Autoriteit
Consument & Markt

Samenvatting besluit misbruik van economische machtspositie door Apple

Hoofdstuk 1 van het besluit van de Autoriteit Consument en Markt op grond van artikel 56 van de Mededingingswet, in samenhang gelezen met artikel 5:32, eerste lid, van de Algemene wet bestuursrecht tot het opleggen van een last onder dwangsom aan Apple Inc. en Apple Distribution International Ltd wegens overtreding van artikel 24 Mededingingswet en artikel 102 van het Verdrag betreffende de Werking van de Europese Unie (VWEU). (besluit met kenmerk ACM/UIT/559984).

Ons kenmerk : ACM/UIT/568580
Zaaknummer : ACM/19/035630
Datum : 24 augustus 2021

1. De Autoriteit Consument en Markt (ACM) legt in dit besluit een last onder dwangsom op aan Apple vanwege het maken van misbruik van haar machtspositie. Apple overtreedt artikel 24 Mededingingswet en artikel 102 van het Verdrag betreffende de Werking van de Europese Unie. Apple maakt misbruik van haar machtspositie door het opleggen van onredelijke (onbillijke) voorwaarden aan datingappaanbieders. De last onder dwangsom verplicht Apple de voorwaarden voor toegang tot de Nederlandse Store Front van de App Store zodanig aan te passen dat datingappaanbieders ook gebruik kunnen maken van een alternatief voor het betaalsysteem van Apple (IAP-dienst). De huidige voorwaarden verbieden dit. Tevens moeten datingappaanbieders de mogelijkheid krijgen om in hun app te verwijzen naar betaalmogelijkheden buiten de app. **[geschorst]**

De App Store van Apple en de onbillijke voorwaarden

2. De App Store van Apple is een digitaal distributieplatform waarop appaanbieders hun apps kunnen aanbieden aan gebruikers van een slim mobiel apparaat van Apple (een iPhone of een iPad). Appaanbieders kunnen met een app onder andere digitale content en diensten binnen de app aanbieden (bijvoorbeeld nieuws, entertainment of datingdiensten), maar ook goederen en diensten buiten de app aanbieden (bijvoorbeeld hotel- of vervoersdiensten). Appaanbieders kunnen binnen en buiten de app hun goederen of diensten gratis of tegen betaling aanbieden. Alle appaanbieders betalen aan Apple jaarlijks 99 USD om gebruik te maken van de App Store.

3. Maar in het geval een appaanbieder binnen de app tegen betaling digitale content of diensten aanbiedt, is hij verplicht om akkoord te gaan met aanvullende contractuele voorwaarden van Apple. Deze voorwaarden verplichten de appaanbieder gebruik te maken van de IAP-dienst van Apple voor het afwikkelen van de betaling. **[geschorst]** Ook is het een appaanbieder niet toegestaan om binnen zijn eigen app op enige wijze te verwijzen naar betaalmogelijkheden buiten de app om, bijvoorbeeld naar alternatieve betalingsmogelijkheden die de appaanbieder op zijn eigen website aanbiedt (*anti-steering*).

4. Door deze voorwaarden worden appaanbieders beperkt in hun keuzevrijheid. Zij moeten gebruik

Muzenstraat 41
2511 WB Den Haag
www.acm.nl
070 722 20 00

maken van de IAP-dienst van Apple en mogen betalingen niet op andere wijze laten uitvoeren.

5. Apple hanteert deze voorwaarden niet voor alle appaanbieders. Voor appaanbieders die geen betaalde digitale content of diensten aanbieden binnen de app, gelden deze voorwaarden niet. **[geschorst]**

6. Dit besluit ziet op aanbieders van datingdiensten, die een app via de App Store aanbieden. Voor deze aanbieders is een app essentieel omdat consumenten datingdiensten vooral gebruiken op hun slim mobiel apparaat en consumenten hebben een voorkeur voor het gebruik maken van apps: apps zijn aantrekkelijk omdat zo gebruik kan worden gemaakt van een aantal specifieke functionaliteiten van slimme mobiele apparaten die wel in een app beschikbaar zijn, maar niet (of in mindere mate) via een mobiele website. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om de *push*-notificaties, data *storage*, de GPS-functie, de snelheid van de service. Voor datingapps is dit erg belangrijk.

7. Vrijwel alle datingappaanbieders maken gebruik van een verdienmodel (het *freemium* model) waarbij zij de app gratis aanbieden in de App Store en vervolgens inkomsten genereren door middel van het aanbieden van premium functionaliteiten, content en diensten binnen de app. Dit betreft vaak een combinatie van abonnementen en verbruikbare items (zoals *likes* en *superlikes*). Deze datingappaanbieders zijn voor deze diensten binnen de app verplicht gebruik te maken van het betaalsysteem van Apple en zich te houden aan de aanvullende voorwaarden van Apple.

Economische machtspositie

8. Alvorens te kunnen concluderen dat sprake is van misbruik, dient de ACM te bepalen of Apple een economische machtspositie heeft en de daarmee samenhangende bijzondere verantwoordelijkheid.

9. Van belang voor die analyse is de vraag of datingappaanbieders substitutiemogelijkheden hebben voor de appstoredienst van Apple. Het antwoord daarop is dat die substitutiemogelijkheden er niet in voldoende mate zijn. Apple kan zich daardoor in hoge mate onafhankelijk gedragen van datingappaanbieders.

10. De ACM heeft hierbij in aanmerking genomen dat verreweg de meeste Nederlandse consumenten slechts toegang hebben tot één mobiel besturingssysteem met bijbehorende appstore (*single-homing*): van iOS met daarop de App Store, óf Android met daarop de Google Play Store. Voor een breed bereik van de datingapp moet een appaanbieder in ieder geval in zowel de App Store als de Google Play Store aanwezig zijn (*multi-homing*).

11. Voor datingappaanbieders is *multi-homing* essentieel, omdat datingapps sterk afhankelijk zijn van netwerkeffecten: hoe groter de kans op een succesvolle match, hoe aantrekkelijker het wordt om de app te gebruiken. De consumenten die gebruik maken van datingdiensten gaan er vanuit dat het bereik van hun datingapp niet beperkt is tot het mobiele besturingssysteem waarop de app is gedownload. Datingappaanbieders zijn daarom, meer dan de meeste andere appaanbieders, genoodzaakt om aanwezig te zijn in zowel de App Store als in de Google Play Store.

12. Apple staat op haar slimme mobiele apparaten geen alternatieve appstores toe. Ook (mobiele) websites zijn geen alternatief voor datingappaanbieders omdat via die kanalen niet dezelfde

functionaliteiten kunnen worden aangeboden als binnen een app.

13. De ACM stelt daarom vast dat Apple een machtspositie heeft op de relevante markt voor appstorediensten op het mobiele besturingssysteem iOS ten behoeve van datingappaanbieders. Apple kan zich op deze markt in hoge mate onafhankelijk gedragen ten opzichte van de datingappaanbieders en de voorwaarden dicteren voor de toegang tot de App Store. Datingappaanbieders hebben immers geen realistisch alternatief voor de App Store en consumenten betrekken de voorwaarden voor datingappaanbieders niet bij de keuze voor een slim mobiel apparaat.

14. Het hebben van een machtspositie is op zich niet verboden, alleen het misbruik maken daarvan. Uit de machtspositie van Apple vloeit voort dat op Apple een bijzondere verantwoordelijkheid rust ter voorkoming van misbruik. Deze bijzondere verantwoordelijkheid stelt grenzen aan haar handelingsvrijheid voor wat betreft de voorwaarden die zij hanteert ten opzichte van datingappaanbieders. Apple dient de effecten van haar gedrag op haar afnemers af te wegen tegen het doel dat zij daarmee beoogt.

Het misbruik door Apple

15. De ACM concludeert dat Apple misbruik maakt van haar economische machtspositie door het opleggen van onbillijke contractuele voorwaarden aan datingappaanbieders. De voorwaarden met betrekking tot de IAP-dienst en anti-steering, die alleen gelden voor aanbieders die tegen betaling binnen de app digitale content of diensten aanbieden, leiden op twee manieren tot schade bij deze datingappaanbieders.

16. Ten eerste beperkt Apple hiermee de keuzevrijheid van datingappaanbieders ten aanzien van de afwikkeling van de betaling voor de door hun verkochte digitale content en diensten. Datingappaanbieders kunnen deze diensten niet door een ander betaalsysteem laten uitvoeren, noch kunnen zij in hun app naar betaalmogelijkheden buiten de app verwijzen. **[geschorst]** Omdat Apple bovendien geen toegang geeft tot gegevens over de klant die een aankoop heeft gedaan, kunnen appaanbieders ook niet direct in contact treden met hun appgebruikers voor het verlenen van klantenservice. Problemen ten aanzien van, bijvoorbeeld, facturering, annuleringen en terugbetalingen, kan een datingappaanbieder niet zelf rechtstreeks met zijn klanten afwikkelen omdat hij geen toegang tot de benodigde data heeft. Ook wordt het hierdoor moeilijker voor datingappaanbieders om een persoonscontrole te doen, wat in het kader van veiligheid, verificatie op leeftijd of kwaadwillende gebruikers, van groot belang is voor datingappaanbieders.

17. **[geschorst]**

18. De ACM heeft ook de doelen die Apple zegt na te streven met haar voorwaarden beoordeeld en of de voorwaarden daartoe noodzakelijk en proportioneel zijn. Deze doelen zijn het kunnen exploiteren van de App Store, **[geschorst]** en het waarborgen van kwaliteit, privacy en veiligheid. De ACM stelt vast dat Apple deze doelen ook op andere, minder schadelijke manieren kan bereiken.

19. Omdat de voorwaarden schadelijk zijn voor datingappaanbieders en niet noodzakelijk zijn voor de doelen die Apple zegt na te streven, concludeert de ACM dat de voorwaarden onbillijk zijn en Apple

misbruik maakt van haar machtspositie.

De Last onder Dwangsom

20. De ACM gelast Apple om de door ACM vastgestelde overtreding te beëindigen. Apple dient haar voorwaarden zodanig aan te passen dat datingappaanbieders voor hun datingapp die zij in de Nederlandse App Store aanbieden, zelf kunnen kiezen door welke partij zij betalingen willen laten afwikkelen voor binnen de app verkochte digitale content en diensten. **[geschorst]** en het moet ook mogelijk zijn om binnen de app te verwijzen naar betaalsystemen buiten de app.

21. Apple dient uiterlijk twee maanden na dagtekening van dit besluit aan de opgelegde last te voldoen. Doet zij dit niet, dan dient zij een dwangsom te voldoen van €5.000.000.- per week, met een maximum van €50.000.000.