höhe von 225 Mio. EUR bzw. 238 Mio. EUR.²⁹³ Offensichtlich hätte Wanadoo Interactive die erheblichen Verluste im Bereich der Breitband-Internetzugänge auf andere Art und Weise gehandhabt, wenn die Auswirkungen dieses großen wirtschaftlichen Schocks nicht

²⁸⁹ [...] (S. 251 ff. der Akte) [...] (S. 633 der Akte). [...] (S. 4727 ff. der Akte) [...] (S. 4765 ff. der Akte) [...] (S. 5904 der Akte) [...].

²⁹⁰ Siehe die Antwort der France Télécom vom 1. August 2001 auf das Auskunftsverlangen vom 10. Juli 2001 (Anlage 2a), aus der hervorgeht, dass [...]. In den Antworten von France Télécom vom 14. März und 4. November 2002 wird erwähnt, dass dies 2002 auch der Fall war.

²⁹¹ Antwort vom 4.3.2002, Randnummer 142.

²⁹² Entscheidung Nr. 98-D-16 vom 3. März 1998 über die Praktiken des ODA beim Verkauf von Werbeflächen in den Gelben Seiten.

²⁹³ Anlage des konsolidierten Jahresabschlusses von Wanadoo per 31. Dezember 2001, S. 14 (Dieses Dokument wurde von Wanadoo Interactive am 15. März 2002 übermittelt. S. 2369 der Akte).

innerhalb der Wanadoo-Gruppe durch die großen Gewinne im Bereich der Herausgabe von Telefonbüchern und vor allem dem Verkauf von Werbeflächen gemildert worden wären. Die Zusammensetzung der Geschäftsbereiche der Wanadoo-Gruppe verleiht ihr somit eine beträchtliche Finanzkraft, die zur Entstehung ihrer beherrschenden Stellung auf dem gegenständlichen Markt beiträgt.

249. Wanadoo Interactive bestritt den Vorteil in Verbindung mit den Erträgen der Gruppe aus dem Geschäftsbereich der Telefonbücher. Das Unternehmen ist vielmehr der Auffassung, dass allein die bei der Einführung von Wanadoo an der Börse im Jahr 2000 entstandenen liquiden Mittel in Höhe von [...] * Mrd. EUR²⁹⁴ ausschlaggebend waren.

250. Die Kommission **[vertritt die Meinung]***, dass die 2000 entstandenen liquiden Mittel einen überaus großen Vorteil bei der Finanzierung einer Aktivität wie dem Breitbandbereich darstellten, der die Liquiditätslage des Unternehmens verschlechterte. Wanadoo Interactive führt an, dass seine Konkurrenten „*tous adossés à des groupes financièrement puissant*“ *[alle in Verbindung mit finanzkräftigen Konzernen stehen]*²⁹⁵, ohne jedoch seine Behauptung in irgendeiner Weise mit Fakten zu untermauern. Die Kommission ist vielmehr der Auffassung, dass die Höhe dieser liquiden Mittel den Ursprung eines starken finanziellen Ungleichgewichts gegenüber anderen Akteuren wie Mangoosta darstellt.

251. Weiters vertritt die Kommission die Meinung, dass die Höhe der liquiden Mittel zu Anfang des Zeitraums nicht der einzige zu berücksichtigende Parameter ist. Ein Unternehmen muss bei der Verwaltung seines Umlaufvermögens nämlich berücksichtigen, wie dessen Höhe von seinen laufenden Betriebsbedingungen beeinflusst wird. Der Handlungsspielraum von Wanadoo wäre aufgrund seiner liquiden Mittel wesentlich kleiner gewesen, wenn die Verringerung des Umlaufvermögens durch die defizitären Internet-Aktivitäten nicht durch die Zufuhr von liquiden Mitteln aus einem gewinnbringenden Geschäftsbereich ausgeglichen worden wären.

252. Die Kommission ist der Auffassung, dass die Gewinne aus dem Geschäftsbereich der Telefonbücher dazu beitrugen, die beherrschende Stellung auf dem Markt der Breitband-Internetzugänge zu verstärken, insbesondere in einer Zeit des Konjunktumschwungs und der Erschöpfung der verfügbaren finanziellen Ressourcen für den Internetbereich.²⁹⁶

²⁹⁴ Punkt 3 der Anlage C der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 (S. 6366 ff. der Akte).

²⁹⁵ Punkt 2 der Anlage C der Antwort vom 23. Oktober 2002.

²⁹⁶ In ihrer bereits zitierten Publikation „Internet, un bilan du marché français/ mars 2003“ (Internet- eine Bilanz des französischen Marktes, März 2003) beschreibt die Regulierungsbehörde ART dieses Phänomen folgendermaßen: „*A partir de mi-2000, notamment à cause de revenus publicitaires qui n'avaient pas atteint les niveaux prédits, les investisseurs ont diminué les montants placés dans les sociétés de l'Internet. Les levées de fonds et les introductions en bourse sont devenues plus difficiles. Cette raréfaction des financements a conduit à une évolution des modèles économiques. (...) les sociétés Internet ne pouvaient pas continuer sur une stratégie d'acquisition de clients à n'importe quel coût et ont dû trouver un modèle économique rentable*“ *[Ab Mitte 2002 reduzierten die Anleger ihre Investitionen in Internet-Unternehmen, vor allem aufgrund der Werbeeinnahmen, die nicht die vorhergesehene Höhe erreicht hatten. Es ist schwieriger geworden, Mittel zu beschaffen oder Unternehmen an der Börse einzuführen. Diese Verknappung der finanziellen Ressourcen führte zu einer Weiterentwicklung der Wirtschaftsmodelle (...) die Internet-Unternehmen konnten nicht mit einer*

5. Schlussfolgerungen

253. Eine beherrschende Stellung kann sich aus dem gleichzeitigen Vorliegen mehrerer Faktoren ergeben, die einzeln betrachtet nicht unbedingt ausschlaggebend wären.²⁹⁷ Im vorliegenden Fall gelangt die Kommission zum Schluss, dass die von Wanadoo Interactive seit Anfang 2001 gehaltenen Marktanteile, die vielen Auswirkungen der Verbindung mit dem France-Télécom-Konzern und die Position der Wanadoo-Gruppe im Bereich der Telefonbücher aufgrund des gleichzeitigen Vorliegens dieser Faktoren Wanadoo Interactive den Charakter eines beherrschenden Unternehmens auf dem französischen Markt der Breitband-Internetzugänge für Privatkunden verleihen.

D. DER MISSBRAUCH DER BEHERRSCHENDEN STELLUNG

254. Im folgenden Abschnitt wird aufgezeigt, wie die Politik der nicht kostendeckenden Preise von Wanadoo Interactive mit einer absichtlichen Verdrängungsstrategie zur Vereinnahmung eines in voller Entwicklung befindlichen Marktes einhergeht und somit auch, inwiefern diese Vorgehensweise einen Missbrauch einer beherrschenden Stellung im Sinne von Artikel 82 EG-Vertrag darstellt.

255. Die von Wanadoo Interactive vorgebrachten Argumente betreffen die Anwendbarkeit von Artikel 82 EG-Vertrag auf eine junge Branche, die objektiven Gründe für die nicht kostendeckenden Preise und die Frage der Zutrittsschranken und des Ausgleichs der anfänglichen Verluste. Auf diese Argumente wird in diesem Abschnitt ausführlich eingegangen.

1. Vorliegen des Tatbestandes des Missbrauchs aufgrund nicht kostendeckender Preise im Rahmen eines Plans zur Vereinnahmung des Marktes

256. In der gemeinschaftlichen Rechtsprechung²⁹⁸ sind zwei verschiedene Methoden zur Prüfung, ob ein Unternehmen Verdrängungspreise einsetzt, verankert, wobei eine auf den variablen und die andere auf den Vollkosten beruht. Somit wird das Vorliegen von Verdrängungspreisen in folgenden Fällen nachgewiesen:

- Die durchschnittlichen variablen Stückkosten sind nicht gedeckt, wobei diese Feststellung alleine ausreicht, um das Vorliegen eines Missbrauchs nachzuweisen.
- Die durchschnittlichen Vollkosten sind nicht gedeckt, wenn dies mit einem Plan zur Ausschaltung von Konkurrenten einhergeht.

1. Die Deckung der Kosten

257. Ab Anfang 2001 kann man unter Berücksichtigung der Erläuterungen in Abschnitt I.E. grundsätzlich drei Zeiträume unterscheiden:

Strategie der Kundenakquisition um jeden Preis fortzuführen und mussten ein rentables Wirtschaftsmodell finden].

²⁹⁷ Bereits zitiertes Urteil in der Rechtssache Brands, Randnummer 66.

²⁹⁸ Urteil in der Rechtssache Akzo, a.a.O., Randnummern 71 und 72; Urteil des Gerichtshofs vom 14. November 1995 in der Rechtssache C-333/94 P, Tetra Pak International S.A./Kommission, Slg.1996, I-5951, Randnummer 41.

- Vom 1. Januar bis zum 31. Juli 2001 war Wanadoo Interactive sehr weit von einer Deckung der (aufgeschlüsselten) variablen Kosten für die fraglichen Dienste entfernt.

- Im Zeitraum vom 1. August 2001 bis zum 15. Oktober 2002 näherte sich Wanadoo Interactive dem Kriterium des von der Kommission ausgewählten Prüfungsverfahrens, ohne es aber jemals vollständig zu erreichen: Wanadoo konnte seine (aufgeschlüsselten²⁹⁹) Vollkosten nicht decken; zusätzlich konnte das Unternehmen bis März 2002 nicht voraussehen, ob es diese Deckung erreichen würde, obschon es seine aufgeschlüsselten (tatsächlichen) Kosten in dem Zeitraum teilweise deckte.

- Ab 15. Oktober 2002 erfüllte Wanadoo Interactive eindeutig die Kriterien der von der Kommission ausgewählten Kostendeckungsprüfung sowohl für die Vollkosten als auch für die variablen Kosten, auch wenn seine Erlöse zunächst unter den (in der Kostenrechnung) erfassten Kosten lagen.

258. Es besteht kein Zweifel daran, dass die Marketingmaßnahmen in den ersten sieben Monaten des Jahres 2001 kurzfristig gesehen unvernünftig war.

259. Obwohl die kostenrechnerisch erfassten Kosten im darauf folgenden Zeitraum nie gedeckt waren und obwohl sich das kumulierte Ergebnis des Bereichs bis Oktober 2002 monatlich weiter verschlechterte, lag das Unternehmen immer nur sehr knapp unter der Grenze der Wirtschaftlichkeit, die von der Kommission in dieser Entscheidung angesetzt wird. Seine Prognosen erlaubten keine optimistischen Erwartungen in Hinblick auf die kurzfristigen finanziellen Auswirkungen der Marketingmaßnahmen für seine ADSL-Produkte vor dem Inkrafttreten der neuen Routing- und Zugangstarife der France Télécom im Jahr 2002. Erst nach der Einführung der neuen Tarife durch die France Télécom am 15. Oktober 2002 und der Entscheidung dieses Telekommunikationsanbieters, allen Internet-Providern die Zugangskosten zu erlassen, war Wanadoo Interactive in der Lage, das von der Kommission angesetzte Kriterium eindeutig zu erfüllen und die Grenze zur kurzfristigen Wirtschaftlichkeit zu überschreiten.

260. Wanadoo Interactive wirft der Kommission vor, in ihrer Analyse die Besonderheiten der Anlaufphase eines neuen Produkts vernachlässigt zu haben.

261. Dieser Vorwurf ist unbegründet. In ihrer Analyse nahm die Kommission ganz im Gegenteil eine wesentliche Anpassung im Sinne einer Erleichterung der im Urteil Akzo vorgenommenen Prüfung auf Verdrängungspreise vor.

262. Zunächst hat die Kommission, anstatt sich — wie im Urteil Akzo vorgesehen — auf die Prüfung der in der Buchhaltung des Unternehmens erfassten Kosten und Erlöse zu beschränken, eine Verteilung der Kosten für die Kundenakquisition auf 48 Monate vorgenommen und diese Kosten gewissermaßen mit einer Marketinginvestition gleichsetzt, die über die tatsächliche Dauer des Vertrags mit einem Kunden abzuschreiben ist. Diese Erleichterung des Prüfverfahrens nach der Akzo-Methode ist wichtig, da sie die Auswirkungen der Kosten für die Kundenakquisition stark abschwächte, die immerhin im Jahr 2001 [...] % der Kosten

²⁹⁹ Es sei daran erinnert, dass Wanadoo Interactive im selben Zeitraum auch die nicht aufgeschlüsselten variablen Kosten, wie sie aus der Buchhaltung hervorgehen, nicht decken konnte.

von Wanadoo Interactive betrogen.³⁰⁰ Weiters berücksichtigte die Kommission bei der Schätzung der Erträge aus den Teilnehmeranschlüssen einen theoretischen Nominalwert und nicht den tatsächlich festgestellten durchschnittlichen Ertrag, der immer zwischen [...] % und [...] % unter dem theoretischen Ertrag lag. Dadurch neutralisierte sie den automatischen Effekt durch das Wachstum des Kundenstocks (siehe Randnummer 29). Diese beiden Erleichterungen zusammen verbessern die in dieser Entscheidung verwendeten Deckungsgrade um mehr als **[10-30]** Punkte im Vergleich zur Berechnung eines einfachen Deckungsgrads auf der Basis nicht aufgeschlüsselter Buchhaltungsdaten.

263. Ferner ließ die Kommission in ihrer Analyse die Kapitalkosten außer Acht. Schließlich ist die Kommission bei der Bewertung bestimmter Kostenkomponenten immer von den für das betreffende Unternehmen günstigsten Annahmen ausgegangen.

264. So wurden nach der Bewertungsmethode der Deckung der aufgeschlüsselten Kosten die Hintergründe eines jungen, in Expansion befindlichen Marktes durchaus entsprechend berücksichtigt und ein wesentlich differenzierteres Bild der Lage vermittelt als mit der bloßen Feststellung der in diesem Zeitraum buchhalterisch erfassten Kosten. Die Kommission ist der Ansicht, im vorliegenden Fall alle Möglichkeiten für die Anpassung von Methoden unter Wahrung der Logik einer Prüfung auf Verdrängungspreise ausgeschöpft zu haben.

2. Einwände des Unternehmens gegen die Auslegung seiner Preispolitik

265. Nach Ansicht von Wanadoo Interactive fehlen im vorliegenden Fall mehrere Faktoren, die notwendig waren, um die von Wanadoo Interactive verfolgte Politik als Verdrängungsstrategie zu bezeichnen. Insbesondere hätte es eine plötzliche Preissenkung geben müssen, diese Preissenkung hätte auf eine bestimmte Kundenkategorie beschränkt und mit Anzeichen der Verdrängung, d. h. mit Drohungen gegenüber den Wettbewerbern auf dem Markt verbunden sein müssen, um sie von Aktivitäten auf dem Markt abzubringen.³⁰¹ Schließlich hätte die Preissenkung lang genug anhalten müssen, um Auswirkungen zu haben.

266. Die Kommission vertritt die Ansicht, dass die bisherige Rechtsprechung nicht alle möglichen Verdrängungssituationen behandelt. Die Verdrängung kann verschiedene Formen der radikalen Beseitigung und systematischen Elimination von Wettbewerbern auf dem Markt annehmen³⁰². Die Verdrängung kann auch lediglich darin bestehen, auf das Wettbewerbsverhalten eines bestehenden oder potenziellen Konkurrenten Druck auszuüben oder es zu behindern.³⁰³ Bei diesem Ansatz ist der

³⁰⁰ Das „Gewicht“ der Kosten für die Kundenakquisition in der Analyse wird bei der Berechnung der Deckungsgrade gemäß Abschnitt I.F. je nach Zeitraum auf Werte zwischen **[0-10]** % für den Dienst eXtense und zwischen **[0-10]** % für den Dienst Wanadoo ADSL, d. h. um **[10-30]** Punkte und mehr unter dem, was ihr Anteil an den tatsächlich erfassten buchhalterischen Kosten ausmacht, reduziert.

³⁰¹ Randnummern 205 bis 215 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 (S. 6293 ff. der Akte).

³⁰² David E.M. Sappington und Gregory Sydak, „Are public enterprises the only credible predators?“, *The University of Chicago Law Review*, 271, 2000, S. 274-275.

³⁰³ P. Bolton, Brodley, Riordan, 2000, *Predatory pricing: strategic theory and legal policy*, 88, *Georgetown Law Journal*, S. 3 und S. 36: „*The disciplining of rivals is itself exclusionary since its object is to exclude the growth and expansion of the prey or the prey's entry into new markets*“ [Die Einschüchterung von Konkurrenten stellt an sich schon eine Ausschaltung von Wettbewerbern dar, weil

Verdrängungspreis einfach der Preis, der durch seine Ausgrenzungseffekte oder andere wettbewerbsverzerrende Auswirkungen zur Gewinnmaximierung führt.

267. Wanadoo Interactive spricht von einer notwendigen Preissenkung, um von einer Verdrängung ausgehen zu können. Die Kommission hält das Argument einer notwendigen Preissenkung nicht wirklich für sinnvoll ist, wenn es um die Einführung neuer Produkte auf dem Markt geht, wobei vielmehr die nicht kostendeckenden Preise wesentlich sind³⁰⁴. Übrigens ist das Argument von Wanadoo Interactive im vorliegenden Fall allein in Anbetracht der Fakten zweifelhaft. Mit der Einführung von Paketangeboten Ende 2000 wurde der Kaufpreis für die Teilnehmer neuerlich um 21 %³⁰⁵ gegenüber den einzelnen früheren ADSL-Angeboten gesenkt.
268. Die wirtschaftswissenschaftliche Lehrmeinung beschränkt das Verdrängungsverhalten keineswegs auf selektive Strategien zur Rückgewinnung bestimmter Kunden. Eine derartige Einschränkung der Analyse ergäbe im vorliegenden Fall keinen Sinn. Der gegenständliche Markt ist ein Massenmarkt für Privatkunden. Es handelt sich nämlich keinesfalls wie in den von Wanadoo Interactive erwähnten Präzedenzfällen um einen Markt mit einer beschränkten Anzahl von Großkunden, die jeder für sich große Umsätze mit sich bringen, so dass sich eine Strategie selektiver Preise als vernünftig erweisen kann.
269. Schließlich sei laut Wanadoo Interactive der Preis seiner ADSL-Dienste nie Teil seiner Entwicklungsstrategie und auch kein manipuliertes Hilfsmittel zur Beseitigung der Wettbewerber gewesen. Wanadoo Interactive weist darauf hin, dass es in seinen Marketingplänen für 2001 und 2002 keinerlei Hinweise auf die Preise gebe, und dass diese auf anderen strategischen Faktoren beruhten. Der Preis der Dienste sei gewissermaßen eine exogene Marktgegebenheit und nicht Bestandteil der Unternehmensstrategie gewesen. Wanadoo habe sich in seiner Preispolitik einzig und allein vom Anliegen, die Rentabilität seiner Produkte zu erreichen, leiten lassen.³⁰⁶
270. Die Kommission ist vielmehr der Auffassung, dass verschiedene unternehmensinterne Dokumente eine Verbindung zwischen der Höhe der Preise und der Entwicklungsstrategie von Wanadoo Interactive — sowohl zum Zeitpunkt der Überlegungen vor der Festlegung der Preise als auch während der späteren Erörterungen über eventuelle Preisänderungen im Jahr 2001 — herstellen. In einem

sie darauf ausgerichtet ist, das Wachstum und die Expansion des Opfers bzw. den Einstieg des Opfers in neue Märkte zu verhindern.].

³⁰⁴ Janusz A. Ordovery et al., a.a.O., S. 9.

³⁰⁵ Bei dem Angebot Wanadoo ADSL betrug der Kaufpreis Ende 2000 378 FRF inkl. Steuern, ohne Gebühren für Installation und Inbetriebnahmen (768,57 FRF inkl. Steuern). Der Kaufpreis für das Paket eXtense betrug 298 FRF inkl. Steuern, d. h. um 21 % weniger als das erste Produkt.

³⁰⁶ Wanadoo Interactive führt als Beweise für seine Behauptung zwei Dokumente von Juli 2000 und Mai 2001 an [...] S. 3142 der Akte, und [...] S. 3106 der Akte, welche im Randnummer 89 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 zitiert werden). Diese beiden Dokumente sind aber nicht wirklich für die Prüfung des vorliegenden Falls relevant. Das erste geht auf den Sommer 2000 zurück, auf eine Zeit, in der das Unternehmen einen Preis von [...] FRF inkl. Steuern für den Anschluss vorzog. Dies war also einige Monate vor der Entscheidung von Wanadoo Interactive zugunsten eines Endverbraucherpreises von 298 FRF inkl. Steuern für Pack eXtense. Das zweite Dokument bezieht sich auf persönliche Überlegungen zweier Mitarbeiter von Wanadoo Interactive über die Verrechnung der Zugangskosten an die Kunden (und nicht über die Anschlusspreise). Diese Überlegungen wurden jedoch nicht umgesetzt, [...] Wenn also bestimmte Führungskräfte des Unternehmens in ihren Überlegungen vom Ziel einer besseren Rentabilität motiviert waren, so hat sich dies nicht in den tatsächlichen Preisentscheidungen des Unternehmens niederschlagen.

Schreiben vom Juli 2000 [...]***³⁰⁷. Im Frühling 2001 [...]***³⁰⁸ Ein Monat davor [...]***³⁰⁹. Im Übrigen ist die Kommission der Auffassung, dass nicht so sehr das Preisniveau als solches im vorliegenden Fall von Bedeutung ist, sondern die Differenz zwischen Preis und Kosten.

3. Die Absicht, die Wettbewerber zu verdrängen

271. Nach Ansicht der Kommission³¹⁰ können als Beweis für die Absicht, Mitbewerber vom Markt zu verdrängen, unternehmensinterne Unterlagen des beherrschenden Unternehmens herangezogen werden, die auf eine Strategie, die Konkurrenten zu schädigen, hindeuten. In Ermangelung von Unterlagen, die einen direkten Beweis erbringen, kann die Verdrängungsabsicht gegebenenfalls auch aus den Umständen des vorliegenden Falls und aus einer Reihe von gewichtigen übereinstimmenden Indizien³¹¹ hervorgehen.

a) Der Plan zur Vereinnahmung des Markts

272. Die in Abschnitt I.G.1 beschriebenen unternehmensinternen Unterlagen weisen auf eine eindeutige Strategie zur **Vereinnahmung** des Breitbandmarktes und insbesondere des ADSL-Segments durch Wanadoo Interactive hin.

273. Die Kommission ist der Ansicht, dass im Zusammenhang mit einem jungen Markt, der sich in einer Phase dynamischen Wachstums befindet, und in Anbetracht der Vorteile von Wanadoo aufgrund der Zugehörigkeit zum France-Télécom-Konzern diese Strategie der Vereinnahmung mit einer Absicht, die Wettbewerber zu verdrängen, gleichzusetzen ist.

b) Die Wahl einer Strategie in Hinblick auf Preise und Mengen, mit der die Wettbewerber nicht Schritt halten können

274. Die Absicht zur Eindämmung des Wettbewerbs geht auch aus der Ex-ante-Einschätzung der Rentabilitätsbedingungen für die fraglichen Dienste durch Wanadoo Interactive zum Zeitpunkt hervor, als das Unternehmen seine Ziele für die Marktdurchdringung festlegte. Während der sieben ersten Monate des Jahres 2001 setzte Wanadoo Interactive seine Preise in voller Kenntnis der Sachlage fest und ergriff verkaufsfördernde Maßnahmen für die Breitband-Internetzugänge – in dem Wissen, dass die Preise deutlich unter den variablen Kosten lagen.³¹² Als Wanadoo Interactive im Juni bzw. Juli 2001 seine quantitativen Verkaufsziele für das zweite Halbjahr 2001 stark hinaufsetzte³¹³, konnte das Unternehmen [...]*** trotz [...]*** in seinen Berechnungsgrundlagen noch immer keinen positiven Deckungsbeitrag³¹⁴ bis

³⁰⁷ [...]***

³⁰⁸ [...]*** (S. 3109 der Akte) [...]***.

³⁰⁹ [...]*** (S. 3234 der Akte).

³¹⁰ Siehe Entscheidung der Kommission vom 14. Dezember 1985 in der Sache IV/30.698 – ECS/Akzo Chemie, ABl. L 374 vom 31.12.1985, Randnummer 81.

³¹¹ Siehe Urteil des Gerichts erster Instanz vom 6. Oktober 1994 in der Rechtssache T-83/91, Tetra Pak International/Kommission, Slg. 1994, II-755, Randnummer 151.

³¹² Siehe Abschnitt I.G.2, in dem die Entwicklung der unternehmensinternen Überlegungen über die Höhe der Preise und Deckungsbeiträge für die ADSL-Dienste in den Jahren 2000 und 2001 wiedergegeben wird.

³¹³ [...]*** (siehe S. 3316 der Akte). [...]***

³¹⁴ Siehe Abschnitt I.G.2.

Ende des Jahres absehen. Auch als das Unternehmen — ebenfalls im Sommer 2001 — seine quantitativen Ziele für 2002 auf Werte festsetzte, die [10-20] % über den ursprünglichen Zielvorgaben lagen³¹⁵, konnte Wanadoo Interactive die Wirtschaftlichkeit der ADSL-Produkte auf der Grundlage der zu dem Zeitpunkt verfügbaren Informationen und Prognosen zumindest für die ersten Monaten des Jahres 2002 noch nicht positiv einschätzen.

275. Offensichtlich konnten seine Mitbewerber im ADSL-Segment aufgrund ihres Informationsstandes über die Selbstkosten für die Dienste des IP/ADSL-Zugangs und des IP-Routings des ADSL-Verkehrs noch weniger damit rechnen, während des gesamten Jahres 2001 ihre variablen Kosten zu decken. Erst frühestens ab Dezember 2001³¹⁶ konnten sich die Wettbewerber nach und nach darüber im Klaren werden, dass die Rentabilität der ADSL-Produkte für sie aufgrund der schließlich von France Télécom angewandten Regeln für die Messung des tatsächlich angefallenen Verkehrs — welche die vertraglichen Bestimmungen über das IP/ADSL-Routing nicht erlaubten — in Wirklichkeit weniger positiv als erwartet ausfiel.
276. Das Wissen über die Kosten für die Leistungen der France Télécom war im Übrigen Anfang 2002 selbst unter kundigen Beobachtern noch so mangelhaft, dass die Regulierungsbehörde ART in ihrer Stellungnahme vom 30. April 2002 davon ausging, dass die Zahlungen der Provider an France Télécom für den Zugangs- und Routingdienst für den ADSL-Verkehr weiterhin höher als ihre Erträge³¹⁷ wären.
277. Für die Analyse der Absichten von Wanadoo Interactive in Hinblick auf seine Mitbewerber wiegt die *Ex-ante*-Einschätzung der Rentabilitätsaussichten des Unternehmens selbst bei der Festlegung seiner quantitativen Ziele mehr als das tatsächliche Ergebnis, das mehrere Wochen *nach* Ende des Geschäftsjahres 2001 definitiv bekannt war. Denn diese Einschätzung der wirtschaftlichen Bedingungen während des Jahres 2001 bestimmte auch den Eindruck, den die etablierten Mitbewerber im ADSL-Segment von der Entschlossenheit von Wanadoo Interactive hatten, ihre Erwartungen in Hinblick auf Wachstumsraten, Erwerb von Marktanteilen oder Wiederherstellung ihrer Gewinnspannen zunichte zu machen.³¹⁸

³¹⁵ [...] nennt Wanadoo Interactive als Ziel [...] ADSL-Kunden [...] S. 2907 der Akte). In der Folge wird ein Ziel von [...] Kunden [...] angegeben (S. 3074 der Akte).

³¹⁶ [...] S. 2293 ff der Akte). [...]

³¹⁷ ART-Stellungnahme Nr. 02.346 vom 30. April 2002 und Pressemitteilung der Behörde zu diesem Anlass. Gemäß den damaligen Schätzungen der ART „sur la base d'un débit moyen par abonné de 23 kbit/s, conforme aux conditions actuelles d'exploitation“ [auf der Grundlage einer bei den derzeitigen Bedingungen durchschnittlichen Datentransfermenge von 23 kbit/s] zahlt ein Internet-Provider „actuellement à France Télécom des charges au titre des offres IP/ADSL (collecte + accès) s'élevant à 39,7 euros HT par mois par abonné, excédant ses revenus“ [der France Télécom derzeit für die IP/ADSL-Dienste (Routing und Zugang) monatlich 39,7 EUR exkl. Steuern pro Kunde, was über seinem Ertrag liegt], der ausgehend von dem von Wanadoo Interactive bezahlten Tarif auf 38 EUR exkl. Steuern geschätzt wird (S. 4956 der Akte). Die Stellungnahme der ART hält auch explizit Folgendes fest: „s'agissant des FAI, ces derniers ont eu à supporter des reversements à France Télécom de 39,7 € par mois et par abonné les conduisant à consentir des pertes pour s'établir sur le marché et concurrencer Wanadoo“ [in Bezug auf die Internet-Provider ist zu sagen, dass diese letzteren Zahlungen an die France Télécom in Höhe von monatlich 39,7 EUR pro Kunde zu leisten hatten, wodurch sie Verluste hinnehmen mussten, um sich auf dem Markt zu etablieren und mit Wanadoo Interactive in Wettbewerb zu treten].

³¹⁸ Siehe Entscheidung der Kommission in der Sache Akzo Chemie, a.a.O., Randnummer 79.

278. Es war das ganze Jahr 2001 hindurch klar, dass das fragliche Unternehmen absichtlich eine Entwicklungsstrategie im Breitbandbereich gewählt hatte, die für seine eigenen Geschäftsergebnisse problematisch sein würde. So traf Wanadoo Interactive eine eindeutige und bewusste Entscheidung zwischen einem minimalen Rentabilitätsziel, das es erlaubt hätte, in einem vernünftigen Zeitraum die Kosten für die Kundenakquisition auszugleichen, und einem ehrgeizigen Ziel in Hinblick auf die Marktanteile zulasten seiner Mitbewerber.
279. Wanadoo Interactive stellte 2001 wiederholt fest, dass seine eigene Strategie, die eine unrentable Preispolitik mit hohen Verkaufszahlen verband, für seine Konkurrenten wirtschaftlich untragbar war, und dass diese aus diesem Grund nicht — zumindest nicht in einem vergleichbaren Maßstab — mit ihr Schritt halten konnten. [...] ³¹⁹ [...] ³²⁰ Es wusste auch, dass der Grund, aus dem ein so wichtiger Marktteilnehmer im Schmalbandbereich wie AOL vor dem Einstieg auf dem Breitbandmarkt zurückschreckte, darin lag, dass es ihm unmöglich war, Wanadoo ohne große Verluste bei den Endverbraucherpreisen zu folgen. ³²¹
280. [...] ^{*} seine Mitbewerber im ADSL-Segment automatisch mehrere Rentabilitätspunkte hinter ihm lagen. Dieser Nachteil für die anderen Wettbewerber ergab sich grundsätzlich aus der Struktur der Preise für den Routing-Dienst, die für Provider mit weniger als 20 000 oder 30 000 Kunden ungünstig war, sowie aus der Notwendigkeit für die Zugangsanbieter mit wenigen Teilnehmern, ihre (kurzfristig fixen) Anschlusskosten auf einen kleinen Kundenstock zu verteilen. Diese Faktoren wurden von Wanadoo Interactive festgestellt, nachdem das Unternehmen genaue Bewertungen der unterschiedlichen Bruttodeckungsbeiträge je nach dem gemessenen Verkehrsvolumen vorgenommen und die Vorteile, die es als erster Marktteilnehmer genoss, aufgezeigt hatte. ³²² Der Nachteil der Wettbewerber bei den Kosten ergibt sich aber auch aus anderen Faktoren, die weniger leicht quantifizierbar sind. Zum Beispiel verfügen im Gegensatz zu Wanadoo Interactive nicht alle Internet-Provider über die finanziellen Möglichkeiten, um den Bedarf an externer Finanzierung der defizitären

³¹⁹ [...] ^{*} (S. 3213 der Akte).

³²⁰ [...] ^{*} (S. 3158 der Akte).

³²¹ [...] ^{*} In der Anlage wird Herr Treppoz, Präsident des Verwaltungsrats von AOL Frankreich, zitiert: „*Du temps où notre actionnaire était Cégétel, nous avons lancé une offre avec Monaco Telecom et dispositions de 500 abonnés. Nous ne l'avons pas lancée en France car l'offre de revente ADSL de France Télécom ne nous permet pas aujourd'hui de gagner de l'argent. Techniquement, nous sommes prêts, mais nous n'avons pas vocation à perdre de l'argent.*“ [In der Zeit, in der Cégétel unser Aktionär war, führten wir gemeinsam mit Monaco Telecom ein Produkt ein und hatten 500 Kunden. Wir brachten es in Frankreich nicht auf den Markt, weil wir aufgrund des Weiterverkaufsangebot von France Télécom für ADSL derzeit kein Geld verdienen können. Technisch gesehen sind wir bereit, aber wir haben keine Lust, Geld zu verlieren.] (S. 3065 der Akte).

³²² Das [...] ^{*} analysiert auf der Grundlage der Datentransfermenge und Größe der Anschlüsse eingehend die Annahmen für die Deckungsbeiträge zu den Netzkosten infolge des Inkrafttretens des neuen Vertrags für das nationale und regionale IP-Routing des ADSL-Verkehrs (S. 2921 ff. der Akte). Aus diesem Dokument geht hervor, dass ein Wettbewerber mit einem geringeren Verkehr als Wanadoo Interactive Deckungsbeiträge zu den Netzkosten hat, die um einige Punkte niedriger sind als die, die für Wanadoo Interactive vorgesehen sind: Somit wies ein sehr kleiner Wettbewerber, der nur über Anschlüsse für [...] ^{*} Mbit/s verfügt, einen negativen Deckungsgrad bei den Netzkosten auf, der um [...] ^{*} Punkte niedriger ist als der von Wanadoo. Ein mittlerer Wettbewerber, der bereits einen größeren Kundenstock und Anschlüsse für [...] ^{*} Mbit/s hat, lag immer noch [...] ^{*} Punkte unter Wanadoo. Ein größerer Wettbewerber schließlich mit Anschlüssen für [...] ^{*} Mbit/s konnte seinen Rückstand gegenüber Wanadoo auf [...] ^{*} Punkte beim Deckungsgrad reduzieren.

Bereiche zu begrenzen, und mussten daher zusätzlich zu den laufenden betrieblichen Aufwendungen mit Finanzierungskosten aufgrund der erlittenen Verluste rechnen.³²³

281. Aus all diesen Gründen erreichte Wanadoo Interactive selbst keine Deckung der aufgeschlüsselten Vollkosten, und seine Konkurrenten deckten nicht nur ihre aufgeschlüsselten Vollkosten nicht, sondern mussten auch damit rechnen, mit großer Wahrscheinlichkeit auch ihre variablen Kosten nicht decken zu können. Auch als Wanadoo Interactive Ende 2001 für das nächste Jahr einen leicht positiven Deckungsbeitrag zu seinen Produktionskosten vorhersah,³²⁴ war klar, dass seine Mitbewerber nicht in der Lage sein würden, ihre variablen Kosten zu decken und die Entwicklung ihrer Aktivitäten im Breitbandbereich aus wirtschaftlicher Sicht zu rechtfertigen.
282. Somit wird die Ansicht vertreten, dass während des ganzen Jahres 2001 das Ziel der Strategie von Wanadoo Interactive darin bestand, eine möglichst große Anzahl von Kunden zu gewinnen, auch wenn die wirtschaftlichen Voraussetzungen dafür nicht gegeben waren. [...] So hatte die Strategie von Wanadoo Interactive zur Folge, dass die Wettbewerber, die nicht mit ihr Schritt halten konnten, an den Rand des Marktes oder ganz von ihm verdrängt wurden. Diese Politik wurde 2002 [...] fortgesetzt, [...].³²⁵
283. Dennoch hat Wanadoo Interactive seine Marketingpolitik in keiner Weise geändert. Die Preise blieben unverändert.³²⁶ Die Ziele in Hinblick auf die quantitativen Marktanteile wurden nicht geändert. [...]³²⁷, [...]. So wurde also die Variante einer Flucht nach vorn bei der Kundenakquisition weiterhin für die folgenden Geschäftsjahre in Erwägung gezogen, obwohl Wanadoo Interactive einige Woche davor von der Kommission die erste Mitteilung der Beschwerdepunkte erhalten hatte.
284. Die Bekanntgabe³²⁸ besonders ehrgeiziger, für ein nicht beherrschendes Unternehmen unter den derzeitigen ungünstigen Rentabilitätsbedingungen unerreichbarer Geschäftsziele durch Wanadoo Interactive im Jahr 2001 und Anfang

³²³ In diesem Zusammenhang kann man davon ausgehen, dass die Kosten für die externe Finanzierung des Defizits von Wanadoo Interactive im ADSL-Bereich im Jahr 2001 (Verlust in Höhe von [...] EUR) monatliche Finanzierungskosten von [...] EUR pro Kunde bedeutet hätte.

³²⁴ Für Wanadoo Interactive lagen die aufgeschlüsselten Vollkosten für das Produkt eXtense in den letzten Monaten des Jahres 2001 und im ersten Halbjahr 2002 ungefähr [...] % über den aufgeschlüsselten variablen Kosten. Man kann außerdem davon ausgehen, dass aufgrund der unterschiedlichen Netzkosten ein mittelgroßer Wettbewerber automatisch um [...] Rentabilitätspunkte hinter Wanadoo Interactive liegt. Wenn also während dieses Zeitraums die Deckung der Vollkosten für Wanadoo bei [...] % lag (d. h. [...] % der variablen Kosten), erreichten die Mitbewerber automatisch einen Deckungsgrad der variablen Kosten, der weniger als [...] % ausmachen musste.

³²⁵ Siehe Randnummer 139.

³²⁶ [...] (S. 3216, S. 3217 und S. 3233 der Akte).

³²⁷ [...] (S. 3534 ff der Akte). [...]

³²⁸ Die geschäftlichen Ziele und Leistungen von Wanadoo Interactive werden gelegentlich der Presse mitgeteilt. Der in einem Artikel der Tageszeitung *Les Echos* vom 7. September 2001 zitierte Präsident des Verwaltungsrates von Wanadoo, Nicolas Dufourcq, sprach von einem Ziel von 300 000 ADSL-Kunden bis Jahresende und der Gewinnung von 1 000 neuen ADSL-Teilnehmern pro Tag. Ein Artikel im *Journal du Net* vom 4. Oktober 2001 führte 210 000 ADSL-Kunden an, die zu dem Zeitpunkt angemeldet waren, eine Zunahme von 10 000 Kunden pro Woche und ein Ziel von „300.000 avant la fin de l'année“ [300 000 bis zum Jahresende]. In einem Artikel in *Les Echos* vom 21. Februar 2002 wird eine Zahl von 457 000 ADSL-Kunden und das Ziel von einer Million Kunden bis Ende 2002 angegeben. Ein Artikel in derselben Tageszeitung vom 23. Januar 2002 erwähnt die Gewinnung von 140 000 Kunden zwischen Oktober und Dezember des Vorjahres.

2002 führte zur Entmutigung der konkurrierenden Unternehmen und war Bestandteil der vom Unternehmen verfolgten Strategie zur Eindämmung und Ausschaltung von Wettbewerbern. Diesbezüglich kann dem Unternehmen Wanadoo Interactive unmöglich in seiner Analyse zugestimmt werden, laut der hinter der Auslegung seiner Politik als Vereinnahmungsstrategie eine einfache subjektive Absicht steht.³²⁹ Im Gegenteil, der Eindruck der Vereinnahmungsabsicht wird durch unwiderlegbare wirtschaftliche Fakten und die Umsetzung der Absicht in der Geschäftspolitik bestätigt und untermauert. Man kann unmöglich glauben, dass eine Marketingstrategie, die die finanzielle Widerstandskraft der Mitbewerber auf die Probe stellt, auf einem Leistungswettbewerb beruht. Die Kommission musste daher zur Auffassung gelangen, dass die Dynamik und das Ausmaß der verlustbringenden Verkaufsstrategie im fraglichen Zeitraum allein schon einen Hinweis auf die Absicht, die Wettbewerber zu verdrängen, darstellen.³³⁰

c) Der Hintergrund der allgemeinen Strategie des France-Télécom-Konzerns in Hinblick auf den Wettbewerb auf dem Breitbandmarkt

285. Um die Tragweite der Strategie von Wanadoo Interactive und ihre Bedeutung als Teil einer allgemeinen Politik besser einschätzen zu können, ist es sinnvoll, das Verhalten der Tochtergesellschaft im Zusammenhang mit der Problematik des France-Télécom-Konzerns zu betrachten. Die in Randnummern 286 bis 290 erläuterten Fakten stellen keine Beschwerdepunkte gegenüber Wanadoo Interactive dar. Die von der Tochtergesellschaft verfolgte Strategie kann allerdings nicht völlig von den Zielen der Muttergesellschaft abgekoppelt werden.

286. Zunächst ist es interessant, die Vorgehensweise von France Télécom auf dem Großmarkt zu betrachten. Die Tarif- und Handelsbedingungen der Zugangslösungen für Großkunden mit den Bezeichnung Option 1, Option 2 und Option 3 gemäß der Terminologie der französischen Regelungen³³¹ sind nicht Gegenstand dieses Verfahrens. Diesbezüglich beschränkt sich die Kommission darauf anzumerken, dass die Regulierungsbehörde ART bis Sommer 2002 die Auffassung vertrat, dass die von der France Télécom angewandten Preise es den verschiedenen potenziellen Marktteilnehmern nicht erlaubten, ihren Platz in der Wertschöpfungskette des Breitband-Internetzugangs zu finden und von einer „*blocage de la concurrence*“ [Blockierung des Wettbewerbs] auf dem ADSL-Markt³³² sprach.

287. Die Preispolitik der France Télécom in Hinblick auf Option 5, die gemäß der französischen Terminologie die Kombination der in Randnummer 42 erläuterten Dienste für den IP/ADSL-Zugang und das IP-Routing des ADSL-Verkehrs umfasst, ist in diesem Zusammenhang von besonderem Interesse. [...] Die folgende Tabelle, in der die voraussichtlichen Ergebnisse der Dienste IP/ADSL-Zugang und IP-Routing (für Großkunden) dargestellt sind, veranschaulicht dies.

³²⁹ Siehe Randnummern 117, 118 und 133 bis 137 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6276 ff. der Akte).

³³⁰ Urteil in der Rechtssache Tetra Pak, a.a.O., Randnummern 151 und 190.

³³¹ Option 1 bezeichnet den völlig entbündelten Zugang zum Kupferkabel, Option 2 bezieht sich auf den gemeinsamen Zugang zum Kupferkabel, und Option 3 deckt einen indirekten Zugang zum Kupferkabel über das ATM-Netz des etablierten Betreibers ab.

³³² Siehe Punkt III.1.3 der ART-Stellungnahme Nr. 02-346, a.a.O.; siehe auch die Pressemitteilung und Folien, die auf der Website der Regulierungsbehörde am 7. Mai 2002 veröffentlicht wurden. Weiters weist Wanadoo Interactive in seiner Antwort vom 4. März 2003 (Randnummer 103 – S. 6883 der Akte) darauf hin, dass es [...]*

Tabelle 11: Vorausschauende Ergebnisrechnung für die Dienste der France Télécom im Bereich der Breitband-Internetzugänge über ADSL (Angaben in Mio. EUR)³³³

	2001	2002	2003	2004
Umsatz	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Gesamte Vollkosten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Ergebnis	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Nettodeckungsbeitrag	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Kumulierter Nettodeckungsbeitrag seit 2001	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

288. Der von der France Télécom bei seinen Diensten für Großkunden erwirtschaftete kumulierte Gewinn, [...]*, ist den kumulierten Verlusten von Wanadoo Interactive bei seinen ADSL-Diensten in den Jahren 2000 bis 2002 in Höhe von [...]*³³⁴ gegenüberzustellen. [...]* vermarktete die Tochter Wanadoo Interactive ihre Produkte an die Endverbraucher, indem sie dieselben Großhandelsprodukte unter sehr ungünstigen Rentabilitätsbedingungen mit Verlusten weiterverkaufte.

289. Wanadoo Interactive nahm zu den in der Tabelle³³⁵ angegebenen Zahlen nicht Stellung. Das Unternehmen hält lediglich fest, dass einerseits die Großhandelspreise der France Télécom von der Regulierungsbehörde ART genehmigt werden, was den Handlungsspielraum der France Télécom einschränke, und dass andererseits France Télécom und Wanadoo Interactive verschiedene juristische Personen mit jeweils eigenen Aktionären seien.³³⁶ Zum ersten Punkt hält die Kommission fest, dass die Großhandelspreise zwar tatsächlich von dem für den Telekommunikationssektor zuständigen Minister nach Stellungnahme der ART genehmigt werden, letztere aber keinerlei Initiativrecht in Bezug auf ihre Höhe hat und einfach eine Stellungnahme zu den Vorschlägen der France Télécom abzugeben hat und nicht befugt ist, diese in irgendeiner Weise zu ändern.³³⁷ Die Regulierungsbehörde ist bestenfalls ermächtigt —

³³³ Aus der von France Télécom erstellten vorausschauenden Ergebnisrechnung für ihre Dienste IP/ADSL-Zugang und IP-Routing im Jahr 2001, Punkt 3 des Schreibens der France Télécom an die Kommission vom 9. April 2002, S. 2573 der Akte.

³³⁴ [...]*.

³³⁵ Diese Tabelle war dem Unternehmen mit dem Tatbestandsschreiben der Kommission vom 16. Januar 2003 übermittelt worden.

³³⁶ Randnummern 104 bis 107 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 4. März 2003 (S. 6884 der Akte).

³³⁷ Artikel L.36-7 Absatz 5 des Code des Postes et Télécommunications (französische Gesetzes- und Rechtsverordnungssammlung über das Post- und Fernmeldewesen) bestimmt, dass die Regulierungsbehörde ART „*émet un avis sur (...) les tarifs des services pour lesquels il n'existe pas de concurrents sur le marché, préalablement, lorsqu'ils y sont soumis, à leur homologation par les ministres chargés des télécommunications et de l'économie.*“ [zu (...) den Preisen der Dienste, für die es keine Wettbewerber auf dem Markt gibt, im Voraus Stellung, wenn diese den für den Telekommunikationssektor und Wirtschaft zuständigen Ministern zur Genehmigung vorgelegt werden.] Somit geht aus den französischen Rechtsvorschriften hervor, dass die ART nicht ermächtigt ist, sich über die Endverbraucherpreise von Wanadoo Interactive zu äußern. Hinsichtlich der Angebote von France Télécom für Großkunden war die ART in ihrer Stellungnahme vom 19. Juni 2001 über den IP/ADSL- und Routing-Dienst übrigen der Meinung, dass der Tarifvorschlag des Anbieters im Großen und Ganzen absolut nicht zufriedenstellend sei und dass er einfach dazu führte, „*améliorer sensiblement la situation du marché de détail*“ [die Situation auf dem Privatkundenmarkt merklich zu verbessern], über die sie in derselben Stellungnahme eine besorgniserregende Bilanz gezogen hatte. In ihrer

wie es im Übrigen im Frühling 2002 der Fall war —, einen als nicht zufrieden stellend beurteilten Tarifvorschlag insgesamt abzulehnen und die France Télécom zu ersuchen, ein neues Angebot vorzulegen, ohne jedoch dessen Inhalt vorschreiben zu können. Es ist daher unrichtig zu behaupten, dass France Télécom nicht über ausreichenden Spielraum verfügt, um ihre Tarife selbst festzulegen. Zum zweiten Punkt in Bezug auf die rechtliche Trennung von France Télécom und Wanadoo Interactive weist die Kommission lediglich auf die starken Verbindungen aufgrund der Beteiligungsstruktur und den inneren Zusammenhalt des Konzerns über seinen Vorstand hin.

290. Schließlich hat die Kommission in Abschnitt I.G.4 verschiedene ergänzende Tatbestände dargelegt, die aus den Unterlagen des Unternehmens hervorgehen und die aufschlussreiche Hinweise auf eine Verdrängungsabsicht in Hinblick auf die Konkurrenten seiner Tochtergesellschaft Wanadoo Interactive darstellen: Strategie der „Blockierung“ des Modemmarktes in den ersten Monaten des Jahres 2001, System der ungleichen Information der Internet-Provider über die ADSL-Tauglichkeit der Leitungen für eine Dauer von zweieinhalb Jahren, Angebot einer Absprache über die Bezahlung der Vertriebsnetze für die breite Masse und die Endverbraucherpreise für den Vertrieb der ADSL-Pakete. Diese Fakten gehören nicht zu den im Rahmen dieses Verfahrens geprüften Beschwerdepunkten. Daher nimmt die Kommission nicht zu ihrer Vereinbarkeit mit den wettbewerbsrechtlichen Vorschriften der Gemeinschaft Stellung. Dennoch sind diese Fakten Teil einer umfassenden Strategie, die darauf abzielte, die Entwicklung der Mitbewerber so lange wie möglich weitgehend zu beschränken, und sind demnach zur besseren Beurteilung der Rahmenbedingungen und Einschätzung der Absichten von Wanadoo Interactive nützlich. Sie liefern tatsächlich etliche Informationen zur Veranschaulichung einer variantenreichen Strategie zur Eindämmung des Wettbewerbs auf einen sehr begrenzten Bereich.³³⁸

291. Somit war die bewusste Strategie zur Vereinnahmung des Breitbandmarkts für Privatkunden, die Wanadoo Interactive 2001 und 2002 verfolgte, Teil einer allgemeinen Vorgehensweise innerhalb des France-Télécom-Konzerns, durch die die Geschäftspolitik seiner Tochter an Konturen gewinnt. Die Verkaufsstrategie von Wanadoo Interactive mit nicht kostendeckenden Preisen, die für seine Mitbewerber untragbar war, war Bestandteil eines beschlossenen Plans, die Nachfrage nach Breitbanddiensten auf verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette zugunsten des France-Télécom-Konzerns insgesamt zu vereinnahmen und ihm gewissermaßen die ersten Jahre des Marktwachstums zu sichern.

4. Von Wanadoo Interactive mit seiner Vereinnahmungsstrategie verfolgte Ziele

292. Die Entschlossenheit von Wanadoo Interactive in Hinblick auf das Ziel der Vereinnahmung des Breitbandmarktes zu einer Zeit, in der die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht gegeben waren, war durch relevante mittelfristige Ziele, die in den Randnummern 293 bis 298 beschrieben werden, begründet. Die

338

Stellungnahme vom 7. Mai 2002 schrieb die ART der France Télécom nicht die Höhe der angebotenen Preise vor, sondern gab nur die Bedingungen an, die die neuen Angebote mindestens zu erfüllen hatten. In seiner Entscheidung Nr. 02-D-38 vom 19. Juni 2002 über die Anrufung des Gerichts und den Antrag auf vorläufige Maßnahmen durch die Gesellschaft Liberty Surf spricht der Wettbewerbsrat, der nicht über dieselben Unterlagen verfügt wie die Kommission, von einer „*stratégie commune*“ [*gemeinsamen Strategie*] von France Télécom und Wanadoo sowie von einer „*communauté d'intérêts*“ [*Interessengemeinschaft*], und stellt fest, dass das Ausmaß der Autonomie von Wanadoo Interactive gegenüber France Télécom sich auf die „*imputabilité des pratiques mais non sur leur matérialité*“ [*Zurechenbarkeit der Vorgehensweisen, aber nicht auf ihr tatsächliches Vorliegen*] auswirkt.

Vereinnahmung des Breitbandmarktes dank nicht kostendeckender Preise musste die Maximierung der Erträge und der Deckungsbeiträge für die ADSL-Anschlüsse, die Stabilisierung dieser Erträge durch eine zunehmende Kundenbindung, aber auch die Maximierung der Erträge auf den damit zusammenhängenden Märkten, insbesondere dem der Werbung und des elektronischen Handels, erlauben. Weiters musste damit eine starke Position auf dem Markt der für den Breitbandbereich spezifischen Inhalte eingenommen werden können.

293. Erstens musste die Stellung auf dem Breitbandmarkt auf Dauer eine Wiederherstellung der Deckungsbeiträge des Unternehmens für seine ADSL-Produkte ermöglichen. In den verschiedenen Unterlagen des Unternehmens werden mehr oder weniger weit entfernte Zeithorizonte für die Wiederherstellung positiver Deckungsbeiträge bei den gegenständlichen Produkte angegeben. [...] ³³⁹ [...] In seiner Antwort vom 23. Oktober 2002 übermittelte Wanadoo Interactive eine Tabelle, in der ab November 2002 durchschnittliche Deckungsbeiträge von [...] EUR pro Monat für Pack eXtense aufscheinen, die bis [...] unverändert bleiben. ³⁴⁰ Das Unternehmen hielt weiters fest ³⁴¹, dass diese Annahme eines Deckungsbeitrages von [...] EUR vorsichtig gewesen sei und sprach von einer „*tendance croissante en termes de marges*“ [steigenden Tendenz der Deckungsbeiträge], die in ihrer vereinfachten Annahme nicht richtig wiedergegeben würde, ohne jedoch Simulationen für die Entwicklungen der Deckungsbeiträge in den kommenden Jahren zur Verfügung zu stellen. Unabhängig von der genauen Höhe der Deckungsbeiträge und dem genauen Datum der Verwirklichung dieses Ziels ist auf alle Fälle klar, dass Wanadoo damit rechnete, innerhalb von ein paar Jahren in diesem Bereich des reinen Zugangs entsprechende Deckungsbeiträge zu erzielen. Im Lichte dieser unternehmensinternen Überlegungen scheint die Rationalität einer Verdrängungspolitik für Wanadoo Interactive weniger in einer unwahrscheinlichen Erhöhung der Anschlusspreise für den Internet-Zugang als in einem Ausgleich der anfänglichen Verluste dank der zunehmenden Wiederherstellung der Deckungsbeiträge für die Zugangsprodukte begründet zu sein.

294. Die Nutzer der Breitbanddienste sollten nicht nur auf Dauer gesehen einen höheren Umsatz und höhere Deckungsbeiträge als die Nutzer von Schmalbanddiensten einbringen, sondern sie sollten auch eine stabilere Einnahmequelle darstellen. Der Markt der Schmalband-Internetzugänge wird von Wanadoo Interactive als ein Markt mit einer hohen Kundenfluktuation angesehen, auf dem die Kunden rasch von einem Anbieter zum anderen wechseln. Im Gegensatz dazu betrage die Fluktuationsrate bei den Nutzern von Breitbanddiensten gemäß Wanadoo ungefähr [...] der Rate für die Schmalbandkunden. ³⁴² Die Gewinnung eines

³³⁹ S. 2957 der Akte.

³⁴⁰ Anhang 9 der Anlage D der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 (S. 6379 der Akte).

³⁴¹ Siehe Randnummern 327 und 336 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 (S. 6315 der Akte).

³⁴² Im Jahr 2000 lag die durchschnittliche Fluktuationsrate aller Kunden von Wanadoo für alle Dienste zusammen bei [...] % [...] S. 3438 der Akte). 2001 und 2002 betrug die für eXtense beobachtete jährliche Fluktuationsrate im Durchschnitt [...] % (Randnummer 31 der Antwort vom 4. März 2003, S. 6867 der Akte). Der Dienst eXtense verzeichnete somit eine Fluktuationsrate die [...] der Rate ausmachte, die für die Schmalbandprodukte im Jahr 2000 festgestellt wurde. Im Januar 2002 lag die monatliche Fluktuationsrate bei [...] für die so genannten klassischen Schmalbandangebote, bei [...] für die so genannten „Pauschalangebote“ und bei [...] für die Breitbandprodukte. Im Februar 2002 betragen die monatlichen Fluktuationsraten [...] %, [...] % bzw. [...] % S. 4134 der

stabileren Kundenstamms ist offensichtlich ein Sicherheitsfaktor in Hinblick auf die Erträge des Unternehmens³⁴³ und ist Teil des Ziels der Kundenbindung und der Maximierung der Erträge der Kunden für die Zeit der Vertragsdauer.

295. Zweitens sollte sich der potenzielle Umsatz der ADSL-Kunden gemäß der Analyse von Wanadoo nicht nur aus der Höhe der Erträge durch die Anschlüsse, sondern infolge einer stärkeren Nutzung des Internet auch aus den Einnahmen aus Portalen und dem elektronischen Handel ergeben und sollte somit von Märkten kommen, die mit dem gegenständlichen Markt zusammenhängen.³⁴⁴ Wie in einem unternehmensinternen Schriftstück dargelegt, [...] ³⁴⁵. In einem Dokument von Wanadoo Interactive wird somit auch in Bezug auf die ADSL-Kunden ihr [...] ³⁴⁶ erwähnt. Der Marketingplan [...] ³⁴⁷ [...] * Im Zusammenhang mit den ADSL-Produkten ging es für Wanadoo Interactive vor allem darum, [...] ³⁴⁸ [...] ³⁴⁹ Mit den ADSL-Produkten sollten auch die Aussichten auf höhere Erträge durch die Werbung verbessert werden. Unter diesem Blickwinkel ist der Erwerb von großen Marktanteilen von strategischer Bedeutung, denn — wie in den unternehmensinternen Überlegungen zum Strategieplan 2004³⁵⁰ betont wird — [...] *. Für den Zeitraum 2001-2004 sah Wanadoo Interactive im Übrigen eine [...] * Erhöhung der Einnahmen aus Inhalten, elektronischem Handel und Werbung voraus, die sich von 2000 bis 2004 [...] * sollten und deren durchschnittliche Höhe pro Kunde sich in diesem Zeitraum [...] *. ³⁵¹

296. Drittens wirkt sich die frühzeitige Präsenz auf dem Breitbandmarkt auch sehr direkt auf die Bereitstellung von Inhalten aus. Die Tatsache, in der Entwicklung des kommerziellen Angebots von Internet-Zugängen einen erheblichen Vorsprung gewonnen zu haben, räumt dem Provider einen wesentlichen Vorteil bei der Bereitstellung von Inhalten ein. ³⁵²

297. Schließlich wurde die Vereinnahmung des Breitbandmarktes als wichtiges Element bei der Festigung des Image des Internet-Providers betrachtet. ³⁵³ Das Ziel einer frühzeitigen Präsenz auf dem gegenständlichen Markt konnte [...] * erklärt werden, [...] ³⁵⁴ [...] ³⁵⁵ [...] ³⁵⁶ [...] ³⁵⁷. Das Ziel der Strategie war klar: Es ging

Akte). Somit ist die Fluktuationsrate bei den Schmalbandprodukten [...] * mal so hoch wie bei den Breitbandprodukten.

³⁴³ [...] * (S. 3412 der Akte).

³⁴⁴ Die wirtschaftswissenschaftliche Literatur räumt übrigens ein, dass der Ausgleich der anfänglichen Verluste nicht nur auf dem gegenständlichen Markt, sondern auch auf Märkten, die in enger Verbindung mit ihm stehen, stattfindet. M. Canoy, P. de Bijl, Ron Kemp, „Access to Telecommunications Networks“, Mimeo, CPB, Okt. 2002, S. 30.

³⁴⁵ [...] * (S. 3233 der Akte).

³⁴⁶ [...] * (S. 2655 der Akte).

³⁴⁷ [...] * (S. 3409 der Akte).

³⁴⁸ Ibid.

³⁴⁹ In der Studie [...] * wird somit auf S. 10 festgehalten, dass „[...] * ont déjà effectué des achats en ligne.“ [„[...] * bereits online eingekauft haben.“] (S. 4145 der Akte).

³⁵⁰ [...] * (S. 4249 der Akte).

³⁵¹ [...] *. (S. 3437 ff. der Akte).

³⁵² Es ist zum Beispiel nicht unwesentlich, dass Microsoft im Oktober 2002 als Hosts für seine neue Plattform interaktiver Spiele *Xbox Live* die Provider Wanadoo Interactive und Noos auswählte, die damals den ersten bzw. zweiten Platz auf dem französischen Markt einnahmen, und nicht andere Anbieter wie T-Online France oder Tiscali (Reuters, „Microsoft to pilot Xbox Live in Europe in Nov“, Meldung vom 25. September 2002, 4:21 Uhr).

³⁵³ S. 3415 der Akte.

³⁵⁴ [...] * (S. 3409 der Akte).

darum, bei den Verbrauchern eine direkte Assoziation zwischen der Marke Wanadoo und dem Konzept der Breitbandtechnologie zu bewirken, um sich in der Folge einen wesentlichen Anteil des Marktwachstums anzueignen. In dieser Hinsicht war das Jahr 2001 entscheidend: Dank seiner Position in Hinblick auf die Preise [...]* 358.

298. In einer Mitteilung [...]* werden die umfassenden wirtschaftlichen Überlegungen, auf denen die Vereinnahmungsstrategie beruht, schließlich auf folgende Art und Weise zusammengefasst: [...]* 359. [...] Nach Ansicht der Kommission ist diese Darstellung eine perfekte Zusammenfassung der Strategie der Verdrängung und Vereinnahmung, die Wanadoo Interactive strategisch gesehen auf eine für das Unternehmen durchaus rationelle Weise umsetzte.

5. Schlussfolgerungen über die Vereinnahmungsabsicht

299. Die Kommission vertritt die Ansicht, dass Wanadoo Interactive bewusst eine Entwicklungsstrategie für seine Breitbanddienste wählte, die nicht kostendeckende Preise mit großen Verkaufsvolumina verband und mit der seine Mitbewerber nicht Schritt halten konnten.

2. Anwendbarkeit des Begriffs der Verdrängung in einem Sektor mit starkem Wachstum

300. In seiner Antwort vom 23. Oktober 2002 betont Wanadoo Interactive, dass es auf alle Fälle unmöglich sei, auf einen Wirtschaftszweig, der keinen ausreichenden Reifegrad aufweist, den Beschwerdepunkt der Verdrängung anzuwenden, und dass ihm daher dieser Beschwerdepunkt nicht zur Last gelegt werden könne.³⁶⁰ Das Unternehmen stellt in Frage, ob man im Falle eines Wirtschaftszweigs, der als neu zu bezeichnen ist, die gängige Rechtsprechung des Gerichtshofs heranziehen kann.³⁶¹ Im Zusammenhang mit einem neuen Dienst seien große Verluste gewissermaßen unabwendbar, und die unmittelbare Rentabilität auf einem Markt, der von großer wirtschaftlicher Ungewissheit³⁶² gekennzeichnet ist, sei „*par définition impossible*“ [per definitionem unmöglich]³⁶³.

³⁵⁵ [...]*, (S. 3415 der Akte).

³⁵⁶ Die bereits zitierte Studie [...] gibt an, dass auf dem Privatkundenmarkt [...] % der neuen Nutzer des Produkts eXtense über Mundpropaganda vom Angebot Wanadoos erfahren haben, was doppelt so viel ausmacht wie die Zahl derjenigen, die über die Presse oder Online-Werbung darüber Kenntnis erlangt haben. Im selben Dokument heißt es, dass [...] % der Kunden von Pack eXtense dieses Produkt in ihrer Umgebung weiterempfehlen würden, im Vergleich zu [...] % sämtlicher Kunden von Wanadoo Interactive für alle Produkte zusammen.

³⁵⁷ [...]*. (S. 3086 der Akte).

³⁵⁸ [...]*. (S. 4157 der Akte).

³⁵⁹ [...]*. (S. 2958 und S. 2959 der Akte).

³⁶⁰ Siehe Randnummern 188 und 191 der Antwort vom 23. Oktober 2002, in der Wanadoo Interactive auf die Notwendigkeit hinweist, dass ein „*marché mature sur lequel l'opérateur incriminé est en position dominante depuis une durée significative*“ [ein reifer Markt vorliegen muss, auf dem der beschuldigte Anbieter seit geraumer Zeit eine beherrschende Stellung einnimmt], oder dass dieser Markt von einer „*développement limité*“ [beschränkten Entwicklung] gekennzeichnet und „*très éprouvé*“ [stark betroffen] ist (S. 6291 der Akte).

³⁶¹ Siehe Randnummern 193 bis 196 der Antwort vom 4. März 2002 und Randnummer 348 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6319 der Akte).

³⁶² Siehe Randnummern 84 bis 87 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6270 der Akte).

³⁶³ Siehe Randnummer 57 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6262 der Akte).

301. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass nichts in Artikel 82 EG-Vertrag oder in der gemeinschaftlichen Rechtsprechung für Wirtschaftszweige, die noch nicht das volle Reifestadium erreicht haben oder als „neue“ Märkte eingestuft werden, auf eine Ausnahme von der Anwendung der Wettbewerbsregeln hindeutet. Würde man die Anwendung der Wettbewerbsregeln von einer vollständigen Stabilisierung des Markts abhängig machen, so könnten die Wettbewerbsbehörden nicht rechtzeitig einschreiten, bevor sich der festgestellte Missbrauch in seinem ganzen Umfang auswirkt und sich die unrechtmäßig erworbenen Positionen endgültig konsolidiert haben. Ganz im Gegenteil geht aus der Rechtsprechung hervor, dass es möglich sein muss, gegen Verdrängungspreise Maßnahmen zu ergreifen, sobald die Gefahr einer Verdrängung von Wettbewerbern besteht, zumal das vom EG-Vertrag verfolgte Ziel des unverfälschten Wettbewerbs³⁶⁴ es nicht zulässt abzuwarten, bis eine derartige Strategie zur tatsächlichen Ausschaltung der Mitbewerber führt.³⁶⁵
302. Auch wenn nicht ausgeschlossen werden kann, dass der Markt der Breitband-Internetzugänge tatsächlich als junger Markt anzusehen ist, stellt er auf alle Fälle einen spezifischen Markt dar, der vom Standpunkt der gemeinschaftlichen Wettbewerbsbehörden aus betrachtet besondere Aufmerksamkeit rechtfertigt. Dieser Markt hängt mit dem Markt für lokale Teilnehmeranschlüsse im Telekommunikationsbereich stark zusammen, der wiederum keinerlei Merkmale eines jungen Marktes aufweist. Die Telekommunikationsbranche und insbesondere die Teilnehmeranschlüsse sind nach wie vor tief von der Vorherrschaft des früheren Monopols geprägt, durch das fast alle Zugänge zu den Endverbrauchern kontrolliert werden. Auch wenn im Zusammenhang mit den Breitband-Internetzugängen von einem jungen Markt ausgegangen wird, lassen seine Verbindung mit einem Markt, der sich in einer Liberalisierungsphase befindet, und die daraus folgenden Risiken einer Hebelwirkung nicht zu, dass vom gemeinschaftlichen Wettbewerbsrecht abweichende Regelungen auf ihn angewandt werden.
303. Weiters stellt die Kommission fest, dass im Zusammenhang mit der Entwicklung der ADSL-Produkte das Ziel einer raschen Rentabilität trotz des innovativen Charakters der fraglichen Produkte nicht unerreichbar war. [...] ³⁶⁶, [...] Die von der France Télécom vorgelegten Zahlen zeigen demnach, dass der innovative Charakter der ADSL-Dienste entgegen den Behauptungen von Wanadoo Interactive keineswegs im Widerspruch zu dem Ziel stand, relativ rasch eine Rentabilität zu erreichen. Der große Verlust, der bei einem innovativen Produkt wie ADSL entstand, kann demnach keineswegs als unabwendbare oder zwangsläufige Entwicklung betrachtet werden.
304. In diesem Zusammenhang vertritt die Kommission die Auffassung, dass Artikel 82 EG-Vertrag anwendbar ist und dass der Beschwerdepunkt der Verdrängung im vorliegenden Fall nicht mit der Begründung abgewiesen werden kann, dass es sich um einen jungen Markt handle.

³⁶⁴ Gemäß Artikel 3 Buchstabe g) EG-Vertrag.

³⁶⁵ Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache Tetra Pak, a.a.O., Randnummer 44.

³⁶⁶ Siehe [...]*

3. Fehlen einer objektiven Rechtfertigung für die Festsetzung von nicht kostendeckenden Preisen

305. Laut Wanadoo Interactive ist der Grundsatz, der aus der Anwendung der im Akzo-Urteil festgelegten Methode zur Prüfung auf Verdrängungspreise hervorgeht, nicht absolut gültig, sondern muss im Lichte der wirtschaftlichen Merkmale des vorliegenden Falls gewürdigt werden. Das Unternehmen behauptete, dass unter den Kosten liegende Preise sehr wohl durch Ziele begründet sein können, die nichts mit der Verdrängung der Wettbewerber zu tun haben. Einerseits strebte das Unternehmen Größenvorteile an, und andererseits käme seine Niedrigpreispolitik dem gesamten Markt zugute. Nicht kostendeckende Preise, die zu einem finanziellen Vorteil für die Kunden führten, wären vom sozialen Standpunkt aus betrachtet sogar optimal.³⁶⁷ Schließlich müsste sich das Unternehmen, selbst wenn es eine beherrschende Stellung hätte, aufgrund des bestehenden oder potenziellen Wettbewerbsdrucks an die von den anderen Wettbewerbern festgelegten Preise anpassen. Diese verschiedenen Argumentationslinien werden in den Randnummern 306 bis 331 untersucht.

1. Größen- und Lerneffekte

306. Wanadoo Interactive betont, dass die variablen Kosten bestimmter Produkte mit steigender Produktionsmenge abnehmen und von der Höhe der Nachfrage abhängen, während gleichzeitig ein hohes Produktionsniveau zur Sammlung von Erfahrungen und damit zur Verringerung der künftigen Produktionskosten beitragen kann.³⁶⁸

307. Dieses Argument rechtfertigt nicht objektiv die Verdrängung, sondern streicht vielmehr eines ihrer rationalen Ziele heraus. Mit der Festlegung von nicht kostendeckenden Preisen kann ein Unternehmen anstreben, dass die Vorteile aus Größeneffekten auf dem Markt ihm selbst vorbehalten bleiben und im selben Maße das Erreichen des Ziels einer Produktionsmenge, die Größeneffekte erlaubt, durch die Wettbewerber verzögert wird. Eine Argumentation in Bezug auf Effizienzsteigerungen wäre nur dann zulässig, wenn nachgewiesen werden könnte, dass sie nicht durch andere Mittel als eine Strategie des Verkaufs unterhalb der Kosten erreicht werden konnte. Im vorliegenden Fall weist nichts darauf hin, dass derartige Steigerungen unmöglich gewesen wären, wenn sich der Markt auf ausgewogene Weise entwickelt hätte. Wenn das Unternehmen allerdings aufgrund eines Anstiegs der Produktion dank unterhalb der Kosten liegender Preise vor seinen Wettbewerbern einen Lerneffekt erzielt, so kann dies zu Ausgrenzungseffekten führen, die zur Festigung der beherrschenden Stellung des Unternehmens beitragen können.³⁶⁹

308. Im vorliegenden Fall erlaubte die Eroberung von Marktanteilen zu Beginn des Jahres 2001 ungeachtet der dadurch entstandenen Verluste Wanadoo Interactive frühzeitig die Erzielung von Größeneffekten. Abgesehen vielleicht von der Verringerung bestimmter Kosten im Bereich der Kundenverwaltung, die ab Ende 2001 erkennbar sind, sind die Lerneffekte schwierig zu messen. Die Größenvorteile treten in einem Bereich wie dem Routing des ADSL-Verkehrs viel deutlicher hervor. Bis Oktober 2002 galten für den Routing-Dienst bei steigendem Verkehrsvolumen stark rückläufige Preise.³⁷⁰ In Abhängigkeit vom Verkehrsvolumen variierte der Tarif

³⁶⁷ Siehe Randnummern 227 und 228 der Antwort vom 4. März 2002 (S. 1766 der Akte).

³⁶⁸ Antwort vom 4.3.2002, Randnummern 161 und 162 (S. 1752 der Akte).

³⁶⁹ Siehe insbesondere P. Bolton et al., a.a.O., S. 51.

³⁷⁰ [...] (S. 274 der Akte) [...]*

pro Mbit/s für den regionalen Routing-Dienst im Verhältnis [...] zu [...] und für den nationalen Routing-Dienst im Verhältnis [...] zu [...]. Der Tarif hängt jedoch von der Anzahl der Teilnehmer ab. Auf der Grundlage der Preisliste für den Routing-Dienst³⁷¹ entstanden somit einem Anbieter in der Anlaufphase mit ungefähr 8 000 Kunden, die gleichmäßig auf die Region Paris und die anderen Gebiete Frankreichs verteilt waren, Ende 2001 oder Anfang 2002 durchschnittliche Routing-Kosten pro Teilnehmer, die um rund [...] über den Aufwendungen von Wanadoo Interactive lagen. Wanadoo Interactive seinerseits erreichte schon vor dem Sommer 2001 einen Kundenbestand, der ihm die Nutzung der günstigsten Tarife erlaubte. Unter Berücksichtigung der für die Preise geltenden Degressionskurve³⁷² kann der günstigste Routing-Tarif erst in Anspruch genommen werden, wenn ungefähr über 16 000 ADSL-Teilnehmer in der Region Paris und über 81 000 Teilnehmer auf dem Land als Kunden gewonnen wurden. Im August 2002 hatte noch kein Wettbewerber von Wanadoo Interactive auf dem ADSL-Markt diese beiden Schwellenwerte erreicht. Wanadoo Interactive hingegen hat sie dank seiner raschen Entwicklung und seiner unter den Kosten liegenden Preise schon im April 2001 überschritten.

309. Wenn das Streben nach Größen- und Lerneffekten also zu den rationalen Gründen für eine Verdrängungsstrategie gezählt werden kann, dann darf es aus der Sicht des Wettbewerbsrechts nicht als Rechtfertigung dieses Verhaltens dienen, da das beherrschende Unternehmen eben dadurch eine günstigere Kostenstruktur zum Nachteil seiner Wettbewerber erhält.

2. Fehlen einer Rechtfertigung für positive Externalitäten

310. Wanadoo Interactive weist darauf hin, dass es sich zunächst für die Entwicklung des Marktes zu Lasten der Rentabilität entschieden habe, um die Netzkosten zu verringern und um zur größeren Bekanntheit der Breitbandzugänge beizutragen, wovon wiederum seine Wettbewerber und der Markt der für den Breitbandbereich spezifischen Inhalte profitiert hätten.
311. Dieses Argument ist unzulässig. Ein Unternehmen in einer beherrschenden Stellung braucht keineswegs Verdrängungspreise einsetzen, um neue Kunden zu gewinnen und das Produkt bei den Verbrauchern bekannt zu machen.³⁷³
312. Eine wesentliche Bedingung für seine Stichhaltigkeit wird durch das Argument von Wanadoo Interactive nicht erfüllt, nämlich der Nachweis, dass nur die vom Unternehmen angewandte Strategie zum angestrebten Ziel einer stärkeren Nutzung von Breitbandzugängen in Frankreich führen konnte. Die positiven Auswirkungen in Verbindung mit dem Wachstum des Marktes hätten auch erreicht werden können, wenn sich der Markt unter für alle Anbieter *gleichen Bedingungen* entwickelt hätte. Hätte der Konzern France Télécom wirklich beabsichtigt, den Breitbandmarkt zum Vorteil aller Akteure auszubauen, dann hätte die France Télécom die Preise für alle ihre Produkte für Großkunden — vom gemeinsamen oder völlig entbündelten Zugang zum Teilnehmeranschluss bis zu den Diensten für IP/ADSL-Zugang und -Routing — auf einem niedrigen Niveau festlegen können, so dass Wettbewerber zum Markteintritt ermutigt werden. Der Konzern France Télécom beschloss hingegen, die

³⁷¹ Hier wird von einer Bandbreitennutzung von 15,8 kbit/s pro Teilnehmer ausgegangen.

³⁷² Unter der in Fußnote 371 genannten Annahme.

³⁷³ P. Areeda und D. Turner, *Predatory pricing and related practices under section 2 of the Sherman Act*, Harvard Law Review, Vol. 88, S. 714.

Verluste im Zusammenhang mit der Entwicklung des Breitbandmarkts bei seiner für den Verkauf an Endverbraucher verantwortlichen Tochtergesellschaft anzusiedeln und so das Wachstum des Marktes für sich zu vereinnahmen. Es ist daher nicht stichhaltig zu behaupten, dass der Konzern France Télécom und insbesondere Wanadoo Interactive in dem Wunsch handelten, den Markt zum Vorteil aller Teilnehmer auszubauen.³⁷⁴ Wenn das der Fall gewesen wäre, hätte France Télécom die Abhilfemaßnahme, die es nach der Einleitung des Verfahrens in der Sache Wanadoo Interactive vorschlug, auch schon viel früher ergreifen können.

313. Wanadoo Interactive behauptete ferner, dass seine Preispolitik positive Externalitäten nach sich zog, indem sie zu einem Sinken der Kosten von Modems und ADSL-Ausrüstung in Frankreich führte.³⁷⁵ Dieses Argument hält einer Prüfung nicht stand. Alcatel, der wichtigste Anbieter von ADSL-Ausrüstung in Frankreich, hat in den Jahren 2000 und 2001 mehr als sechs Millionen Modems in seinem Werk in Belgien hergestellt.³⁷⁶ Schon Ende 2001 gab es weltweit 15 Millionen DSL-Anschlüsse.³⁷⁷ Die Gesamtzahl der ADSL-Anschlüsse auf dem französischen Markt lag 2001 bei 392 000, und nur ein Teil davon war mit Modems von Alcatel ausgestattet. Die Ausweitung des französischen Marktes war daher weder für das Produktionsvolumen dieses Lieferanten noch für seine Herstellungskosten oder seine Verkaufspreise entscheidend, da alle Modems derselben Familie in technischer Hinsicht identisch sind.³⁷⁸

3. Das Argument der Anpassung an die Preise der Wettbewerber

314. Wanadoo Interactive behauptete mehrmals, in seiner Eigenschaft als angeblich neuer Anbieter auf dem fraglichen Markt gezwungen gewesen zu sein, sich an die Preise der Wettbewerber³⁷⁹ anzupassen. Diese Behauptung erfordert mehrere Bemerkungen zur grundsätzlichen Stichhaltigkeit des Arguments der Anpassung, zur tatsächlichen Stellung der betreffenden Unternehmen auf dem Markt und schließlich zu den Fakten, die die These von Wanadoo Interactive tatsächlich widerlegen.
315. Erstens stimmt es grundsätzlich, dass neue Anbieter und Unternehmen, die keine beherrschende Stellung innehaben, zu zeitlich befristeten Sonderangeboten berechtigt sind. Ihr einziger Zweck besteht darin, die Verbraucher auf das Bestehen des Produkts eindringlicher aufmerksam zu machen als durch eine einfache Werbebotschaft³⁸⁰, und diese Angebote haben keine negativen Auswirkungen auf den Markt. Eine Anpassung des beherrschenden Akteurs an die Sonderangebote eines Unternehmens ohne beherrschende Stellung ist hingegen nicht gerechtfertigt. Zwar ist es einem beherrschenden Unternehmen nicht absolut verboten, sich an die Preise der Wettbewerber anzupassen³⁸¹, doch muss ihm diese Möglichkeit verweigert werden,

³⁷⁴ Die Regulierungsbehörde ART betonte außerdem in dem Dokument „L'accès à Internet, premier bilan“ (Zugang zum Internet — eine erste Bilanz, S. 10) vom April 2002, dass „*si des FAI alternatifs avaient réellement les moyens de concurrencer les offres de Wanadoo, on peut imaginer que le rythme de pénétration (du haut débit) serait nettement plus élevé*“ [man sich vorstellen kann, dass die Penetration (der Breitbandzugänge) deutlich rascher ablaufen würde, wenn die alternativen Internetanbieter wirklich über die Möglichkeiten verfügten, mit den Angeboten von Wanadoo zu konkurrieren].

³⁷⁵ Darstellung von Wanadoo Interactive bei der Anhörung vom 18. März 2002.

³⁷⁶ Punkt 5 des Schreibens von Alcatel an die Kommission vom 12. Juni 2002 (S. 5026-5027 der Akte).

³⁷⁷ Stellungnahme des Vertreters von Easynet bei der Anhörung vom 18. März 2002.

³⁷⁸ Punkt 6 des oben genannten Schreibens von Alcatel.

³⁷⁹ Antwort vom 4. März 2002, Randnummern 185, 186, 199 bis 202, Abschnitt 3.4.6.2.

³⁸⁰ P. Areeda et al., a.a.O., S. 715f.

³⁸¹ Urteil in der Rechtssache Akzo, a.a.O., Randnummer 135.

wenn dies dazu führt, dass im beherrschenden Unternehmen die Kosten des fraglichen Dienstes nicht gedeckt werden. Wenn eine beherrschende Stellung einem Unternehmen, das sich in dieser Stellung befindet, nicht das Recht nehmen kann, seine eigenen geschäftlichen Interessen zu wahren, wenn diese bedroht sind, dann ist aber ein derartiges Verhalten nicht zulässig, wenn es gerade auf die Verstärkung oder den Missbrauch dieser beherrschenden Stellung abzielt.³⁸² Somit trägt das beherrschende Unternehmen besondere Verantwortung dafür, dass durch sein Verhalten ein wirksamer und unverfälschter Wettbewerb auf dem Gemeinsamen Markt nicht beeinträchtigt wird.³⁸³

316. Wanadoo Interactive behauptet, gezwungen gewesen zu sein, den im Herbst 2000 festgelegten Preis seines Dienstes eXtense an die Angebote von drei Wettbewerbern anzupassen. Dabei handelt es sich um den Kabelnetzbetreiber Noos, der die Technologie der Kabelmodems nutzt, sowie um Club Internet (T-Online France) und Mangoosta, die ADSL-Zugänge anbieten. Keiner dieser drei Anbieter kann als beherrschendes Unternehmen oder objektiv als Quelle einer ernststen Bedrohung für die Interessen des beherrschenden Unternehmens bezeichnet werden. Ihre Situation Ende 2000 und Anfang 2001 wird in den Randnummern 317 bis 319 kurz erläutert.

317. Der Kabelnetzbetreiber Noos kann auf dem nationalen Markt nicht als beherrschendes Unternehmen bezeichnet werden. Seine Aktivitäten beschränken sich auf die Region Paris³⁸⁴, wobei eine bedeutende Anzahl von Gemeinden in diesem Gebiet, insbesondere in den drei an Paris angrenzenden Départements der „Petite Couronne“, sich seinem Einfluss entziehen. Da Noos praktisch keine eigenen Verkaufsstellen hat, ist sein Vertriebsnetz eingeschränkt. Das Unternehmen verfügt über keinerlei Trümpfe, wie sie Wanadoo Interactive aus den vielfachen Auswirkungen der Verbindung zur France Télécom erwachsen. Es besaß keine Erfahrungen mit Schmalband-Internetzugängen, so dass es nicht nur in einen neuen Markt einstieg, sondern sich auch mit einer neuen Branche vertraut machen musste, in der es zuvor nie aktiv gewesen war. [...] * verzeichnete Wanadoo Interactive schon 2000 und im ersten Quartal 2001 Zuwachsraten, die stets das [...] * fache der Werte von Noos auf diesem Markt ausmachten.³⁸⁵ Schon zu Beginn der Einführung der ADSL-Technologie Ende 1999 in Frankreich war klar, dass Noos rasch überholt und auf nationaler Ebene keine beherrschende Stellung auf dem Markt für Breitband-Internetzugänge haben würde.

³⁸² Vgl. Urteil des Gerichts erster Instanz vom 1. April 1993 in der Rechtssache T-65/89, BPB Industries Plc und British Gypsum Ltd/Kommission, Slg. 1993, II-0389, Randnummer 117; Urteil in der Rechtssache United Brands, a.a.O., Randnummer 189; Urteil in der Rechtssache Compagnie maritime belge, a.a.O., Randnummern 146 und 147.

³⁸³ Urteil in der Rechtssache Michelin, a.a.O., Randnummer 57; Urteil des Gerichts erster Instanz vom 7. Oktober 1999 in der Rechtssache T-228/97, Irish Sugar Plc/Kommission, Slg. 1999, II-2969, Randnummer 112.

³⁸⁴ Wanadoo Interactive weist in seiner Antwort vom 4. März 2003 (Randnummer 37, S. 6868 der Akte) darauf hin, dass Noos für Paris eine exklusive Zulassung hat. Im vorliegenden Fall ist die Exklusivität dieser Zulassung irrelevant, da sie sich auf die Infrastruktur des Kabelfernsehnetzes und nicht auf die Bereitstellung von Breitbanddiensten bezieht. Noos verfügte daher über keine territorialen Alleinvertriebsrechte in Bezug auf Breitbandzugänge, zumal das Telefonnetz zumindest ebenso umfangreich ist wie das Kabelnetz von Noos.

³⁸⁵ Ein Vergleich der Teilnehmerbestände von Noos und ihr Anstieg von Ende 1999 bis zum ersten Quartal 2001 wird im Anhang 23 dieser Entscheidung ausführlich dargestellt.

318. T-Online France seinerseits wies im fraglichen Zeitraum auf dem betreffenden geografischen Markt keinerlei Merkmale eines beherrschenden Unternehmens auf. Sein Einstieg in den französischen Breitbandmarkt war noch symbolischer Art. Das Unternehmen verzeichnete im Juni 2000 [...] Mal weniger Teilnehmer mit Breitband-Internetzugängen als Wanadoo Interactive. Das Verhältnis zwischen dem Kundenstock von T-Online France und Wanadoo Interactive lag im September 2000 und auch Ende 2000 bei [...] und am Ende des ersten Quartals 2001 bei [...].³⁸⁶ Während des zweiten Quartals 2000 stieg die Zahl der Kunden mit Breitband-Internetzugang bei Wanadoo Interactive [...] Mal so schnell und im ersten Quartal [...] Mal so schnell wie bei T-Online.³⁸⁷
319. Mangoosta schließlich hatte ebenso wenig eine beherrschende Stellung auf dem betreffenden Markt inne. Im Gegensatz zu Wanadoo Interactive, das schon über fünf Jahre lang auf dem Markt für Schmalband-Internetzugänge tätig war, war Mangoosta ein völlig neues Unternehmen, das weder über Erfahrungen aus der Vergangenheit noch über logistische Mittel verfügte, die mit denjenigen von Wanadoo Interactive vergleichbar wären. Die Zahl seiner ADSL-Nutzer erreichte nie mehr als 5 000.
320. Zweitens ist überdies darauf hinzuweisen, dass die Behauptungen von Wanadoo Interactive hinsichtlich der Fakten ungenau sind. Die Fälle der beiden Produkte von Wanadoo Interactive, die Gegenstand dieser Entscheidung sind, und die zeitliche Abfolge der Tarifentscheidungen der verschiedenen Marktteilnehmer werden in den Randnummern 321 bis 331 untersucht.
321. Der Fall des Dienstes Wanadoo ADSL ist einfach. Wie unter Randnummer 127 dargelegt, wurde der Preis für diesen Dienst vor April 1999 festgelegt. Damals stellte sich die Frage der Anpassung nicht. Club Internet seinerseits gab seinen Verkaufspreis erst am 22. Oktober 1999 bekannt und musste sich an den in Randnummer 127 genannten Preis von Wanadoo Interactive anpassen. Somit ist es unmöglich, sich bei diesem Produkt, auf das Mitte 2002 mehr als ein Drittel der Privatkunden des Unternehmens mit Breitbandanschlüssen entfielen, auf eine Anpassung an die Preise eines Wettbewerbers zu berufen.
322. Für den Dienst eXtense sind ausführlichere Erläuterungen angebracht. Der Preis dieses Dienstes wird nacheinander im Vergleich zu den Tarifen von Noos, Club Internet (T-Online France) und Mangoosta geprüft.
323. Ab Mai 2000³⁸⁸ bot Noos den Breitbanddienst Noosnet zu einer monatlichen Gebühr von 378 FRF (58 EUR) inkl. Steuern an.³⁸⁹ Dieses Preisniveau bedeutete, dass die monatlichen Kosten um 27 % über den Anschlussgebühren lagen, die Wanadoo

³⁸⁶ Siehe Anhang 23 dieser Entscheidung.

³⁸⁷ Ibid.

³⁸⁸ Chronologisch gesehen, wurde das Angebot von Noos, das nun den Namen Cybercâble trägt, 1998 eingeführt. Im zweiten Halbjahr 1999 und in den beiden ersten Monaten des Jahres 2000 war der Dienst von Noos aus technischen Gründen außer Betrieb. Er wurde erst im März 2000 wieder aufgenommen, wobei unterschiedliche Tarife galten, je nachdem ob der Internet-Nutzer gleichzeitig auch den Kabelfernsehdienst in Anspruch nahm oder nicht: im ersten Fall betrug der Preis 299 FRF inkl. Steuern und im zweiten Fall 389 FRF inkl. Steuern. Schon im Mai 2000 wurden die Tarife vereinheitlicht und umgestaltet.

³⁸⁹ Dieser Betrag besteht aus 299 FRF (45,58 EUR) inkl. Steuern für den Internet-Zugang und 79 FRF (12,04 EUR) inkl. Steuern für die Modemmiete.

Interactive einige Monate danach für eXtense festsetzte. Außerdem stellte Noos den neuen Teilnehmern eine erste Zahlung von 1 200 FRF (183 EUR)³⁹⁰ in Rechnung, d. h. um 21 % mehr als Wanadoo Interactive für den Kauf eines eXtense-Set verlangte. Das Angebot von Noos war somit deutlich kostspieliger als der Dienst, den Wanadoo Interactive einige Monate später einführte.

324. Wanadoo Interactive legte den Preis für seinen Dienst eXtense in Wirklichkeit knapp unter einem *befristeten Sonderangebot* von Noos fest. Tatsächlich bot Noos einen Anschluss zu 299 FRF inkl. Steuern³⁹¹ für die Dauer eines Jahres ausschließlich für neue Kunden an, die in der Zeit vom 28. August 2000 bis zum 21. Januar 2001³⁹² gewonnen wurden. Dieses Sonderangebot wurde schließlich bis zum 1. März 2001 verlängert. Es stellte allerdings eindeutig eine vorübergehende Verkaufsförderungsmaßnahme dar, die öffentlich als solche präsentiert wurde und die einen zeitlich befristeten Vorteil brachte. Außerdem erstreckte sie sich nur auf die Anschlussgebühren und nicht auf die unter Randnummer 323 erwähnte Anfangszahlung, so dass sie noch immer deutlich weniger vorteilhaft war als das von Wanadoo Interactive festgelegte Tarifangebot. Außerdem wurden schon im Februar-März 2001, kaum einige Wochen nach der Einführung des Produkts eXtense, alle Preise von Noos erhöht, wodurch sie deutlich über den Tarifen von Wanadoo lagen, was sowohl auf das Ende der Verkaufsförderungsmaßnahmen als auch auf die Verrechnung des Verkehrsvolumens über den *Upload-Grenzen*³⁹³ und die Einführung des Produkts „Noosnet forfait 1 Go“ für stärkere Nutzer, das seither das einzige wirklich mit eXtense vergleichbare Angebot von Noos darstellt,³⁹⁴ zurückging.
325. Die monatliche Anschlussgebühr des Angebots von Noos war also niemals billiger als diejenige von Wanadoo Interactive. Selbst in der Zeit des Sonderangebots von Noos, das sich nur mit den ersten sieben Wochen der Vermarktung des Dienstes eXtense überschneidet, lag die Anfangsinvestition, die der Kabelnetzbetreiber von seinen Kunden verlangte, stets um 20 % über den Kosten für den Kauf des Sets von Pack eXtense.
326. T-Online France wiederum kündigte die Einführung seines Angebots einige Wochen vor Wanadoo Interactive am 22. November 2000³⁹⁵ an, wobei der Verkauf am 1. Dezember 2000 anlief. Die internen Unterlagen von Wanadoo Interactive zeigen, dass der Preis nach einigem Zögern unternehmensintern tatsächlich schon in der ersten Hälfte des Oktobers 2000, d. h. mehr als sechs Wochen vor der Bekanntgabe des Paketangebots und mehr als zwei Wochen vor der internen Festsetzung des Preises

³⁹⁰ Dieser Betrag setzte sich aus einer Installationsgebühr von 700 FRF inkl. Steuern und einer Kautionszahlung von 500 FRF für das gemietete Modem zusammen. Die Kautionszahlung wird bei Ende des Vertrags rückerstattet, was aber für die Installationsgebühr von 700 FRF inkl. Steuern nicht gilt. Im Gegensatz dazu tragen die Käufer des Packs eXtense keinerlei Nettokosten, da Wanadoo Interactive keine Installationsgebühren in Rechnung stellt und der Kunde Eigentümer des Modems ist, das ein übertragbares Anlagegut darstellt.

³⁹¹ Konkret stellte Noos den Kunden das Modem ein Jahr lang ab dem Abschluss des Vertrags über den Anschluss kostenlos zur Verfügung.

³⁹² Vor dem 28. August 2000 gewonnene Kunden bezahlten weiterhin 378 FRF inkl. Steuern für ihren Anschluss.

³⁹³ Diese Verrechnung des Verkehrs über den Upload-Grenzen dauerte von Februar bis November 2001.

³⁹⁴ Ab März 2001 wurde starken Nutzern eine Sonderform von Noosnet unter der Bezeichnung „Noosnet forfait 1 Go“ zu einem Preis von 499 FRF zuzüglich 79 FRF für die Modemmiete angeboten. [...]*, S. 3266 der Akte).

³⁹⁵ Artikel im *Journal du Net* vom 23. November 2000: „Pack ADSL: Club Internet tire le premier“ (ADSL-Paket: Club Internet legt als Erster los).

dafür durch T-Online, auf [...] FRF inkl. Steuern festgelegt wurde (bevor er auf 298 FRF inkl. Steuern [...] wurde). Der Preis von [...] FRF inkl. Steuern, der im Sommer einmal angesprochen wurde, wird ab dem 5. Oktober 2000 in keinem Dokument über das Budget mehr erwähnt. Daher scheint das Argument von Wanadoo Interactive in Bezug auf die Fakten ungenau zu sein.

327. Wanadoo Interactive behauptet, dass Budgetunterlagen wie diejenigen, die die Kommission in seiner Finanzabteilung beschlagnahmte, keine formellen Beschlüsse derselben Art wie eine Tarifentscheidung darstellten.³⁹⁶ In seiner Antwort vom 23. Oktober 2002 gab das Unternehmen an, dass es bis zum letzten Augenblick einen monatlichen Tarif von [...] FRF für den Dienst eXtense vorgesehen habe.³⁹⁷ Die Anschlussgebühr sei am 22. November 2000 endgültig festgelegt worden, als Club Internet die Merkmale seines Angebots bekannt gab. Als Nachweis für diese Behauptung legt es eine E-Mail [...] vom 22. November 2000, [...] vor, in der es heißt: „*Je vous confirme le prix de l'abonnement de 298 F TTC (au lieu de [...] FTTC) à partir du 1er janvier*“ [*Ich bestätige Ihnen, dass der Preis ab dem 1. Januar 298 FRF (statt [...] FRF) inkl. Steuern betragen wird*].

328. Die Kommission muss zunächst anmerken, dass eine Budgetpräsentation in einem Unternehmen, das so groß ist wie Wanadoo Interactive, eine äußerst ernsthafte Angelegenheit bildet. Die Annahmen für den Preis, die in der ersten Hälfte des Monats Oktober 2000 ausgearbeitet wurden, stellten keineswegs Szenarien zu Sondierungszwecken, sondern beinahe endgültige Hypothesen dar. Auf alle Fälle kann man weder die von Wanadoo Interactive vorgelegte einfache und sehr kurze E-Mail als ein Schriftstück erachten, das formelleren Charakter hat als die in Randnummer 326 angeführten Budgetunterlagen, noch bestätigt sie, dass der Festlegung des Tarifs auf [...] FRF inkl. Steuern in den Überlegungen von Wanadoo Interactive noch großer Stellenwert eingeräumt wurde. Sie beweist nicht, dass das Unternehmen einen fixen Einführungspreis in dieser Höhe beschlossen hatte. Sie weist sie höchstens darauf hin, dass bis zu diesem Zeitpunkt eine gewisse Unschlüssigkeit über die endgültige Höhe des Preises bestehen bleiben konnte und erst dann letztlich ausgeräumt wurde. Das Unternehmen hat darüber hinaus keine weiteren Beweise für die Beibehaltung der Preisannahme von [...] FRF im Zeitraum [...] vorgelegt.

329. Was schließlich Mangoosta anbelangt, so hat dieser Wettbewerber sein „Paketangebot“ mit einem monatlichen Preis von 330 FRF inkl. Steuern, einschließlich der Modemmiete, am 23. Oktober 2000 eingeführt. Dies wurde am 6. Oktober 2000 in der Presse angekündigt.³⁹⁸ Wanadoo Interactive habe sich daher auch an diesen Wettbewerber angepasst.

330. Das von Wanadoo Interactive vorgebrachte Argument erfordert mehrere Bemerkungen. Zunächst lag der von Mangoosta angebotene Nominaltarif um 11 % über dem Preis, mit dem das Produkt von Wanadoo Interactive mehrere Wochen danach eingeführt wurde. Abgesehen von den ersten 1 000 Teilnehmern, die während einer 19 Tage dauernden Verkaufsförderungsmaßnahme gewonnen wurden³⁹⁹, stellte Mangoosta den Verbrauchern außerdem im Gegensatz zu Wanadoo Interactive

³⁹⁶ Fußnote 86 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6368 der Akte).

³⁹⁷ Siehe Randnummern 77 f der Antwort vom 23. Oktober 2002 (ibid.).

³⁹⁸ Artikel im *Journal du Net* vom 6.10.2000: „Yahoo France se lance dans l'ADSL avec Mangoosta“ (Yahoo France steigt mit Mangoosta bei ADSL ein).

³⁹⁹ Den Teilnehmern, die sich vom 6. bis zum 23. Oktober anmeldeten, erließ Mangoosta die Anschlussgebühr für den ersten Monat und die Installationsgebühren.

Installationsgebühren von 500 FRF in Rechnung. Dies unterstreicht, dass die Anschlussgebühr von Mangoosta die Miete für das Modem und das Installationsset umfasste. Eine einfache Berechnung⁴⁰⁰ zeigt allerdings, dass es vorteilhafter war, sich für das Angebot von Wanadoo Interactive für einen Zeitraum von mindestens 15 Monaten anzumelden.⁴⁰¹ Schließlich hat Mangoosta schon im Februar 2001, kaum einige Wochen nach der Einführung des Produkts eXtense durch Wanadoo Interactive, seine monatliche Anschlussgebühr um 20 % erhöht, wodurch es im Vergleich zu den Tarifen von Wanadoo Interactive kaum wettbewerbsfähig war. Wenn Wanadoo Interactive seine Preise wirklich aus Angst vor einer Verdrängung durch Mangoosta festgelegt hätte, dann hätte das Unternehmen nun nichts mehr daran gehindert, den Tarif anzuheben.

331. Die Unterlagen, auf die Wanadoo Interactive⁴⁰² in Bezug auf die unternehmensinterne Beurteilung des potenziellen Drucks durch die Wettbewerber verweist, führen allenfalls zu dem Schluss, dass das Unternehmen im zweiten Halbjahr 2000 vielleicht die potenzielle Bedrohung durch Wettbewerber tatsächlich überschätzte und als Gegenmaßnahme eine Strategie zur präventiven Vereinnahmung des Marktes festlegte. [...] * Eine derartige Fehleinschätzung kann jedoch nicht als Rechtfertigung für die Festsetzung von nicht kostendeckenden Preisen herangezogen werden. Dies hieße mit anderen Worten, dass man einem beherrschenden Unternehmen das Recht zubilligte, seine Verkaufspolitik mit dem Ziel festzulegen, die Pläne von rein virtuellen Wettbewerbern zu zerschlagen. [...] * In einem solchen Umfeld verliert das Argument der Anpassung an die Preise der Wettbewerber, selbst wenn es grundsätzlich zulässig gewesen wäre, schon [...] * jegliche Begründung durch die Fakten. Diese Entscheidung wirft dem Unternehmen somit weniger die *Festlegung* des Preises auf ein nicht kostendeckendes Niveau am Ende des Jahres 2000 vor, sondern vielmehr die *Beibehaltung* eines solchen Preisniveaus im Rahmen einer groß angelegten Strategie zur Vereinnahmung des Marktes, die seit Anfang März 2001 landesweit verfolgt wurde.

4. Wahrscheinlichkeit eines Ausgleichs der Verluste

332. Wanadoo Interactive behauptet, dass eine Verdrängungsstrategie nur dann als sinnvoll und realistisch erachtet werden kann, wenn die Struktur des Marktes und das Vorhandensein von ausreichenden Zutrittsschranken⁴⁰³ dem beherrschenden Unternehmen garantierten, dass es in der Folge stabile und hohe Handelsspannen auf dem fraglichen Markt erzielen und so die zunächst verzeichneten Verluste wieder ausgleichen kann.

333. Dazu ist anzumerken, dass weder die Rechtsprechung des Gerichtshofes⁴⁰⁴ noch die Entscheidungspraxis der Kommission⁴⁰⁵ für die Feststellung der

⁴⁰⁰ Die Berechnung besteht in der Ermittlung der Variablen X aus der folgenden Gleichung: $500 + 330X = 995 + 298X$.

⁴⁰¹ Überdies wurden die Teilnehmer von Wanadoo durch den Kauf des Zubehörsets Eigentümer von übertragbaren Anlagegütern, während den Kunden von Mangoosta im Gegensatz dazu durch die Anfangszahlung ein klarer Verlust entstand.

⁴⁰² Siehe Randnummern 61f, 71 bis 75 und 166 der Antwort vom 23. Oktober 2002 (S. 6203, 6267 und 6287 der Akte).

⁴⁰³ Insbesondere Randnummern 253 bis 300 der Antwort vom 4. März 2002; Randnummern 197 bis 200 und S. 14 bis 18 von Anlage 1 der Antwort vom 23. Oktober 2002.

⁴⁰⁴ Urteil des Gerichtshofes in der Rechtssache Tetra Pak, a.a.O., Slg. 1996, I-05951, Randnummer 44.

⁴⁰⁵ Entscheidung 2001/354/EG der Kommission vom 20. März 2001 in der Sache COMP/35.141 – Deutsche Post AG (ABl. L 125 vom 5.5.2001, S. 27).

missbräuchlichen Anwendung von Verdrängungspreisen den Nachweis verlangen, dass die Anfangsverluste tatsächlich wieder ausgeglichen werden. Das Eingreifen der Wettbewerbsbehörden ist ungeachtet der Aussichten auf einen Ausgleich der Verluste schon gerechtfertigt, wenn die Gefahr einer Verfälschung des Wettbewerbs besteht.

334. Wenn der Ausgleich der anfangs verzeichneten Verluste ein rationales Ziel in Verbindung mit dem Verdrängungswettbewerb darstellen kann, sind im Übrigen verschiedene Konstellationen durchaus vorstellbar. In bestimmten Fällen kann das Unternehmen eine Verdrängungsstrategie mit anderen Zielen als der Erreichung von Handelsspannen verfolgen, die über diejenigen auf einem wettbewerbsbestimmten Markt liegen. So ist es denkbar, dass das Unternehmen dem Ziel, Verluste auszugleichen, bei ganz bestimmten Aktionärskonstellationen nur eine zweitrangige Bedeutung einräumt.⁴⁰⁶ Es kann auch auf die Abdeckung der gesamten Anfangsverluste verzichten und sich vielmehr auf das Gleichgewicht zwischen seinen künftigen Kosten und Einnahmen konzentrieren.⁴⁰⁷ Schließlich kann es eine langfristige Deckung der Verluste auf anderem Wege als durch das Betriebsergebnis anstreben⁴⁰⁸.
335. Unter diesen Gegebenheiten ist die Kommission der Ansicht, dass ein Nachweis für den Ausgleich der Verluste keine Voraussetzung für die Feststellung der missbräuchlichen Anwendung von Verdrängungspreisen ist.
336. In zweiter Linie ist darauf hinzuweisen, dass der Ausgleich der Verluste im vorliegenden Fall angesichts der Struktur des Marktes und der mit ihm verbundenen Ertragsaussichten plausibel ist.
337. Eine Verdrängungsstrategie scheint umso lohnender, wenn die Funktionsweise des Marktes durch das Vorhandensein von bedeutenden Zutrittschranken gekennzeichnet ist, die den Ausgleich der Verluste erleichtern. Die Wahrscheinlichkeit für den Ausgleich der Verluste ist auf einem Markt geringer, auf dem neue Anbieter Zugang zur selben Technologie haben wie das etablierte Unternehmen, auf dem es weniger verlorene Kosten gibt und auf dem Anbieter ohne Schwierigkeiten und ohne Mehrkosten in den Markt einsteigen und ihn wieder verlassen können.⁴⁰⁹ Es ist jedoch

⁴⁰⁶ In bestimmten wirtschaftswissenschaftlichen Arbeiten wird zum Beispiel betont, dass eine Verdrängungsstrategie ohne Ausgleich der Anfangsverluste für ein staatliches Unternehmen durchaus vorstellbar ist, da die Notwendigkeit eines dauerhaften Ausgleichs der Verluste durch die Bestandsgarantie, die der staatliche Aktionär letztlich bietet, geringer ist (siehe David E.M. Sappington und J. Gregory Sidak, *Competition Law for State-Owned Enterprises*, Dezember 2002). Im gegenständlichen Fall kann man festhalten, dass Wanadoo Interactive zu mehr als 70 % der France Télécom gehört, deren Eigentümer wiederum der Staat ist, und daher ein staatliches Unternehmen ist. Das Ziel des Verlustausgleichs wird noch weniger vordringlich, wenn das staatliche Unternehmen in seinen Geschäftsbereichen auch über andere höchst rentable Produkte verfügt, wodurch die Notwendigkeit zur Abdeckung der Verluste aufgrund der Verdrängungsstrategie verringert wird, was hier der Fall ist.

⁴⁰⁷ P. Bolton, J. Brodley und M. Riordan, „Predatory Pricing: response to critique and further elaboration“, *The Georgetown Law Journal*, Vol. 89, 2001, S. 2512-2513.

⁴⁰⁸ Es ist auch eine Verdrängungsstrategie vorstellbar, deren Ziel nicht in der Maximierung der betrieblichen Erlöse und Gewinne durch höhere Preise und Spannen als auf einem wettbewerbsbestimmten Markt, sondern in der einfachen Steigerung des potenziellen Unternehmenswerts in der Zukunft durch die Erhöhung des Kundenstocks und somit des Goodwills besteht. Diese Wertsteigerung schlägt sich für die Aktionäre des Unternehmens bei der Einstellung der Geschäftstätigkeit oder jeglicher Verwertung des Unternehmens finanziell nieder (z. B. bei einem Aktientausch).

⁴⁰⁹ Siehe Baumol, „Contestable Markets: an uprising in the theory of industry structure“, *American Economic Review*, Vol. 72, S. 1 ff. (März 1982).

für den Ausgleich der Verluste nicht notwendig, dass die Zutrittsschranken absolut unüberwindbar sind⁴¹⁰, da in diesem Fall der Zutritt von Wettbewerbern völlig unwahrscheinlich und die Verfolgung einer Verdrängungsstrategie zur Abschreckung auch nicht gerechtfertigt ist. Damit der Ausgleich der Verluste wahrscheinlich wird, genügt es, dass die Hindernisse für den Marktzutritt dem beherrschenden Unternehmen auf Dauer ein hohes Maß an Marktkonzentration zu seinen Gunsten garantieren. Die Schranken können verschiedenartig sein. Es kann sich um absolute, unüberwindbare Schranken wie ordnungspolitische, rechtliche oder technische Hemmnisse handeln. Es kann jedoch auch Schranken geben, die zwar nicht notwendigerweise unüberwindbar sind, aber dennoch Hindernisse für den Marktzutritt darstellen, indem sie die Entwicklung der neuen Anbieter bremsen. Diese Hemmnisse bestehen, wenn ein neuer Anbieter auf dem betreffenden Markt gegenüber dem etablierten Unternehmen allein dadurch im Nachteil ist, dass dieses schon dort aktiv ist.⁴¹¹ Niedrigere Produktionsstückkosten aufgrund von Größenvorteilen, Markenimage, bevorzugter Zugang zu Informationen über Kosten und ihre Entwicklung und das Verhalten des beherrschenden Unternehmens selbst zur Abschreckung neuer Anbieter⁴¹² sind geeignet, Hemmnisse für den Marktzugang darzustellen. Je höher die mit dem Markteinstieg verbundenen verlorenen Kosten sind, desto stärker ist der Markt von großen Hemmnissen für den Zutritt geprägt, da das Risiko im Zusammenhang mit einem erfolglosen Einstieg hoch ist.

338. Obwohl die Möglichkeit zum tatsächlichen Ausgleich der anfänglichen Verluste nach dem Gemeinschaftsrecht nicht nachgewiesen werden muss, möchte die Kommission zur Ergänzung näher auf die Zutrittsschranken und die Kosten des Markteinstiegs eingehen, die den fraglichen Markt kennzeichnen und die einen dauerhaften Ausgleich der Verluste für das beherrschende Unternehmen plausibel erscheinen lassen. Einerseits sind die Elemente zu ermitteln, die einem Umstieg der bei Beendigung des Missbrauchs vorhandenen Teilnehmer entgegenstehen, und andererseits die Faktoren, die es den Wettbewerbern erschweren, einen bedeutenden Anteil am Wachstum des Marktes ab dem Ende des Missbrauchs für sich zu gewinnen.

339. Die strategischen Hemmnisse, die mit den Auswirkungen der Zugehörigkeit zum France-Télécom-Konzern und den daraus erwachsenden vielfältigen Synergieeffekten verbunden sind, wurden in Abschnitt II.C.3 dargelegt. Mehrere weitere Hindernisse für den Zutritt und die Entwicklung von Wettbewerbern, die am Ende des Missbrauchs von besonderer Bedeutung sein können, sind anzuführen: die Behinderungen für die Mobilität der bestehenden Teilnehmer, die Kosten, die für eine ausreichende Bekanntheit auf einem Massenmarkt notwendig sind, und die Kosten für die Umsetzung alternativer Lösungen zum Großhandelsangebot der France Télécom. Darüber hinaus stellt die Höhe des Deckungsbeitrags, die Wanadoo Interactive seit Oktober 2002 verzeichnet, einen Hinweis auf die Fähigkeit des Unternehmens dar, seine Verluste mittelfristig auszugleichen.

⁴¹⁰ Aufgrund der Risiken, die mit einem zu restriktiven Ansatz bei den Zutrittsschranken verbunden sein könnten, bevorzugen einige Wirtschaftswissenschaftler den Ausdruck „Hindernisse“ oder „Bedingungen“ für den Marktzugang (siehe Joskow et al., a.a.O., S. 227).

⁴¹¹ Ordovery et al., a.a.O., S. 11.

⁴¹² Siehe Scherer and Ross, Industrial market structure and economic performance, S. 360-361.

1. Behinderungen für die Mobilität der bestehenden Teilnehmer

340. Zunächst ist zu untersuchen, ob die bestehenden ADSL-Kunden von Wanadoo Interactive leicht zu anderen Anbietern abwandern könnten.
341. Wie bereits in Randnummer 294 erwähnt, unterscheidet sich der Markt für Breitband-Internetzugänge von dem für Schmalband-Internetzugänge durch seine geringere Kundenfluktuation, die ein Drittel des Durchschnitts für alle Internet-Anwender ausmacht.
342. Abgesehen von der Markentreue und der Zufriedenheit der Kunden mit der Qualität der erbrachten Leistung können mehrere objektive Faktoren zur Erklärung der geringen Mobilität der Teilnehmer beitragen.
343. Zunächst gibt es bei praktisch allen Angeboten auf dem Markt und insbesondere beim Dienst eXtense eine Bindefrist von einem oder zwei Jahren und Geldbußen für eine vorzeitige Beendigung des Vertrags.
344. Sobald dieses erste Hindernis beseitigt und die Bindefrist für den Teilnehmer abgelaufen ist, sind zwei Fälle zu berücksichtigen. Im ersten Fall möchte der Teilnehmer von einem ADSL-Anbieter zu einem Breitband-Kabelnetzanbieter umsteigen oder umgekehrt: er benötigt also unbedingt ein anderes Modem und muss Kosten tragen, die ihn möglicherweise abschrecken. Im zweiten Fall möchte der Teilnehmer von einem ADSL-Anbieter zu einem anderen wechseln. Der Austausch des Modems ist nicht notwendig, wenn das Gerät den technischen Spezifikationen des für die Verwaltung des Dienstes verantwortlichen Telekommunikationsanbieters entspricht. Zwei Situationen müssen jedoch hier wiederum berücksichtigt werden: 1. Der Internetzugangsanbieter, für den sich der Verbraucher entschieden hat, ist selbst auch der Telekommunikationsanbieter und kontrolliert die Wertschöpfungskette: Es besteht dann die Gefahr einer mehrere Tage dauernden Unterbrechung des Dienstes, da es bisher kein Verfahren für den Umstieg von einem ADSL-Angebot der France Télécom zu einem ADSL-Angebot eines anderen Telekommunikationsanbieters gibt. 2. Der Verbraucher wendet sich an einen ADSL-Anbieter, der in Wirklichkeit nur den von France Télécom angebotenen Dienst weiterverkauft: Hier muss der Zugangsanbieter die Gebühren für die Inbetriebnahme in Höhe von 53,4 EUR an die France Télécom bezahlen. Die Verkettung dieser Umstände erklärt, weshalb die Anreize für einen Umstieg der bestehenden Teilnehmer von Wanadoo Interactive auf konkurrierende Anbieter mit billigeren Angeboten in Wirklichkeit relativ gering sind.⁴¹³

⁴¹³ Der Fall der beiden konkurrierenden ADSL-Diensteanbieter Free und Oreka ist diesbezüglich sehr aufschlussreich. Der Preis des Angebots von Oreka lag ab August 2002 bei 39,95 EUR inkl. Steuern, d. h. um ungefähr 12 % unter dem Preis der meisten Anbieter vergleichbarer Produkte. Der Preis des von Free im September 2002 eingeführten Angebots beläuft sich auf 29,90 EUR inkl. Steuern, d. h. er liegt rund 34 % unter dem Preis seiner Wettbewerber. Oreka, dessen Preispolitik Wanadoo Interactive als „*aggressiv*“ bezeichnet (Randnummer 105 der Antwort vom 23. Oktober 2002; S. 6274 der Akte), gewann in den ersten vier Monaten nach der Einführung seines Angebots insgesamt nur 1 500 ADSL-Teilnehmer hinzu (Orekas Schreiben vom 2. Januar 2003 an die Kommission, S. 6112 der Akte). Free seinerseits hat im gleichen Zeitraum über 100 000 Kunden gewonnen, aber nur ein geringer Anteil davon stammte von konkurrierenden ADSL-Anbietern und somit noch weniger von Wanadoo Interactive. Die der Kommission mitgeteilte Zahl der Teilnehmer von Free, die von anderen Wettbewerbern abgewandert sind, fällt unter das Geschäftsgeheimnis (S. 5386 der Akte); ihr Anteil liegt jedoch unter 10 % (S. 6838 der Akte). So sind in den Monaten September bis Dezember 2002

345. Aufgrund der bestehenden Hindernisse für die Mobilität der bestehenden Teilnehmer muss sich der Großteil der Bemühungen der Wettbewerber zur Eroberung von Marktanteilen auf neue Kunden konzentrieren.

2. Die Kosten für den Einstieg und die Erreichung einer kritischen Größe auf einem Massenmarkt

346. Für gewöhnlich⁴¹⁴ wird davon ausgegangen, dass ein frühzeitiger Markteinstieg einem Unternehmen wesentliche Vorteile bringt, wenn es ihm gelingt, eine bedeutende Präferenz der Verbraucher für seine Marke zu schaffen — und zwar nicht durch die Erbringung von objektiv besseren Leistungen als seine Wettbewerber, sondern alleine aufgrund der Tatsache, es als erster Anbieter auf dem Markt aufgetreten zu sein oder hohe Ausgaben zum Aufbau seines Image getätigt zu haben. Unter solchen Gegebenheiten muss ein neuer Anbieter nicht nur die technischen Ressourcen einsetzen, die für die Herstellung und den Vertrieb des Produkts notwendig sind, sondern auch bedeutende Verkaufsförderungsausgaben vorsehen, um sein Angebot ausreichend bekannt zu machen.

347. Die Märkte für den Internetzugang sind im Gegensatz zu den Behauptungen, die Wanadoo Interactive vorbrachte, von bedeutenden Zutrittsschranken gekennzeichnet. Wanadoo Interactive verwies zur Untermauerung seines Standpunkts auf den Börsenprospekt vom Juli 2000, in dem es heißt, dass der Markt niedrige Zutrittsschranken aufweise. Diese kurze Bemerkung aus einem öffentlichen Dokument ist sowohl durch eine Beobachtung der Entwicklungen auf den fraglichen Märkten, die seit dieser Beurteilung stattgefunden haben, als auch durch unternehmensinterne Unterlagen, die ebenfalls später verfasst wurden, zu ergänzen. Die mögliche Stichhaltigkeit der Analyse für das erste Halbjahr 2000 aus dem Börsenprospekt von Wanadoo kann im Laufe der Zeit in Anbetracht des Verhaltens der in diesem Wirtschaftszweig tätigen Akteure durchaus verloren gegangen sein.

348. Es wäre im Übrigen falsch, die Struktur eines Marktes als eine völlig exogene und unveränderliche Gegebenheit zu betrachten. Das Verhalten der Unternehmen auf einem Markt und insbesondere des Anbieters, der als erster auf ihm tätig wurde oder von anderen in der Vergangenheit begründeten Vorteilen profitiert, kann die Bedingungen für den Zutritt oder die Entwicklung von Wettbewerbern auf diesem Markt verändern. Mit dem frühzeitigen Engagement eines Unternehmens auf einem Markt, der zunächst relativ offen zu sein scheint, kann gerade eben das Ziel verfolgt werden, nicht nur Nutzen aus günstigeren Produktionsbedingungen zu ziehen, sondern auch die Kosten eines Markteinstiegs für potenzielle Wettbewerber anzuheben.⁴¹⁵

dennach weniger als [...] * Nutzer der Dienste Wanadoo ADSL und eXtense zu den beiden genannten Anbietern gewechselt, d. h. weniger als [...] * % des durchschnittlichen Kundenbestands von Wanadoo Interactive in diesem Zeitraum. Zu dieser Zeit konnten theoretisch mehr als [...] * Kunden von Wanadoo Interactive auf andere Anbieter umsteigen, weil sie seit mehr als einem Jahr Nutzer des ADSL-Dienstes von Wanadoo oder des eXtense-Angebots waren. Das heißt, dass sich weniger als [...] * % der Wanadoo-Interactive-Kunden, die die Möglichkeit zum Anbieterwechsel hatten, auch tatsächlich ein preisgünstigeres Konkurrenzangebot ausgesucht haben.

⁴¹⁴ Siehe zum Beispiel Paul Joskow und Alvin Klevorick, A framework for analyzing predatory pricing policy, *The Yale Law Journal*, Vol. 89, No. 2, Dezember 1979, S. 228-229.

⁴¹⁵ Elie Appelbaum und Chin Lim, *Contestable markets under uncertainty*, *Rand Journal of Economics*, Vol. 16, Nr. 1, Frühling 1985, S. 28.

349. In [...] * betont Wanadoo Interactive [...] *⁴¹⁶ Für einen unbekanntenen neuen Marktteilnehmer ist es somit schwierig, sich rasch als anerkannter Anbieter zu etablieren. Selbst Zugangsanbieter mit bekannten Marken müssen erhebliche Anstrengungen im Bereich der PR unternehmen, wie die Tabelle 12 aus einem internen Schriftstück von Wanadoo Interactive⁴¹⁷ zeigt, in der die PR-Ausgaben der wichtigsten französischen Zugangsanbieter im Jahr 2001 angeführt werden.

Tabelle 12: PR-Ausgaben der Internetzugangsanbieter im Jahr 2001 (Schmal- und Breitband zusammen)

	Betrag in Mio. EUR	Anteil am Umsatz 2001 im Bereich Internet
Wanadoo Interactive	[...] *	[...] *
AOL ⁴¹⁸	[...] *	Unbekannt
Liberty Surf ⁴¹⁹	[...] *	[...] *
Club Internet ⁴²⁰	[...] *	unbekannt
Free	[...] *	[...] *

350. Werbeausgaben in dieser Größenordnung — sowohl in absoluten Zahlen als auch im Verhältnis zum Umsatz — vor allem bei Unternehmen, die als Internetanbieter bereits gut bekannt sind, sind ein Zeichen für die Höhe der Kosten, die zur Erreichung einer ausreichenden Bekanntheit und Präsenz auf einem Massenmarkt für Privatkunden zu tragen sind. Für einen neuen Anbieter auf dem Markt für Breitband-Internetzugänge, der über keine Erfahrungen mit Schmalband-Internetzugängen aus der Vergangenheit verfügt, wie es zum Beispiel für Mangoosta galt, ist der Markteinstieg technisch nicht unmöglich, aber es ist äußerst zweifelhaft, dass ein solcher neuer Anbieter in der Lage ist, über eine sehr groß angelegte PR-Kampagne sein Imagedefizit auszugleichen und das Interesse eines ausreichend großen Teils der Verbraucher zu erregen, um die Stellung eines beherrschenden Marktteilnehmers zu gefährden. Ein neuer, unbekannter Anbieter, der keine massive PR-Kampagne durchführt, wird erst recht nur eine schwache oder vernachlässigbare Position auf dem Markt gewinnen. Auf dem französischen Markt trifft dies für zwei Anbieter zu, die während des Jahres 2002 ihren Betrieb aufnahmen.⁴²¹ Somit ist völlig

⁴¹⁶ [...] * (S. 4249 der Akte).

⁴¹⁷ [...] * (S. 4068 der Akte).

⁴¹⁸ AOL France hat seinen Umsatz 2001 nicht veröffentlicht.

⁴¹⁹ Dieser Umsatz bezieht sich ausschließlich auf den Bereich Internet und umfasst nicht die Telekommunikationsprodukte.

⁴²⁰ T-Online France hat seinen Umsatz 2001 nicht veröffentlicht.

⁴²¹ In der Antwort vom 4. März 2002 und bei der Anhörung vom 18. März 2002 behauptete Wanadoo Interactive, dass ein Markteinstieg selbst für völlig neue Anbieter leicht wäre. Es nennt in diesem Zusammenhang als Beispiel Dixinet (Antworten vom 4. März 2002, Randnummer 299, und vom 23. Oktober 2002, Anlage 1, S. 16), das seit Anfang 2002 einen ADSL-Dienst anbietet. Abgesehen davon, dass dieser Dienst 46 EUR inkl. Steuern und somit mehr als der von Wanadoo Interactive kostet, beschränkte sich Dixinet in Wirklichkeit auf eine einfache Erprobung mit einer Anzahl von Teilnehmern, die auf dem französischen Markt Ende 2002 noch jeglicher statistischen Signifikanz entbehrte. Ende August 2002 verzeichnete Dixinet tatsächlich bloß zehn Teilnehmer bei seinen ADSL- und Telefondiensten (Schreiben von BD Multimédia vom 26. September 2002 an die Kommission, S. 5327 der Akte). Der Fall von Net Pratique, der von Wanadoo Interactive ebenfalls angeführt wurde, ist auch aufschlussreich. Dieser Dienst wurde im Sommer 2002 eingeführt und zählte Ende 2002 nur ungefähr 1 400 Teilnehmer (Schreiben von Net Ultra vom 12. Dezember 2002 an die Kommission, S. 5393 der Akte).

neuen, unbekannten Anbietern zwar der Zugang zum Markt nicht absolut verwehrt, aber sie werden sich auf Nischenstrategien beschränken müssen, wenn sie angesichts ihrer Möglichkeiten für geschäftliche Investitionen keine außerordentlich hohen PR-Ausgaben tätigen wollen. Dieser Vorteil für das etablierte Unternehmen in Bezug auf die Bekanntheit stellt eine hohe Zutrittsschranke für potenzielle neue Anbieter im Bereich der Internetzugänge dar.

351. Was den Markt für Breitband-Internetzugänge im Besonderen anbelangt, [...] ⁴²² Die Zugangsanbieter müssen in dieser Entwicklungsphase des Breitbandmarkts einerseits das Image eines renommierten Anbieters für ein Produkt aufbauen, das die Verbraucher als technisch ausgereift erachten, und andererseits ausreichend stark wachsen, um von Größenvorteilen zu profitieren.
352. In diesem Prozess ist die zeitliche Reihenfolge des Markteinstiegs bei weitem nicht belanglos. Es ist offensichtlich, dass der Zugangsanbieter, der in der Anfangsphase des Marktwachstums einen beträchtlichen Vorsprung vor seinen Wettbewerbern erzielt hat, aus der so geschaffenen Dynamik Kapital schlagen kann. Später hinzugekommene Wettbewerber müssen hingegen viel stärkere Bemühungen zur Kundenakquisition unternehmen, wenn sie den angelaufenen Rückstand aufholen, das damit verbundene Imagedefizit ausgleichen und ihren Breitbanddienst ebenso bekannt machen wollen wie das führende Angebot des beherrschenden Unternehmens. Unter diesen Gegebenheiten stehen die neuen Wettbewerber vor der Notwendigkeit, nicht nur die technisch erforderlichen Aufwendungen für die Bereitstellung des Dienstes, sondern auch bedeutende Werbe- und Verkaufsförderungsausgaben zu tragen, um ihr Produkt bekannt zu machen und die Markentreue zum beherrschenden Unternehmen zu untergraben.
353. Eine Branche, in der die Werbeausgaben sehr hoch sind — insbesondere wenn sich die Werbeausgaben in derselben Größenordnung bewegen wie die Einnahmen aus den dazugehörigen Verkäufen —, ist als ein Sektor mit hohen Zutrittskosten zu betrachten. ⁴²³ Die bereits getätigten Werbeausgaben verschaffen dem etablierten Unternehmen einen Vorteil und bilden eine entsprechende Behinderung für die neuen Anbieter: die Werbe- und Verkaufsförderungsausgaben sind im Allgemeinen kostspielig und weniger wirksam als diejenigen der bereits etablierten Firma. ⁴²⁴ Obwohl der Vorteil, den das etablierte Unternehmen mit seinem frühzeitigen Einstieg gewinnt, im Laufe der Zeit allmählich schwinden kann, sehen sich die neuen Anbieter auf dem Markt gezwungen, höhere Werbekosten über einen längeren Zeitraum hinweg zu tragen als das etablierte Unternehmen, um sich mit dessen Marktposition messen zu können. ⁴²⁵ Der vorliegende Fall ist ein anschauliches Beispiel für derartige Gegebenheiten.
354. Wanadoo Interactive wertet die Fülle an Sonderangeboten ab Oktober 2002 als Beweis für die Vitalität des Wettbewerbs und die Verbesserung der Marktbedingungen. Die Kommission sieht dies anders. Diese sehr umfangreichen Sonderangebote der Wettbewerber sind in dieser Entwicklungsphase des Marktes und in Anbetracht des Vorsprungs von Wanadoo Interactive das einzige Mittel, um eine

⁴²² S. 3414 der Akte.

⁴²³ Scherer und Ross, *Industrial market structure and economic performance*, S. 436-438.

⁴²⁴ Siehe insbesondere William S. Commanor und Thomas A. Wilson, *Advertising market structure and performance*, Review of Economics and Statistics, Vol. XLIX, November 1967.

⁴²⁵ William S. Comanor und Thomas A. Wilson, The effect of advertising on competition: a survey, *Journal of Economic Literature*, Vol. XVII (Juni 1979), insbesondere S. 453f.

völlige Verdrängung zu vermeiden und in dem Streben nach einer kritischen Größe eine gewisse Bekanntheit und Präsenz zu erringen. Die Analyse der PR- und Verkaufsförderungsausgaben der Wettbewerber⁴²⁶ bestätigt überdies, dass diese Aufwendungen sehr bedeutende Zutrittskosten darstellen. Daraus ergeben sich insbesondere drei hervorstechende Aspekte.

355. Erstens hat Wanadoo Interactive im Zeitraum 2001-2002 ungefähr [...] * EUR für verschiedene PR-, Verkaufsförderungs- und Marketingkampagnen in Bezug auf seine Dienste eXtense und Wanadoo ADSL ausgegeben, wovon [...] *⁴²⁷ [...] * und war mehr [...] * wie die gesamten PR-Budgets von Tiscali – Liberty Surf und T-Online France – Club Internet⁴²⁸ für alle ihre Dienste zusammen. Sogar wenn man den Fall der neuen Anbieter ohne Erfahrungen und ohne Bekanntheit auf dem Markt für Schmalbandzugänge außer Acht lässt, ist es wahrscheinlich, dass selbst Unternehmen mit gefestigter Position auf dem Markt für Schmalband-Internetzugänge zögern können, Werbe- und Verkaufsförderungskampagnen für den Breitbandmarkt in derselben Größenordnung wie Wanadoo Interactive 2001 und vor allem 2002 durchzuführen. Obwohl die auf die Kundenakquisition ausgerichteten Werbeausgaben tatsächlich variable Kosten sind und wegfallen, wenn das Unternehmen beschließt, die Gewinnung neuer Kunden abzubrechen, stellen sie dennoch hohe Zutrittskosten dar, die sich als abschreckend erweisen können, wenn ein Unternehmen einen nicht vernachlässigbaren Marktanteil anstrebt. Um einerseits Größenvorteile im Zusammenhang mit der fraglichen Aktivität nutzen zu können und insbesondere in den Genuss der günstigsten Tarife für den IP-Routing-Dienst zu kommen und um andererseits dank einer kritischen Größe eine eigenständige Wachstumsdynamik zu erzielen⁴²⁹, muss man zigtausend Kunden gewinnen⁴³⁰, was wiederum einen erheblichen PR- und Verkaufsförderungsaufwand erfordert, der zu den anderen Kosten für die Kundenakquisition hinzukommt.

356. Zweitens sind die Werbe- und Verkaufsförderungsausgaben im Vergleich zu den Einnahmen sehr hoch. Grob geschätzt, entsprach der Werbe- und Verkaufsförderungsaufwand der Wettbewerber von Wanadoo Interactive im Jahr 2002 ungefähr 38 % ihres gesamten Umsatzes im Breitbandbereich und 102 % ihres zusätzlichen Umsatzes durch die Zunahme ihrer Breitbandkunden im Jahr 2002. Diese Werte betragen bei Wanadoo Interactive [...] * % bzw. [...] * %. Diese Prozentsätze sind sehr hoch, insbesondere bei den Wettbewerbern von Wanadoo Interactive, und belegen, dass ein Markteinstieg in großem Maßstab außerordentlich kostspielig ist.

357. Drittens sind die Werbe- und Verkaufsförderungsaufwendungen, die die Wettbewerber tragen müssen, um eine gewisse Bekanntheit zu erlangen, nicht nur hoch, sondern aufgrund der Vorteile, die Wanadoo Interactive auf dem gegenständlichen Markt bereits erzielt hat, auch noch weniger wirksam als die Ausgaben von Wanadoo Interactive. Während des Jahres 2001 gab Wanadoo Interactive ungefähr [...] * EUR je neuem Teilnehmer für verschiedene PR-, Verkaufsförderungs- und Marketingkampagnen zu seinen ADSL-Dienste aus. Im

⁴²⁶ Siehe Anhang 22.

⁴²⁷ Dies bezieht sich ausschließlich auf die Dienste Wanadoo ADSL und eXtense, die Übertragungsraten von 512 kbit/s im downstream bieten, und nicht auf andere ADSL-Produkte von Wanadoo Interactive.

⁴²⁸ [...] * S. 4068 der Akte.

⁴²⁹ Die Netzeffekte in Verbindung mit einem umfangreichen Kundenstock kommen insbesondere durch Mundpropaganda bei der Akquisition neuer Teilnehmer zum Tragen.

⁴³⁰ Wie in Abschnitt II.B.3.1 erläutert, benötigte man vor Oktober 2002 über 95 000 Kunden, um die günstigsten Tarife für den IP-Routing-Dienst in Anspruch zu nehmen.

ersten Halbjahr 2002 setzte das Unternehmen für diese Maßnahmen rund [...] * EUR pro neuem Kunden ein. Im letzten Quartal 2001 und im ersten Halbjahr 2002 entsprachen die Ressourcen, die die Wettbewerber ihrerseits für Werbung, Direktmarketing, Verkaufsförderung und PR aufwandten, dem [...] *fachen der Beträge, die für Wanadoo Interactive für 2001 und die Zeit bis Herbst 2002 angegeben sind. Im zweiten Halbjahr 2002 ist eine Verringerung des Abstands zwischen den durchschnittlichen Beträgen, die einerseits Wanadoo und andererseits seine Wettbewerber pro neu gewonnenem Kunden ausgaben, zu beobachten. Wenn man jedoch den Anbieter Free, dessen Produkt deutlich günstiger ist als die Angebote der Wettbewerber und daher eine geringere Differenzierung durch die Werbung erfordert, nicht berücksichtigt⁴³¹, dann betragen die Werbe- und Verkaufsförderungsausgaben der Wettbewerber noch immer das [...] *fache der Aufwendungen von Wanadoo Interactive. Wenn es für Anbieter, die sich auf dem Schmalbandmarkt in der Vergangenheit bereits eine große Bekanntheit erworben haben, zwar nicht unmöglich ist, Marktanteile auf dem Breitbandmarkt zu erobern, so wäre der Umfang der dafür erforderlichen Bemühungen doch deutlich größer als die Aufwendungen, die Wanadoo Interactive 2001 ursprünglich getragen hat.

358. Nach Beendigung der Verdrängungsstrategie durch Wanadoo Interactive hat der Markt daher eine Struktur, die den Einstieg von Zugangsanbietern, die auf dem Schmalbandmarkt bereits bekannt sind, und ihre Entwicklung auf dem Breitbandmarkt nicht absolut verhindert. Sie wirkt sich allerdings sehr stark auf den Maßstab und das Volumen ihres Markteinstiegs und auf ihre Möglichkeiten aus, eine kritische Größe zu erlangen. Somit führt weniger das Wesen der Werbe- und Verkaufsförderungsausgaben und ihre Höhe pro neuem Kunden, sondern vielmehr das Gesamtvolumen der Aufwendungen, die zur Gewinnung des entscheidenden Kundenstocks erforderlich sind, dazu, dass die Werbe- und Verkaufsförderungsausgaben potenziell abschreckende Zutrittskosten darstellen. Selbst Unternehmen mit gefestigter Position auf dem Markt für Schmalband-Internetzugänge können zögern, Werbe- und Verkaufsförderungskampagnen in derselben Größenordnung wie Wanadoo Interactive durchzuführen.⁴³² In diesem Zusammenhang sind die Bemühungen, die die Wettbewerber unternehmen müssen, um eine etwas größere Aufmerksamkeit zu erregen, als eine bedeutende Schranke für den Marktzutritt oder einen Wiedereinstieg von neuen Anbietern wie Mangoosta⁴³³

⁴³¹ Wie unter den Randnummern 361f ausgeführt, ist zu beachten, dass das wirtschaftliche Modell des Angebots von Free von keinem Anbieter kopiert werden kann.

⁴³² Ein Analyst erläutert die Lage am Ende von 2002 folgendermaßen: „*En France, Tiscali n'a plus les moyens financiers de baisser ses prix de manière aggressive et de lancer de vastes campagnes marketing*“ [In Frankreich verfügt Tiscali nicht mehr über die Finanzmittel für eine aggressive Preissenkung und für groß angelegte Marketingkampagnen]. (Artikel in *Les Echos* vom 9. September 2002, Wanadoo et T-Online se ruinent à l'extérieur [Wanadoo und T-Online stürzen sich im Ausland in den Ruin]).

⁴³³ In ihrer Entscheidung in der Sache Barilla-BPL-Kamps, a.a.O., hatte die Kommission in Randnummer 21 bereits Gelegenheit anzuerkennen, dass die Werbung eine bedeutende Zutrittschranke darstellen könnte, wie es Wanadoo Interactive in Randnummer 201 seiner Antwort vom 23. Oktober 2002 festhält (S. 6293 der Akte). Desgleichen beschrieb die Kommission in der Entscheidung in der Sache Procter & Gamble/VP Schickedanz, a.a.O. unter Randnummer 145 folgendermaßen einen Prozess, der analog zu demjenigen gelagert ist, der in der vorliegenden Sache zu beobachten ist: „*Was die Marktzugangsschranken anbetrifft, so hat die markante Zunahme der laufenden Promotionsmaßnahmen dazu geführt, dass ein Marktneuling inzwischen wesentlich mehr investieren muss, wenn er sich gegen diese intensive Markenwerbung durchsetzen möchte, d. h. der zur Überwindung der Marktzutrittschranke Werbung erforderliche absolute finanzielle Aufwand liegt mittlerweile wesentlich höher. Dieser Anstieg bei den Aufwendungen für die Absatzförderung hat*

oder als bedeutende Zutrittskosten für bereits auf dem Schmalbandmarkt tätige Unternehmen zu erachten, die allesamt eine starke Marktkonzentration begünstigen. Aufgrund der absehbaren Schwierigkeiten der Wettbewerber bei der Erlangung einer kritischen Größe auf einem Massenmarkt konnte Wanadoo völlig plausiblerweise von einem Markt mit ausreichend hoher Konzentration für den Ausgleich der Verluste ausgehen.

3. Kosten der Alternativen zum Weiterverkaufsangebot der France Télécom für die Zugangsanbieter

359. Anstatt das Weiterverkaufsangebot der France Télécom zu nutzen, das den Zugangsdienst und das IP/ADSL-Routing umfasst, können die Wettbewerber aus dem ADSL-Segment beschließen, ein eigenes Telekommunikationsnetz aufzubauen, um sich von den mit diesem Weiterverkaufsangebot verbundenen wirtschaftlichen Bedingungen frei zu machen und dem Endnutzer eventuell ein Produkt mit einem besseren Preis-Leistungsverhältnis anzubieten.
360. Durch eine solche strategische Entscheidung steht das Unternehmen allerdings vor Hindernissen, die bei der Lösung des einfachen Weiterverkaufs der Großhandelsangebote von France Télécom für den Zugangs- und Routing-Dienst nicht auftreten.
361. Zunächst muss das nationale und regionale Telekommunikationsnetz des Anbieters eine ausreichende Dichte aufweisen, um eine landesweite Abdeckung zu gewährleisten. Das Unternehmen Free, das seit Anfang 1999 über eine Zulassung als Telekommunikationsanbieter verfügt, musste zum Beispiel über drei Jahre lang zwischen 15 Mio. EUR und 30 Mio. EUR⁴³⁴ in den Aufbau eines mehrere tausend Kilometer langen Glasfasernetzes investieren, um schließlich nur die wichtigsten Großstädte Frankreichs zu erfassen. Ein Unterfangen in dieser Größenordnung kann weder rasch noch ohne sehr hohe Anfangsinvestition durchgeführt werden.
362. Um die verschiedenen Teilstücke des Telekommunikationsdienstes kontrollieren zu können, muss ein Anbieter, der diese Investitionsentscheidung trifft, außerdem auch auf entbündelte Teilnehmeranschlüsse zurückgreifen, um den Endkunden zu erreichen. Diese Lösung bringt hohe Fixkosten mit sich. Die Miete von doppeladrigen Kupferkabeln der France Télécom durch dritte Unternehmen bedeutet für diese nicht nur, dass sie wiederkehrende Gebühren zahlen, sondern auch dass sie sehr hohe fixe, verlorene Kosten tragen müssen, die insbesondere mit der Übertragung der Leitungen und der Bereitstellung von Platz für die Ausrüstung Dritter in den Räumlichkeiten der France Télécom verbunden sind. Die Anfangsinvestition ist hoch und für einen neuen Anbieter, der über keine sehr bedeutenden Finanzmittel verfügt, auf alle Fälle unerschwinglich. Im Fall von Free beläuft sie sich laut Schätzungen zunächst auf rund 10 Mio. EUR⁴³⁵ für den Bereich der Entbündelung alleine und auf

außerdem zur Folge, dass ein Markteinstieg auch einen höheren Mindestmarktanteil zum Erreichen der Wirtschaftlichkeit voraussetzt, denn zur Finanzierung wettbewerbsfähiger Werbemaßnahmen muss der potenzielle neue Anbieter natürlich hinreichende Umsätze erzielen. (...) Unternehmen, die bereits über große Marktanteile verfügen, können sich gegen Neuankömmlinge daher billig und einfach zur Wehr setzen, und bis diese einen ähnlichen Marktanteil erreichen, besitzen die etablierten Unternehmen bei einem der zentralen Wettbewerbsparameter einen Kostenvorteil.“

⁴³⁴

⁴³⁵

Artikel vom 13. Juni 2002 im Internet (<http://qualitysteam.fr/actualités/juin02/13-06-2002-1.html>).

Artikel in Les Echos mit dem Titel: „Free propose un accès ADSL à 30 euros“ (Free bietet einen ADSL-Zugang um 30 Euro an), 23.9.2002.

70 Mio. EUR⁴³⁶ für alle Investitionen in Verbindung mit dem ADSL-Bereich im Jahr 2003, wobei die bereits erwähnten Infrastrukturkosten für das Übermittlungsnetz nicht berücksichtigt sind. Außerdem ist der Prozess der Entbündelung der Teilnehmeranschlüsse selbst besonders lang und technisch schwierig.

363. Wanadoo Interactive merkte dazu an⁴³⁷, dass Internetzugangsanbieter, auch wenn sie nicht wie Free Netzbetreiber sind, die Infrastruktur des alternativen Telekommunikationsanbieters LDCom nutzen können. Dieser Hinweis ist von den Fakten her richtig, da LDCom Netzdienste für Internetanbieter bereitstellt, wobei die in der Terminologie der französischen Regelungen als Option 1 und Option 3 bezeichneten Lösungen genutzt werden. Allerdings sind dazu zwei Bemerkungen zu machen. Einerseits führt die Nutzung der Dienste eines Großhändlers zur Einschaltung eines Vermittlers in die Wertschöpfungskette, wodurch im Vergleich zur direkten Verwaltung des Netzes durch den Internetanbieter selbst höhere Kosten anfallen und sein Spielraum auf technischer und finanzieller Ebene eingeschränkt wird. Andererseits steht LDCom selbst vor den in Randnummer 362 erläuterten Schwierigkeiten und finanziellen Zwängen, so dass die von ihm gebotenen technischen Lösungen bisher lückenhaft sind und nur ein beschränktes geografisches Gebiet abdecken.⁴³⁸

364. Der Aufbau eines alternativen Telekommunikationsnetzes und die Nutzung entbundelter Teilnehmeranschlüsse erfordern viel Zeit und binden anfangs hohe Beträge. Unter diesen Gegebenheiten wird dieses Modell, das als einziges eine Loslösung von den technischen und finanziellen Bedingungen erlaubt, in Frankreich nur sehr langsam umgesetzt und spielt zum Zeitpunkt dieser Entscheidung eine sehr untergeordnete Rolle⁴³⁹. Der finanzielle und zeitliche Aufwand, der für den Aufbau eines mit dem der France Télécom vergleichbaren ADSL-Netzes notwendig ist, ist so groß, dass er die Möglichkeiten der Wettbewerber stark einschränkt, den Verbrauchern ein wirtschaftlich attraktiveres Modell anzubieten. Daher ist er ebenfalls als Zutrittsschranke zu erachten.

4. Wiederherstellung und Anstieg der Handelsspannen von Wanadoo Interactive als Zeichen für die Wahrscheinlichkeit des dauerhaften Ausgleichs der anfänglichen Verluste

365. Wanadoo Interactive bestätigte in seiner Antwort vom Oktober 2002⁴⁴⁰, dass der Bruttodeckungsbeitrag zu den Produktionskosten für den Dienst Pack eXtense ab 2003 über [...] * EUR pro Monat betragen (d. h. ein Deckungsgrad von [...] * %) und im Lauf der Zeit eine steigende Tendenz zeigen werde. Eine Handelsspanne in dieser Höhe würde beim Produkt eXtense die Deckung der Akquisitionskosten für jeden

⁴³⁶ Artikel in La Tribune: „Le fournisseur d'accès Free tire la croissance d'Iliad“ (Der Internetanbieter Free wächst dank Iliad), 5.3.2003.

⁴³⁷ Antwort vom 4. März 2003, Randnummer 103 (S. 6883 der Akte).

⁴³⁸ Ende 2002 bot France Télécom [...] * Mal so viele ADSL-Leitungen an wie LDCom.

⁴³⁹ Am 30. Juni 2002 waren Schätzungen zufolge 500 bis 750 der insgesamt mehr als 33 Millionen Telefonleitungen in Frankreich entbündelt (siehe Europäische Kommission, *Achter Bericht der Kommission über die Umsetzung des Reformpakets für den Telekommunikationssektor*, Anhang 3, S. 72). Am 1. Februar 2003 wurden in Frankreich 10 400 entbündelte Anschlüsse gezählt (siehe <http://www.art-telecom.fr> unter der Rubrik Neuigkeiten über die Entbündelung). Selbst unter der Annahme, dass alle diese Anschlüsse ADSL-tauglich wären, bleibt diese Zahl (weniger als 1 %) gegenüber dem gesamten Bestand an ADSL-Nutzern zur selben Zeit vernachlässigbar.

⁴⁴⁰ Randnummern 327 und 338 der Antwort von Wanadoo Interactive vom 23. Oktober 2002 (S. 6312 und 6313 der Akte).

neuen Kunden innerhalb von ungefähr einem Jahr erlauben. Wenn man gemäß den Angaben von Wanadoo im Allgemeinen davon ausgeht, dass die Handelsspannen für die Dienste eXtense und Wanadoo im Jahr 2003 weiterhin bei [...] * EUR bzw. [...] * EUR liegen werden, dann werden allein die Kunden, die bis zum 31. März 2003 gewonnen wurden, einen Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden Kosten in Höhe von [...] * EUR⁴⁴¹ liefern, was bei weitem ausreicht, um die einmaligen Kosten in Verbindung mit der Kundenakquisition zu decken⁴⁴² und einen bedeutenden Beitrag zum Ausgleich der in vorangegangenen Geschäftsjahren verzeichneten Verluste zu leisten. Obwohl schwer vorherzusagen ist, wann die anfänglichen Verluste ausgeglichen sein werden, ist ihre Abdeckung innerhalb einiger Geschäftsjahre wahrscheinlich.

366. Die von Wanadoo Interactive angegebene Höhe der Deckungsbeiträge am Ende des Missbrauchs und ihre Beibehaltung oder Steigerung im Lauf der Zeit ist ein wesentliches Zeichen dafür, dass dieses Unternehmen seine anfänglichen Verluste dank der wiederhergestellten Deckungsbeiträge wahrscheinlich innerhalb eines angemessenen Zeitraums ausgleichen können wird.

5. Schlussfolgerung zur Wahrscheinlichkeit eines Ausgleichs der Verluste

367. Die Kommission kommt zu dem Schluss, dass durchaus bedeutende Zutrittsschranken bestehen und die Kosten des Markteinstiegs hoch sind, auch wenn diese Hindernisse nicht unüberwindlich sind. Im Gegensatz zu den Behauptungen von Wanadoo Interactive scheinen der Einstieg (oder Rückzug) und die Erreichung einer kritischen Größe auf dem betreffenden Markt kostspielig und langwierig zu sein. Diese Faktoren schaffen ein günstiges Umfeld dafür, dass einerseits Wanadoo Interactive seine sehr stark beherrschende Stellung wahren kann und dass andererseits das Auftauchen einer gefährlichen Konkurrenz für Wanadoo Interactive verhindert wird. Daher stellt der Ausgleich der anfänglichen Verluste durch Wanadoo Interactive ein plausibles Szenario dar. In diesem Zusammenhang scheint die im Jahr 2000 durchgeführte Verdrängungsstrategie stichhaltig zu sein.

5. Schlussfolgerung zum Missbrauch

368. Aus den dargelegten Gründen vertritt die Kommission die Ansicht, dass die Festlegung der Tarife für die Dienstleistungsangebote eXtense und Wanadoo ADSL auf einem Niveau, das von März bis August 2001 die variablen Kosten und von August 2001 bis Oktober 2002 die Vollkosten des Unternehmens nicht gedeckt hat, und im Rahmen eines Plans, der auf eine Vereinnahmung des erst im Entstehen begriffenen Markts des Internet-Breitbandzugangs ausgerichtet war, gegen Artikel 82 EG-Vertrag verstößt.

⁴⁴¹ Dieser Betrag stellt nur eine sehr niedrig angesetzte Schätzung des gesamten Deckungsbeitrags für dieses Jahr dar, da noch der Beitrag der Kunden hinzugezählt werden muss, die bis zum Jahresende gewonnen werden.

⁴⁴² Es wird festgehalten, dass Wanadoo Interactive in Verbindung mit seinen ADSL-Diensten 2002 einen Betrag in der Größenordnung von [...] * EUR für Werbung, Sonderangebote und verkaufsfördernde Maßnahmen aufwandte.

E. AUSWIRKUNGEN DES MISSBRAUCHS AUF DEN WETTBEWERB

1. Folgen der von Wanadoo Interactive verfolgten Strategie für den Markt in den Jahren 2001 und 2002

a) Entwicklung der Marktanteile und der Wachstumsraten

369. Die erste Folge der Verdrängungsstrategie von Wanadoo Interactive bedeutete im ersten Halbjahr 2001 die Ausschaltung und den endgültigen Untergang des Unternehmens Mangoosta, das damals der Wettbewerber im ADSL-Segment war, der am entschlossensten vorging und bei der Umsetzung seiner Angebote am weitesten fortgeschritten war.

370. Ein Vergleich der Verkaufszahlen für die verschiedenen Wettbewerber auf dem Markt für Breitband-Internetzugänge im Jahr 2001 und in der Zeit bis zum Herbst 2002 (siehe Tabelle 13) bietet einen allgemeineren, aufschlussreichen Hinweis auf den Effekt der Eindämmung und Ausschaltung von Wettbewerbern aufgrund der Verdrängungspreise von Wanadoo Interactive.

Tabelle 13: Anstieg der Kundenzahlen pro Woche für Wanadoo Interactive und seine Wettbewerber

	1.Hj. 2000	2.Hj. 2000	1. Q. 2001	2. Q. 2001	3. Q. 2001	4. Q. 2001	1. Q. 2002	2. Q. 2002	3. Q. 2002
Wanadoo	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Konkurrierende Kabelnetz-betreiber	771	1 315	1 415	888	280	238	-68	838	375
Konkurrierende ADSL-Anbieter	63	131	470	591	299	666	2 847	2 296	1 240

371. Von Januar bis Dezember 2001 gewann Wanadoo Interactive wöchentlich über [...] Teilnehmer für seine Dienste *Wanadoo ADSL* und *Pack eXtense*. Alle seine Wettbewerber im Segment der ADSL-Dienste für Privatkunden zusammen verzeichneten 2001 eine wöchentliche Zunahme ihrer Kunden um rund [...] Teilnehmer. Im selben Zeitraum gewannen die Wettbewerber aus dem Marktsegment der Breitbandzugänge über Kabelmodem weniger als [...] neue Teilnehmer pro Woche. Vor allem verlangsamte sich das Wachstum der Kabelnetzbetreiber sehr stark zu Beginn des ersten Quartals 2001, als die Verkäufe von Wanadoo Interactive rascher anstiegen. Somit erzielte Wanadoo Interactive 2001 eine wöchentliche Wachstumsrate, die [...] Mal so hoch war wie für alle seine Wettbewerber zusammen. Der Abstand zwischen den Werten für den Anstieg der Verkäufe vergrößerte sich im dritten und vierten Quartal 2001, als Wanadoo Interactive auf dem gegenständlichen Markt [...] und [...] Mal so rasch wuchs wie alle seine Wettbewerber zusammen⁴⁴³. Insgesamt entfielen im gesamten Jahr 2001 **[80-90]*%** des Wachstums auf dem Breitbandmarkt auf Wanadoo Interactive.

372. In den ersten acht Monaten von 2002 belief sich der Anstieg bei Wanadoo Interactive auf mehr als [...] neue Kunden pro Woche, d. h. auf das [...]fache der gesamten Zunahme bei allen Wettbewerbern. Während dieses Zeitraums behielten die Kabelnetzbetreiber ihr langsames Wachstum bei. Aufgrund sehr umfangreicher Marketingmaßnahmen anlässlich der Fête de l'Internet (Februar-März 2002) und vor

⁴⁴³ Der Zuwachs bei den Verkäufen stieg im September auf mehr als [...] zusätzliche Teilnehmer pro Woche und im Oktober und November 2001 auf mehr als [...] neue Kunden (siehe Anhang 3).

allem aufgrund der Tatsache, dass der Wettbewerbsrat der France Télécom bis zum Juli 2002 untersagte, in ihren Geschäftsstellen das Produkt Pack eXtense seiner Tochtergesellschaft zu vermarkten, konnten die Wettbewerber im ADSL-Segment, deren Zuwächse [...] des Werts für Wanadoo Interactive ausmachte, in dieser Zeit den Abstand zum Wachstum des beherrschenden Unternehmens ein wenig verringern. Insgesamt entfiel in diesem Zeitraum noch immer mehr als **[70-80]*** % des Marktwachstums auf Wanadoo.

373. Die Störungen der Wachstumsraten aufgrund der Preispolitik von Wanadoo Interactive führten dazu, dass die Marktanteile der konkurrierenden Kabelnetzbetreiber in dem von dieser Entscheidung erfassten Zeitraum stark sanken und die Wettbewerber im ADSL-Segment über extrem niedrige Marktdurchdringungswerte nicht hinauskamen (siehe Tabelle 14).

Tabelle 14: Anzahl der Kunden mit Breitbandzugängen und Marktanteile von Wanadoo und der Wettbewerber

	31.12.2000	31.3.2001	30.6.2001	30.9.2001	31.12.2001	31.3.2002	30.6.2002	31.8.2002
Wanadoo	[...]* [...]* %	[...]* [...]* %	[...]* [...]* %	[...]* [...]* %	[...]* [...]* %	[...]* [...]* %	[...]* [...]* %	[...]* [...]* %
Konkurrierende Kabelnetzbetreiber (Insgesamt)	92 602 [...]* %	110 997 [...]* %	122 536 [...]* %	126 173 [...]* %	129 263 [...]* %	128 381 [...]* %	139 275 [...]* %	144 155 [...]* %
Konkurrierende ADSL-Anbieter (Insgesamt)	5 064 [...]* %	11 172 [...]* %	18 852 [...]* %	22 740 [...]* %	31 393 [...]* %	68 408 [...]* %	98 250 [...]* %	114 367 [...]* %
Summe	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

374. Im September 2001 waren die Marktanteile der Wettbewerber im ADSL-Segment so gering, dass Wanadoo Interactive damals die Kabelnetzbetreiber als seine einzigen echten Wettbewerber auf dem Markt für Breitband-Internetzugänge erachtete.⁴⁴⁴ Das ADSL-Segment betrachtete Wanadoo Interactive als einen „*marché fin 2001 dominé par Wanadoo mais peu actif dans l'ensemble*“ [Markt, der Ende 2001 von Wanadoo beherrscht wird, der aber insgesamt wenig aktiv ist].⁴⁴⁵

375. Ende 2001 hielt Wanadoo Interactive auf dem Markt für Breitband-Internetzugänge, der von der Kommission auf 568 000 Privatkunden geschätzt wird, **[70-80]***%, wobei seine ADSL-Zugänge alleine schon **[60-70]*** % des Marktes ausmachten. Der Anteil von Wanadoo Interactive am ADSL-Segment belief sich auf **[90-100]*** %. In den ersten acht Monaten von 2002 veränderte sich die Lage kaum. In dieser Zeit ist der Anteil von Wanadoo Interactive am ADSL-Segment auf **[80-90]*** % zurückgegangen. Insgesamt stieg der Anteil der ADSL-Produkte von Wanadoo Interactive am Breitbandmarkt von **[60-70]*** %, während unter Berücksichtigung von Câble Wanadoo der gesamte Marktanteil des Unternehmens unverändert bei **[70-80]*** % lag.

376. Im Jahr 2001 stieg nicht nur der Marktanteil von Wanadoo Interactive sehr stark und stabilisierte sich dann auf einem hohen Niveau, sondern es verstärkte sich auch die Zersplitterung der Wettbewerber. Wanadoo Interactive hat in dieser Zeit seinen Vorsprung zu seinem wichtigsten Wettbewerber erheblich ausgebaut und ihn von [...] auf [...] vergrößert. Während der wichtigste Wettbewerber Ende 2001

⁴⁴⁴ Im Dokument [...] (S. 4005 der Akte).

⁴⁴⁵ [...] (S. 3073 der Akte).

noch einen Marktanteil von über 15 % hielt, verzeichnete im August 2002 kein Wettbewerber mehr einen Anteil von über 10 %. Abgesehen von T-Online France, dessen Marktanteil damals fast 8 % erreichte, hielt kein konkurrierender ADSL-Anbieter einen Anteil von über 2,5 %. Der Markt war also von Anfang 2001 bis Herbst 2002 von einem zweifachen Phänomen geprägt: von einem bedeutenden Anstieg des Marktanteils von Wanadoo Interactive und einer zunehmenden Zersplitterung der verbleibenden Wettbewerber.

b) Interpretation der auf dem Markt festgestellten Entwicklungen

377. Die Präferenz der ADSL-Nutzer für die Angebote von Wanadoo Interactive kann nicht durch eine höhere Qualität dieser Produkte an sich erklärt werden. Bei den von Wettbewerbern angebotenen Diensten entspricht der Teilbereich der „ADSL-Leitung“ tatsächlich genau demjenigen von Wanadoo Interactive (im Fall von *Pack eXtense*) oder France Télécom (im Fall von *Wanadoo ADSL*), da es sich bis Herbst 2002 in allen Fällen faktisch um den Dienst *Netissimo 1* handelte. Außerdem haben die Wettbewerber von Wanadoo Interactive beim Teilbereich des eigentlichen „Internetzugangs“ auf dem Breitbandmarkt eine wesentlich schwächere Position inne als auf dem Markt für klassische Internetzugänge, obwohl es sich technisch gesehen um den gleichen Dienst handelt.

378. Wanadoo Interactive schrieb das langsame Wachstum der Wettbewerber bis Herbst 2002 ihrem passiven und zögerlichen Verhalten zu und verweist zur Untermauerung auf die Werbeausgaben seiner Wettbewerber auf dem Schmalbandmarkt im Jahr 2001.⁴⁴⁶ Die Kommission ist dagegen der Ansicht, dass die Ursache für den Rückstand der Wettbewerber bei der Verbreitung ihrer Angebote keineswegs in einer mangelnden Einschätzung der strategischen Bedeutung der Breitband-Internetzugänge liegt. Die Wettbewerber warteten einfach darauf, dass die Großhandelspreise von France Télécom und die von Wanadoo Interactive festgelegten Endverbraucherpreise ein Niveau erreichten, das es ihnen ermöglichte, kohärente, für Investoren akzeptable Geschäftspläne auszuarbeiten. AOL führte schon 1999 die ersten Versuche in Hinblick auf die Bereitstellung eines ADSL-Dienstes durch, nahm jedoch aufgrund der mangelnden Rentabilität davon Abstand. Liberty Surf, das heutige Tiscali France, arbeitete schon im Jahr 2000⁴⁴⁷ ebenfalls an der Einführung des auf einem indirekten Zugang beruhenden Produkts ADSL Connect ATM, stellte diese Bemühungen aber aufgrund des unzufriedenstellenden Niveaus der Weiterverkaufsdienste ein, die ihm zufolge zu einem Schereneffekt bei den Tarifen führten. Easynet seinerseits war der erste Anbieter, der sich für den IP/ADSL-Dienst anmeldete.⁴⁴⁸ Nerim⁴⁴⁹ wiederum führte sein Angebot schon zu Beginn des Herbstes 1999, zur selben Zeit wie Club Internet⁴⁵⁰, ein. Somit kann man nicht behaupten, dass die Wettbewerber von Wanadoo Interactive nicht schon von Anfang erkannt hätten, was bei den Breitbandzugängen auf dem Spiel steht.

⁴⁴⁶ Antwort vom 4. März 2003, Randnummer 102 (S. 6883 der Akte).

⁴⁴⁷ Artikel im *Journal du Net* vom 13. April 2000: „Liberty Surf s’essaye à l’ADSL“ (Liberty Surf versucht sich an ADSL).

⁴⁴⁸ Erklärung des Vertreters des Unternehmens Easynet France bei der Anhörung vom 18. März 2002.

⁴⁴⁹ Artikel im *Journal du Net* vom 5.10.1999: „Nerim.net mise tout sur l’ADSL“ (Nerim.net setzt alles auf ADSL).

⁴⁵⁰ Artikel im *Journal du Net* vom 22. Oktober 1999: „Une offre ADSL à 440 F tout compris pour Club Internet“ (Ein ADSL-Dienst von Club Internet um 440 FRF alles inklusive).

379. Die Wettbewerber von Wanadoo Interactive im Segment der Breitband-Internetzugänge auf der Basis von ADSL bestätigten, dass sie sich in Anbetracht der anfallenden Kosten nicht an die Preise von Wanadoo Interactive anpassen konnten, ohne erhebliche Verluste zu verzeichnen. Die Tarifentscheidungen der France Télécom vom August 2001 führten zu einer Verbesserung der Lage. Die von der Kommission gesammelten Beweise und die von den betroffenen Internetanbietern vorgelegten zahlenmäßigen Simulationen⁴⁵¹ zeigen aber, dass eine Anpassung an die Tarife von Wanadoo Interactive selbst zu Verlusten führen konnte.
380. Das zunehmende Auftreten verschiedener Angebote ab Frühling 2001 und vor allem ab Herbst 2001 spiegelt in den allermeisten Fällen eine Strategie der einfachen passiven Marktpräsenz wider, mit der die betreffenden Zugangsanbieter das Ziel verfolgen, die spontane Nachfrage zu befriedigen und ihre bestehenden Kunden mit Schmalbandzugängen zum Umstieg zu bewegen, ohne aber neue Kunden ansprechen und gewinnen zu wollen. Auf der Anhörung vom 18. März 2002 gaben die Zugangsanbieter AOL France und Tiscali France an, sich in dieser Beschreibung wiederzufinden. [...] * wies Wanadoo Interactive im Übrigen [...] * hin.⁴⁵² [...] *⁴⁵³, [...] *.
381. Aufgrund der Preispolitik von Wanadoo Interactive blieben seinen bestehenden und potenziellen Wettbewerbern im ADSL-Segment tatsächlich nur folgende Möglichkeiten:

— Anpassung an die Preise des beherrschenden Anbieters (oder leicht darunter) und Hinnehmen von Verlusten;

⁴⁵¹ In einem Schreiben vom 26. Oktober 2001 an die Kommission gibt Easynet Folgendes an: „*Avant le changement des conditions tarifaires d'IP/ADSL (...) et des conditions tarifaires et techniques de "collecte IP/ADSL" (...), il nous était totalement impossible de réaliser un Pack ADSL au prix du marché (référence Pack EXTense de Wanadoo à 298 F TTC) dans des conditions économiquement viables. Nous ne vendions que le service IP à 120 F TTC par mois. Les nouvelles conditions tarifaires (...) nous ont permis de positionner à fin septembre le Pack ADSL Easyconnect non loin des conditions du marché (bien que supérieur au Pack de Wanadoo)*“ [Vor der Änderung der Tarife für IP/ADSL (...) sowie der preislichen und technischen Bedingungen für den Dienst „Collecte IP/ADSL“ (...) war es für uns völlig unmöglich, unter wirtschaftlich tragfähigen Bedingungen ein ADSL-Paket zum Marktpreis (Referenzpreis von 298 FRF inkl. Steuern für Pack eXtense von Wanadoo) anzubieten. Wir verkauften nur den IP-Dienst zu 120 FRF inkl. Steuern pro Monat. Die neuen Tarifbedingungen (...) erlaubten es uns, Ende September das Paket ADSL Easyconnect zu einem Preis einzuführen, der nicht weit von den Marktbedingungen entfernt war (obwohl er über dem Preis für das Produkt von Wanadoo lag)] (Unterstreichung hinzugefügt). Der monatliche Preis von Easyconnect beträgt tatsächlich 327,98 FRF inkl. Steuern (10 % über der Gebühr für das Pack eXtense), wobei das Zubehörset um 1 402,54 FRF inkl. Steuern verkauft wird, „*ce qui est bien supérieur au Pack X-Tense positionné à 999 F TTC depuis janvier 2001*“ [was um einiges über dem Pack eXtense liegt, das seit Januar 2001 um 999 FRF inkl. Steuern angeboten wird]. In einem anderen Schreiben vom 5. November 2001 präzisiert Easynet, dass der Preis von 327,98 FRF monatlich notwendig sei, um ausgeglichen wirtschaften zu können. Mit den in Tabellen aufbereiteten Zahlen, die Liberty Surf der Kommission am 7. September 2001 übermittelte (deren genauer Inhalt unter das Geschäftsgeheimnis fällt), möchte das Unternehmen außerdem nachweisen, dass es einem Internetzugangsanbieter unmöglich ist, mit demselben Endverbraucherpreis wie Wanadoo Interactive wirtschaftlich ausgeglichen zu arbeiten, was auch für die Zeit nach dem Inkrafttreten der Tarifentscheidungen vom Sommer 2001 gilt. Die Kommission erhielt weitere Stellungnahmen für die Zeit vor den Tarifentscheidungen der France Télécom vom Juli 2001, in denen besonders auf die damals noch ungünstigeren Bedingungen hingewiesen wird.

⁴⁵²

⁴⁵³

[...] * (S. 4165 und 4167 der Akte).

Ibid.

— Beibehaltung höherer Preise und Eingehen des Risikos einer vollständigen Verdrängung vom Markt;⁴⁵⁴

— Fernbleiben von diesem Markt oder seinen Segmenten oder zurückhaltender Einstieg unter Minimierung bestimmter strategischer Ausgaben⁴⁵⁵ wie der Kosten für die Kundenakquisition, insbesondere für Werbung, und unter niedriger Ansetzung der quantitativen Verkaufsziele.⁴⁵⁶

382. Im ersten Fall bestand das Ziel der Internetanbieter in der Erlangung oder Wahrung einer gewissen Bekanntheit auf einem jungen Markt, ohne jedoch diese Produkte auf dynamische Weise zu vermarkten⁴⁵⁷, um nicht übermäßige Verluste zu verzeichnen, da diese Anbieter oft nicht die gleichen Möglichkeiten für Quersubventionierungen wie der Konzern Wanadoo haben. Für diese Anbieter ging es darum, den spontanen Wünschen ihrer bestehenden Kunden nachzukommen, und nicht um eine echte Ankurbelung der Nachfrage.
383. Im zweiten und dritten Fall gaben diese Wettbewerber der finanziellen Sicherheit⁴⁵⁸ gegenüber ihrer Marktpräsenz den Vorrang.
384. Einige Anbieter kombinierten verschiedene dieser Optionen oder wechselten zwischen ihnen im Laufe der Zeit. Das Beispiel von Mangoosta ist in dieser Hinsicht aufschlussreich. Dieser Anbieter strebte eine bedeutende, landesweite Entwicklung auf dem Privatkundenmarkt für Breitband-Internetzugänge an. Ende 2000 führte er zunächst seine Produkte zu einem leicht über den Tarifen von Wanadoo Interactive liegenden Preis⁴⁵⁹ mit einem gewissen geschäftlichen Erfolg ein. Um die daraus folgenden Verluste einzudämmen, erhöhte Mangoosta schließlich am Ende des Winters 2001 seine Preise um beinahe 20 %⁴⁶⁰, was aber die Einleitung eines Insolvenzverfahrens am 2. August 2001 nicht verhinderte. Das Scheitern von Mangoosta ist ein Musterbeispiel für die Ausschaltung eines neuen Anbieters durch Verdrängungspreise, bei dem er zuerst selbst eine gewisse Zeit lang die Preise unterhalb der Kosten ansetzt, dann eine restriktivere Geschäftspolitik verfolgt und schließlich völlig an den Rand gedrängt wird.⁴⁶¹
385. Die Entwicklungspolitik von Wanadoo Interactive in den Jahren 2001 und 2002 war weit von einem Leistungswettbewerb entfernt und stellte vielmehr die finanzielle Widerstandskraft der verschiedenen Wettbewerber auf die Probe. Somit scheint die Tarifpolitik von Wanadoo Interactive zu einem starken Rückgang des

⁴⁵⁴ Der Preis ist ein wichtiges Entscheidungskriterium für die Privatkunden. Laut einer Studie, [...]*

⁴⁵⁵ Laut der in Fußnote 454 genannten Studie, [...]*

⁴⁵⁶ Die Zugangsanbieter können ihre Werbe- und Verkaufsförderungsbemühungen in Abhängigkeit vom quantitativen Ziel für die Kundenakquisition anpassen.

⁴⁵⁷ Zum Beispiel mit Schwerpunkt auf die Ile-de-France und mit beschränkten Investitionen in die Werbung.

⁴⁵⁸ Das Argument der finanziellen Sicherheit und eines Mindestmaßes an Rentabilität ist für die Internetanbieter wesentlich, die nicht von der Zugehörigkeit zu einer Gruppe profitieren, die bei Verlusten Rückhalt bieten kann. In einem Schreiben vom 29. Juni 2001 an die Kommission wies ein eigenständiger ADSL-Anbieter zum Beispiel darauf hin, dass infolge der von Wanadoo Interactive vorgegebenen niedrigen Endverbraucherpreise ein „*préjudice (...) absolument énorme (...) en terme de capacité à mobiliser des investisseurs sur cette activité*“ [absolut enormer Schaden (...) für die Möglichkeiten zur Mobilisierung von Investoren für diese Aktivität] entsteht.

⁴⁵⁹ Eine monatliche Gebühr von 330 FRF inkl. Steuern für ein Paketangebot, bei dem der ADSL-Zugang mit dem Dienst Yahoo kombiniert wurde.

⁴⁶⁰ Die Tarife von Mangoosta wurden am 19. März 2001 von monatlich 330 auf 390 FRF inkl. Steuern angehoben.

⁴⁶¹ P. Bolton, et al., „Predatory pricing: strategic theory and legal policy“.

Marktanteils seines stärksten Wettbewerbers und zur Behinderung des Wachstums aller Wettbewerber, ja sogar zu ihrer völligen Ausgrenzung vom Privatkundenmarkt für Breitband-Internetzugänge bis zum Oktober 2002 geführt zu haben.⁴⁶² Die Tatsache, dass der Marktanteil einiger der verbleibenden Wettbewerber während des Zeitraums des Missbrauchs leicht stieg, bedeutet nicht, dass kein Missbrauch im Sinne von Artikel 82 EG-Vertrag vorlag oder sogar dass der Missbrauch keine Folgen hatte, zumal die Marktanteile der Wettbewerber stärker zunehmen hätten können, wenn die Wanadoo Interactive angelastete Verhaltensweise unterblieben wäre.⁴⁶³

2. Auswirkungen am Ende des Missbrauchs und mittelfristige Folgen

386. In seiner Argumentation hat Wanadoo Interactive wiederholt auf die große Vitalität des Markts für Breitband-Internetzugänge ab September 2002 hingewiesen. Die Kommission bestreitet nicht, dass die Wettbewerbsbedingungen seit dem Inkrafttreten der neuen Tarife für die Zugangsdienste⁴⁶⁴ und die Routing-Dienste⁴⁶⁵ der France Télécom am 15. Oktober 2002 wiederhergestellt wurden; diese neuen Tarife waren bei der Besprechung am 19. März 2002 von France Télécom als Abhilfemaßnahme vorgeschlagen worden⁴⁶⁶. Die verschiedenen Tarifmaßnahmen, die France Télécom im Zuge dieses Verfahrens und infolge der Stellungnahme der Regulierungsbehörde ART vom 16. April 2002 ergriff, führten nicht nur zur kohärenten Gestaltung der Preise für die verschiedenen technischen Lösungen für ADSL-Zugänge, einschließlich des Weges über die Entbündelung der Teilnehmeranschlüsse⁴⁶⁷, sondern auch zu einer sehr bedeutenden Senkung der Kosten des Weiterverkaufangebots. Somit erlaubt die Kombination der Dienste für den IP/ADSL-Zugang und das Routing, die die Option 5 darstellen, einerseits den Zugangsanbietern die Bereitstellung eines Dienstes auf der Grundlage eines wirtschaftlich tragfähigen Modells, und andererseits bietet nun ein breiteres Spektrum an Lösungen für den Zugang eine realistische Alternative zur Option 5. Man kann daher davon ausgehen, dass das Inkrafttreten der verschiedenen Tarifmaßnahmen am 15. Oktober 2002 zu einer Öffnung des Segments für auf der ADSL-Technologie beruhende Breitbandzugänge führte.

387. In den letzten vier Monaten von 2002, in denen die Wettbewerber beispiellose Verkaufsförderungs- und Marketinganstrengungen unternahmen, entfielen auf Wanadoo Interactive noch immer **[50-60]*** % des Wachstums auf dem Breitbandmarkt, während sich etwa zehn Wettbewerber den Rest teilten. In diesem Zeitraum hat Wanadoo Interactive in seinen Marketingbemühungen nicht

⁴⁶² Im Übrigen ist darauf hinzuweisen, dass laut der [...]*[...] % der Nutzer von *Pack eXtense* davor Schmalband-Internetzugänge bei anderen Zugangsanbietern hatten (gegenüber [...] % ehemaliger Nutzer von Schmalbandangeboten von Wanadoo). Somit scheint sich *Pack eXtense* auch auf den Markt für Schmalband-Internetzugänge auszuwirken und dort das Gleichgewicht verschieben zu können.

⁴⁶³ Urteil in der Rechtssache *Compagnie maritime belge, a.a.O.*, Randnummer 149.

⁴⁶⁴ Die neuen IP-/ADSL-Zugangstarife liegen um [...] % unter den bis dahin geltenden Tarifen.

⁴⁶⁵ Die neuen Routingtarife liegen seit dem 15. Oktober 2002 im Durchschnitt um 45 % unter den bis dahin geltenden Tarifen. Außerdem wurde die degressive Staffelung der Routingtarife je nach Verkehrsvolumen sehr stark abgeschwächt, so dass die kleineren Anbieter nur einen geringfügigen Kostennachteil in Kauf nehmen müssen.

⁴⁶⁶ Siehe Abschnitt I.H.1.

⁴⁶⁷ France Télécom hat im Juni 2002 jedoch alle Aspekte der Entscheidung der ART vom 16. April 2002 in Bezug auf die Tarife für die teilweise oder vollständige Entbündelung beim Conseil d'Etat, dem obersten französischen Verwaltungsgericht, angefochten (Verfahren Nr. 247.866) und reichte seine vollständige Klagebegründung am 16. Dezember 2002 ein. Die derzeitigen Entbündelungstarife hängen daher von der Prüfung durch den Verwaltungsrichter ab, was zu einer gewissen Unsicherheit führt.

nachgelassen, sondern steigerte seine Verkäufe und beschloss wie mehrere andere Mitbewerber, ab Oktober 2002 gratis Modems anzubieten. Im Gegensatz zu den Erklärungen von Wanadoo Interactive stellte Club Internet/T-Online France am Ende dieses Zeitraums keine große Bedrohung dar.⁴⁶⁸ Ende 2002 sank der Marktanteil von Wanadoo Interactive auf [60-70]* %, aber kein Wettbewerber konnte trotz sehr umfangreicher Marketingmaßnahmen mehr als 9 % des Marktes für sich gewinnen. Im ersten Quartal 2003 war die Fête de l'Internet von verstärkten Marketingbemühungen der Wettbewerber geprägt. Am 31. März 2003 lag der Marktanteil von Wanadoo Interactive bei fast [60-70]* %. Einem einzigen Wettbewerber gelang es, seinen Anteil auf etwas mehr als 10 % zu steigern. Trotz des Vorstoßes dieses Wettbewerbers, dessen Kundenstock weiterhin weniger als ein Viertel desjenigen von Wanadoo Interactive ausmachte, war der Wettbewerb zersplittert. Von August 2002 bis März 2003 verbuchte Wanadoo Interactive noch [40-50]* % des Marktwachstums für sich und lag somit weit vor seinem stärksten Wettbewerber.

388. Es ist schwierig, die mittelfristige Entwicklung der Marktanteile anhand der Tendenzen abzuschätzen, die in den Monaten direkt nach dem Missbrauch beobachtet wurden. Selbst unter sehr vorsichtigen Annahmen für das Wachstum von Wanadoo Interactive und optimistischen Annahmen für seine unmittelbaren Wettbewerber scheinen diese jedoch kaum eine Chance zu haben, Wanadoo Interactive einzuholen, da kein anderes Unternehmen so viele neue Kunden gewinnt wie das beherrschende Unternehmen.⁴⁶⁹

389. Das wahrscheinlichste Szenario ist daher, dass der Marktanteil von Wanadoo Interactive auf Dauer um [50-60]* % betragen wird. Wenn das Wachstum der Wettbewerber auch mittelfristig zu einer gewissen Verringerung der Marktanteile von Wanadoo Interactive bei Breitband-Internetzugängen führen kann, ist nicht auszuschließen, dass den Wettbewerbern schon jetzt ein Aufholen unmöglich ist und dass die Marktmacht von Wanadoo Interactive dank des Vorteils aus der Zeit des beanstandeten Missbrauchs dauerhaft abgesichert ist. Unter Berücksichtigung des Wachstumspotenzials auf diesem Markt in den kommenden Jahren ist es jedoch wahrscheinlich, dass die Auswirkungen der von Wanadoo bis Ende 2002 verfolgten Strategie nicht irreversibel sind. Einerseits wird der Großteil der Kunden, die Wanadoo im maßgeblichen Zeitraum gewonnen hat, voraussichtlich dauerhaft bei diesem Anbieter bleiben. Andererseits ist es wahrscheinlich, dass sich die neuen Teilnehmer ausgewogener auf die verschiedenen Anbieter verteilen, sofern Wanadoo Interactive von einer neuerlichen Festlegung nicht kostendeckender Preise Abstand nimmt.

390. Weiterhin behauptet Wanadoo Interactive, dass es letztlich kaum wichtig zu wissen sei, ob seine Wettbewerber einmal eine ausreichende Größe erreichen würden,

⁴⁶⁸ In Randnummer 16 seiner Antwort vom 23. Oktober 2002 schreibt Wanadoo Interactive T-Online zu, dass es 2003 einen Anteil von [...] % am Breitbandmarkt erreichen will. Liest man jedoch den Zeitungsartikel, dem Wanadoo Interactive ein gekürztes Zitat entnommen hat (S. 6246 der Akte), scheint T-Online France für Ende 2003 bloß vorherzusagen, dass die Breitband-Internetzugänge 35 % aller Internetzugänge ausmachen werden, ohne dass es auf seine eigenen Ziele für die Marktdurchdringung Bezug nimmt. Das angeführte Zitat ist somit belanglos.

⁴⁶⁹ Wenn sich die Wachstumstrends (insgesamt und für jeden einzelnen Anbieter), die im Zeitraum September 2002-März 2003 beobachtet wurden, bis Ende 2004 fortsetzen und es zu keinen Zusammenschlüssen unter den Wettbewerbern kommt, wird der Marktanteil von Wanadoo Interactive dann bei [40-50]* % liegen und mehr [...] % so groß sein wie der des stärksten Wettbewerbers, während alle anderen Anbieter nicht über 9 % hinauskommen.

um mit Wanadoo Interactive gleichzuziehen, sondern vielmehr darauf ankommt festzustellen, ob seine Wettbewerber in der Lage seien, einen Wettbewerbsdruck auf sein Verhalten auszuüben.

391. Grundsätzlich kann man dem Argument von Wanadoo Interactive nicht zustimmen, dass dem Ziel des unverfälschten Wettbewerbs zuwiderläuft, das in Artikel 3 Buchstabe g) EG-Vertrag festgelegt ist. Ungeachtet aller Erwägungen in Verbindung mit dem Schutz der Interessen der im Gemeinsamen Markt niedergelassenen Unternehmen ist die Kommission außerdem der Meinung, dass es vom Standpunkt des Gemeinwohls aus keineswegs belanglos ist, ob die Wettbewerber nie in der Lage sein werden, den Marktanteil von Wanadoo Interactive einzuholen, umso mehr als die Auswirkungen der auf dem gegenständlichen Markt erzielten Stellung auch damit zusammenhängende Märkte und Einnahmen erfassen, wie zum Beispiel die Online-Werbung, den Verkauf von Inhalten und den elektronischen Handel.

F. AUSWIRKUNGEN AUF DEN HANDEL ZWISCHEN MITGLIEDSTAATEN

392. Die von Wanadoo Interactive angewandte Politik der Verdrängungspreise führte dazu, dass der Zugang zum Privatkundenmarkt für Breitband-Internetzugänge schwierig, ja sogar unmöglich wurde. Unter diesen Bedingungen konnten die Internetzugangsanbieter aus anderen Mitgliedstaaten nur schwer im Bereich der Breitband-Internetzugänge in Frankreich tätig werden, ohne größere Verluste in Kauf nehmen zu müssen. Außerdem waren die Bedingungen für die Entwicklung dieses Marktes geeignet, Wanadoo Interactive auf damit zusammenhängenden Märkten im Bereich der Werbung und des elektronischen Handels zu begünstigen. Das Verhalten von Wanadoo Interactive hat sich auf die Wettbewerbsstruktur im Binnenmarkt ausgewirkt.⁴⁷⁰ Somit konnte auch der Handel zwischen Mitgliedstaaten davon beeinträchtigt werden.⁴⁷¹

G. ARTIKEL 3 DER VERORDNUNG NR. 17

393. Gemäß Artikel 3 der Verordnung Nr. 17 kann die Kommission, wenn sie auf Antrag oder von Amts wegen eine Zuwiderhandlung gegen Artikel 82 EG-Vertrag feststellt, die beteiligten Unternehmen durch Entscheidung verpflichten, die festgestellte Zuwiderhandlung abzustellen.

394. Obwohl gewisse Elemente darauf hindeuten, dass die fraglichen Produkte seit Oktober 2002 zu Preisen verkauft werden, die über den Kosten liegen, obliegt es der

⁴⁷⁰ Siehe Urteil in der Rechtssache United Brands, a.a.O., Randnummer 201, und Urteil des Gerichtshofs vom 25. Oktober 1979 in der Rechtssache 22/79, Greenwich Film Production/SACEM, Slg. 1979, S. 3275, Randnummer 11.

⁴⁷¹ Siehe die Urteile des Gerichtshofs vom 30. Juni 1966 in der Rechtssache 56/65, Société Technique Minière/Maschinenbau Ulm GmbH (MBU), Slg. 1966, S. 281 und insbesondere S. 303; vom 21. Januar 1999 in den verbundenen Rechtssachen C-215/96 und C-216/96, Carlo Bagnasco u. a., Slg. 1999, I-135, Randnummer 47; vom 19. Februar 2002 in der Rechtssache C-35/99, Arduino, Slg. 2002, I-1529, Randnummer 33, und vom 19. Februar 2002 in der Rechtssache C-309/99, Wouters, Slg. 2002, I-1577, Randnummer 95 mit anderen Verweisen; siehe auch das Urteil des Gerichts erster Instanz vom 6. April 1995 in der Rechtssache T-143/89, Ferriere Nord SpA/Kommission, Slg. 1995, II-917, Randnummer 20.

Kommission, alles zu unternehmen, um sicherzustellen, dass Wanadoo Interactive tatsächlich seine Verdrängungspolitik auf dem Markt für Breitband-Internetzugänge endgültig aufgegeben hat und in Zukunft von einer derartigen Verhaltensweise Abstand nehmen wird.⁴⁷²

395. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die [...] * Abteilung Ende März 2002 — also obwohl Wanadoo Interactive wusste, dass die Kommission im Dezember davor ein Verfahren gegen das Unternehmen wegen der Verdrängungspreise eingeleitet hatte — ein Szenario für die erneute Festlegung von nicht kostendeckenden Preisen prüfte.⁴⁷³ Dieses Szenario sah [...] *⁴⁷⁴ vor, [...] *⁴⁷⁵ [...] *⁴⁷⁶. Die Wiederaufnahme derartiger Verhaltensweisen zur Festsetzung von Preisen unterhalb der Kosten würde die Verbesserung der Wettbewerbssituation ernsthaft gefährden, die am Ende des Missbrauchs im Herbst 2002 beobachtet wurde. Unter diesen Umständen erachtet es die Kommission als zweckdienlich, eine Entscheidung anzunehmen.⁴⁷⁷

H. ARTIKEL 15 DER VERORDNUNG NR. 17

396. Kraft Artikel 15 Absatz 2 der Verordnung Nr. 17 kann die Kommission gegen Unternehmen durch Entscheidung Geldbußen in Höhe von bis zu zehn Prozent des im letzten Geschäftsjahr erzielten Umsatzes festsetzen, wenn ein Unternehmen vorsätzlich oder fahrlässig gegen die Bestimmungen von Artikel 82 EG-Vertrag verstoßen hat.

397. Der Wissensstand von Wanadoo Interactive über die anfallenden Kosten, wie sie insbesondere aus den Geschäftsplänen für die betreffenden Dienste hervorgehen, beweist hinreichend, dass sich das Unternehmen aufgrund des Umfangs seiner Strategie für die Kundenakquisition der kurzfristigen Auswirkungen seiner Preise auf die Rentabilität voll und ganz bewusst war. Die interne Dokumentation des Unternehmens belegt ferner, dass ihm die rechtlichen Risiken in Verbindung mit dem Verkauf zu nicht kostendeckenden Preisen nicht unbekannt waren. So wusste das Unternehmen, dass sein Verhalten zu einer Verfälschung des Wettbewerbs auf dem Gemeinsamen Markt führen konnte. Die Zuwiderhandlung wurde somit vorsätzlich begangen.⁴⁷⁸ Bei der Bestimmung der Höhe der Geldbuße muss die Kommission gemäß Artikel 15 Absatz 2 der Verordnung Nr. 17 die Schwere und Dauer des Verstoßes sowie eventuelle erschwerende oder mildernde Umstände in Übereinstimmung mit den Leitlinien für das Verfahren zur Festsetzung von Geldbußen, die gemäß Artikel 15 Absatz 2 der Verordnung Nr. 17 und gemäß Artikel 65 Absatz 5 EGKS-Vertrag festgesetzt werden⁴⁷⁹ (im Folgenden: "Leitlinien"), berücksichtigen.

⁴⁷² Urteil des Gerichtshofs vom 2. März 1983 in der Rechtssache 7/82, GVL/Kommission, Slg. 1983, S. 502, Randnummer 24 f. Urteil des Gerichts erster Instanz vom 6. Juli 2000 in der Rechtssache T-62/98, Volkswagen AG/Kommission, Slg. 2000, II-2707, Randnummer 199.

⁴⁷³ [...] * (S. 3534 ff der Akte).

⁴⁷⁴ [...] *

⁴⁷⁵ [...] *

⁴⁷⁶ [...] *

⁴⁷⁷ Siehe Entscheidung der Kommission in der Sache Deutsche Post AG, a.a.O., Randnummer 48.

⁴⁷⁸ Urteil des Gerichtshofes vom 8. Februar 1990 in der Rechtssache C-279/87, Tipp-Ex/Kommission, Slg. 1990, I-261, und Urteil des Gerichts Erster Instanz in der Rechtssache BPB Industries Plc und British Gypsum Ltd, a.a.O., Randnummer 165.

⁴⁷⁹ ABl. C 9 vom 14.1.1998, S. 3.

1. Schwere des Verstoßes

398. Bei der Ermittlung der Schwere des Verstoßes sind seine Art, seine konkreten Auswirkungen auf den Markt und der Umfang des betreffenden geografischen Marktes zu berücksichtigen.

1. Art des Verstoßes

399. Bei der Bestimmung der Schwere des Verstoßes beabsichtigt die Kommission, der Tatsache Rechnung zu tragen, dass der Verstoß vorsätzlich auf die Vereinnahmung eines in voller Entwicklung befindlichen Marktes abzielte, der bei der Verwirklichung der Informationsgesellschaft eine sehr bedeutende Rolle spielt. Die Praxis des Verdrängungswettbewerbs, bei dem ein marktbeherrschendes Unternehmen seine Produkte zu nicht kostendeckenden Preisen verkauft, ist vom Gerichtshof und von der Kommission mehrfach mit Geldbußen belegt worden.

2. Auswirkungen auf den Markt

400. Während des gegenständlichen Zeitraums stieg der Anteil des Unternehmens am Privatkundenmarkt für Breitband-Internetzugänge von [40-50]* % auf [70-80]* %. Ein Wettbewerber wurde ausgeschaltet, die Marktanteile mehrere Wettbewerber sind sehr stark gesunken und die der anderen verbleibenden Wettbewerber sind sehr langsam gestiegen oder stagnierten auf einem vernachlässigbaren Niveau.⁴⁸⁰ Obwohl nicht erwiesen ist, dass die auf dem Markt beobachteten Entwicklungen ausschließlich dem Wanadoo Interactive angelasteten Verhalten zuzuschreiben ist, führte die von Wanadoo Interactive verfolgte Verdrängungspreispolitik eindeutig zu negativen Auswirkungen auf den Wettbewerb.

401. Die Folgen des Verstoßes werden durch den Zeitpunkt, zu dem er eintrat, verstärkt, da er mit einem Zeitraum starker Nachfrage nach Breitband-Internetzugängen zusammenfiel. Die ersten Angebote für Breitbandzugänge über Kabelmodem sind zwar schon während des Jahres 1997 in Frankreich eingeführt worden, aber die Bedingungen auf dem Privatkundenmarkt wurden Ende 1999 durch die Vermarktung von ADSL-Lösungen für den Breitbandzugang tief greifend verändert. Zur Zeit des Verstoßes kam es zu einem Aufschwung der ADSL-Dienste in Frankreich, und gleichzeitig versuchten alternative Telekommunikationsanbieter, über die Entbündelung der Teilnehmeranschlüsse technische Lösungen umzusetzen, die das Zugangsnetz der France Télécom ersetzen können.⁴⁸¹ Der Verstoß hat die Marktstruktur tief greifend beeinflusst.

3. Umfang des betreffenden geografischen Marktes

402. Die wettbewerbsfeindlichen Auswirkungen der fraglichen Verhaltensweise erstrecken sich auf einen ganzen Mitgliedstaat, nämlich Frankreich.

⁴⁸⁰ Siehe Abschnitt II.E.

⁴⁸¹ Die Verordnung (EG) Nr. 2887/2000 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Dezember 2000 über den entbündelten Zugang zum Teilnehmeranschluss (ABl. L 336 vom 30.12.2000, S. 4-8) trat in Frankreich und in allen anderen Mitgliedstaaten am 1. Januar 2001 in Kraft.

4. Schlussfolgerungen zur Schwere des Verstoßes

403. Die fragliche Verhaltensweise stellt einen Verstoß mit deutlich wettbewerbsfeindlicher Dimension in einem Sektor dar, der für die Entwicklung der Informationsgesellschaft als strategisch bedeutend erachtet wird. Sie spiegelt die Umsetzung eines Plans zur Vereinnahmung eines neuen Markts mit großem Potenzial in einer wichtigen Phase seiner Entwicklung wider. Durch sein Wesen und seine Auswirkungen auf den Markt in einem ganzen Mitgliedstaat entspricht das fragliche Verhalten einem schweren Verstoß.
404. Aus diesen Gründen ist der Ausgangsbetrag für die Bestimmung der Geldbuße auf der Grundlage der Schwere des Verstoßes auf 4 Mio. EUR festzulegen.

3. Dauer des Verstoßes

405. Wanadoo Interactive meint, dass der Verstoß — sollte tatsächlich ein Verstoß vorliegen — Ende März 2001 begann, als die Vermarktung des Produkts eXtense in großem Maßstab anlief, und im Monat August 2001 endete, ab dem das Unternehmen seine nach der Methode der Kommission aufgeschlüsselten variablen Kosten knapp deckte. Wanadoo behauptet somit, dass der Zeitraum des Verkaufs unterhalb der Kosten nicht länger dauerte als vier Monate und daher zu kurz war, um spürbare Auswirkungen auf die Struktur des Marktes zu haben.
406. Die Kommission schickt voran, dass Wanadoo Interactive vor dem Jahr 2001 seinen Dienst Wanadoo ADSL über ein Jahr lang mit Verlusten verkauft hatte. In den Monaten Januar und Februar 2001 steigerte Wanadoo Interactive dann die Zahl seiner Kunden mit Breitbandzugängen doppelt so rasch wie im Jahr 2000. Allein die Ankündigung der Vermarktung der Pack eXtense führte zu sofortigen Auswirkungen auf den Markt, insbesondere auf den Auftragseingang beim Unternehmen Mangoosta.⁴⁸² Obwohl diese Verkäufe vor allem ab Januar 2001 bestimmte Elemente eines Verstoßes aufweisen könnten, erachtet es die Kommission in Anbetracht der Merkmale des Marktes⁴⁸³ im fraglichen Zeitraum nicht als zweckdienlich, in dieser Hinsicht einen Verstoß festzustellen. Die Kommission ist der Ansicht, dass der Missbrauch schon im ersten Quartal 2001 begann. Der Beginn der Zuwiderhandlungen wird daher auf den 1. März 2001 festgesetzt.
407. In Anbetracht der Absicht, den Markt zu vereinnahmen, die sich in einer Strategie zur Verdrängung der Wettbewerber niederschlug, erachtet es die Kommission im Einklang mit der einschlägigen Rechtsprechung als notwendig, den Deckungsgrad der variablen Kosten bis einschließlich August 2001 und den der

⁴⁸² Siehe die Darstellung des Vertreters des Konkursverwalters von Mangoosta bei der Anhörung vom 18. März 2002, in der die Auswirkungen erläutert wurden, die die Einführung des Dienstes eXtense auf die Anzahl der Kontakte und widerrufenen Bestellungen bei diesem Anbieter von der 44. Woche des Jahres 2000 bis zur 11. Woche des Jahres 2001 hatte (S. 1493 und 1494 der Akte). Der Vertreter von Mangoosta beschrieb die Folgen der bloßen Ankündigung über die Einführung des Pack eXtense auf seinen Entwicklungsplan. Abgesehen von den geschäftlichen Folgen, die in einem sofortigen Einbruch der bei Mangoosta einlangenden Bestellungen bestanden, habe die Umsetzung der Geschäftsstrategie von Wanadoo Interactive zum Abbruch der Verhandlungen zwischen dem Unternehmen und seinen Gläubigern geführt und so seinen Fortbestand stark gefährdet.

⁴⁸³ Der Markt umfasste im Jahr 2000 weniger als 200 000 Kunden und wuchs relativ langsam. Außerdem hat Wanadoo Interactive erst seit März 2001 mit Beginn seiner landesweiten Kampagne zur Einführung des Pack eXtense Noos deutlich hinter sich zurück gelassen.

Vollkosten nach August 2001 zu prüfen. In diesem Zusammenhang scheint der Missbrauch am 15. Oktober 2002 geendet zu haben, als die von France Télécom im März 2002 vorgeschlagene Abhilfemaßnahme in Kraft trat.

408. Die Kommission gelangt zu dem Schluss, dass sich der Verstoß über insgesamt 19,5 Monate erstreckte. Somit liegt ein Verstoß von mittellanger Dauer. Gemäß den Leitlinien hält die Kommission daher eine Erhöhung des Ausgangsbetrags um 15 % für den Dauer der Zuwiderhandlung von März 2002 bis Oktober 2002 für angemessen.

409. Daraus ergibt sich für die Geldbuße ein Grundbetrag von 10,35 Mio. EUR.

4. Mildernde oder erschwerende Umstände

410. Wanadoo Interactive beantragte, dass ihm keine Geldbuße auferlegt werde, da der angewandte Standard für die Kosten von der bisherigen gemeinschaftlichen Rechtsprechung abweiche. Die Kommission vertritt die Ansicht, dass es keine Veranlassung zu dieser Bemerkung gibt. Die von der Kommission herangezogene Methode ist nicht neu, denn sie stützt sich auf das Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache Akzo. In Anwendung der im Akzo-Urteil festgelegten Prüfmethode hat die Kommission lediglich die Kosten für die Kundenakquisition auf einen Zeitraum verteilt, der nahe bei der durchschnittlichen Vertragsdauer liegt. Diese Anpassung, die durch die Umstände im vorliegenden Fall begründet ist, ist für Wanadoo Interactive im Übrigen günstiger als die Befunde, zu denen man bei einer rein buchhalterischen, mehr mit der bestehenden Entscheidungspraxis im Einklang stehenden Analyse gelangt wäre.⁴⁸⁴

411. Die Bedeutung der Anpassungen der Großhandelspreise durch die France Télécom im Sommer 2002 kann nicht als mildernder Umstand gewertet werden. Der Umfang der Bemühungen, die France Télécom in Bezug auf seine Großhandelstarife unternahm, ist auf das Zusammenwirken der Maßnahmen der nationalen und gemeinschaftlichen Regulierungs- und Wettbewerbsbehörden und nicht auf irgendeine freiwillige Entscheidung ihrerseits zurückzuführen. Außerdem hat die France Télécom die neuen Entbündelungstarife, die eine bedeutende Rolle bei der Verbesserung der Wettbewerbssituation spielen, vor den nationalen Gerichten angefochten.

412. Wanadoo Interactive führte schließlich als mildernde Umstände seine Offenheit und umfassende Kooperation während des gegenständlichen Verfahrens an. Die Kommission stellt hingegen fest, dass das Unternehmen lediglich die Verpflichtung zur Erteilung von Auskünften an die Kommission gemäß Verordnung Nr. 17 auf normale Weise erfüllte.

413. Die Kommission gelangt somit zu dem Schluss, dass im vorliegenden Fall keine mildernden oder erschwerenden Umstände vorliegen.

414. Daher ist der Betrag der Geldbuße gemäß Artikel 15 Absatz 2 Buchstabe a) der Verordnung Nr. 17 auf 10,35 Mio. EUR festzusetzen.

⁴⁸⁴ Siehe Abschnitt I.F.1.

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Von März 2001 bis Oktober 2002 hat das Unternehmen Wanadoo Interactive gegen Artikel 82 EG-Vertrag verstoßen, indem es im Rahmen einer Strategie zur Vereinnahmung des gerade im Entstehen begriffenen Marktes für Breitband-Internetzugänge für seine Dienste eXtense und Wanadoo ADSL Verdrängungspreise festlegte, mit denen es bis August 2001 seine variablen Kosten und ab August 2001 seine Vollkosten nicht decken konnte.

Artikel 2

Wanadoo Interactive stellt den in Artikel 1 genannten Verstoß endgültig ab, wenn dies nicht schon geschehen ist. Es nimmt im Rahmen seiner in Artikel 1 genannten ADSL-Dienste von jeglichem Verhalten Abstand, das den gleichen oder einen ähnlichen Zweck oder die gleiche oder eine ähnliche Wirkung haben könnte wie der Verstoß.

Artikel 3

Wanadoo Interactive legt der Kommission am Ende jedes Geschäftsjahres bis einschließlich des Geschäftsjahres 2006 die Ergebnisrechnung für seine diversen ADSL-Aktivitäten vor, in der die buchhalterischen Erlöse, die Betriebskosten und die Aufwendungen für die Kundenakquisition angeführt werden.

Artikel 4

Wegen des in Artikel 1 genannten Verstoßes wird Wanadoo Interactive eine Geldbuße in Höhe von 10,35 Mio. EUR auferlegt.
Diese Geldbuße ist innerhalb von drei Monaten nach Erhalt der Verständigung über diese Entscheidung in Euro auf das Bankkonto Nr. 001-3953713-69 (IBAN: BE 71 0013 9537 1369; SWIFT-Code: GEBABEBB) der Kommission der Europäischen Gemeinschaften bei der Fortis Banque, Rue Montage du Parc 3, B-1000 Brüssel, zu zahlen.
Nach Ablauf dieser Frist sind automatisch Verzugszinsen fällig. Hierfür gilt der Zinssatz, den die Europäische Zentralbank für Hauptrefinanzierungsgeschäfte berechnet. Stichtag ist der erste Arbeitstag des Monats, in dem die Entscheidung erging. Hinzu kommt ein Aufschlag von 3,5 Prozentpunkten. Insgesamt ergeben sich somit 5,6 %.

Artikel 5

Diese Entscheidung ist an das Unternehmen Wanadoo Interactive, 48, rue Camille Desmoulins, F-92792 Issy les Moulinaux Cedex, gerichtet.
Diese Entscheidung ist ein vollstreckbarer Titel nach Artikel 256 EG-Vertrag.

Brüssel, den ...

Für die Kommission

[...]

Mitglied der Kommission

ANHÄNGE

- Anhang 1: Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Deckungsgrad vom 8. Januar bis zum 31. Juli 2001 (tatsächlicher Wert)
- Anhang 2: Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Deckungsgrad vom 1. Januar bis zum 31. Juli 2001 (tatsächlicher Wert)
- Anhang 3: Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Deckungsgrad vom 1. August bis zum 15. Oktober 2001 (tatsächlicher Wert)
- Anhang 4: Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Deckungsgrad vom 1. August bis zum 15. Oktober 2001 (tatsächlicher Wert)
- Anhang 5: Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Deckungsgrad vom 15. Oktober 2001 bis zum 15. Februar 2002 (tatsächlicher Wert)
- Anhang 6: Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Deckungsgrad vom 15. Oktober 2001 bis zum 15. Februar 2002 (tatsächlicher Wert)
- Anhang 7: Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Deckungsgrad vom 15. Februar bis zum 30. September 2002 (tatsächlicher Wert)
- Anhang 8: Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Deckungsgrad vom 15. Februar bis zum 30. September 2002 (tatsächlicher Wert)
- Anhang 9: Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Im zweiten Halbjahr 2001 vorhersehbarer Deckungsgrad, ausschließlich für neue Teilnehmer
- Anhang 10: Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Im zweiten Halbjahr 2001 vorhersehbarer Deckungsgrad, ausschließlich für neue Teilnehmer
- Anhang 11: Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Im Zeitraum Januar-März 2002 vorhersehbarer Deckungsgrad
- Anhang 12: Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Im Zeitraum Januar-März 2002 vorhersehbarer Deckungsgrad
- Anhang 13: Vollkosten: reale Zahlen für 2001
- Anhang 14: Vollkosten: Schätzungen für 2002
- Anhang 15: Zusammenfassung der Indikatoren für die Deckung der Kosten
- Anhang 16: Berechnung des Umsatzes mit eXtense und Wanadoo ADSL von August 2001 bis Juni 2002
- Anhang 17: Kosten der Bandbreite für den IP-Verkehr, der von France Télécom von September 2001 bis Juni 2002 in Rechnung gestellt wurde
- Anhang 18: Bewertung der Kosten der internationalen Anbindung von Februar bis Juni 2002
- Anhang 19: Geschäftspläne für 2001
- Anhang 20: Schätzung der Entwicklung des Deckungsbeitrags zu den kumulierten direkten Kosten für die Dienste eXtense und Wanadoo ADSL vom Januar 2001 bis zum Dezember 2002
- Anhang 21: Werbeausgaben und Anstieg der Teilnehmerzahl
- Anhang 22: Werbe- und Verkaufsförderungsausgaben von Wanadoo Interactive und seiner Wettbewerber für Produkte mit hohen Bandbreiten (512 kbit/s)
- Anhang 23: Vergleich der Kunden von Noos, Club Internet und Wanadoo Interactive mit Breitbandanschlüssen von Dezember 1999 bis März 2001
- Anhang 24: Vergleich der angebotenen Breitband- und Schmalbandzugänge

- Anhang 25: Austauschbarkeit von Breitband- und Schmalbandzugängen
Anhang 26: Entwicklung der Zuwachsraten bei Wanadoo und seinen Mitbewerbern

ANHANG 1 - Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Deckungsgrad vom 8. Januar bis zum
31. Juli 2001 (tatsächlicher Wert)

Bezeichnung der Kosten	Betrag in FRF	
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*	Bei dieser Zahl ist [...] * berücksichtigt. [...]*
Kosten von IP/ADSL 1	[...]*	
Entschädigung [...]*	[...]*	
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*	
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*	
Summe der monatlich wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	Auf der Grundlage von [...] *% neuen Teilnehmern und [...] * % Umsteigern
Kosten der Inbetriebnahme	[...]*	
Kosten des Pack eXtense	[...]*	Gewichtete mittlere Kosten einerseits für den Zeitraum Januar-Juni und andererseits für den Monat Juli
Werbung	[...]*	
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	

Monatliche Erlöse

Endverbraucherpreis des Pack eXtense exkl. Steuern	249
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*

ANHANG 2 - Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Deckungsgrad vom 1. Januar bis zum
31. Juli 2001 (tatsächlicher Wert)

Bezeichnung der Kosten	Betrag in FRF	
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*	Bei dieser Zahl ist [...]* berücksichtigt.
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*	
Entschädigung [...]*	[...]*	Von Wanadoo Interactive am 4. April 2002 angegebene Zahl.
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*	Schriftliche Gegenäußerung vom 4. März 2002, Anhang 1, S. 8.
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	
Kosten der Sets	[...]*	
Werbung	[...]*	
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	

Durchschnittliche monatliche Erlöse

Endverbraucherpreis von Wanadoo ADSL	113
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*

ANHANG 3 - Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Deckungsgrad vom 1. August bis zum 15. Oktober 2001 (tatsächlicher Wert)

3.1. GESAMTHEIT DES KUMULIERTEN TEILNEHMERBESTANDS

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	Betrag in €	Betrag in FRF	
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*	[...]*	Siehe Berechnung in Anhang 17.
Kosten von IP/ADSL 1	[...]*	[...]*	
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*	[...]*	Unter Annahme eines Verbrauchs von [...]* x der für den Routing-Dienst in Rechnung gestellten Datentransfermenge.
Entschädigung [...]*	[...]*	[...]*	Unter Anwendung der Hypothese von Wanadoo. Von Wanadoo auf der Sitzung vom 4. April 2002 angegebene Zahl.
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*	[...]*	
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*	
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	[...]*	Der Anteil der Umsteiger betrug in diesem Zeitraum [...]* %.
Kosten der Inbetriebnahme	[...]*	[...]*	
Kosten des Pack eXtense	[...]*	[...]*	Gewichteter Mittelwert.
Werbung	[...]*	[...]*	
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	[...]*	

Monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von eXtense exkl. Steuern	[...]*	[...]*	Berücksichtigung der Umsatzeinbußen (vgl. Anhang 16).
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*	[...]*	
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*	

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*

3.2. NEUE TEILNEHMER SEIT BEGINN DES ZEITRAUMS

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	Betrag in €	Betrag in FRF	
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*	[...]*	
Kosten von IP/ADSL 1	[...]*	[...]*	
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*	[...]*	
Entschädigung [...]*	[...]*	[...]*	
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*	[...]*	
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*	
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	[...]*	Schriftliche Gegenäußerung vom 23. Oktober 2002.
Kosten der Inbetriebnahme	[...]*	[...]*	
Kosten des Pack eXtense	[...]*	[...]*	
Verkaufsförderung	[...]*	[...]*	
Werbung	[...]*	[...]*	
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	[...]*	

Monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von eXtense exkl. Steuern	[...]*	[...]*	Berücksichtigung der Umsatzeinbußen (vgl. Anhang 16).
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*	[...]*	
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*	

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
--------------------------------------	--------	--------

ANHANG 3 - Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Deckungsgrad vom 1. August bis zum 15. Oktober 2001 (tatsächlicher Wert)

Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*

ANHANG 4 - Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Deckungsgrad vom 1. August bis zum
15. Oktober 2001 (tatsächlicher Wert)

4.1. GESAMTHEIT DES KUMULIERTEN TEILNEHMERBESTANDS

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	Betrag in €	Betrag in FRF	
Nationaler und regionaler Routing-Dienst Kosten der internationalen Anbindung	[...]*	[...]*	Siehe Berechnung in Anhang 17. Unter Annahme eines Verbrauchs von [...]* x der für den Routing-Dienst in Rechnung gestellten Datentransfermenge.
Entschädigung [...]*	[...]*	[...]*	
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*	[...]*	
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*	
Bezahlung der Verkaufsstellen Kosten der Sets und Packs Werbung	[...]*	[...]*	Präsentation von Wanadoo für die Kommission vom 4. April 2002. Gewichteter Mittelwert ab Beginn 2001.
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	[...]*	

Durchschnittliche monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von Wanadoo ADSL	[...]*	[...]*	Berücksichtigung der Umsatzeinbußen (vgl. Anhang 16).
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*	[...]*	
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*	
Deckung der wiederkehrenden Kosten durch wiederkehrende Erlöse	[...]*	[...]*	

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*

4.2. NEUE TEILNEHMER SEIT BEGINN DES ZEITRAUMS

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	Betrag in €	Betrag in FRF
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	[...]*
Kosten der Sets und Packs	[...]*	[...]*
Werbung	[...]*	[...]*
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	[...]*

Durchschnittliche monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von Wanadoo ADSL	[...]*	[...]*
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*

ANHANG 5 - Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Deckungsgrad vom 15. Oktober 2001 bis zum 15. Februar 2002 (tatsächlicher Wert)

5.1. GESAMTHEIT DES KUMULIERTEN TEILNEHMERBESTANDS

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	in €	in FRF	
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*	[...]*	Siehe Anhang 17.
Kosten von IP/ADSL 1	[...]*	[...]*	
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*	[...]*	Internationale Bandbreite von [...]* kbit/s.
Entschädigung [...]*	[...]*	[...]*	
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*	[...]*	
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*	
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	[...]*	Gewichteter Mittelwert unter Berücksichtigung des Kostenerlasses ab 15.10.
Kosten der Inbetriebnahme	[...]*	[...]*	
Rückzahlung und Gutschein	[...]*	[...]*	Aufteilung der Verkaufsförderung auf den Teilnehmerbestand vom 15.2.2002.
Kosten des Pack eXtense	[...]*	[...]*	Gewichteter Mittelwert für die Kosten des Pack ab Beginn 2001.
Werbung	[...]*	[...]*	Laut der Antwort von Wanadoo vom 18.4.2002.
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	[...]*	

Monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von eXtense exkl. Steuern	[...]*	[...]*	Berücksichtigung der Umsatzeinbußen (vgl. Anhang 16).
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*	[...]*	
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*	
Deckung der wiederkehrenden Kosten durch wiederkehrende Erlöse	[...]*	[...]*	

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*

5.2. NEUE TEILNEHMER SEIT BEGINN DES ZEITRAUMS

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	in €	in FRF	
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*	
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	[...]*	Erlass der Zugangsgebühren vom 15.10 bis zum 15.2.
Kosten der Inbetriebnahme	[...]*	[...]*	
Rückzahlung und Gutschein	[...]*	[...]*	Betriebskosten für neue Teilnehmer.
Kosten des Pack eXtense	[...]*	[...]*	Gewichtung Oktober-Dezember 2001/Januar-Februar 2002.
Werbung	[...]*	[...]*	
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	[...]*	

Monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von eXtense exkl. Steuern	[...]*	[...]*	Berücksichtigung der Umsatzeinbußen (vgl. Anhang 16).
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*	[...]*	
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*	

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*

ANHANG 6 - Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Deckungsgrad vom 15. Oktober 2001
bis zum 15. Februar 2002 (tatsächlicher Wert)

6.1. GESAMTHEIT DES KUMULIERTEN TEILNEHMERBESTANDS

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	Betrag in €	Betrag in FRF
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*	[...]*
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*	[...]*
Entschädigung [...]*	[...]*	[...]*
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*	[...]*
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	[...]*
Kosten der Sets und Packs	[...]*	[...]*
Werbung	[...]*	[...]*
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	[...]*

Siehe Anhang 17.
Internationale Bandbreite von [...]* kbit/s.

Gewichteter Mittelwert ab Beginn 2001.

Durchschnittliche monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von Wanadoo ADSL	[...]*	[...]*
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*
Deckung der wiederkehrenden Kosten durch wiederkehrende Erlöse	[...]*	[...]*

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*

6.2. NEUE TEILNEHMER SEIT BEGINN DES ZEITRAUMS

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	Betrag in €	Betrag in FRF
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*	[...]*
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*	[...]*
Entschädigung [...]*	[...]*	[...]*
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*	[...]*
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	[...]*
Kosten der Sets und Packs	[...]*	[...]*
Werbung	[...]*	[...]*
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	[...]*

Gewichteter Mittelwert ab Oktober 2001.

Durchschnittliche monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von Wanadoo ADSL	[...]*	[...]*
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*
Deckung der wiederkehrenden Kosten durch wiederkehrende Erlöse	[...]*	[...]*

Berücksichtigung der Umsatzeinbußen (vgl. Anhang 16).

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*	[...]*

ANHANG 7 - Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Deckungsgrad vom 15. Februar bis zum 30. September 2002 (tatsächlicher Wert)

7.1. GESAMTHEIT DES KUMULIERTEN TEILNEHMERBESTANDS

Bezeichnung der Kosten	Betrag in €	
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*	Siehe Anhang 17.
Kosten von IP/ADSL 1	[...]*	
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*	Siehe Anhang 18.
Entschädigung [...]*	[...]*	
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*	
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	
Kosten der Inbetriebnahme	[...]*	Gewichtung der Kosten im Jahr 2001 und für die 2002 neu gewonnenen Teilnehmer.
Verkaufsförderung für eXtense Ende 2001 und März-Sept. 2002	[...]*	Aufteilung der 2001 und 2002 erfassten Kosten auf den gesamten Teilnehmerbestand.
Kosten des Pack eXtense	[...]*	Gewichtete mittlere Kosten für den gesamten Teilnehmerbestand.
Werbung	[...]*	
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	Gewichtung der Ausgaben für 2001 und der Ausgaben bis 30.9.2002.

Monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von eXtense exkl. Steuern	[...]*	Berücksichtigung der Umsatzeinbußen (vgl. Anhang 16).
Erlöse aus Portalen	[...]*	
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*	

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*

7.2. NEUE TEILNEHMER SEIT BEGINN DES ZEITRAUMS

Bezeichnung der Kosten	Betrag in €	
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*	Siehe Anhang 17.
Kosten von IP/ADSL 1	[...]*	
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*	Siehe Anhang 18.
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*	
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*	
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*	
Kosten der Inbetriebnahme	[...]*	Wiederaufnahme der Zugangsgebühren ab 15. Februar 2002.
Rückzahlung von 45 EUR	[...]*	
Rückzahlung von 75 EUR und 150 EUR	[...]*	
Werbung	[...]*	
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*	

Monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von eXtense exkl. Steuern	[...]*	Berücksichtigung der Umsatzeinbußen (vgl. Anhang 16).
Erlöse aus Portalen	[...]*	
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*	

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*

ANHANG 7 - Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Deckungsgrad vom 15. Februar bis zum 30. September 2002 (tatsächlicher Wert)

Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*
---	--------

ANHANG 8 - Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Deckungsgrad vom 15. Februar bis zum 30. September 2002 (tatsächlicher Wert)

8.1. GESAMTHEIT DES KUMULIERTEN TEILNEHMERBESTANDS

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	Betrag in €
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*
Entschädigung [...]*	[...]*
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*
Verkaufsförderung	[...]*
Kosten der Sets und Packs	[...]*
Werbung	[...]*
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*

Aufteilung der Verkaufsförderung vom Frühling 2002 auf den Teilnehmerbestand per 30.9.2002.
Gewichteter Mittelwert ab Anfang 2001.
Gewichtung der Ausgaben 2001 mit den voraussichtlichen Werten für 2002.

Durchschnittliche monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von Wanadoo ADSL	[...]*
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*

Berücksichtigung der Umsatzeinbußen (vgl. Anhang 16).

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*

8.2. NEUE TEILNEHMER SEIT BEGINN DES ZEITRAUMS

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	Betrag in €
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*
Zwei Gratis-Monate	[...]*
Rückzahlung von 45 €	[...]*
Kosten der Sets und Packs	[...]*
Werbung	[...]*
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*

Antwort vom 24.12.2002, gewichteter Mittelwert.
Präsentation von Wanadoo vom 4. April 2002.

Durchschnittliche monatliche Erlöse

Monatliche Erlöse pro Einheit von Wanadoo ADSL	[...]*
Erlöse aus Zugriffsquoten und Werbung	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*
Deckung der wiederkehrenden Kosten durch wiederkehrende Erlöse	[...]*

Berücksichtigung der Umsatzeinbußen (vgl. Anhang 16).

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*

ANHANG 9 - Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Im zweiten Halbjahr 2001
vorhersehbarer Deckungsgrad, ausschließlich für neue Teilnehmer

Bezeichnung der Kosten	Betrag in €
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*
Kosten von IP/ADSL 1	[...]*
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*
Kosten der Inbetriebnahme	[...]*
Kosten des Pack eXtense	[...]*
Werbung	[...]*
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*

Der Anteil der Umsteiger betrug in diesem Zeitraum [...]* %.

Im zweiten Halbjahr 2001 vorhergesehene Kosten.
Siehe oben.

Monatliche Erlöse

Endverbraucherpreis des Pack eXtense exkl. Steuern	37,98
Erlöse aus Portalen	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*

Annahme aus dem Budget 2001.

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*

ANHANG 10 - Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Im zweiten Halbjahr 2001
vorhersehbarer Deckungsgrad, ausschließlich für neue Teilnehmer

<i>Bezeichnung der Kosten</i>	Betrag in €
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*
Kosten der Sets und Packs	[...]*
Werbung	[...]*
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*

Laut der Präsentation für die Kommission vom 4. April 2002.

Laut der Präsentation für die Kommission vom 4. April 2002.

Durchschnittliche monatliche Erlöse

Endverbraucherpreis von Wanadoo ADSL	17,2
Erlöse aus Portalen	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*

Annahme aus dem Budget 2001.

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*

ANHANG 11 - Aufgeschlüsselte variable Kosten des Dienstes eXtense: Im Zeitraum Januar-März 2002
vorhersehbarer Deckungsgrad

Bezeichnung der Kosten	Betrag in €
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*
Kosten von IP/ADSL 1	[...]*
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*
Kosten der Inbetriebnahme	[...]*
Kosten des Pack eXtense	[...]*
Werbung	[...]*
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*

Unter Annahme von [...]* €/Mbit/s (Präsentation von Wanadoo am 4.4.2002).

Monatliche Erlöse

Endverbraucherpreis des Pack eXtense exkl. Steuern	37,98
Erlöse aus Portalen	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*

ANHANG 12 - Aufgeschlüsselte variable Kosten von Wanadoo ADSL: Im Zeitraum Januar-März 2002
vorhersehbarer Deckungsgrad

Bezeichnung der Kosten	Betrag in €
Nationaler und regionaler Routing-Dienst	[...]*
Kosten der internationalen Anbindung	[...]*
Kosten der Kundenverwaltung	[...]*
Summe der wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Bezahlung der Verkaufsstellen	[...]*
Kosten der Sets und Packs	[...]*
Werbung	[...]*
Direkte Kosten der Kundenakquisition	[...]*

Durchschnittliche monatliche Erlöse

Endverbraucherpreis von Wanadoo ADSL	17,2
Erlöse aus Portalen	[...]*
Summe der monatlichen Erlöse	[...]*

Abschreibung der einmaligen Kosten über vier Jahre

Summe der wiederkehrenden variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden variablen Kosten	[...]*
Summe der variablen Kosten pro Monat	[...]*
Deckungsbeitrag zu den gesamten variablen Kosten	[...]*
Deckung der wiederkehrenden variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*
Deckung der variablen Kosten durch die monatlichen Erlöse	[...]*

ANHANG 13 - Vollkosten: reale Zahlen für 2001

13.1. Im Herbst 2001 durchgeführte Überprüfung des Budgets

(Quelle: Wanadoo Interactive, [...]*)

	2001	
	eXtense	Wanadoo ADSL
ARPU (durchschnittlicher Erlös pro Nutzer)	[...]*	[...]*
Netzkosten	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den Netzkosten	[...]*	[...]*
Sonstige Produktionskosten	[...]*	[...]*
Bruttodeckungsbeitrag zu den Produktionskosten	[...]*	[...]*
Auf 48 Monate aufgeschlüsselte Akquisitionskosten	[...]*	[...]*
Aufgeschlüsselter Nettodeckungsbeitrag pro Einheit und Monat	[...]*	[...]*
Deckungsgrad für die Vollkosten	[...]*	[...]*

Anmerkung: In der Spalte "Wanadoo ADSL" werden die Produkte Wanadoo ADSL 1 und Wanadoo Pro zusammengefasst. Daher ist die angegebene Teilnehmerzahl höher als die theoretische Teilnehmerzahl von Wanadoo ADSL.

13.2. Finanzielle Beurteilung der Angebote 2001: reale Zahlen für August-Dezember 2001 (aufgeschlüsselt)

(laut dem Dokument, das Wanadoo Interactive der Kommission am 4. April 2002 übermittelte)

	eXtense	Wanadoo ADSL
Nominelle Erlöse aus Anschlüssen	[...]*	[...]*
Netzkosten	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den Netzkosten	[...]*	[...]*
Sonstige Produktionskosten	[...]*	[...]*
Bruttodeckungsbeitrag zu den Produktionskosten	[...]*	[...]*
Auf 48 Monate aufgeschlüsselte Akquisitionskosten	[...]*	[...]*
Aufgeschlüsselter Nettodeckungsbeitrag pro Einheit und Monat	[...]*	[...]*
Deckungsgrad für die Vollkosten	[...]*	[...]*

In dieser Aufstellung wurden die Struktur- und Gemeinkosten bei den Vollkosten berücksichtigt.

Die in Anhang 16 angeführten Umsatzeinbußen wurden bei eXtense ausgehend von der Annahme berücksichtigt, dass die Einbußen bei eXtense doppelt so hoch sind wie bei Wanadoo ADSL.

14.1. Im Herbst 2001 erstellte Budgetprognose für 2002

(Quelle: Wanadoo Interactive, [...]*)

	2002	
	eXtense	Wanadoo ADSL
ARPU (durchschnittlicher Erlös pro Nutzer)	[...]*	[...]*
Netzkosten	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den Netzkosten	[...]*	[...]*
Sonstige Produktionskosten	[...]*	[...]*
Bruttodeckungsbeitrag zu den Produktionskosten	[...]*	[...]*
Auf 48 Monate aufgeschlüsselte Akquisitionskosten	[...]*	[...]*
Aufgeschlüsselter Nettodeckungsbeitrag pro Einheit und Monat	[...]*	[...]*
Deckungsgrad für die Vollkosten	[...]*	[...]*

Damals für das Budget verwendete Annahmen:

- 1) Rückgang der Kosten für das Routing des IP-Verkehrs auf [...] * im Jahr 2002
- 2) gleichbleibende Zugangskosten für Netissimo 1
- 3) Verrechnung der Zugangsgebühr an den Endkunden und nicht an Wanadoo Interactive

14.2. Geschäftspläne 2002 (nach Inkrafttreten der neuen Tarife von France Télécom)

(laut dem Dokument, das Wanadoo Interactive der Kommission am 4. April 2002 übermittelte)

	eXtense	Wanadoo ADSL
Nominelle Erlöse aus Anschlüssen	[...]*	[...]*
Netzkosten	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den Netzkosten	[...]*	[...]*
Sonstige Produktionskosten	[...]*	[...]*
Bruttodeckungsbeitrag zu den Produktionskosten	[...]*	[...]*
Auf 48 Monate aufgeschlüsselte Akquisitionskosten	[...]*	[...]*
Aufgeschlüsselter Nettodeckungsbeitrag pro Einheit und Monat	[...]*	[...]*
Deckungsgrad	[...]*	[...]*

In dieser Aufstellung wurden die Strukturkosten bei den Vollkosten berücksichtigt.

Der reale Deckungsbeitrag wird hier zweifellos zu hoch geschätzt, da Umsatzeinbußen im Verhältnis zu den nominellen Anschlussenerlösen nicht berücksichtigt werden.

Annahmen 2002 :

- 1) Senkung des Tarifs für das Routing des IP/ADSL-Verkehrs um [...] * %
- 2) Senkung des Tarifs für die internationale Anbindung um [...] * %
- 3) gleichbleibende Kosten für das Zugangsnetz in Höhe von [...] * Euro
- 4) Zugangsgebühren zu Lasten von Wanadoo Interactive

14.3. Deckung der aufgeschlüsselten Vollkosten im Zeitraum Februar-Juni 2002: Gesamtheit des kumulierten Teilnehmerbestands

ANHANG 14 - Vollkosten: Schätzungen für 2002

(laut dem Dokument über die Zielvorgaben, das Wanadoo Interactive der Kommission am 4. April 2002 übermittelte)

	eXtense	Wanadoo ADSL
Reale Erlöse aus Anschlüssen	[...]*	[...]*
Netzkosten	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den Netzkosten	[...]*	[...]*
Sonstige Produktionskosten	[...]*	[...]*
Bruttodeckungsbeitrag zu den Produktionskosten	[...]*	[...]*
Auf 48 Monate aufgeschlüsselte Akquisitionskosten	[...]*	[...]*
Aufgeschlüsselter Nettodeckungsbeitrag pro Einheit und Monat	[...]*	[...]*
Deckungsgrad	[...]*	[...]*

In dieser Auswertung wurden die für Tabelle 3 verwendeten Annahmen berichtigt, wobei für die Kosten des Routing-Dienstes monatlich [...]* Euro statt [...]* Euro pro Teilnehmer berücksichtigt wurden. Bei den Akquisitionskosten wurden die entsprechenden Kosten für die 2001 und 2002 neu gewonnenen Teilnehmer anhand ihres Anteils am Teilnehmerbestand per 30.6.2002 gewichtet. Die Bewertung der Akquisitionskosten des Jahres 2002 erfolgt auf der Grundlage der Schätzungen, die das Unternehmen am 4. April 2002 vorlegte, und der Informationen über die Kosten von Werbe- und Verkaufsförderungskampagnen im ersten Halbjahr 2002 gemäß den Angaben des Unternehmens.

Vom theoretischen Umsatzes wurden die Umsatzeinbußen abgezogen, die nicht durch das Ansteigen der Teilnehmerzahl erklärt werden (siehe Anhang 16).

14.4. Deckung der aufgeschlüsselten Vollkosten im Zeitraum Februar-Juni 2002: ausschließlich für ab dem 15. Februar neu gewonnene Teilnehmer

(laut dem Dokument über die Zielvorgaben, das Wanadoo Interactive der Kommission am 4. April 2002 übermittelte)

	eXtense	Wanadoo ADSL
Reale Erlöse aus Anschlüssen	[...]*	[...]*
Netzkosten	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag zu den Netzkosten	[...]*	[...]*
Sonstige Produktionskosten	[...]*	[...]*
Bruttodeckungsbeitrag zu den Produktionskosten	[...]*	[...]*
Auf 48 Monate aufgeschlüsselte Akquisitionskosten	[...]*	[...]*
Aufgeschlüsselter Nettodeckungsbeitrag pro Einheit und Monat	[...]*	[...]*
Deckungsgrad	[...]*	[...]*

Diese Auswertung unterscheidet sich von der Tabelle 14.3 nur durch die Akquisitionskosten, die keine Gewichtung für die 2001 gewonnenen Teilnehmer mehr enthalten.

Vom theoretischen Umsatz wurden die Umsatzeinbußen abgezogen, die nicht durch das Ansteigen der Teilnehmerzahl erklärt werden (siehe Anhang 16).

15.1. GESAMTHEIT DES KUMULIERTEN TEILNEHMERBESTANDS

<i>Deckung der aufgeschlüsselten variablen Kosten</i>	eXtense		Wanadoo ADSL		Gewichteter Mittelwert
	Umsatz	Deckungsgrad	Umsatz	Deckungsgrad	
August-15. Oktober 2001	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
15. Oktober 2001-15. Februar 2002	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
15. Februar 2002- 30. September 2002	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

<i>Deckung der aufgeschlüsselten Vollkosten</i>	eXtense		Wanadoo ADSL		Gewichteter Mittelwert
	Umsatz	Deckungsgrad	Umsatz	Deckungsgrad	
August-Dezember 2001	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Januar-Juni 2002	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

Anmerkung

Für den Zeitraum August-Dezember 2001 kann man im Buchhaltungssystem von Wanadoo Interactive die Erlöse von Wanadoo ADSL 1 nicht eindeutig ermitteln. Daher wurde für diese Monate vom theoretischen Ertrag ausgegangen, der erzielt würde, wenn der durchschnittliche Erlös pro Teilnehmer dem theoretischen Ertrag eines Anschlusses entspräche.

Die theoretischen Erlöse aus dem Teilnehmerbestand werden folgendermaßen berechnet:

	Teilnehmerzahl Ende	Durchschnittliche Teilnehmerzahl	Theoretischer Erlös
Juli	[...]*		
August	[...]*	[...]*	[...]*
September	[...]*	[...]*	[...]*
Oktober	[...]*	[...]*	[...]*
November	[...]*	[...]*	[...]*
Dezember	[...]*	[...]*	[...]*

15.2. NUR DIE IM JEWEILIGEN ZEITRAUM NEU GEWONNENEN TEILNEHMER

Die Gewichtung erfolgt nach der Bedeutung der einzelnen Produkte für das *Umsatzwachstum* im jeweiligen Zeitraum.

<i>Deckung der aufgeschlüsselten variablen Kosten</i>	eXtense		Wanadoo ADSL		Gewichteter Mittelwert
	Δ Umsatz	Deckungsgrad	Δ Umsatz	Deckungsgrad	
August-Oktober 2001	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Oktober 2001-Februar 2002	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Februar 2002-Sept. 2002	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

15.3. EX ANTE VORHERSEHBARE WERTE, AUSSCHLIESSLICH NEUE TEILNEHMER

<i>Deckung der aufgeschlüsselten variablen Kosten</i>	eXtense		Wanadoo ADSL		Gewichteter Mittelwert
	Δ Umsatz	Deckungsgrad	Δ Umsatz	Deckungsgrad	
August-Dezember 2001	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Erstes Halbjahr 2002*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

* Vor Inkrafttreten der neuen Großhandelsstarife von France Télécom

ANHANG 15 - Zusammenfassung der Indikatoren für die Deckung der Kosten

Es wird davon ausgegangen, dass Wanadoo Interactive das Verbot der Vermarktung des Pack eXtense (27. Februar 2002) für den Anfang des ersten Halbjahres 2002 nicht vorhersehen konnte und daher einen Anstieg der Erlöse für die beiden Dienste in einem vergleichbaren Ausmaß wie im vorhergehenden Zeitraum erwartete.

16.1. eXtense

	août-01			sept-01			Oktober 2001		
	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz
Teilnehmerzahl zu Monatsbeginn	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Neue Teilnehmer	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Umsteiger zu eXtense	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Umsteiger zu anderen Produkten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Kündigungen	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Insgesamt			[...]*			[...]*			[...]*
Mittelwert des Monats	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*
Buchhalterischer Umsatz in 1 000 EUR			[...]*			[...]*			[...]*
Durchschnittlicher buchhalterischer Umsatz			[...]*			[...]*			[...]*
Differenz zwischen berechnetem und buchhalterischem Mittelwert			[...]*			[...]*			[...]*
	nov-01			déc-01			janv-02		
	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz
Teilnehmerzahl zu Monatsbeginn	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Neue Teilnehmer	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Umsteiger zu eXtense	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Umsteiger zu anderen Produkten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Kündigungen	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Insgesamt			[...]*			[...]*			[...]*
Mittelwert des Monats	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*
Buchhalterischer Umsatz in 1 000 EUR			[...]*			[...]*			[...]*
Durchschnittlicher buchhalterischer Umsatz			[...]*			[...]*			[...]*
Differenz zwischen berechnetem und buchhalterischem Mittelwert			[...]*			[...]*			[...]*
	févr-02			mars 02			avril 02		
	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz
Teilnehmerzahl zu Monatsbeginn	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Neue Teilnehmer	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Umsteiger zu eXtense	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Umsteiger zu anderen Produkten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Kündigungen	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Insgesamt			[...]*			[...]*			[...]*
Mittelwert des Monats	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*
Buchhalterischer Umsatz in 1 000 EUR			[...]*			[...]*			[...]*
Durchschnittlicher buchhalterischer Umsatz			[...]*			[...]*			[...]*
Differenz zwischen berechnetem und buchhalterischem Mittelwert			[...]*			[...]*			[...]*
	mai-02			juin 02					
	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz			
Teilnehmerzahl zu Monatsbeginn	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*			
Neue Teilnehmer	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*			
Umsteiger zu eXtense	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*			
Umsteiger zu anderen Produkten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*			
Kündigungen	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*			
Insgesamt			[...]*			[...]*			
Mittelwert des Monats	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*			
Buchhalterischer Umsatz in 1 000 EUR			[...]*			[...]*			
Durchschnittlicher buchhalterischer Umsatz			[...]*			[...]*			
Differenz zwischen berechnetem und buchhalterischem Mittelwert			[...]*			[...]*			

ANHANG 16 - Berechnung des Umsatzes mit eXtense und Wanadoo ADSL von August 2001 bis Juni 2002

Mittlere Abweichung Aug.-Okt. 2001	[...]* EUR
Mittlere Abweichung Okt. 2001-Jan. 2002	[...]* EUR
Mittlere Abweichung Aug.-Dez. 2001	[...]* EUR
Mittlere Abweichung Feb.-Juni 2002	[...]* EUR

16.2. WANADOO ADSL

	janv-02			févr-02			mars 02		
	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz
Teilnehmerzahl zu Monatsbeginn	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Neue Teilnehmer	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Umsteiger zu Wanadoo ADSL	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Umsteiger zu anderen Produkten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Kündigungen	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Insgesamt			[...]*			[...]*			[...]*
Mittelwert des Monats	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*
Buchhalterischer Umsatz in 1 000 EUR			[...]*			[...]*			[...]*
Durchschnittlicher buchhalterischer Umsatz			[...]*			[...]*			[...]*
Differenz zwischen berechnetem und buchhalterischem Mittelwert			[...]*			[...]*			[...]*

	avril 02			mai-02			juin 02		
	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz	Teilnehmer	Koef.	Umsatz
Teilnehmerzahl zu Monatsbeginn	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	v	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Neue Teilnehmer	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Umsteiger zu Wanadoo ADSL	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Umsteiger zu anderen Produkten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Kündigungen	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Insgesamt			[...]*			[...]*			[...]*
Mittelwert des Monats	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*	[...]*		[...]*
Buchhalterischer Umsatz in 1 000 EUR			[...]*			[...]*			[...]*
Durchschnittlicher buchhalterischer Umsatz			[...]*			[...]*			[...]*
Differenz zwischen berechnetem und buchhalterischem Mittelwert			[...]*			[...]*			[...]*

Mittlere Abweichung Februar-Juni 2002	[...]* EUR
Mittlere Abweichung Januar-Juni 2002	[...]* EUR

Anmerkung: In die Umsätze für die Monate März bis Juni wurden [...]* einbezogen.

ANHANG 17 - Kosten der Bandbreite für den IP-Verkehr, der von France Télécom von September 2001 bis Juni 2002 in Rechnung gestellt wurde

Quellen:

Verkehrsdaten von France Télécom (E-Mails von [...] mit Anlagen vom 3. Mai und 21. November 2002).
 Daten über den durchschnittlichen Teilnehmerbestand wurden den von Wanadoo Interactive übermittelten Informationen entnommen.

	Erfasste Nutzer online bei Netissimo 1 in Paris	Erfasste Nutzer online bei Netissimo 1 auf dem Land	Kosten für Nutzer in Paris	Kosten für Nutzer auf dem Land	Kosten insgesamt	Durchschnittl. Gesamtzahl der Nutzer	Durchschnittl. Kosten pro Nutzer	Durchschnittl. Verkehr pro Nutzer	Verbindungsrate
sept-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
oct-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
nov-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
déc-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
janv-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
févr-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
mars-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
avr-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
mai-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
juin-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

Durchschnittliche Kosten pro Nutzer	Gewichteter Mittelwert September-Oktober 2001	[...]*
	Gewichteter Mittelwert Oktober 2001-Februar 2002	[...]*
	Gewichteter Mittelwert Februar-Juni 2002	[...]*

Durchschnittlicher Verkehr pro Nutzer	Gewichteter Mittelwert September-Oktober 2001	[...]*
	Gewichteter Mittelwert Oktober 2001-Februar 2002	[...]*
	Gewichteter Mittelwert Februar-Juni 2002	[...]*

ANHANG 18 - Bewertung der Kosten der internationalen Anbindung von Februar bis Juni 2002

France Télécom hat die ADSL-Verkehrsströme ab April 2002 genau gemessen, wobei nur der Verkehr vom Typ Netissimo 1 ermittelt wurde.

Für den Zeitraum vom 15. Februar bis zum 31. März 2002 wird davon ausgegangen, dass der internationale Verkehr [...] % des von France Télécom in Rechnung gestellten ADSL-Routing-Verkehrs entspricht. [...] von France Télécom in Rechnung gestellte theoretische Verkehr, der in Anhang 17 nachvollzogen wird.

Für den Zeitraum vom 31. März bis zum 30. Juni werden Daten herangezogen, die France Télécom in der Antwort vom 20.12.2002 übermittelte.

Zur Berechnung des Mittelwerts wird der Verkehr anhand der durchschnittlichen Zahl der ADSL-Nutzer gewichtet.

	Verkehr	Durchschnittliche Teilnehmerzahl
févr-02	[...]*	[...]*
mars-02	[...]*	[...]*
avr-02	[...]*	[...]*
mai-02	[...]*	[...]*
juin-02	[...]*	[...]*
Gewichteter Mittelwert		[...]*
Durchschnittliche Kosten		[...]*

ANHANG 19 - Geschäftspläne für 2001

ANNAHMEN VOM SOMMER 2000: im Zusammenhang mit der Gestaltung des Preises für das Pack eXtense untersuchte Szenarien

*Kombination der Szenarien für die zu Beginn des Sommers 2000 vorgesehenen Preise des Anschlusses und des Pack
(Quelle: Wanadoo Interactive)*

Preis des Anschlusses	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Preis des Pack	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Diskontierungssatz	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Nettgegenwertwert 2000-2003	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Teildeckung	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Volldeckung	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

Simulation eines Szenarios, das im Juli 2000 nicht explizit vorgesehen wurde: Preise von [...]* auf der Grundlage der zu Beginn des Sommers 2000 geltenden Kosten

	2000	2001	2002	2003	Kumuliert
Gesamterlöse	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Produktionskosten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Akquisitionskosten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Nettodeckungsbeitrag	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Diskontierter Nettodeckungsbeitrag	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

Bei der von der Kommission in dieser Tabelle angewandten Methode werden die Zahlen aus der Simulation von Wanadoo mit Preisen von [...]* FRF je Anschluss und von [...]* FRF je Pack folgendermaßen bereinigt: auf die durchschnittliche Teilnehmerzahl wurde eine Veränderung des Anschlusserslöses, durch die er auf [...]* FRF monatlich zurückgeht, und auf "Δ Teilnehmerzahl" wurde eine Verringerung der Akquisitionskosten um [...]* FRF pro neuem Kunden angewandt. Es wird davon ausgegangen, dass der Anschlusspreis während des ganzen Zeitraums unverändert [...]* FRF inkl. Steuern beträgt.

FINANZIELLE BEURTEILUNG DER ANGEBOTE, BUDGET 2001

(Quelle: Wanadoo Interactive, Budget 2001, [...]*)

Zahlen pro ADSL-Einheit, in FRF je Teilnehmer

ARPU / Monat	[...]*
Produktionskosten	[...]*
Bruttodeckungsbeitrag/Einheit und Monat	[...]*
Akquisitionskosten, auf 48 Monate aufgeteilt	[...]*
Nettodeckungsbeitrag/Einheit und Monat	[...]*

Gesamtzahlen für ADSL, in Mio. FRF

Umsatz	[...]*
Produktionskosten	[...]*
Jährlicher Bruttodeckungsbeitrag	[...]*
Akquisitionskosten	[...]*
Jährlicher Nettodeckungsbeitrag	[...]*

Annahmen zu den Anschlusspreisen:

[...]*

Annahmen zu den Kosten:

[...]*

[...]*

FINANZIELLE BEURTEILUNG DER ANGEBOTE, BUDGET 2001

(Quelle: Wanadoo Interactive, Budget 2001, **endgültige Version** vom 20.2.2001)

Zahlen pro ADSL-Einheit, in FRF je Teilnehmer

ARPU / Monat	[...]*
Produktionskosten	[...]*
Bruttodeckungsbeitrag/Einheit und Monat	[...]*
Akquisitionskosten, auf 48 Monate aufgeteilt	[...]*
Nettodeckungsbeitrag/Einheit und Monat	[...]*

Gesamtzahlen für ADSL, in Mio. FRF

Umsatz	[...]*
Produktionskosten	[...]*
Jährlicher Bruttodeckungsbeitrag	[...]*
Akquisitionskosten	[...]*
Jährlicher Nettodeckungsbeitrag	[...]*

Annahmen zu den Anschlusspreisen:

[...]*

Annahmen zu den Kosten:

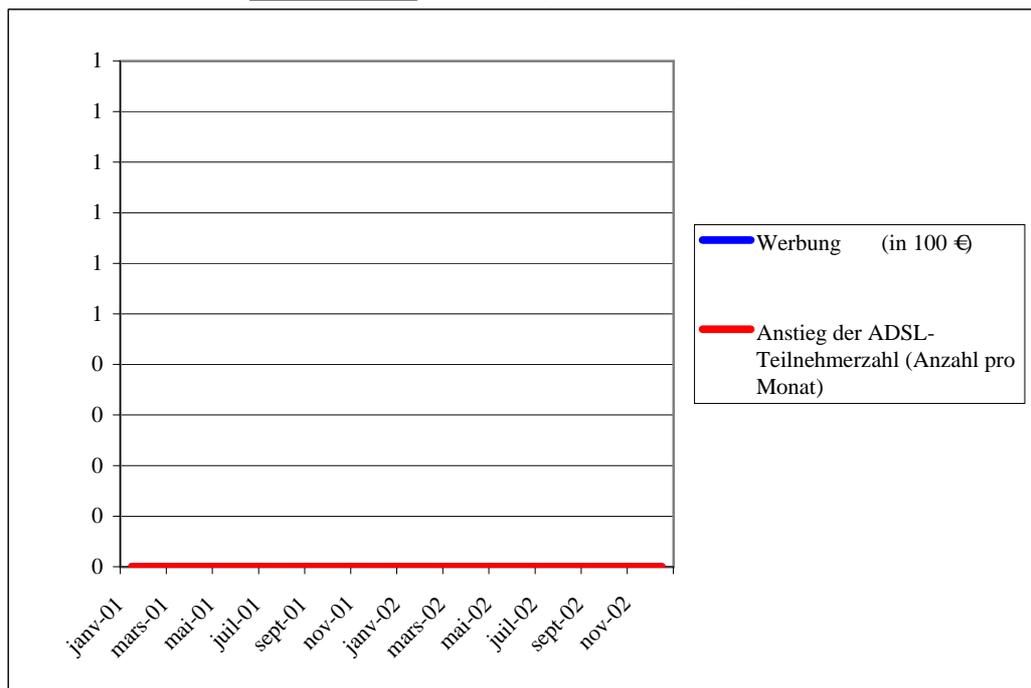
[...]*

[...]*

[...]*

ANHANG 21 - Werbeausgaben und Anstieg der Teilnehmerzahl

	Werbung (in 100 €)	Anstieg der ADSL- Teilnehmerzahl (Anzahl pro Monat)
janv-01	[...]*	[...]*
févr-01	[...]*	[...]*
mars-01	[...]*	[...]*
avr-01	[...]*	[...]*
mai-01	[...]*	[...]*
juin-01	[...]*	[...]*
juil-01	[...]*	[...]*
août-01	[...]*	[...]*
sept-01	[...]*	[...]*
oct-01	[...]*	[...]*
nov-01	[...]*	[...]*
déc-01	[...]*	[...]*
janv-02	[...]*	[...]*
févr-02	[...]*	[...]*
mars-02	[...]*	[...]*
avr-02	[...]*	[...]*
mai-02	[...]*	[...]*
juin-02	[...]*	[...]*
juil-02	[...]*	[...]*
août-02	[...]*	[...]*
sept-02	[...]*	[...]*
oct-02	[...]*	[...]*
nov-02	[...]*	[...]*
déc-02	[...]*	[...]*



Die monatlichen Aufwendungen für Werbung sowie Werbe- und Marketingmaßnahmen wurden anhand der Antworten bewertet, die Wanadoo Interactive am 13. November und 5. Dezember 2001 sowie am 15. März, 18. April und 6. Dezember 2002 übermittelte.

ANHANG 21 - Werbeausgaben und Anstieg der Teilnehmerzahl

	Werbung (in 100 €) x_i	Anstieg der ADSL- Teilnehmer- zahl (Anzahl pro Monat) y_i	$x_i - X$	$y_i - Y$	$(x_i - X)(y_i - Y)$	$(x_i - X)^2$	$(y_i - Y)^2$
janv-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
févr-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
mars-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
avr-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
mai-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
juin-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
juil-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
août-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
sept-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
oct-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
nov-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
déc-01	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
janv-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
févr-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
mars-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
avr-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
mai-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
juin-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
juil-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
août-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
sept-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
oct-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
nov-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
déc-02	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
<i>Mittelwert</i>	[...]*	[...]*					
Summe					[...]*	[...]*	[...]*

X und Y sind die Mittelwerte von x_i und y_i

x_i und y_i geben die Werte an, die im Zeitraum Januar 2001-Dezember 2002 für x und y verzeichnet wurden.

Bestimmung der linearen Korrelation

Linearer Korrelationskoeffizient:

Graphik: Anstieg der Teilnehmerzahl / Werbung

Lineare Regression nach der Methode der kleinsten Quadrate

ANHANG 21 - Werbeausgaben und Anstieg der Teilnehmerzahl

Die Aufgabe besteht darin, eine Gerade zu finden, bei der die Summe der quadrierten Abstände aller Punkte aus der oben abgebildeten Wolke zu der Geraden möglichst klein ist.

Die Gerade besteht aus Punkten mit den Koordinaten (x,y) mit $y = a \cdot x + b$.

Algebraisch erhält man:

$$a = \text{\#VALUE!}$$
$$b = \text{\#VALUE!}$$

Die Gerade der kleinsten Quadrate wird somit durch folgende Gleichung bestimmt: $y = 1,08 \cdot x + 20\ 242$

ANHANG 22 - Werbe- und Verkaufsförderungsausgaben von Wanadoo Interactive und seiner Wettbewerber
für Produkte mit hohen Bandbreiten (512 kbit/s)

22.1. AUSGABEN DER WETTBEWERBER FÜR WERBUNG UND VERKAUFSFÖRDERUNG

(in 1 000 Euro, wenn nicht anderes angegeben ist)

Aggregierte Daten auf der Grundlage der Antworten von Club Internet, AOL, Tiscali, Easynet, 9Online, Free Net Pratique, NC Numéricâble, UPC France, Noos, Nerim

Der Gratis-Zugang, der von gewissen Wettbewerbern angeboten wird, wurde nicht als Verkaufsförderung erachtet.

	Werbung am Verkaufsort	Werbung	Verkaufsförderung	Summe	Anstieg der Teilnehmerzahl	In € pro Teilnehmer
4. Quartal 2001	185	2.225	829	4.257	20.253	210
1. Halbjahr 2002	1.935	7.095	5.435	14.465	71.342	203
2. Halbjahr 2002	1.275	10.337	16.105	27.717	196.837	141
Zur Information: 2. Halbjahr 2002 ohne Free	Vertraulich*					> 240
Summe für das Jahr 2002	3.210	17.432	21.540	42.182	268.179	157

* Die Angabe von Daten in dieser Zeile würde Rückschlüsse auf die spezifischen Zahlen für Free erlauben.

22.2. AUSGABEN VON WANADOO FÜR WERBUNG UND VERKAUFSFÖRDERUNG

(in 1 000 Euro, wenn nicht anderes angegeben ist)

Ausgaben von Wanadoo Interactive für Werbung/Verkaufsförderung im Jahr 2001		
Werbeausgaben Januar-Okt. 2001	[...]*	Antworten vom 13.11.2001 und 6.12.2002
Verkaufsförderung und Aktionen Januar-Okt. 2001	[...]*	Antworten vom 5.12.2001(Punkt 9) und 7.12.2002
Werbung November 2001	[...]*	Antwort vom 5.12.2001, Punkt 8
Werbeausgaben Dezember 2001	[...]*	Antwort vom 15.3.2002
Werbemaßnahmen Dezember 2001	[...]*	Ibid.
Verkaufsförderung am Ende des Jahres 2001	[...]*	Antwort vom 18.4.2002
Summe 2001	[...]*	
Mittelwert pro neuem Kunden 2001	[...]*	
Ausgaben von Wanadoo Interactive für Werbung/Verkaufsförderung im ersten Halbjahr 2002		
Werbung Januar 2002	[...]*	Antwort vom 15.3.2002
Werbemaßnahmen Januar 2002	[...]*	Ibid.
Werbekampagnen Februar	[...]*	Antwort vom 18.4.2002
Werbemaßnahmen Februar 2002	[...]*	Ibid.
Werbekampagnen März 2002	[...]*	Ibid.
Werbekampagnen April-Juni 2002	[...]*	Antworten vom 1.8.2002 und 6.12.2002
Werbemaßnahmen April-Juni 2002	[...]*	Antworten vom 1.8.2002 und 6.12.2002
Rückzahlung von 45 €Februar-Juni 2002	[...]*	Antwort vom 6.12.2002
Gratis-Monate Wanadoo ADSL 1	[...]*	Antwort vom 6.12.2002
Werbemaßnahmen März	[...]*	Antwort vom 18.4.2002
Summe 1. Halbjahr 2002	[...]*	
Mittelwert pro neuem Kunden im 1. Halbjahr 2002, in €	[...]*	
Ausgaben von Wanadoo Interactive für Werbung/Verkaufsförderung im zweiten Halbjahr 2002		
Kommunikation	[...]*	Antwort vom 6.12.2002
Werbe- und Marketingaktionen	[...]*	Ibid.
Rückzahlung von 75 €	[...]*	Ibid.
Rückzahlung von 150,92 €Studenten	[...]*	Ibid.
Summe 2. Halbjahr 2002	[...]*	
Mittelwert pro neuem Kunden im 2. Halbjahr 2002, in €	[...]*	
Mittelwert Wanadoo insgesamt 2002, in €	[...]*	

22.3. BEURTEILUNG DES WERBE- UND VERKAUFSFÖRDERUNGSaufWANDS IM VERHÄLTNISS ZUM UMSATZ

Jahr 2002	Wettbewerber	Wanadoo
Teilnehmerzahl am 31.12.2001	[...]*	[...]*
Anstieg im 1. Halbjahr	[...]*	[...]*
Anstieg Juli-August 2002	[...]*	[...]*
Anstieg September-Dezember 2002	[...]*	[...]*
Simulation des Umsatzes durch neue Teilnehmer 2002, exkl. Steuern	[...]*	[...]*
Simulation Umsatz 2002, exkl. Steuern	[...]*	[...]*
Werbung/Verkaufsförderung 2002 insgesamt	[...]*	[...]*
Werbung und Verkaufsförderung / D Verkauf 2002	[...]*	[...]*
Werbung und Verkaufsförderung / Gesamtumsatz 2002	[...]*	[...]*

Werbe- und Verkaufsförderungsaufwand von Wanadoo im Verhältnis zum Umsatz 2001:
[...]*

Vereinfachte Annahmen

- Die Teilnehmer des ersten Halbjahres zählten durchschnittlich 9 Monate zu den Kunden.
- Die neuen Teilnehmer von Juli-August 2002 zählten durchschnittlich 5 Monate zu den Kunden.
- Die neuen Kunden von September-Dezember 2002 zählten durchschnittlich 2 Monate zu den Kunden.
- Anschlusspreis von 45 EUR inkl. Steuern für die Wettbewerber von Wanadoo Interactive**
- Wanadoo: Berücksichtigung des tatsächlichen Umsatzes im ersten Halbjahr 2002 und des rechnerisch ermittelten Umsatzes im zweiten Halbjahr

Aufgrund von billigeren Produkten, die nicht in Form eines Pakets vermarktet werden, und des Angebots von Free um 30 Euro, ist der Umsatz bei den Wettbewerbern von Wanadoo zu hoch angesetzt.

Die Angabe aufgeschlüsselter Daten würde allerdings zur Preisgabe von Geschäftsgeheimnissen der Wettbewerber führen.

ANHANG 23 - Vergleich der Kunden von Noos, Club Internet und Wanadoo Interactive mit
Breitbandanschlüssen von Dezember 1999 bis März 2001

		31-déc-99	30-juin-00	30-sept-00	31-déc-00	31-mars-01
Wanadoo Interactive	ADSL-Teilnehmer (A)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
	Kabelteilnehmer (B)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
	Teilnehmer insgesamt (C)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
	Wöchentliche Zunahme (D)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
T-Online France (Club Internet)	Teilnehmer insgesamt (E)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
	Wöchentliche Zunahme (F)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Noos	Teilnehmer insgesamt (G)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
	Wöchentliche Zunahme (H)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Vergleich Wanadoo / T-Online	ADSL (A)/(E)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
	Insgesamt (C)/(E)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
	Zunahme (D)/(F)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Vergleich Wanadoo / Noos	Insgesamt (C)/(G)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
	Zunahme (D)/(H)	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

ANHANG 24 - Vergleich der angebotenen Breitband- und Schmalbandzugänge

Anschlüsse Juni 2001 in €	Breitband für 'Privatkunden' 512	Schmalband Pauschale für 20 h	Schmalband Pauschale für 30 h	Schmalband Pauschale für 40 h	Breitbandanschluss / Schmalband mit höchster Pauschale
Club Internet	44,9	14,8			3,0
AOL			23,6		
Infonie	45,6	15,0		29,0	1,6
Liberty Surf	44,9	14,5			3,1
Mangoosta	59,5				
Netup		10,5		19,7	
Netclic		13,7			
Nerim	65,2				
Noos	57,5				
Oreka		12,0			
UPC	44,0				
9Telecom		12,0			
Worldonline	66,5		22,7		2,9
Wanadoo	45,4	14,9	22,6		2,0
Mittelwert	52,6	13,4	23,0	24,3	2,2

Anschlüsse Mitte Oktober 2002 in €	Breitband für 'Privatkunden' 512	Schmalband Pauschale für 20 h	Schmalband Pauschale für 30 h	Schmalband Pauschale für 40 h	Schmalband Pauschale für 50 h	Schmalband ohne Beschränkung	Breitbandanschluss / Schmalband mit höchster Pauschale
Club Internet	45,00	14,00	19,00				2,4
AOL	44,99	16,90				24,99	1,8
Cario			18,50				
Dixinet	46,00						
Easynet	50,00						
Free	30,00				14,94		
Freesurf	45,00						
Tiscali	44,90	14,48	22,50			24,95	1,8
Nerim	42,46						
Noos	39,00						
Oreka	39,95	12,00					3,3
UPC	43,99						
9Online	45,00	12,00		24,00			1,9
Worldonline	66,53		22,71				2,9
Wanadoo	45,43	15,00		20,00	25,00		1,8
Mittelwert	44,9	14,1	20,7	22,0			2,0

Bei AOL und Cario wurden die Pauschalen für 15 h und 25 h auf die Pauschalen für 20 h bzw. 30 h umgerechnet.

ANHANG 25 - Austauschbarkeit von Breitband- und Schmalbandzugängen

Annahmen für die Reaktion der Nutzer auf Preisänderungen: Erhebung von Novatris.

Annahmen für den Deckungsbeitrag: Deckungsbeitrag zu den wiederkehrenden Kosten von Wanadoo Interactive.

eXtense

Zeiträume ab Januar 2001	Januar- Juli 2001	August- Oktober 2001	November 2001- Februar 2002	Februar- September 2002	Ab Oktober 2002
Einzelhandelspreis exkl. Steuern	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Erhöhung um 10 %	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag pro Einheit zu den variablen Kosten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Zusätzlicher Gewinn	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Verringerung des Gewinns	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Veränderung des Gewinns nach der Erhöhung um 10 %	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

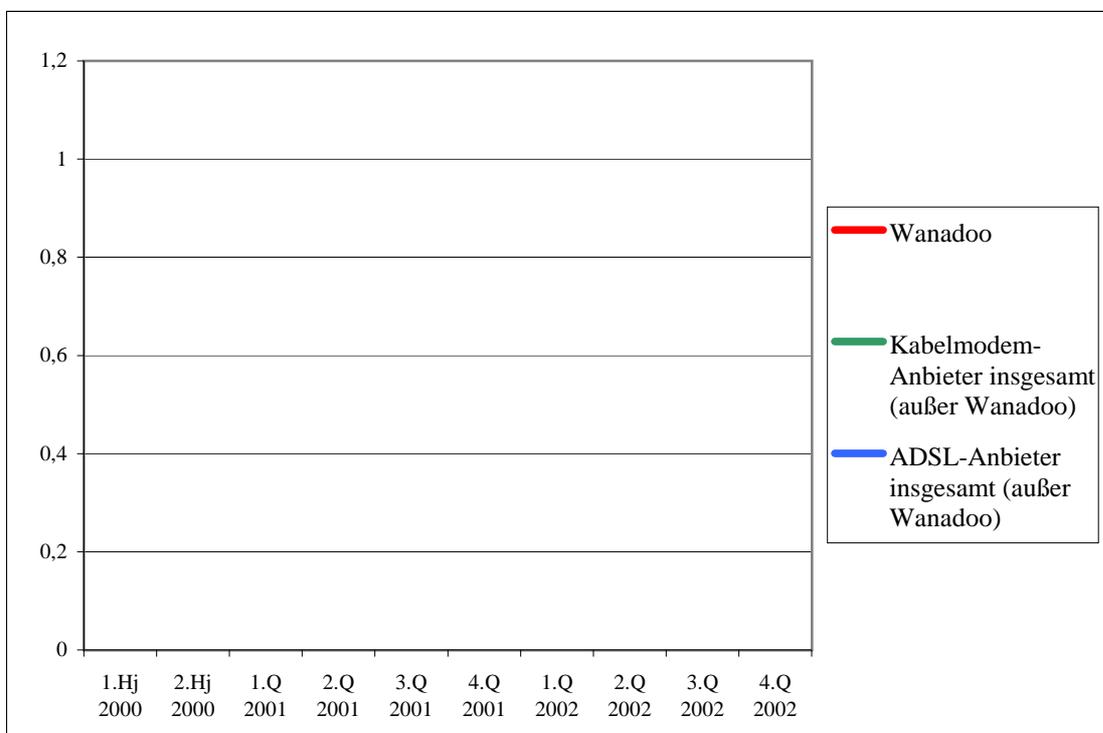
Wanadoo ADSL

Zeiträume ab Januar 2001	Januar- Juli 2001	August- Oktober 2001	November 2001- Februar 2002	Februar- September 2002	Ab Oktober 2002
Einzelhandelspreis exkl. Steuern	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Erhöhung um 10 %	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Deckungsbeitrag pro Einheit zu den variablen Kosten	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Zusätzlicher Gewinn	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Verringerung des Gewinns	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Veränderung des Gewinns nach der Erhöhung um 10 %	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*

Schlussfolgerung: im ganzen Zeitraum ist eine Preiserhöhung um 10 % rentabel und das Ergebnis der Prüfung ist positiv.

ANHANG 26 - Entwicklung der Zuwachsraten bei Wanadoo und seinen Mitbewerbern

	1.Hj 2000	2.Hj 2000	1.Q 2001	2.Q 2001	3.Q 2001	4.Q 2001	1.Q 2002	2.Q 2002	3.Q 2002	4.Q 2002
Wanadoo	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Kabelmodem-Anbieter insgesamt (außer Wanadoo)	771	1.315	1.415	888	280	238	-68	838	375	-329
ADSL-Anbieter insgesamt (außer Wanadoo)	63	131	470	591	299	666	2.847	2.296	1.240	10.270
Gesamtsumme	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Anteil von Wanadoo am Zuwachs	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*



Die Grafik veranschaulicht die Entwicklung des wöchentlichen Anstiegs der Teilnehmerzahl bei Wanadoo einerseits und allen anderen konkurrierenden Kabelmodem- und ADSL-Anbietern andererseits.

Ein Einbruch der Verkaufszahlen der Kabelanbieter ab dem ersten Halbjahr 2001 ist erkennbar. Die Neuanmeldungen bei den Mitbewerbern im ADSL-Bereich steigen erst ab Oktober 2002 (Ende des Verstoßes). Der Rückgang der Verkaufszahlen von Wanadoo im Frühling 2002 ist durch die Auswirkungen erklärbar, die das Verbot der Vermarktung von eXtense in den Verkaufsstellen durch die Entscheidung des Wettbewerbsrats vom Februar 2002 nach sich zog.