

# Melding til Konkurransetilsynet

I HENHOLD TIL KONKURRANSELOVEN § 18

AV FORETAKSSAMMENSLUTNING  
mellom

Vipps AS, BankAxept AS

og

BankID Norge AS

OSLO, 15. januar 2018

ADVOKATFIRMAET  
THOMMESSEN AS

Foretaksregisteret  
NO 957 423 248 MVA  
thommessen.no

OSLO  
Haakon VII's gate 10  
Postboks 1484 Vika  
NO-0116 Oslo  
T +47 23 11 11 11  
F +47 23 11 10 10

BERGEN  
Vestre Strømkaien 7  
Postboks 43 Nygårdstangen  
NO-5838 Bergen  
T +47 55 30 61 00  
F +47 55 30 61 01

LONDON  
Paternoster House, 2nd floor  
65 St Paul's Churchyard  
GB-London EC4M 8AB  
T +44 207 920 3090  
F +44 207 920 3099



1	SAMMENDRAG .....	4
2	KONTAKTINFORMASJON.....	6
2.1	Melder .....	6
3	BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN.....	6
3.1	Transaksjonsmodell.....	7
3.2	Tidsplan for gjennomføring.....	8
3.3	Transaksjonen utgjør en meldepliktig foretakssammenslutning .....	8
3.4	Omsetning og driftsresultat i Norge siste regnskapsår – år 2016 .....	9
3.5	Årsregnskap og årsberetning .....	9
3.6	Tilsyn fra andre myndigheter .....	9
3.7	Beskrivelse av virksomhetene .....	10
3.7.1	Vipps AS .....	10
3.7.2	BankAxept AS.....	11
3.7.3	BankID Norge AS .....	13
3.8	Strategisk og økonomisk begrunnelse for foretakssammenslutningen.....	15
3.8.1	Innledning.....	15
3.8.2	Kjennetegn ved de beste kundeopplevelsene .....	15
3.8.3	Store endringer langs flere dimensjoner i betalings- og identifiseringsmarkedet.....	15
3.8.4	Sammenslutningen gjør partene bedre i stand til å møte konkurransen .....	19
3.9	Kort om organiseringen av den sammenslåtte virksomheten.....	20
4	FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS BETYDNING FOR KONKURRANSEN .....	21
4.1	Innledning.....	26
4.2	Kort om partenes verdikjeder, avtaler og reguleringer.....	27
4.2.1	Vipps .....	27
4.2.2	BankAxept.....	28
4.2.3	BankID .....	30
4.3	Overordnet beskrivelse av norsk betalings- og identifiseringsinfrastruktur.....	31
4.4	Overordnet om konkurransen.....	33
4.5	Regulatoriske forhold .....	35
4.5.1	Kort om dagens regulering av særskilt betydning for partenes virksomhet .....	35
4.5.2	PSD 2 åpner markedene ytterligere .....	36
4.6	Markedet for kundefront betalingsløsninger .....	38
4.6.1	Relevant marked.....	38
4.6.2	Særlig om "markedet" for betaling i butikk.....	40
4.6.3	Særlig om "markedet" for nettbetaling.....	44
4.6.4	Kort om foretakssammenslutningens betydning for andre kundefrontsegmenter for betaling .....	46
4.6.5	Oversikt over salgskanaler og etterspørselsstruktur for kundefront .....	46
4.6.6	Etableringsforhold .....	47
4.6.7	Oppsummering: Foretakssammenslutningen begrenser ikke konkurransen på markedet for betalingsløsninger.....	48
4.7	Markedene for tilknyttede tjenester: Betalingsformidling .....	49
4.7.1	Innledning.....	49

4.7.2	Markedet for betalingsformidling: Markedsbeskrivelse, markedsstruktur og konkurranse.....	49
4.7.3	Etableringsforhold .....	52
4.7.4	Foretakssammenslutningens medfører ingen konkurransebegrensende virkning på markedet for betalingsformidling .....	53
4.8	Markedet for identifikasjon og signaturtjenester .....	54
4.8.1	Det relevante markedet .....	54
4.8.2	Nærmere om BIDs konkurrenter .....	55
4.8.3	Transaksjonen forventes ikke å få påvirkning på prismodellen for BankID- eller xID-produktet .....	56
4.8.4	Etableringshindringer .....	56
4.8.5	Foretakssammenslutningen vil ikke påvirke markedet for ID-løsninger .....	57
4.9	Vertikale spørsmål .....	58
4.9.1	Innledning – ikke økte muligheter eller insentiver til utestengende atferd .....	58
4.9.2	Tilgang til bruk av BankAxept for kundefront betalingstjenester .....	58
4.9.3	Tilgang til bruk av BankID for kundefront betalingstjenester ...	63
4.10	Foretakssammenslutningens betydning for forskning og utvikling .....	64
4.11	Oppsummert: Vilkårene for inngrep er ikke oppfylt .....	64
5	EFFEKTIVITETSGEVINSTER.....	66
5.1	Effektiviseringsgevinster fra økt bruk av kostnadseffektiv infrastruktur ..	66
5.2	Effektiviseringsgevinster fra bedre utnyttelse av interne ressurser .....	67
5.3	Effektiviseringsgevinster fra optimalisering av ekstern ressursbruk .....	67
5.4	Behov for sammenslutning for å oppnå effekter .....	67
6	KONFIDENSIALITET .....	67

## 1 SAMMENDRAG

Saken gjelder sammenslåing av virksomhetene BankAxept AS ("BAX"), BankID Norge AS ("BID") og Vipps AS ("Vipps"). BankAxept er det nasjonale betalingssystemet for kortbetalinger i Norge og benyttes i dag for kortbetaling med chip/PIN og for kontaktløs betaling på fysiske brukersteder. BankID benyttes som en personlig elektronisk legitimasjon ved identifisering og signering på nett. Hovedsakelig for tilgang til netjtjenester hos banker med virksomhet i Norge, men BankID er i tillegg utbredt for bruk i offentlige tjenester gjennom ID-porten, samt hos private bedrifter. Vipps er en digital betalingstjeneste for smarttelefoner. Ved etablering ble Vipps lansert som en løsning for vennebetaling, men ytterligere betalingsløsninger rettet mot både privatpersoner og bedrifter er kommet til senere. Vipps har som målsetning å bli en mobil lommebok for alle betalingssituasjoner.

En målsetting med transaksjonen sett fra eiernes side er å forsterke muligheten til å opprettholde sluttkundedialog gjennom betalingsløsninger. Dette også etter implementering av nye reguleringer og inntreden av nye internasjonale konkurrenter. For å opprettholde kundedialogen må det sammenslåtte selskapet tilby de beste kundeløsningene for å bli valgt av sluttkunder og brukersteder basert på enkelhet, pris, trygghet og tilgjengelighet.

Samtidig er det viktig for norske banker, som eiere av det sammenslåtte selskapet, å opprettholde en verdensledende norsk betalings- og ID-infrastruktur som bidrar til kostnadseffektive og trygge betalingstransaksjoner. Dette oppnås gjennom høyest mulig transaksjonsvolum på den norske betalingsinfrastrukturen for å ha tilstrekkelig skala til å konkurrere mot internasjonale alternativer. Norske banker vil derfor fortsatt, også etter sammenslåingen, ha egeninteresse av å åpne den norske betalings- og ID infrastrukturen på gjensidig ikke-diskriminerende vilkår slik at volum og skala fortsatt kan oppnås i disse løsningene. Det sammenslåtte selskapet og dets eiere får derfor ikke sterkere muligheter eller incentiver til å hindre konkurransen etter sammenslåingen enn de har per i dag.

Alle selskapene har sterke miljøer innenfor sine respektive fagområder. BID har dyp innsikt i digital identitet og digitalisering, BAX har inngående erfaring med kostnadseffektiv betalingsformidling og Vipps er et innovativt selskap som på kort tid har etablert en sterk merkevare og tjeneste mot sluttbrukere. Det er nå behov for å slå sammen de tre kompetansemiljøene for å levere de beste kundeopplevelsene i det nye konkurransebildet.

Betaling og identifisering er i rask endring og nye typer aktører utfordrer de etablerte. Store internasjonale digitale økosystemer tilbyr betaling og identifisering i Norden og er klare til å ta posisjoner i det norske markedet. Disse aktørene opererer med en global skala som er langt større enn det som er mulig for nasjonale og regionale aktører. For eksempel: AliPay har med sine mer enn 400 millioner brukere<sup>1</sup> på et tidspunkt prosessert 256 000<sup>2</sup> transaksjoner i sekundet sammenlignet med BankAxept sin rekord på vel 400; Apple med cirka 700 millioner iPhone har mer enn 86 millioner<sup>3</sup> ApplePay-brukere sammenlignet med Vipps sine 2,6 millioner; Facebook Messenger har mer enn 1,2 milliarder brukere; mobilaktører som Samsung Pay har mer enn 34 millioner brukere og Android Pay (nylig slått sammen med Google Wallet til Google Pay) mer enn 24 millioner brukere.

Disse nye globale konkurrentene har en annen forretningsmodell enn tradisjonelle betalingsaktører. Deres inntekter og overskudd kommer i all hovedsak gjennom at de eier kundekontakten, som har stor verdi for andre selskaper som ønsker å selge tjenester til

<sup>1</sup> <https://www.statista.com/statistics/744944/mobile-payment-platforms-users/>

<sup>2</sup> <https://min.e24.no/verdens-st-rste-handelsdag-solgte-for-206-milliarder/a/arVRA>

<sup>3</sup> <https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/apple-pay-contactless-users-to-nearly-double-react>

kundene. Økosystemene fokuserer derfor på å tilby de beste kundeopplevelsene for å vinne kundene. Betalingstransaksjonene er for disse aktørene ikke nødvendigvis tenkt å skape en lønnsom virksomhet isolert sett, og flere kan også være villige til å gå med tap for å sikre seg transaksjonene i sitt system. For å lykkes i dette konkurransebildet er det derfor nødvendig å fokusere på brukeropplevelsen fra et helhetlig perspektiv i alle bruksscenarioer.

I parallell med at de digitale økosystemene begynner å sikte seg inn mot betaling og identifisering kommer det nye reguleringer for betalingsmarkedet gjennom PSD 2. Dette vil medføre fremvekst av nye aktører som vil tilby innovative betalingsløsninger og akselerere utbredelsen av digitale betalings- og ID-tjenester. PSD 2 med forventede markedsendringer og økt åpenhet på tvers vil også øke kravet til sterk kundeautentisering. Betaling og identifisering blir derfor en enda viktigere del av forbrukernes hverdag i tiden som kommer.

Inntreden av de globale aktørene og kontobasert betalingsformidling, som en følge av PSD 2, skaper usikkerhet om fremtiden til en effektiv nasjonal betalingsinfrastruktur. De digitale økosystemene baseres på internasjonale kortnettverk med betydelige skala-fordeler, som ikke er tilpasset nasjonale forhold og betalingsituasjoner. De globale aktørene vil i liten grad ha insentiver til å tilpasse seg lokal infrastruktur dersom denne ikke er kostnadseffektiv og benyttes av ledende betalingstjenester. Dersom de internasjonale nettverkene vinner frem som den dominerende betalingsløsningen, vil dette kunne føre til høyere transaksjonskostnader for brukerne og et samfunnsøkonomisk tap. Gjennom å slå sammen tre ledende vertikale virksomheter vil Transaksjonen skape en robust organisasjon for å tilby de beste kundeopplevelsene, samt øke innovasjonstakt og endringstempo. Dermed vil Transaksjonen bidra til at samfunnsøkonomisk effektiv infrastruktur får større sannsynlighet for å overleve i et marked i rask endring med en rekke nye aktører.

Transaksjonen vil ikke begrense konkurransen. Partene har sin hovedvirksomhet innenfor ulike deler av markedet. Partene har hver for seg tidligere hatt strategiske ambisjoner om å utvide sine forretningsområder, men med stor grad av felles eierstruktur og gitt det nye konkurransebildet, er dette lite hensiktsmessig. Det er et behov for å sikre en felles satsing innenfor betaling og identifisering for å ha tilstrekkelig størrelse, hastighet og kompetanse til å delta i konkurransen mot de globale økosystemene. Transaksjonen er en vertikal sammenslutning, hvor partene vil sikre videre tilgang til effektiv betalings- og identifiseringsinfrastruktur også til andre aktører på ikke-diskriminerende vilkår fremover. Den strukturelle løsningen er nødvendig da den muliggjør et helhetlig perspektiv på verdikjeden og digital forretningsutvikling, slik at partene kan oppnå:

- Redusert tid til markedet gjennom enhetlig felles dynamisk strategi, felles prioriteringer og effektiv og robust organisering. Partene er hver for seg tre små aktører (med hhv. 18, 40 og 50 ansatte i BID, Vipps og BAX).
- Full realisering av potensialet ved komplementær kompetanse for økt implementeringsevne, mer helhetlige løsninger, vertikal tankegang gjennom tettere dialog, samt løsninger som enklere tas i bruk. Dermed sikres fortsatt relevans av en effektiv norsk infrastruktur i et marked med globale økosystemer. For å lykkes i møte med disse digitale økosystemene er partene nødt til å fokusere på hele brukeropplevelsen og ikke isolere produktene til ID, betaling og betalingsformidling som det gjøres i dag.
- Styrking av de tre nivåene der konkurransen mellom digitale tjenester vil finne sted for et bredere tjenestetilbud. Fremtidig konkurranse vil ikke nødvendigvis finne sted

på enkelttjenestenivå, men mellom helhetlige løsninger for alle digitale bruksscenarioer. Tjenestene vil trenge en effektiv infrastruktur, gode ID-løsninger og brukervennlig kundefront<sup>4</sup> i møte med det brede tjenestetilbudet til store internasjonale aktører.

## 2 KONTAKTINFORMASJON

### 2.1 Melder

Foretakssammenslutningen innebærer en fusjon (i konkurranserettslig forstand, jf. punkt 3.3) og meldes derfor i fellesskap av partene.

Navn: Vipps AS  
 Organisasjonsnummer: 918 713 867  
 Adresse: Dronning Eufemias gate 42,  
 0191 Oslo

Navn: BankAxept AS  
 Organisasjonsnummer: 883 982 282  
 Adresse: Postboks 2490,  
 0202 Solli, Oslo

Navn: BankID Norge AS  
 Organisasjonsnummer: 913 851 080  
 Adresse: Vika Atrium, Munkedamsveien 45A  
 0250 Oslo

Kontaktpersoner for melder: Advokatfirmaet Thommessen AS  
 v/advokat Siri Teigum og Eivind Sæveraas  
 Adresse: Haakon VII's gate 10  
 Postadresse: Postboks 1484 Vika, 0116 Oslo  
 Telefonnummer: 23 11 12 62 | 23 11 14 20  
 E-postadresse: [ste@thommessen.no](mailto:ste@thommessen.no) | [eis@thommessen.no](mailto:eis@thommessen.no)

## 3 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

### Hovedpunkter – Beskrivelse av foretakssammenslutningen:

- Intensjonsavtale om å forene BankAxept, BankID og Vipps ble signert 16. november 2017, Transaksjonsavtalen ble signert 21. desember 2017 og en foretakssammenslutning er tenkt gjennomført innen 1. august 2018 forutsatt myndighetsgodkjenninger. Ingen av eierbankene vil ha kontroll over et samlet foretak alene.
- Partene er i dag uavhengige foretak som fusjonerer, og det foreligger følgelig en foretakssammenslutning. Vipps vil være det overtakende selskapet.

<sup>4</sup> Uttrykket "kundefront" er nærmere forklart i kap. 4.3.

- BankAxept er det nasjonale betalingssystemet for kortbetalinger i Norge og benyttes i dag for kortbetaling med chip/PIN og for kontaktløs betaling på fysiske brukersteder. BankID benyttes som en personlig elektronisk legitimasjon ved identifisering og signering på nett. Hovedsakelig for tilgang til netjtjenester hos banker med virksomhet i Norge, men BankID er i tillegg utbredt for bruk i offentlige tjenester gjennom ID-porten, samt hos private bedrifter. Vipps er en digital betalingstjeneste for smarttelefoner. Ved etablering ble Vipps lansert som en løsning for vennebetaling, men ytterligere betalingsløsninger rettet mot både privatpersoner og bedrifter er kommet til senere. Vipps har som målsetning å bli en mobil lommebok for alle betalingssituasjoner.
- Det strategiske rasjonalet for Transaksjonen er kort oppsummert å legge til rette for raskere utvikling av gode, kostnadseffektive og helhetlige løsninger for å møte behovene og konkurransen i et marked i sterk utvikling. Partenes ambisjon er at den fusjonerte ID- og betalingsaktøren skal være den mest kundevennlige, samfunnsøkonomisk effektive og innovative ID- og betalingsløsningen for alle produktsegmenter.
- Foretaket vil bidra til å opprettholde en samfunnsøkonomisk effektiv infrastruktur, og vil tilby betalings- og identifiseringsløsninger til tredjeparter på ikke-diskriminerende vilkår.
- Transaksjonen er underlagt meldeplikt til norske konkurransemyndigheter, men er ikke meldepliktig i EU eller underlagt tilsyn fra ytterligere konkurransemyndigheter. Som ledd i Transaksjonen vil det også sendes en søknad til Finanstilsynet.

### 3.1 Transaksjonsmodell

BankAxept AS, BankID Norge AS og Vipps AS ("Partene") inngikk den 16. november 2017 en intensjonsavtale om å forene sine hovedsakelig komplementære virksomhetsområder i ett konsern gjennom fusjon eller aksjeerwerb.

Bilag 1: Intensjonsavtale av 16. november 2017

Den 21. desember 2017 ble det så inngått en avtale ("Transaksjonsavtalen") om å slå sammen de tre virksomhetene i et felles selskap/konsern. Transaksjonsavtalen og avtaler som det vises til i denne utgjør hele avtaleforholdet mellom Partene vedrørende Transaksjonen. Transaksjonsavtalen erstatter således alle tidligere muntlige og skriftlige avtaler, overenskomster, ensidige og gjensidige forpliktelser e.l. vedrørende slike forhold inngått eller avgitt mellom Partene (hvis noen).

Bilag 2: Transaksjonsavtale av 21. desember 2017

Partene er enige om at sammenslåingen skal skje ved at BankAxept AS ("BAX") og BankID Norge AS ("BID") innfusjoneres i Vipps AS ("Vipps") ved selskapsrettslige fusjoner i henhold til kapittel 13 i aksjeloven, der fusjonsvederlaget til aksjeeierne i BAX og BID fullt ut ytes i form av aksjer i Vipps.

Transaksjonen vil skje gjennom at Vipps og BAX først fusjonerer, med Vipps som det selskapsrettslige overtakende selskap. Umiddelbart etter gjennomføring av denne fusjonen skal BID og Vipps fusjoneres, med Vipps som det overtakende selskap, og således danne det

sammenslåtte selskapet (heretter, det "Fusjonerte Foretaket"). De to selskapsrettslige fusjonene vil gjennomføres tilnærmet samtidig og betinget av hverandre, og utgjør til sammen "Fusjonen" (eller "foretakssammenslutningen").

Forut for og som en betingelse for vedtagelsen av foretakssammenslutningen skal eierne inngå en samarbeidsavtale for å regulere samarbeidet mellom eierne knyttet til det Fusjonerte Foretaket ("Samarbeidsavtalen"). Samarbeidsavtalen er betinget av, og trer i kraft på tidspunktet for, gjennomføringen av Fusjonen og er inntatt som vedlegg til Transaksjonsavtalen.

Bilag 3: Samarbeidsavtalen (vedlegg 1q til Transaksjonsavtalen)

### 3.2 Tidsplan for gjennomføring

Partene har avtalt gjennomføring av foretakssammenslutningen innen 1. august 2018. Se nærmere angitt i Bilag 4 ("Tentativ Tidsplan") for detaljer om gjennomføringen.

Bilag 4: Tentativ Tidsplan

### 3.3 Transaksjonen utgjør en meldepliktig foretakssammenslutning

Partene er i dag uavhengige foretak som fusjonerer, og det foreligger følgelig en foretakssammenslutning etter krrl. § 17 første ledd bokstav a. Ingen av eierbankene vil ha kontroll over det Fusjonerte Foretaket alene. Det etableres ingen vedtekter eller aksjonæravtale som vil gi to eller flere eiere felles kontroll over det Fusjonerte Foretaket.

De tre foretakene har nokså stor grad av sammenfallende eierstruktur før Fusjonen, men er ikke underlagt kontroll i konkurranserettslig forstand. De tilhører derfor ikke samme økonomiske enhet før Fusjonen, og er "uavhengige" foretak etter krrl § 17 første ledd a). Endringen, som utgjør foretakssammenslutningen, består altså i at disse tre uavhengige foretakene fusjonerer og blir til én økonomisk enhet.

For en nærmere oversikt over eierstrukturen før foretakssammenslutningen, se bilag 5.

Bilag 5: Oversikt over eierstruktur før foretakssammenslutningen

Etter foretakssammenslutningen vil det Fusjonerte Foretaket ha følgende eierstruktur (største aksjonærer):

Tabell 1: Newco eierstruktur

Newco eierstruktur		
Aksjonær	Antall aksjer	Eierprosent
DNB BANK ASA	431 572	43,79 %
SPAREBANK 1 BETALING AS	114 133	11,58 %
SPAREBANK 1 AXEPT AS	78 932	8,01 %
EIKA GRUPPEN AS	72 621	7,37 %
NORDEA BANK AB (PUBL), FILIAL I NORGE	65 244	6,62 %
BALDER BETALING AS	54 784	5,56 %
SPAREBANK 1 ID AS	23 028	2,34 %
DANSKE BANK	20 353	2,07 %
SPAREBANKEN VEST	17 572	1,78 %
SBANKEN ASA	12 482	1,27 %
SPAREBANKEN MØRE	11 112	1,13 %
HANDELSBANKEN	10 759	1,09 %
SPAREBANKEN SØR	10 298	1,04 %



En fullstendig oversikt er vedlagt.

Bilag 6: Oversikt over eierstruktur etter foretakssammenslutningen<sup>5</sup>

De "involverte foretak" er Vipps AS, BankAxept AS og BankID Norge AS, jf. forskrift om melding av foretakssammenslutninger mv. § 4. De tre foretakene har ikke omsetning som samlet overstiger NOK 1 milliard. Ettersom DNB har en eierandel på mer enn 50 % i Vipps før Fusjonen, er foretakssammenslutningen likevel underlagt meldeplikt, jf. forskrift om melding av foretakssammenslutninger mv. § 5 annet ledd bokstav c jf. b punkt i.

3.4 Omsetning og driftsresultat i Norge siste regnskapsår – år 2016

Oversikt over partenes omsetning og driftsresultat er oppgitt i tabell 1. Ettersom Vipps ble stiftet i 2017 har selskapet ikke egen omsetning i 2016. Omsetningen for DNB inntas derfor for ordens skyld, jf. også at DNBs omsetning uansett er relevant for vurderingen av meldeplikt.

Tabell 2: Omsetning og driftsresultat i Norge 2016

Navn	Omsetning (i MNOK)	Driftsresultat (i MNOK)
DNB ASA (inkl. Vipps)	41449	N/A
Vipps	13,3	N/A
BankAxept AS	78,1	2,2
BankID AS	113,3	20,5

3.5 Årsregnskap og årsberetning

Årsrapporter og årsregnskap for BAX og BID for 2016 er vedlagt. Dette eksisterer ikke for Vipps, som ble stiftet i 2017. Årsregnskap og årsrapport for DNB er tilgjengelig her: [www.dnb.no/portalfont/nedlast/no/om-oss/resultater/2016/annual-report-dnb-group-2016.pdf](http://www.dnb.no/portalfont/nedlast/no/om-oss/resultater/2016/annual-report-dnb-group-2016.pdf)

Bilag 7: Årsregnskap og årsregnskap BankID Norge AS, 2016

Bilag 8: Årsregnskap og årsregnskap BankAxept AS, 2016

3.6 Tilsyn fra andre myndigheter

Transaksjonen er ikke meldepliktig i EU, og er ikke underlagt tilsyn fra andre konkurransemyndigheter.

Som ledd i Transaksjonen vil det sendes en søknad til Finanstilsynet. For ordens skyld vedlegges søknaden i sin helhet som bilag 9.

Bilag 9: Søknad til Finanstilsynet<sup>6</sup>

<sup>5</sup> For BAX og BID gjelder at eierandel over 40% for en enkelt bank eller samarbeidende gruppe krever godkjenning fra Bits AS. Bits AS er anmodet om slik godkjenning og har anmodningen til behandling.

<sup>6</sup> Søknaden til Finanstilsynet er ikke klar på tidspunktet for konkurransemeldingen, og ettersendes så snart den er sendt Finanstilsynet.

I behandlingen av søknaden vil Finanstilsynet trolig være opptatt av å sikre at finansmarkedene fungerer på den tiltenkte måten og sikre at alle relevante regler overholdes. Enkelte regler i finanslovgivningen har et konkurranserettslig tilsnitt. Dette gjelder for eksempel finansforetaksloven §§ 17-11 til 17-13 om samarbeid mellom finansforetak utenfor konsernforhold.

### 3.7 Beskrivelse av virksomhetene

#### 3.7.1 Vipps AS

##### 3.7.1.1 Juridisk og organisatorisk struktur samt virksomhetsområder

Vipps ble lansert av DNB i mai 2015. I 2017 ble Vipps skilt ut som et eget selskap med sikte på videreutvikling av nye betalingsløsninger, og Sparebank 1-alliansen, Eika-alliansen, Frendebankene og Sparebanken Møre kom inn på eiersiden, jf. melding til Konkurransetilsynet 13. februar 2017.

Følgende tabell viser dagens eierstruktur.

Tabell 3: Vipps AS eierstruktur

<b>Vipps AS eierstruktur</b>		
<b>Aksjonær</b>	<b>Antall aksjer</b>	<b>Eierprosent</b>
DNB BANK ASA	237 397	51,48 %
SPAREBANK 1 BETALING AS	114 133	24,75 %
BALDER BETALING AS	54 784	11,88 %
EIKA GRUPPEN AS	46 173	10,01 %
SPAREBANKEN MØRE	4 617	1,00 %
MOBILBETALING INVEST AS	4 045	0,88 %
<b>Totalt</b>	<b>461 149</b>	

DNB har eiermessig flertall, men antas ikke å ha kontroll over Vipps i konkurransemessig forstand, siden ingen av eierne kan stemme for mer enn 49,9 % av aksjene som er representert på generalforsamlingen, jf. melding til Konkurransetilsynet av 13. februar 2017.

Selskapet har rundt 40 ansatte og hovedkontor i Oslo. SpareBank 1 Mobilbetaling er datterselskap av Vipps AS.<sup>7</sup>

Vipps er en digital betalingstjeneste basert på bruk av smarttelefoner. Vipps ble ved etablering lansert som en løsning for vennebetaling gjennom appen, og andre betalingsløsninger er kommet til senere. Vipps vennebetaling er tilgjengelig for personer over 15 år med norsk mobilnummer som har minst ett debet- eller kredittkort utstedt av en norsk bank. Vipps vennebetaling fungerer ved bruk av en app som lar brukeren registrere seg og legge inn betalingskort og kontonummer. Ved registrering gjøres en kobling mellom mobilnummer, debet- eller kredittkort og kontonummer. Vipps kan dermed betale til rett mottaker ved at betalende bruker oppgir mobilnummer til mottaker i stedet for kontonummer til mottaker og tilhørende betalingskilde. Dette medfører en forenkling for betaling mellom privatpersoner i forhold til tradisjonelle løsninger som bruk av nettbank og mobilbank. Vipps har ingen egen betalingsinfrastruktur som kan foreta selve transaksjonen,

<sup>7</sup> 14. desember 2017 vedtok styrene i hhv. Vipps AS og SpareBank 1 Mobilbetaling AS fusjon mellom de to selskapene. Fusjonen forventes å være selskapsrettslig gjennomført ca. 1. mars 2018.

slik at betalingsoverføringen skjer ved bruk av Visa eller Mastercard, kontobelastning<sup>8</sup> eller via direktebetaling i DNB dersom både avsender og mottaker er kunder med DNB-konto registrert i Vipps.

Med 2,6 millioner nedlastninger av Vipps-appen, har Vipps et kundegrunnlag som utgjør 49 % av befolkningen i Norge. Vennebetaling utgjør hovedvirksomheten i selskapet Vipps. Vipps har mellom [REDACTED] daglig på normaldager, der gjennomsnittlige overføringer på vennebetaling er på rundt [REDACTED]

Etter lansering har Vipps kommet med flere produkter rettet både mot privatpersoner og bedrifter. Ambisjonen til selskapet er å ha løsninger for alle relevante betalingssituasjoner og dermed kunne være det prefererte betalingsalternativet uansett betalingssituasjon. Vennebetaling er et produkt som tilbys gratis i markedet mens for nye produkter hvor det er avtaleforhold til bedrifter/brukersteder avtales det et betalingselement som går fra bedrift/brukersted til Vipps.

Mer informasjon om Vipps sine produkter inngår i bilag 10.

Bilag 10: Detaljert beskrivelse av virksomheten (produkter, prismodeller, strategier m.v.), Vipps

Til Konkurransetilsynets informasjon vedlegges også gjeldende vedtekter og aksjonæravtale.

Bilag 11: Vedtekter, Vipps

Bilag 12: Aksjonæravtale, Vipps

3.7.1.2 Oversikt over eierinteresser utenfor konsernet, men innenfor de virksomhetsområder som berøres av Transaksjonen

Vipps har ingen slike eierinteresser.

3.7.1.3 Medlemskap i bransjeorganisasjoner

Vipps har ingen slike medlemskap.

3.7.2 *BankAxept AS*

3.7.2.1 Juridisk og organisatoriske struktur samt virksomhetsområder

BankAxept AS ("**BAX**") ble etablert som et eget aksjeselskap i april 2014. Før dette ble betalingssystemet og varemerket BankAxept forvaltet av Finans Norge.

BAX har til sammen 39 aksjonærer<sup>9</sup>. Følgende tabell viser de største eierne.

<sup>8</sup> Ved utrulling av straksbetaling i løpet av 1. kvartal 2018.

<sup>9</sup> SpareBank 1 og Eika har samlet sitt eierskap i to holdingsselskaper for BAX eierskap og derfor er antall eierbanker reelt høyere og likt med BID.

**Tabell 4:** BAX eierstruktur

BankAxept AS eierstruktur		
Aksjonær	Antall aksjer	Eierprosent
DNB BANK ASA	37 782	37,78 %
SPAREBANK 1 AXEPT AS	19 223	19,22 %
NORDEA BANK AB (PUBL), FILIAL I NORG	12 613	12,61 %
EIKA GRUPPEN AS	6 441	6,44 %
DANSKE BANK	3 890	3,89 %
SPAREBANKEN VEST	3 471	3,47 %
SBANKEN ASA	2 630	2,63 %
SPAREBANKEN SØR	2 040	2,04 %
HANDELSBANKEN	1 950	1,95 %

En fullstendig oversikt fremgår av bilag 5.

Foretak med rett til å drive virksomhet som bank i Norge kan eie aksjer i selskapet. I henhold til selskapets vedtekter kan ingen aksjonær alene eller samlet eie mer enn 40 % av selskapets aksjer. Det samme gjelder dersom det foreligger en avtale mellom aksjonærer om forpliktende samarbeid om utøvelse av aksjonærrettighetene. Tilsvarende kan ingen stemme for mer enn 40 % av selskapets aksjer på generalforsamlingen.

BAX er lokalisert i Oslo og har rundt 50 faste ansatte.

Selskapets formål er å levere elektroniske betalingstjenester og øvrige tjenester som står i naturlig forbindelse med dette. Selskapet kan også eie andeler i andre selskaper med lignende formål.

Selskapet eier og utvikler det nasjonale betalingssystemet og varemerket BankAxept.

BAX eier også merkevaren BankAxess, som støtter internettbetaling.

BAX er i ferd med å utvikle tjenester for kontaktløs betaling med mobil enhet (NFC-basert<sup>10</sup> for [redacted] og HCE (Host Card Emulation), som kan benyttes i mobile lommebøker levert av banker eller andre tredjeparter.

BAX tilbyr også infrastruktur og plattformer for prosessering av betalingstjenester. BAX leverer videre prosesseringstjenester til innløserne og utstedere av BankAxept kort.

BankAxept har sterk utbredelse i Norge. Løsningen støttes av mer enn 150 000 aktive terminaler, banker har utstedt ca. 8,5 millioner kort med BankAxept og det gjennomføres ca. 1,6 milliarder BankAxept transaksjoner i året. BankAxept benyttes ved om lag åtte av ti kortbetalinger i butikk (POS-transaksjoner). I gjennomsnitt utføres det mellom 4 og 5 millioner transaksjoner på en normal dag, der gjennomsnittlige beløp er på rundt 320 kroner. Brukerstedsomsetning over BankAxept vil i 2017 være på over 500 milliarder kroner.

<sup>10</sup> NFC står for Near Field Communication. NFC er en trådløs radiobasert teknologi for kommunikasjon mellom betalingsterminalen og betalingsbæreren (kort/mobil). Både i kontaktløse kort og i de fleste smarttelefoner er det en liten radiosender som kommuniserer med betalingsterminalen.

En nærmere beskrivelse av virksomheten til BAX inngår i bilag 13.

Bilag 13: Detaljert beskrivelse av virksomheten (produkter, prismodeller, strategier m.v.), BAX

Til Konkurransetilsynets informasjon vedlegges også gjeldende vedtekter. Det eksisterer ingen aksjonæravtale.

Bilag 14: Vedtekter, BAX

3.7.2.2 Oversikt over eierinteresser utenfor konsernet, men innenfor de virksomhetsområder som berøres av Transaksjonen

BAX har eierinteresser i Nordic Finance Innovation (NFI). NFI er et uavhengig nordisk kompetansenettverk for inspirasjon, innovasjon og kunnskap til finansielle tjenesteytere. Formålet med NFI er å bedre forståelsen for nøkkelfaktorer som former fremtiden for den internasjonale finansindustrien. Selskapet er grunnlagt av BAX og Knowit.

Mer informasjon om NFI er tilgjengelig på [www.nordicfinanceinnovation.com/](http://www.nordicfinanceinnovation.com/).

3.7.2.3 Medlemskap i bransjeorganisasjoner

Bilag 15 gir en oversikt over Partenes medlemskap i bransjeorganisasjoner.

Bilag 15: Oversikt over medlemskap i bransjeorganisasjoner

3.7.3 *BankID Norge AS*

3.7.3.1 Juridisk og organisatorisk struktur samt virksomhetsområder

BankID Norge AS ("BID") ble etablert i 2014 gjennom en virksomhetsoverdragelse fra BankID Norge IS som ble stiftet allerede i 2008. Selskapet har ansvaret for drift, forvaltning, utvikling, kommunikasjon og salg av BankID til virksomheter. Selskapet eier varemerket BankID.

Eierstrukturen er nokså lik eierstrukturen i BAX. BID eies av til sammen 105 aksjonærer. Følgende tabell viser de største eierne.

Tabell 5: BID eierstruktur

<b>BankID Norge AS eierstruktur</b>		
<b>Aksjonær</b>	<b>Antall aksjer</b>	<b>Eierprosent</b>
DNB BANK ASA	17 166	34,33 %
SPAREBANK 1 ID AS	10 126	20,25 %
NORDEA BANK AB (PUBL), FILIAL I NORGE	5 916	11,83 %
DANSKE BANK	1 926	3,85 %
SPAREBANKEN VEST	1 460	2,92 %
HANDELSBANKEN	1 210	2,42 %

En fullstendig oversikt fremgår av bilag 5.

Foretak med rett til å drive virksomhet som bank i Norge kan eie aksjer i selskapet. Ingen aksjonær kan alene eller samlet eie mer enn 40 % av selskapets aksjer. Det samme gjelder dersom det foreligger en avtale mellom aksjonærer om forpliktende samarbeid om utøvelse

av aksjonærrettighetene. Tilsvarende kan ingen stemme for mer enn 40 % av selskapets aksjer på generalforsamlingen.

Selskapet hadde en omsetning på ca. 113 millioner kroner i 2016, for 2017 tilsier prognosene omtrent 130 millioner kroner i omsetning.

Produktet BankID er en personlig elektronisk legitimasjon for sikker identifisering og signering på nett. Det oppfyller kravspesifikasjonen for PKI i offentlig sektor og reglene i e-signaturloven, samt regelverk, standarder og krav fra Finans Norge og Bits AS. BankID brukes primært for tilgang til banktjenester og elektronisk signering hos banker med virksomhet i Norge og aksess til offentlige elektroniske tjenester gjennom ID-porten. BankID blir i økende grad brukt av bedrifter i privat sektor utenfor bank for å digitalisere forretningsprosesser. Tjenestene til personmarkedet distribueres til konsumentene gjennom bankene og tilbys av de fleste banker med virksomhet i Norge. Tjenestene til bedriftsmarkedet selges av BID gjennom et forhandlerapparat.

Sertifikatutstederen signerer sertifikatet med sin egen private nøkkel. Det finnes såkalte kvalifiserte sertifikater som er på høyeste sikkerhetsnivå, og alternative sertifikattyper med lavere sikkerhetsnivå. Kvalifiserte sertifikater er underlagt esignaturloven og det stilles strenge krav til utsteder og innholdet i sertifikatet. For signering av offentlige dokumenter kreves bruk av løsning basert på kvalifiserte sertifikater. Ved innlogging til nettbutikker og lignende kan ofte identifiseringsløsninger med lavere sikkerhetsnivå benyttes.

Selskapet er lokalisert i Oslo og har 18 ansatte. BankID har over 3,7 millioner unike brukere. Hver dag benyttes BankID 1,7 millioner ganger, og i 2017 forventes det at over 600 millioner transaksjoner vil skje med BankID.<sup>11</sup>

Mer informasjon om BID følger i bilag 16.

Bilag 16: Detaljert beskrivelse av virksomheten (produkter, prismodeller, strategier m.v.), BID

Til Konkurransetilsynets informasjon vedlegges også gjeldende vedtekter. Det eksisterer ingen aksjonæravtale.

Bilag 17: Vedtekter, BID

3.7.3.2 Oversikt over eierinteresser utenfor konsernet, men innenfor de virksomhetsområder som berøres av Transaksjonen

BID har ingen eierinteresser utenfor konsernet.

3.7.3.3 Medlemskap i bransjeorganisasjoner

Bilag 15 gir en oversikt over Partenes medlemskap i bransjeorganisasjoner.

---

<sup>11</sup> <https://www.bankid.no/om-oss/nyheter/2017/velkommen-til-bankid-dagen-2017/>.

### 3.8 Strategisk og økonomisk begrunnelse for foretakssammenslutningen

#### 3.8.1 Innledning

Partenes ambisjon er at den fusjonerte ID- og betalingsaktøren skal være den mest kundevennlige, samfunnsøkonomisk effektive og innovative ID- og betalingsløsningen for alle produktsegmenter.

Betalings- og identifiseringsmarkedet er i rask endring, der blant annet smarttelefoner gir nye muligheter for bedre kundeopplevelser. Veksten i bruken av Vipps og bruk av BankID på mobil er eksempler som illustrerer dette. Samtidig er store internasjonale digitale økosystemer allerede på plass innenfor betaling og identifisering i Norden og klare til å ta posisjoner i det norske markedet, noe som vil endre fremtidens konkurranselandskap for betalinger og identifisering betydelig.

I det nye landskapet vil endringstempo og et helhetlig perspektiv på verdikjeden være nødvendig for å kunne tilby de beste kundeopplevelsene og være konkurransedyktig mot de globale økosystemene. Videre skaper den globale konkurransen og PSD 2 usikkerhet om fremtiden til en effektiv nasjonal betalingsinfrastruktur ettersom de globale aktørene i liten grad har insentiver for å tilpasse seg denne. Det er behov for en strukturell løsning for å sikre endringstempoet og kompetansen som den globale konkurransen krever, og for å sikre at samfunnsøkonomisk effektiv infrastruktur blir bevart.

#### 3.8.2 Kjennetegn ved de beste kundeopplevelsene

De beste kundeopplevelsene forutsetter løsninger/tjenester som er billige, trygge, enkle og tilgjengelige. Det innebærer at i) løsningene må være kostnadseffektive for brukerstedene og for sluttbrukere, ii) sikkerhet må få høy prioritet gitt mengden sensitive personopplysninger og annen brukerdata, iii) løsningene må være enkle og intuitive, samt friksjonsløse i bruk og at iv) løsningene må være stabile og tilstrekkelig utbredt både i antall brukersteder og i alle de vesentligste betalings- og ID-situasjonene for brukerne.

#### 3.8.3 Store endringer langs flere dimensjoner i betalings- og identifiseringsmarkedet

De globale og lokale betalings- og identifiseringsmarkedene er i stor endring. Dette skjer raskt og langs flere dimensjoner. Det har kommet, og vil komme, mange nye aktører, og nye reguleringer med betydelige implikasjoner for betaling og sikkerhet (PSD 2), hvilket forsterker denne tendensen. Samfunnet blir stadig mer digitalisert og kundene forventer mer integrerte løsninger.

- *De store digitale økosystemene som Apple, Facebook, Google, Amazon og Alibaba utvikler stadig nye tjenester innen nye områder. Apple Pay, Samsung Pay, AliPay, Facebooks Messenger og nå sist GooglePay<sup>12</sup> har raskt introdusert tjenester innen betaling og identifisering i store deler av verden. Disse aktørene har enorme underliggende brukermasser, omfattende utviklingsressurser og hyppig interaksjon med sluttbrukere, samtidig som tjenestespekteret blir stadig bredere og mer integrert for å tilby de beste brukeropplevelsene. Det er tre viktige konsekvenser av dette:*
  - En bransjevridning fra tradisjonelle betalingsaktører til digitale økosystemer med andre forretningsmodeller. For disse aktørene kommer inntekter og overskudd i all hovedsak gjennom at de eier kundekontakten, som har stor verdi for andre selskaper som ønsker å selge sine tjenester til kundene.

<sup>12</sup> Se <https://www.blog.google/topics/shopping-payments/announcing-google-pay/>

Økosystemene fokuserer derfor på å tilby de beste kundeopplevelsene for å vinne kundene. Transaksjonene er for disse aktørene ikke nødvendigvis tenkt å skape en lønnsom virksomhet, og flere kan også være villige til å gå med tap for å sikre seg transaksjonene i sitt system. Det blir derfor kritisk å tilby de beste helhetlige kundeopplevelsene fremover for å sikre seg kontakten med kundene.

- Sluttbrukerne vil kunne få de enkleste og beste kundeopplevelsene ved å forholde seg til ett økosystem, fremfor et utvalg av fragmenterte enkelttjenester. Et bredt tjenestetilbud vil være viktig.
- Samfunnsrisiko gjennom at den mest samfunnsøkonomisk effektive betalingsinfrastrukturen kan gå tapt. Globale aktører er ikke nødvendigvis interesserte i å bruke den mest kostnadseffektive infrastrukturen ettersom betalingsformidling ikke er deres hovedfokus, og kan vurdere det som lite hensiktsmessig med lokale tilpasninger i små markeder som det norske.
- *Den globale konkurransen er høyst aktuell i Norden og Norge.* Apple Pay og Samsung Pay er allerede tilstede eller i ferd med å etablere seg i Danmark og Sverige, og kan også umiddelbart etablere seg i Norge. AliPay er tilgjengelig i hele Norden for kinesiske turister og tilbudet kan utvides raskt. Facebook lanserte nylig vennebetaling gjennom Messenger-appen i Frankrike og Storbritannia og fakturabetaling i Norge i samarbeid med Nets og Nordea. Aktører som Amazon og Google ventes å tilby egne betalingsløsninger i løpet av nærmeste fremtid. De fleste av disse kan også enkelt brukes for å identifisere en bruker på tredjepartsnettsteder, slik at brukeren ikke trenger å lage konto eller skrive inn innloggingsinformasjon.
- *Nye reguleringer vil få stor betydning for konkurransen innenfor betalings- og identifiseringsområdene.* PSD 2 åpner for at tredjeparter (AISPer) har rett på tilgang til kontoinformasjon. Tredjeparter (PISPer) skal kunne initiere betalinger dersom de har kundens samtykke. Implikasjonene av dette er fremveksten av nye aktører som vil tilby nye innovative betalingsløsninger.<sup>13</sup> PSD 2 stiller krav om sterk kundeautentisering. Det betyr igjen at kompetanse både innenfor betaling og identifisering vil bli stadig viktigere, og at betaling og identifisering vil bli mer integrert.
- *Teknologisk utvikling og stor utbredelse av smarttelefoner åpner for at betaling dreies fra kort og nettbank mot mer ID-baserte løsninger* der smarttelefoner, andre mobile enheter og biometri brukes for å identifisere brukere og initiere eller bekrefte betalinger. Som konsekvens blir tilbudet av enkle bruksopplevelser avgjørende for konkurranse.
- *Betalings- og identifiseringsløsninger blir stadig mer integrerte inn i andre tjenester.* Bankene har sterke tillitsforhold med sluttbrukere, slik BankID illustrerer, og er en viktig tillitsleverandør. Tillit og sikkerhet er en sentral del av et digitalt samfunn der store mengder brukerdata lagres og stadig flere transaksjoner skjer digitalt. Fokus på dette sammen med en utvikling i retning av å gjøre kjøpsopplevelser så friksjonsfrie som mulig, medfører at betaling og identifisering

<sup>13</sup> Det vises til kapittel 4.5 nedenfor for en nærmere beskrivelse av PSD 2.



blir stadig mer integrert sammen og inn i andre tjenester. Etter hvert som betaling og identifisering blir integrert i tredjepartstjenester, som for eksempel apper, gjør derfor en digital identitet seg stadig mer gjeldende. Det betyr at betaling og identifisering blir en enda viktigere del av forbrukernes hverdag i tiden som kommer.

- *Et annet sentralt utviklingstrekk er at netthandelen er i sterk vekst, og veksten forventes å fortsette fremover.* Dette er viktig av flere grunner. Siden betalingsløsninger på nett domineres av løsninger basert på internasjonale kortnettverk, og nye kredittbaserte tjenester øker sine markedsandeler, settes BankAxept kortbetaling under press, gjennom at internasjonale kortnettverk er bedre tilpasset en kjøpsituasjon der kjøp og vareleveranse skjer på ulike tidspunkt.
- *Etablerte aktører som Visa og Mastercard legger store ressurser i å utvikle og markedsføre sine tjenester.* Samtidig tilbyr kredittaktører som Klarna enkle betalingsopplevelser og mulighet for å betale senere. Dette gir sterkere konkurranse spesielt innenfor kort og kreditt på flere bruksområder. I tillegg er Klarna og Mastercards Masterpass eksempler på hvordan identifisering og betaling integreres for å gi de beste kundeopplevelsene (som beskrevet over), som igjen sikrer høyere og mer salg for brukerstedene.
- *Nettverkseffekter er betydelige i betalings- og identifiseringsmarkedene.* Dette betyr at aktørene er avhengige av en stor brukermasse, merkevarestyrke og tilgjengelighet for å lykkes. For å ha nytte av en betalingsløsning må begge parter i en betalingstransaksjon ha tatt i bruk samme løsning. Nytt av en betalingsløsning øker derfor typisk med antallet betalings situasjoner som løsningen kan brukes i. Samtidig medfører de lave kostnadene ved å ta en løsning i bruk at det er svært enkelt å bytte løsning. Dette gjør at brukerne lett flokker mot den løsningen som til enhver tid gir den beste kundeopplevelsen og stor utbredelse, også brukere som i utgangspunktet har tatt en annen løsning i bruk. Lave byttekostnader bidrar derfor til å forsterke virkningen av nettverkseffektene. Det er blitt antydnet fra flere hold at Vipps vil bli utfordret av de store internasjonale aktørene som for eksempel Apple Pay, mye på grunn av potensialet for nettverkseffekter gjennom eksisterende kundebase.<sup>14</sup>

Norges Bank har i sin rapport om finansiell infrastruktur for 2017 beskrevet noen av de samme utfordringene finansnæringen står overfor, se særlig kapittel 2. Norges Bank peker her på at:

*"Betaling skjer i økende grad ved hjelp av mobilteknologi. Bankene har utviklet betalingsapplikasjoner til mobiltelefoner som har fått utbredelse i Norge. Ny teknologi og nytt regelverk legger til rette for at andre aktører enn banker kan tilby betalingstjenester. Ny teknologi og nye aktører kan bidra til at brukerne får billigere, sikrere og mer brukervennlige*

<sup>14</sup> Se for eksempel Aftenposten 13. november 2017: "Professor tror gigantene vil knekke Vipps" (<https://www.aftenposten.no/okonomi/i/m7JyO/Professor-tror-gigantene-vil-knekke-Vipps>) og Kapital 2. november 2017: "Apple kan velte Vipps" (<https://web.retriever-info.com/go/?sa=2009686&a=29764&p=1109069&x=f077691f0f1cdf2cdf5a12163465f1a3&s=20123&d=020123201711025e8ba9c290bf115f39004ca1c9821d29>).

betalingstjenester. Samtidig innebærer aspekter ved utviklingen en del utfordringer for effektiviteten i betalingssystemet.

[...]

Store internasjonale teknologiaktører har utviklet egne mobile betalingsapplikasjoner. Slike aktører er foreløpig ikke store i det norske markedet for betalingstjenester, men de har allerede store kundegrupper på andre områder. Det kan legges til rette for at de vil kunne vokse raskt også innen betalingsformidling.

[...]

Betalingsapplikasjoner har til nå i hovedsak basert seg på internasjonale betalingskort som underliggende betalingsinstrument. Slike kort har tradisjonelt vært dyre i bruk, og er ikke nødvendigvis de mest kostnadseffektive løsningene. En forbruker kan dessuten risikere å betale for samme tilleggstjeneste flere ganger. Både tilbydere av betalingsapplikasjoner og de underliggende betalingskortene tilbyr ofte ekstratjenester som for eksempel beskyttelse mot bedrageri.

[...]

Nye aktører og ny teknologi påvirker sikkerheten i betalingssystemet. Ny teknologi tilrettelegger for sikrere betalinger, blant annet gjennom sikker autentisering.

[...]

Nye aktører kan også gi enkelte utfordringer for sikkerheten i betalingssystemet. Det blir flere aktører som det må føres tilsyn med og overvåkes."

[...]

Det fremheves at lukkede og ineffektive løsninger utgjør et potensielt problem:

"Et effektivt betalingsmiddel er kjennetegnet ved at det kan brukes overalt. En utfordring er at ulike banker og bankallianser har hver sine betalingsløsninger, og at løsningene bare kan brukes på spesifikke brukersteder. I tillegg kan betalingstjenester fra store internasjonale teknologiaktører bidra til å forsterke denne trenden. Disse aktørene kan finne det lønnsomt å lage lukkede løsninger knyttet til sine øvrige tjenester. Betalingstjenester kan for eksempel integreres i øvrige applikasjoner, slik som i en meldingsapplikasjon, og bare kunne benyttes av de som benytter denne tjenesten. Videre kan mobilutstyrproducenter gjennom utforming av utstyr og rettigheter til teknologien hindre at andre kan tilby betalingstjenester på deres plattformer.

Lukkede løsninger i markedet for mobile betalingstjenester kan hindre utnyttelse av stordriftsfordeler og vanskeliggjøre betalinger på tvers av banker og applikasjoner. Konkurransen om kundene bør skje på toppen av

*åpne fellesløsninger som realiserer stordriftsfordeler. Konkurransen mellom tilbydere om å kontrollere infrastruktur eller standarder, blant annet gjennom lukkede løsninger og krav til eksklusivitet på brukersteder, kan hindre effektivitet."*

I sum medfører markedsutviklingen utfordringer for bankenes etablerte betalings- og ID-løsninger. En sentral forutsetning for å lykkes framover er å tilby de beste kundeopplevelsene, hvilket stiller krav til:

- Sikre og stabile tjenester
- Konkurransedyktig prising
- Innovasjonskraft
- Stor bruker- og brukerstedsmasse
- Merkevarestyrke
- Tilstrekkelig lønnsomhet til å investere i innovasjon og markedsføring

#### 3.8.4 *Sammenslutningen gjør partene bedre i stand til å møte konkurransen*

Det er et behov for endringer og integrasjon gjennom hele verdikjeden for å levere de beste tjenestene i front. De tre hovedeffektene ved en sammenslutning er i) bedre kundeopplevelser, ii) styrket hurtighet og innovasjonskraft i produktutviklingen og iii) økt kostnadseffektivitet. En strukturell løsning er nødvendig for å oppnå disse, slik at partene kan:

- *Utøve felles dynamisk strategi for virksomheten.* Dette sikrer endringstempo som er helt nødvendig i møte med nye aktører og for å stadig kunne tilby de beste kundeopplevelsene. Løsningene som utvikles vil være bedre tilpasset kundebehov i et stadig mer digitalisert samfunn, noe partene vurderer kun er mulig å få til gjennom en enhetlig utviklingsstrategi. Eksempelvis kan en eier finne det lite hensiktsmessig å investere i utvikling av produkter/tjenester i BAX eller BID, som Vipps allerede har eller utvikler. Dersom flere tenker slik, og med ulike tanker om hva som bør prioriteres, kan man ende opp med underinvesteringer i alle selskapene og dermed fravær av nødvendig utvikling av virksomhetene og de beste løsningene for kundene. Transaksjonen eliminerer denne risikoen gjennom klarere og enhetlige prioriteringer, og hurtigere eierbeslutninger.
- *Redusere tid til markedet gjennom effektiv og robust organisering.* Hurtighet er viktig for å lykkes i konkurransen og møte endringskrav. Gjennom felles retning og prioriteringer og ved å lettere kunne arbeide integrert i en større del av verdikjeden kan nye løsninger utvikles raskere enn i dag til det beste for både sluttbrukere og brukersteder. Videre er partene hver for seg tre små aktører (med hhv. 18, 40 og 50 ansatte i BID, Vipps og BAX) i møte med store internasjonale aktører med mange tusen ansatte. En felles robust organisering er derfor nødvendig for konkurransedyktigheten til partene sammenlignet med hva partene er i stand til hver for seg.
- *Realisere potensialet ved komplementær kompetanse gjennom en felles organisering og oppgaveløsning.* Partene sitter på spisskompetanse på ulike

områder. BAX har en formidlingsløsning for svært kostnadseffektiv kortbetaling utviklet av bankene i Norge. BID har dyp kompetanse og erfaring med løsninger for elektronisk identifisering og signering. Til slutt sitter Vipps på erfaring med å på rekordtid ha bygget en sterk merkevare og tjeneste mot sluttbruker gjennom innovasjon og forenkling av kundegrensesnittet i flere betalingssituasjoner.

- *Legge grunnlag for nettverkseffekter som er kritisk for kundeopplevelsen av mer tilgjengelige tjenester.* Partene har store brukermasser på sine områder. Samlet har de tilstrekkelig brukermasse både på brukersteds- og sluttbrukersiden for å sikre tilgjengelige tjenester.
- *Samordne kundeopplevelse og utviklingskraft* for å ivareta disse perspektivene i videre utvikling. Samlet er partene i en god posisjon for å utvikle løsninger som gir personalisering av handelsløpet helt fra identifisering til ferdigstillelse, med andre ord innsjekk og utsjekk i én prosess. Videre vil en sammenslutning redusere kompleksiteten for brukersteder med tanke på avtaleverk, brukerstøtte og annen oppfølging.
- *Ivareta en trygg og kostnadseffektiv betalings- og ID-infrastruktur som er åpen på gjensidig ikke-diskriminerende vilkår.* Det er viktig for norske banker, som eiere av det sammenslåtte selskapet, å opprettholde en verdensledende norsk betalings- og ID-infrastruktur som bidrar til kostnadseffektive og trygge betalingstransaksjoner. Dette oppnås gjennom høyest mulig transaksjonsvolum på den norske betalingsinfrastrukturen for å ha tilstrekkelig skala til å konkurrere mot internasjonale alternativer. Norske banker vil derfor fortsatt, også etter sammenslåingen, ha egeninteresse av å åpne den norske betalings- og ID infrastrukturen på gjensidig ikke-diskriminerende vilkår slik at volum og skala fortsatt kan oppnås i disse løsningene. Det sammenslåtte selskapet og dets eiere får derfor ikke sterkere muligheter eller incentiver til å hindre konkurransen etter sammenslåingen enn de har per i dag.

### 3.9 Kort om organiseringen av den sammenslåtte virksomheten

Konkurransetilsynet har i telefonkonferanse 1. desember 2017 etterspurt informasjon om organiseringen av virksomheten etter en eventuell sammenslåing.

Dette er foreløpig ikke fullstendig klart, og er noe partene vil arbeide med planleggingen av i tiden frem mot en eventuell gjennomføring.

Den sammenslåtte enheten vil disponere tre sterke merkevarer: Vipps og BankID er velkjente merkevarer blant privatkunder og utfyller hverandre godt. Vipps står for enkelhet og innovasjon. BankID står for sikkerhet og stabilitet. I tillegg har BankID en sterk posisjon blant brukersteder og i offentlig sektor som en sentral norsk leverandør av ID tjenester - 81 % av brukerne er fornøyde med tjenesten.<sup>15</sup> BankAxept har en sterk posisjon i brukerstedsmarkedet, men er mindre kjent blant privatkunder fordi brukernes kort utstedt fra bankene i praksis har blitt oppfattet som Visa/Mastercard kort.

Ved videre utvikling av det samlede selskapet vil de tre merkevarene videreføres. Det må etableres en tydelig strategi for hvordan disse skal benyttes sammen. Det vil være naturlig å videreføre BankAxept og BankID som selvstendige merkevarer overfor brukerstedsmarkedet

<sup>15</sup> Kilde: TNS Gallup 2017.

og tredjeparter som ønsker å benytte disse. Eksempelvis dersom BankAsept ønskes benyttet av andre mobile lommebøker enn Vipps. I privatmarkedet kan det imidlertid være aktuelt med en tilnærming som ivaretar styrkene fra de tre merkevarene samlet.

Partenes utgangspunkt er at produktene som selskapene leverer i dag fortsatt skal tilbys som enkeltstående tjenester i markedet etter transaksjonen. For BankID innebærer dette eksempelvis at brukersteder, via BIDs forhandlere, fortsatt vil få tilgang til å kjøpe BankID separat uten noen binding til hverken BAX eller Vipps. En slik binding ville vært lite hensiktsmessig da majoriteten av deres nye kunder bruker tjenestene til innlogging og signering uavhengig av betaling. Eksempler på dette er innlogging i nettbank, mine sider, aldersverifikasjon samt signering av låneavtaler, bud ifm. huskjøp, kontraktsignering mm.

BankID-produktet brukes allerede i dag av både BAX og Vipps. Dette er bruksområder som vil fortsette uavhengig av utfallet av transaksjonen.

Partene vil under enhver omstendighet selvsagt også forholde seg til de finansregulatoriske kravene som gjelder for salg av ulike tjenester. Dette er nærmere beskrevet nedenfor.

Det må etableres felles ledelse og samlokalisering av organisasjonen for å oppnå de målsettingene som ligger til grunn for virksomhetssammenslåingen. Det vil vurderes å integrere salg, produktutvikling og IT. Støttefunksjoner som risikostyring, økonomi/finans og HR bør samordnes i så stor grad som mulig. Samtidig må selskapet struktureres slik at salg av BankAsept og BankID til tredjeparter kan videreføres på hensiktsmessig måte. Det sammenslåtte Selskapet vil løpende vurdere om det er hensiktsmessig å skille ut tjenester som tilbys tredjeparter, for eksempel i en egen juridisk enhet.

#### 4 FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS BETYDNING FOR KONKURRANSEN

##### Generell markedsbeskrivelse:

- En forenklet avgrensning av de ulike relevante delene innenfor betaling og identifisering er:
  - Kundefront betalingsløsninger (som er Vipps sin hovedvirksomhet)
  - Betalingsformidling (som er BAX hovedvirksomhet)
  - Identifikasjon og signaturtjenester (som er BID sin hovedvirksomhet)
- Skillet mellom kundefront og betalingsformidling er viktig for å beskrive de vertikale forholdene. En kundefront kan basere seg på forskjellige underliggende betalingsformidlingstjenester. Tilsvarende kan en betalingsformidlingstjeneste støtte ulike kundefronter.
- Foretakssammenslutningen omfatter selskaper som i det vesentlige har inntatt ulike roller i det totale systemet for betaling, ID og betalingsformidling. Etter partenes vurdering reflekterer disse ulike rollene også i utgangspunktet at partenes hovedvirksomhet skjer innenfor ulike relevante markeder.
- Betalinger i Norge følger normalt 4-partsmodellen med banker i utsteder- og innløserroller, brukersted med forhold til innløser og sluttbruker med forhold til

utsteder. Betalingssystemet regulerer både transaksjonsflyten, tjenestereguleringene og ansvaret mellom de bakenforliggende finansielle partene.

#### Regulatoriske forhold

- Vipps har konsesjon som betalingsforetak
- BankAxept er ikke underlagt Kontraheringsplikten, men vilkårene for deltakelse i BankAxept er likevel i stor utstrekning i samsvar med kravene i betalingssystemloven. Det er videre krav til konkurranseutsetting av prosesseringstjenester.
- BankID er et kvalifisert sertifikat etter esignaturloven (sikkerhetsnivå 4).
- Tilbydere av betalingstjenester er pålagt å forsikre seg om at brukeren/betaleren identifiserer seg og gir sitt samtykke ved f. eks. initiering av betalingstransaksjoner og ved pålogging i nettbank mm. Dette kan ivaretas uten BankID eller tjenester med tilsvarende sikkerhetsnivå.
- PSD 2 er forventet implementert i Norge i løpet av 2018 eller tidlig 2019. Hovedformålet med PSD 2 er å legge til rette for økt konkurranse i markedet for betalingstjenester, redusere kostnader ved betaling, fremme innovasjon, beskytte forbrukere, styrke sikkerheten for nettbetalinger og harmonisere regelverket i EU/EØS ytterligere. Implikasjoner:
  - Bankene må åpne sine systemer. Tredjepartsaktører får dermed direkte tilgang til betalingskontoer, forutsatt samtykke fra kontoinnehaver.
  - Banker og betalingsforetak (f.eks. i rollen som PISP) kan utstede kortbaserte betalingsinstrumenter knyttet til en konto som kunden har i en annen bank.
  - Nye krav til ID-løsninger og autentisering – SCA (Strong Customer Authentication). SCA-kravene innebærer blant annet krav om to-faktor autentisering, som svarer til nivå 3 eller 4.

#### Kundefront betalingsløsninger:

Kundefront betalingsløsninger kan deles inn i fem bruksområdene: i) Betaling i butikk, ii) P2P-betaling, iii) Betaling på internett, iv) SMB inkl. lag og foreninger og v) Faktura/Bedrift. Det er primært betaling i butikk og betaling på internett som berøres av Transaksjonen. Mobile betalingsløsninger vil være en viktig drivkraft for økt konkurranse i dette markedet.

Det er etter partenes mening få etableringshindre innenfor kundefront betalingstjenester og foretakssammenslutningen begrenser ikke konkurransen på markedet for betalingsløsninger. Imidlertid er det visse forhold som kan oppfattes som hindre for nye aktører: Nettverkseffekter, driftsstabilitet og skalafordeler.

- Særlig om Betaling i butikk:

Nye betalingsløsninger, inkl. Vipps, vil konkurrere om kundene mot etablerte betalingsinstrumenter som kort og kontant. Konkurransen for underliggende betalingsformidlingsløsninger, som BankAxept, Visa og Mastercard, er basert på

hva slags betalingsformidlingsløsning de nye kundefront betalingsløsningene benytter.

Betalingskort basert på BankAxept har en andel på rundt [REDACTED]. Betalingskort basert på internasjonale kortnettverk (Visa og Mastercard mv.) står for ca. [REDACTED]. Vipps (i dag basert på internasjonale kortnettverk) har [REDACTED].

Transaksjonen legger til rette for raskere utvikling av en løsning for mobilbasert betaling i butikk, basert på BankAxept. For mobilbetaling generelt antas de viktigste konkurrentene å [REDACTED].

- **Særlig om Betaling på internett:**

Markedet for netthandel er i sterk vekst og betalingskort basert på internasjonale kortnettverk har hatt en sterk posisjon. Disse utfordres av flere løsninger, både nasjonale og internasjonale. De internasjonale, som for eksempel PayPal, bruker riktignok ofte kort som underliggende betalingsmiddel, men det finnes også alternativer som Klarna, som primært baserer seg på alternative underliggende løsninger som konto-til-konto betaling gjennom faktura som kundefront. Visa og Mastercard dominerer markedet, og står for ca. [REDACTED] av alle nettbetalinger. Klarna og PayPal er for tiden de største utfordrerne.

Vipps kommer inn som en alternativ betalingsløsning for kunden i nettbutikkers utsjekløsning, basert på Visa og Mastercard. Det foreligger et potensielt fremtidig overlapp mellom Vipps og BAX sin eBetaling (ikke lansert). Dette er imidlertid uten konkurransebegrensende virkning innen netthandelsmarkedet grunnet svært lave markedsandeler med produkter som er helt i startfasen/ikke lansert, og hvor det er sterk konkurranse mellom betydelige aktører.

**Særlig om betalingsformidling:**

Den eksakte avgrensningen av markedet kan for formålet med denne meldingen stå åpen. De tilgjengelige løsningene for betalingsformidling er: i) Internasjonale kortbetalingsnettverk, ii) Nasjonalt betalingssystem, og iii) Direkteoverføring, inkl. Straksbetaling. Løsningene for betalingsformidling understøtter ulike betalingstjenester i kundefront.

BankAxept-kort har en sterk posisjon innenfor butikkbetaling, men mister markedsandeler til internasjonale aktører, som også dominerer nettbetaling.

Markedet for betalingsformidling er ikke direkte berørt av Transaksjonen. Transaksjonen øker sannsynligheten for at en felles nasjonal løsning utvikles raskere og bedre, og dermed fortsetter å være konkurransedyktig mot de internasjonale kortbetalingsnettverkene, enn uten sammenslutningen.

Salg av ulike betalingsformidlingstjenester skjer hovedsakelig gjennom bankene, men BankAxept vil med ny forretningsmodell fra 1. april 2018 selges direkte fra BAX til brukerstedene og ikke gjennom innløser, som for internasjonale kortbetalingsnettverk. Det er i BAX forretningsmessige interesse at BankAxept-tjenester distribueres så vidt som mulig.

Partene er av den oppfatning at det er noe mer utfordrende for nye aktører å etablere seg innenfor betalingsformidling enn for kundefront betalingsløsninger, primært grunnet nødvendigheten av avtaler med bankene, viktigheten av tillit til systemet og sterke nettverkseffekter på brukerstedssiden.

Særlig om identifikasjon og signaturtjenester:

Identifiseringsløsninger kan klassifiseres etter fire ulike sikkerhetsnivåer. Konkurransen er ikke en direkte funksjon av graden av sikkerhetsnivå, men av kombinasjon av eventuelle regulatoriske krav, ønsket brukeropplevelse og kalkulert risiko håndtert gjennom en egnet sikkerhetsløsning. Behovet for de ulike sikkerhetsnivåene er basert på enten regulatoriske krav til tjenestetilbyder eller selvpålagte sikkerhetskrav for å redusere tjenestetilbyders risiko.

Høyeste sikkerhetsnivå (nivå 4) legges til grunn for brukssituasjoner som er underlagt hvitvaskingsloven eller esignaturloven og det offentlige krever enkelte ganger høy sikkerhet (nivå 4) for tilgang og signering i gitte tjenesteportaler. Et slikt krav foreligger ikke for kundeautentisering i banker eller private bedrifter som krever to-faktorløsning, det vil si nivå 3 (eller 4). Når det gjelder lavere sikkerhet (nivå 1 og 2) benyttes dette av nettsteder som ønsker en enkel innloggingsmetode, men ikke nødvendigvis på høyeste sikkerhetsnivå.

Elektronisk signering av betalingstransaksjoner benyttes der det er behov for stor grad av sikkerhet om koblingen mellom innhold og avsenders identitet, eller der skaden ved kompromittering av koblingen er stor.

BankID, Buypass ID og Commfides har tjenester med høyeste sikkerhetsnivå. Tilbydere som leverer elektronisk ID uten høyeste sikkerhetsnivå er Facebook, Apple Pay, PayPal og Google. Nasjonal eID vil også i fremtiden bli en konkurrent. Dette produktet er per i dag ikke lansert. Videre er løsninger som TouchID og FaceID konkurrerende alternativer til BankID.

BankID er en åpen løsning, dvs. at tjenestene tilbys til alle som etterspør disse på ikke-diskriminerende vilkår, forutsatt at de oppfyller visse predefinerte krav. Dette vil ikke endres gjennom Fusjonen. Bankene vil fortsatt utstede BankID-sertifikater i personmarkedet, uavhengig av hvilket selskap som selger BankID-tjenestene i bedriftsmarkedet. Førstegangsutstedelse av BankID til fysiske personer skal skje på grunnlag av fremlagt gyldig norsk pass, dokumenter likestilt med norsk pass, eller utenlandsk pass.

En konkurrent av BankID Norge på kvalifiserte sertifikater (sikkerhetsnivå 4) vil måtte bygge opp en kundebase med førstegangsutstedelse gjennom fysisk oppmøte eller gjennom Postens PUM-tjeneste. Fremover er det antatt at denne hindringen vil reduseres ettersom det vil komme løsninger som tillater full digital identifisering og digital bekreftelse av identitet. En konkurrent av BankID Norge på autentiseringstjenester på et nivå lavere enn sikkerhetsnivå 4 står friere i hvordan produktene rulles ut i markedet, men et slikt produkt vil ikke kunne brukes i en brukssituasjoner som er underlagt hvitvaskingsloven eller esignaturloven.

Ingen konkurransebegrensende virkning:



Det er en svært begrenset konkurranseflate mellom partene, som tilbyr komplementære tjenester innenfor sine hovedvirksomheter:

- Foretakssammenslutningen innebærer ikke at en potensiell konkurranse mellom Vipps og BankAxept i butikk elimineres, Vipps ønsker å komme inn på markedet for butikkbetaling med en mobil lommebok basert på BankAxept uavhengig av Transaksjonen.
- På nettbetaling kan konkurranseflaten mellom Vipps og BankAxept bli mer direkte, men begge selskaper er utfordrere i markedet og veldig små i dag/ikke lansert. BankAxept er videre også en potensiell leverandør til Vipps på lik linje med andre konkurrerende kundefront betalingsløsninger for nettbetaling.
- På markedet for betalingsformidling er BankAxept en betydelig nasjonal aktør i konkurranse med internasjonale aktører som Visa og Mastercard og ordinær kontoinfrastruktur. Vipps er ikke en aktuell eller potensiell konkurrent på dette markedet.
- Vipps sin nye tjeneste for innlogging vil være i konkurranse med BankIDs kommende tjeneste xID for innlogging med lavere sikkerhetsnivå, men det er altså tale om to ikke-lanserte tjenester i et marked der en rekke store globale aktører som Facebook og Google er dominerende.

Foretakssammenslutningen vil heller ikke medføre risiko for utestengende virkninger. Konkurrerende betalingsløsninger vil ikke være avhengig av å bruke BankAxept for betalingsformidling, eller BankID for identifisering.

Det er under enhver omstendighet lagt til grunn at BankAxept og BankID fortsatt vil være infrastrukturer som er åpne og tilgjengelige for alle, dvs. ikke bare bankene og brukerstedene, men også for tilbydere av ulike kundefront-betalingsløsninger på ikke-diskriminerende vilkår. Foretakssammenslutningen endrer ikke regler og praksis for tilgang til BankAxept på vegne av utsteder. Det er derfor like enkelt eller krevende for lommeboktjenester å etablere seg i markedet med BankAxept-betaling uavhengig av foretakssammenslutningen. Produktet BankID tilbys til alle som etterspør dette på gjensidig ikke-diskriminerende vilkår.

For BankAxept skilles det mellom å være deltager og benytte seg av tjenestene.

- Oppsummert må man drive bankvirksomhet i Norge for å kunne være deltaker og der gjennom opptre som utsteder og/eller innløser.
- For mobilbetaling basert på virtuelt kort i en lommebok, er det påkrevet at en tredjepart etablerer avtaler med et antall banker om utstedelse av BankAxept-instrumenter i lommeboken. For BankAxepts nye tjeneste eBetaling er det ikke behov for avtaler mellom tredjepart og de enkelte utstedere, men kun BAX. Det er ikke påkrevet for tredjepart å ha avtale med de enkelte BankAxept-brukersteder. Regler for tilgang til BankAxept for tredjeparter vil være uendret etter innføring av PSD 2.

Det sammenslåtte selskapet og dets eiere får heller ikke sterkere muligheter eller incentiver til å hindre konkurransen etter sammenslåingen enn de har per i dag.

#### 4.1 Innledning

I bilag 10, 13 og 16 er det gitt en detaljert beskrivelse av partenes virksomhet, produktene, prismodeller og strategiske tilpasning. Som det fremgår der:

- *Vipps* er i all hovedsak en mobilbasert betalingstjeneste som per i dag er tilstede med betalingsløsninger innenfor P2P, Faktura, Nettbetaling og SMB/Lag og foreninger.
- *BankAxept* er et nasjonalt betalingssystem eid av banker med virksomhet i Norge. Hovedfokuset har vært kortbetaling i butikk, der kort med BankAxept utstedes av bankene i Norge.
- *BankID* er en personlig elektronisk legitimasjon for sikker identifisering og signering, som hovedsakelig brukes innenfor bank og finans, offentlig sektor og i økende grad i privat sektor utenfor bank og finans.

Foretakssammenslutningen omfatter derfor selskaper som i det vesentlige har inntatt ulike roller i det totale systemet for betaling, ID og betalingsformidling. Dette kan illustreres som i figuren nedenfor.

Figur 1: Illustrasjon av partenes roller i betalingssystemet



Etter partenes vurdering reflekterer disse ulike rollene også i utgangspunktet at partenes hovedvirksomhet skjer innenfor ulike relevante markeder. Forholdet mellom partene er følgelig primært av vertikal karakter, og foretakssammenslutningen reiser i liten grad horisontale konkurransespørsmål.

Vi vil i det følgende først gi en kort og overordnet beskrivelse av det norske betalingssystemet og det generelle konkurransebildet. Det går et viktig skille mellom betalingsformidling på den ene siden (som er BankAxepts primærvirksomhet) og ulike sluttkunde betalingsløsninger (som er det Vipps primært driver med). BankID tilbyr en

tjeneste som er viktig for sikre sluttkunde betalingsløsninger i enkelte betalings situasjoner i tillegg til identifisering og signering på andre bruksområder.

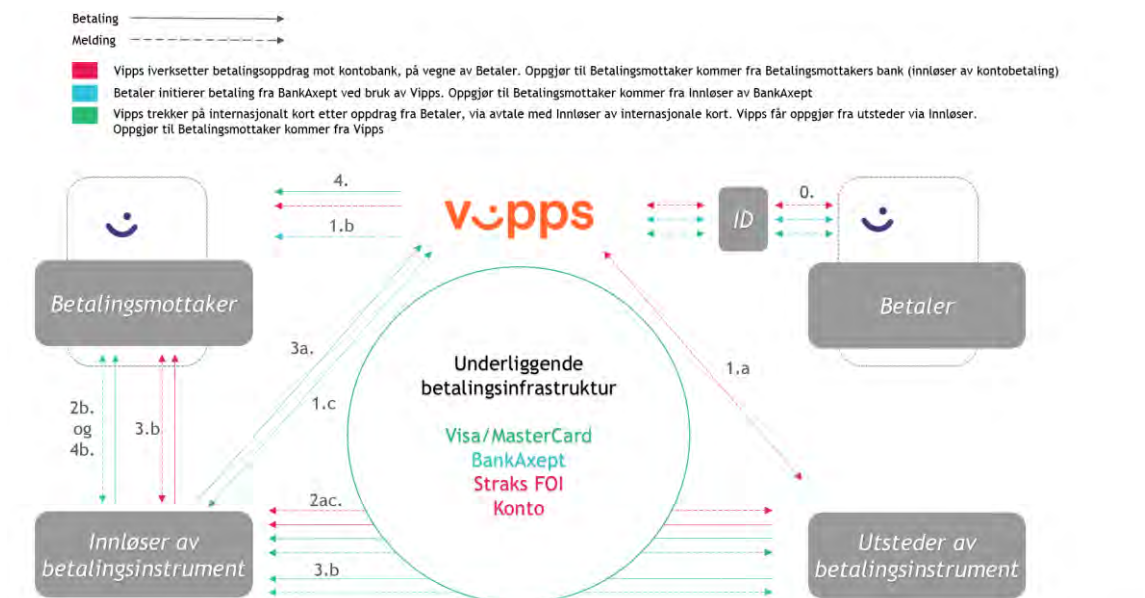
Neste seksjon omhandler kort partene, deres verdikjeder og overordnede reguleringer. Den videre behandlingen deles inn i egne avsnitt for betalingsløsninger, for betalingsformidling og for ID-løsninger. Innenfor hver av disse beskrives så markeds- og konkurransebildet. Vertikale spørsmål analyseres i kapittel 4.9. Avslutningsvis oppsummeres partenes begrunnelse for at det ikke er grunnlag for inngrep.

## 4.2 Kort om partenes verdikjeder, avtaler og reguleringer

### 4.2.1 Vipps

Vipps er i all hovedsak en mobilbasert betalingstjeneste som per i dag er tilstede med betalingsløsninger innenfor P2P, Faktura, Nettbetaling og SMB/Lag og foreninger. De mest sentrale produktene er Vipps vennebetaling (pengeoverføring fra person til person), Vipps Bedrift (gjør det enklere for lag og foreninger samt små bedrifter å motta betaling fra kunder), VippsGO (tilbys i forlengelsen av Vipps Bedrift og gjør det mulig å sette opp en butikk inne i Vipps-appen), Vipps Netthandel (funksjonalitet for betaling på norske nettsteder), Vipps faktura (digital utsendelse av faktura til kunde via Vipps), Vipps in-app (betaling med Vipps i en app som for eksempel Ruter-appen). Vipps har også andre produkter under utvikling som for eksempel Vipps Innlogging (tilbyr innlogging på nettsteder via Vipps-appen). Vipps in-store (betaling i butikk) er per i dag kun på pilotnivå. Målet til Vipps er å være foretrukket betalingstjeneste i alle betalings situasjoner, kalt 360° - betaling.

Figur 2: Vipps verdikjede



Note: Merk at et alternativ til det over er «passtru» alternativet for Vipps. Det innebærer at transaksjonen gjennomføres som en ren Visa/MC transaksjon mot brukerstedet, med Visa/MC oppgjør, der Vipps rolle er identifisering og formidling av Visa/MC kortdata til brukerstedets innløser. Vipps bruker passtru for nettbetaling.

Vipps og BAX har ingen samarbeidsavtale i dag og Vipps har ikke støtte for transaksjoner via BankAxept. Vipps har basert seg på internasjonale kortnettverk, Visa og Mastercard, for betaling fordi den rimeligere norske løsningen ikke var klar da Vipps ble etablert i 2015.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Vipps har til nå også brukt de internasjonale kortnettverkene i forbindelse med andre tjenester, slik som vennebetaling. Selskapet er imidlertid i disse dager i ferd med å gå over til straksbetaling for P2P.

Transaksjonskostnadene for en transaksjon via Visa og Mastercard er høyere enn i BankAxept. Dette har gjort det vanskelig å få dagligvarekjedene med på en betalingsløsning med mobil i butikk. Vipps har imidlertid arbeidet sammen med BAX i en periode for å utvikle en løsning hvor Vipps kan brukes i butikk med BankAxept.

For å bruke Vipps i dag behøver du ikke identifisere deg via BankID for bruk under bestemte beløpsgrenser for transaksjonene. Det er tilstrekkelig å legge inn kortinformasjon og norsk bankkonto for mottak av penger, samt personopplysninger. Vipps planlegger å innføre et krav om at brukeren må identifisere seg via BankID eller BankID på mobil i løpet av 2018. Vipps kunne benyttet andre leverandører til bruk for kundeautentifisering, men har valgt BankID som sin leverandør for verifiseringene.

For ytterligere informasjon vises til bilag 10 og vedlagte dokumentasjon.

Bilag 18: Prismodeller Vipps AS

Bilag 19: Supplerende data (Vipps)

#### 4.2.2 *BankAxept*

BAX forvalter et nasjonalt betalingssystem for kortbetalinger (markedsført under varemerket BankAxept). Dette betalingssystemet benyttes i hovedsak for kortbetaling på fysiske brukersteder. BAX tilbyr også andre betalingssystemer som BankAxept og det kommende BankAxept eBetaling. Disse betalingssystemene tilbys som en konto-til-konto betalingsløsning på internett. BAX tilbyr også prosesseringstjenester for betalingstransaksjoner. Det siste året har det vært et sterkt fokus på utvikling og distribusjon av kontaktløse kort, med et mål om at alle BankAxept-kort skal ha kontaktløsfunksjonaliteten fra 2020. Samtidig rulles det også i disse tider ut en ny forretningsmodell, hvor BAX selv inngår avtaler med brukerstedene, i tillegg til avtalen brukerstedene har med sin bank. Til nå har dette gått kun gjennom brukerstedets bank. Den nye forretningsmodellen er tidligere presentert for Konkurransetilsynet.

Bilag 20: BankAxept presentasjon til Konkurransetilsynet 13. juni 2017, ny forretningsmodell

BankAxept er ikke direkte underlagt Kontraheringsplikten i betalingssystemloven, men i praksis har alle banker med rett til å drive virksomhet i Norge rett til å være deltaker, dvs. rett til utstedelse av BankAxept-instrument og rett til innløsning av BankAxept-transaksjoner. BankAxepts kortordning er underlagt særskilte regler for kortordninger, som blant annet har forbud mot prioriteringsregler.

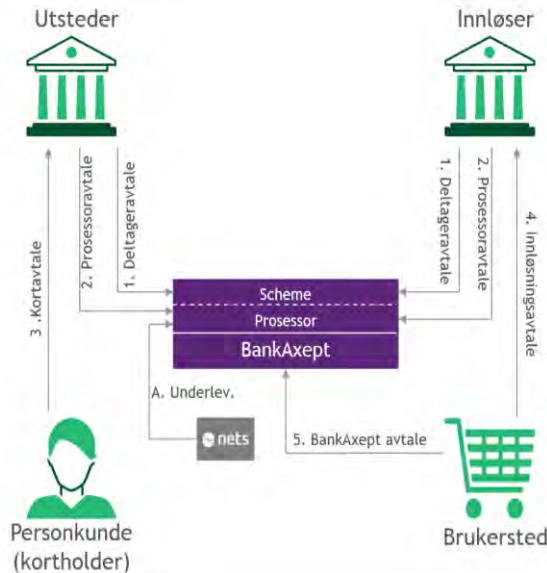
BAX forvalter således et sett av regelverk og standarder (et "scheme" eller en "kortordning") fastsatt av finansnæringen gjennom Bits AS, og har en prosesseringsenhet som leverer tjenester. BankAxept følger den såkalte 4-partsmodellen der de fire partene er utsteder, innløser, brukersted og kortholder/betalder.

Følgende figur viser en overordnet illustrasjon av verdikjeden til BankAxept ved betaling under ny forretningsmodell.

Figur 3a: BankAxept verdikjede

## Illustrasjon og beskrivelse av BankAxept verdikjede i ny forretningsmodell

### Avtaleforhold



### Beskrivelse

- 1 Deltageravtale**  
Avtalen gir bank tilgang til å utstede betalingsinstrumenter og/eller er være innløser av BankAxept.
  - 2 Processoravtale**  
Avtale mellom Bank og BankAxept for prosessering av BankAxept transaksjoner. Merk at bankene står fritt til å velge andre aktører enn BankAxept til prosessering. BankAxept scheme kan brukes uten processoravtale med BankAxept (men processoravtale tilbys pr dato kun av BankAxept).
  - 3 Kortavtale**  
Avtale mellom bank og personkunde som regulerer bruk og vilkår for BankAxept kort og andre BankAxept betalingsinstrumenter
  - 4 Innløsningsavtale**  
Bankenes avtale med brukersted om å gi oppgjør for BankAxept transaksjoner (finansielle tjenester).  
Forutsetter BankAxept avtale.
  - 5 BankAxept avtale**  
Avtalen gir brukerstedet rett til bruken av BankAxept hos brukerstedet (tjeneste, merkevare).
- A Underleverandør til BankAxept**

Følgende figur viser de ulike stegene i prosessen for betaling og BAX' roller.

Figur 3b: BankAxept steg i betaling

### Steg i prosessen for betaling

Utstedelse	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utsteder utsteder et BankAxept betalingsinstrument til en personkunde (ulik form og tekniske løsninger for fysisk kort, virtuelt kort i mobil lommebok og eBetaling)</li> </ul>
Initiering	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personkunde presenterer sitt BankAxept instrument til brukerstedets betalingspunkt (terminal eller annet). Det er i dette leddet mobile lommebøker som for eksempel Vipps og ApplePay kan brukes for å initiere en betaling</li> <li>Brukerstedet initierer betaling fra sitt betalingspunkt</li> </ul>
Formidling til innløser	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brukersted eller terminalleverandør/PSP formidler transaksjon til innløserprocessor</li> </ul>
Innløserprosessering	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innløserprocessor kontrollerer innløsningsavtale</li> <li>Innløserprocessor formidler til utstederprocessor (innløseravtale)</li> </ul>
Schemekontroll	<ul style="list-style-type: none"> <li>BankAxept AS kontrollerer BankAxept-avtale, terminal, brukersted og sperringer på brukersted (etter ny forretningsmodell)</li> </ul>
Utstederprosessering	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utstederprocessor kontrollerer betalers identitet (autentisering, ulike sikkerhetsløsninger for kort og eBetaling)</li> <li>Utstederprocessor kontrollerer at et gyldig BankAxept instrument fra utsteder er brukt</li> <li>Utstederprocessor formidler transaksjon til utsteder for autorisasjon (utstedersvitsjing)</li> </ul>
Autorisasjon	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utsteder kontrollerer dekning på konto og evt. sperringer på betaler/konto og utfører andre relevante aktivitetskontroller</li> <li>Utsteder reserverer beløp på betalers konto</li> </ul>
Belastning betaler	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innløserprocessor genererer avregningsgrunnlag til NICS for belastning betaler og godskrivning mellomoppgjørskonto</li> <li>NICS gjennomfører avregning mellom innløser og utsteder</li> <li>Utsteder bokfører belastning på betalers konto og fjerner reservasjon</li> <li>Innløser bokfører godskrivning mellomoppgjørskonto</li> </ul>
Oppgjør brukersted	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innløserprocessor genererer avregningsgrunnlag til NICS for belastning mellomoppgjørskonto og godskrivning brukersted</li> <li>NICS gjennomfører avregning for innløsertransaksjoner</li> <li>Innløser bokfører belastning på mellomoppgjørskonto og godskrivning av brukersted</li> </ul>

Steg for transaksjonsgjennomføring  
Transaksjonsgjennomføring etter initiering

### Kommentarer

- BankAxept AS har i dag rollen som både innløserprocessor og utstederprocessor, som forenkler prosessering og gjør enkelte steg unødvendige
- Figuren viser verdikjede for kortprosessering. Bruk av mobile betalingsløsninger (mobil NFC eller eBetaling) kompliserer noe, men prinsippene er de samme
- Verdikjede for avstemningsforespørsel, avstemming og avstemmings- og oppgjørsrapportering er ikke tatt inn i figuren
- Avtaleinngåelse, fakturering og gebyrbelastning er ikke vist i figuren

BAX har per i dag ikke en avtalerelasjon til Vipps. I forhold til BankID derimot benytter BAX seg av BankID ved inngåelse av avtaler med brukersteder, ved bruk av portaler og for autentisering sluttbrukere i BankAxxess og den kommende BankAxxept eBetaling. BAX har en brukerstedsavtale med BID, som regulerer betingelser for denne bruken.

For ytterligere informasjon vises til bilag 13.

#### 4.2.3 BankID

BankID er en personlig elektronisk legitimasjon for sikker identifisering og signering. Identifiseringsmekanismen tilbys både som vanlig BankID-sertifikat og BankID på Mobil.

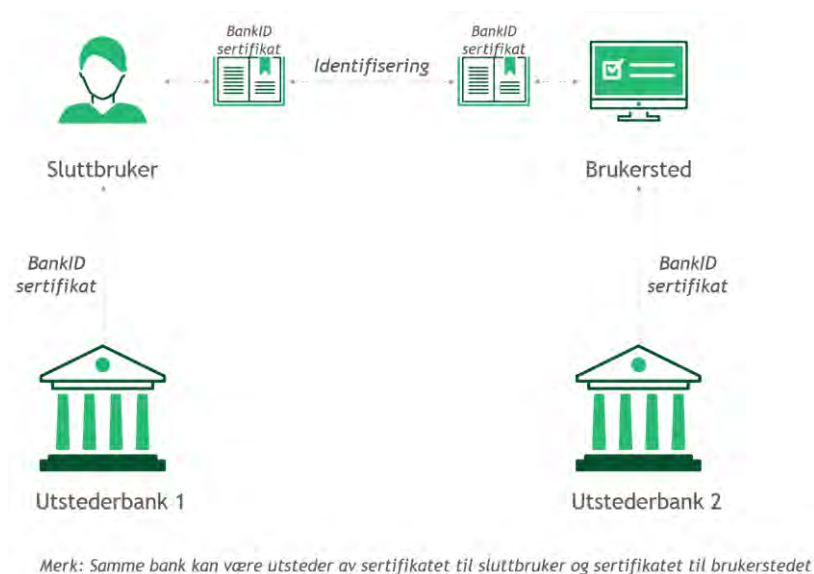
BankID brukes hovedsakelig i forbindelse med betalingssituasjoner som for eksempel innlogging i nettbank og identifisering av betaleren i betalingssituasjoner. BankID brukes også som innloggingsmetode på andre nettsider (både offentlig og privat sektor). BankID tilbyr høyeste sikkerhetsnivå og elektronisk identifikasjon, nivå 4. Det er Bits AS som fastsetter regler for hvem som har rett til å utstede og at BankID-tjenestene tilbys på ikke-diskriminerende vilkår til virksomheter i offentlig og privat sektor. Det utvikles nå også ID-produkter med lavere sikkerhetsnivå, blant annet xID, som ikke regulert av næringen gjennom Bits AS. xID er et nivå-2 ID-produkt for en gjenkjenningstjeneste.

Utstedelse av BankID personsertifikater er geografisk begrenset til norske statsborgere og personer bosatt i Norge med tilfredsstillende id-dokumenter. Utstedelse av BankID brukerstedsertifikater er begrenset til bedrifter som er i registrert i Brønnøysundregistret eller tilsvarende registre i EU/EØS med lovlig virksomhet i henhold til norsk lov. Nevnte bedrifter vil kun ha nytteverdi hvis BankID brukere er en del av målgruppen.

BID eier merkevaren BankID, og er ansvarlig for drift, utvikling, kommunikasjon og salg til brukersteder. BID er ikke formelt de som utsteder BankID, det gjør bankene. BID er et drifts- og salgsselskap. Brukerstedsertifikater distribueres og selges gjennom BIDs forhandlerapparat, mens regelverket for bruk av BankID ("schemet") ligger utenfor selskapet (hos Bits og bankene).

Figur 4 viser hvordan BankID har en tilsvarende struktur som 4-partsmodellen nevnt over.

Figur 4: BankID illustrasjon



BID er ikke underlagt direkte tilsyn av offentlige myndigheter. Selskapet har ingen konsesjon til å yte regulerte tjenester. De tjenester BID tilbyr er imidlertid regulert i lovgivningen og i private regler fastsatt av Bits. BID må derfor forholde seg til en rekke lover og regler som har betydning for selskapet.

For ytterligere informasjon vises til bilag 16 og vedlagte dokumentasjon.

Bilag 21: Prislister BankID

Bilag 22: Omsetning per produkt og kundesegment, BankID

Bilag 23: Prislister xID

4.3 Overordnet beskrivelse av norsk betalings- og identifiseringsinfrastruktur  
Markedet for betalingsformidling er som vi kommer tilbake til ansett som et "oppstrømsmarked" sett i forhold til markedet for kundefront betalingsløsninger. Uttrykket "kundefront" er her brukt som et hjelpebegrep for å lette forståelsen. Kundefront kan overordnet beskrives som sluttbrukergrensesnittet, altså grensesnittet som brukeren forholder seg til når han/hun utfører ønskede handlinger. For betaling vil det være sluttbrukerens møte med betaling og tjenesten som brukes for å initiere denne. For eksempel mobil lommebok, fysisk betalingskort, terminal eller lignende.

For betaling kan Vipps defineres som en kundefront. Kunden initierer betalingen gjennom Vipps, mens det som skjer videre med betalingen baserer seg på bakenforliggende løsninger som sluttbruker gjerne ikke har et forhold til. Tilsvarende kan et betalingskort sies å være en kundefront. Det er gjennom bruk av det fysiske kortet kunden initierer en betaling. BankAxept-betaling i fysiske butikker er derimot et eksempel på en betalingsformidlingstjeneste. En slik betaling er avhengig av å bli initiert av en kundefront som for eksempel et fysisk kort, terminal, en mobil lommebok eller lignende.

BankAxept er en kortordning og konkurrerer i markedet med Visa og Mastercard. Fra BAX's perspektiv vil Vipps og tilsvarende tjenester fremstå som kundefront for BAX's betalingsformidlingstjenester i likhet med bankutstedte kort. Vipps og BAX har derfor over lenger tid, og uavhengig av denne Transaksjonen, jobbet sammen om å tilby BankAxept som underliggende betalingsinfrastruktur for Vipps i butikk. Partene vurderer dette som kritisk for å få innpass hos de store aktørene, i dagligvarehandelen, som har stor innkjøpsmakt da de utgjør mer enn 40 % av alle BAX transaksjonsvolum i Norge. Vipps vil ikke være konkurransedyktig i butikk før transaksjonskostnaden reduseres. Vipps ønsker derfor å få til en effektiv løsning med BankAxept.

For bruk av BankID-tjenester som autentisering eller signering, er det brukerstedet som kontrollerer sluttbrukergrensesnittet, og dermed kundefronten, før og etter bruk av BankID-tjenesten. For å beskytte sluttbrukers inntastede hemmeligheter, tar BankID-klienten kontroll over brukergrensesnittet i dialogen med sluttbruker og formidler hemmelighetene kryptert til den sentrale BankID-infrastrukturen for verifikasjon. Etter at BankID-tjenesten har sendt resultatet av verifikasjonen til brukerstedet, overtar brukerstedet kontrollen over sluttbrukergrensesnittet.

Skillet mellom kundefront og betalingsformidling er viktig for å beskrive de vertikale forholdene. En kundefront kan basere seg på forskjellige underliggende betalingsformidlingstjenester. Tilsvarende kan en betalingsformidlingstjeneste støtte ulike kundefronter. Valg av betalingsformidlingstjeneste skjer gjerne gjennom kundefront, normalt

ved at kundefront setter default/anbefalt betalingsformidlingstjeneste der sluttbruker gis mulighet til å overstyre. Eksempelvis kan en mobil lommebok (kundefront) gi sluttbrukeren valget mellom ulike kort som brukeren har lagt inn. Valgmulighetene kan imidlertid begrenses for eksempel av at brukerstedet ikke støtter alle korttyper som brukeren har lagt inn, eller at kundefronttjenesten krever at P2P-overføringer gjennomføres som straksbetalinger.

Både teknologisk utvikling og innføring av nye reguleringer (PSD 2) skaper mulighet for at flere aktører kan ta rollen som kundefront. Det er forventet at antallet aktører som vil forsøke å ta slike roller vil stige betydelig de kommende årene og at dette vil være både nasjonale og internasjonale aktører. Det må også forventes at det etableres nisjeaktører som adresserer spesifikke kundesegmenter og/eller betalings- og identifiseringssituasjoner.

Kortbetalinger i Norge følger normalt 4-partsmodellen (se figur 5). I denne modellen utsteder utstederne såkalte betalingsinstrumenter til sine kunder. Det er typisk et betalingskort, men kan i prinsippet ta andre former. Betaleren kan bruke instrumentet hos brukersteder som aksepterer det relevante kortnettverket. Ved betaling vil infrastrukturen først autentisere kortet og (identifisere) betaler, for eksempel ved bruk av chip og PIN. Deretter forespørres utstederbanken om bekreftelse på at beløpet kan utbetales (såkalt autorisasjon). Utsteder vil typisk kontrollere om det er dekning på konto. Hvis brukerstedet får slik bekreftelse, vil transaksjonen gjennomføres. Beløpet vil da bli reservert på betalerens konto. Infrastrukturen sender transaksjoner til avregning og oppgjør gjennom NICS.<sup>17</sup> Etter oppgjøret formidler NICS transaksjonsdataene til innløserbanken (brukerstedets bank) for godskriving på kontoen til brukerstedet, og til utstederbanken for belastning av kontoen til betaleren.<sup>18</sup>

I 4-partsmodellen er det tydelig avklarte roller mellom betaler og betalers bank, mellom mottaker og mottakers bank og mellom betalers og mottakers bank. Det er i disse relasjonene at de faktiske transaksjonene mellom partene foregår. Betalingstjenestene som betaler og mottaker forholder seg til, er i stor grad tjenester som gir enklere tilgang på det bakenforliggende systemet for betalingsformidling mellom de finansielle partene i transaksjonen. Eksempler på denne forenklingen er utstedelse av betalingskort, hvor bankene utsteder kortene til sine kunder, men tjeneste og teknologi er knyttet til et eller flere betalingsnettverk (Visa, Mastercard, BankAxept) hvor brukerstedene (mottakerne) får tilgang til å motta betaling fra de utstedte kortene i markedet. Betalingssystemet regulerer både transaksjonsflyten, tjenestereguleringene og ansvaret mellom de bakenforliggende finansielle partene.

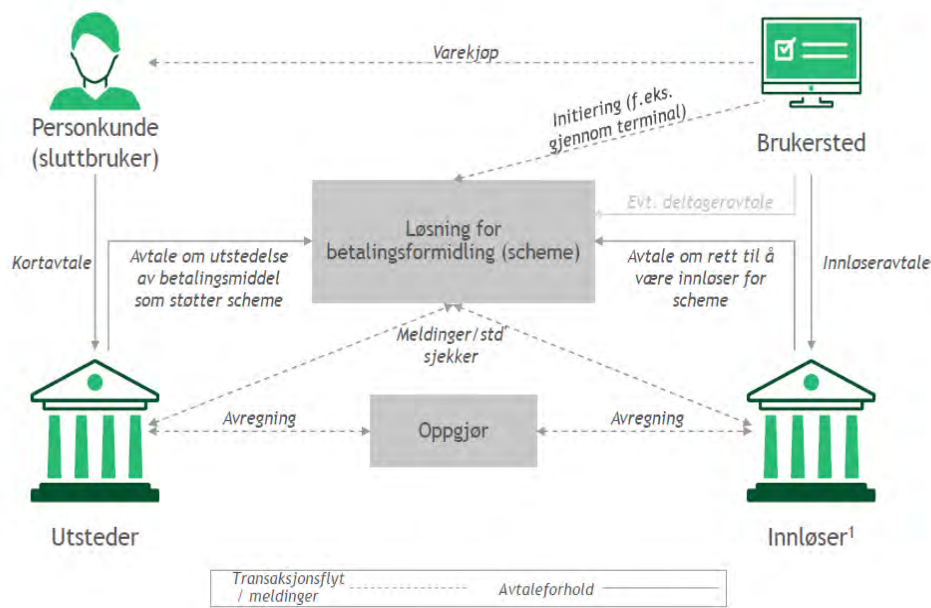
---

<sup>17</sup> NICS er bankenes felles avregningssystem for norske kroner og benyttes av alle banker som deltar i banknæringens felles infrastruktur for betalingsformidling, se [www.bits.no/nics/](http://www.bits.no/nics/).

<sup>18</sup> Se nærmere i Norges Bank, Det norske finansielle systemet 2017 – En oversikt s. 72.



Figur 5: Forenklet illustrasjon av 4-partsmodellen for betaling



Digital betaling forutsetter en eller en annen form for identifikasjon og bekreftelse fra betalerens side, slik som kort og pin ved betaling med plastkort i butikk. Elektronisk identifisering er en form for elektronisk autentisering der en part (betaler) får bekreftet sin identitet overfor en annen tredjepart begge har tillit til. Eksempelvis sluttbruker som logger inn i nettbank, der sluttbruker og bank identifiserer seg overfor hverandre gjennom BankID. Dette gjøres ved at en tredjepart utsteder et elektronisk sertifikat som inneholder informasjon om brukeren og en offentlig nøkkel. Det finnes såkalte kvalifiserte sertifikater som er på høyeste sikkerhetsnivå, og alternative sertifikattypene med lavere sikkerhetsnivå. Kvalifiserte sertifikater er underlagt esignaturloven og det stilles strenge krav til utsteder og innholdet i sertifikatet. Elektronisk signering av betalingstransaksjoner benyttes der det er behov for stor grad av sikkerhet om koblingen mellom innhold og avsenders identitet, eller der skaden ved kompromittering av koblingen er stor. Signering med kvalifiserte sertifikater oppfyller krav til ikke-benektning, dvs signaturen kan føres som bevis i rettssystemet for at den aktuelle transaksjonen faktisk fant sted med det konkrete innhold, på hvilket tidspunkt og av hvilken identitet.<sup>19</sup>

#### 4.4 Overordnet om konkurransen

Per i dag preges konkurransebildet for betalingsløsninger av at Vipps er blitt den ledende tjenesten for vennebetaling i Norge. Det er imidlertid forventet at store internasjonale aktører som Apple vil utfordre Vipps også innenfor dette segmentet. Innenfor nettbetaling er Vipps en foreløpig liten aktør, mens BAX er en potensiell utfordrer. Dette segmentet preges av sterk konkurranse fra store internasjonale aktører som Visa, Mastercard, PayPal og Klarna. Butikkbetaling domineres av bankutstedte plastkort basert på BankAxept og/eller internasjonal kortstruktur (Visa/Mastercard). Vipps er her en potensiell utfordrer (sammen med blant annet andre mulige løsninger for mobilbetaling). Innenfor SMB/lag og foreninger møter Vipps primært konkurranse fra terminalbaserte løsninger for kortbetaling (og kontanter), men også her forventes økt konkurranse fra andre løsninger for mobilbetaling

<sup>19</sup> Retningslinjer for sikkerheten i internettbetalinger i Norge er nærmere beskrevet i <https://www.finanstilsynet.no/contentassets/c1970a306e2a4400858ae7ca192bf498/retningslinjer-for-sikkerhet-i-internettbetalinger.pdf>

(som for eksempel Apple Pay). Fakturabetaling domineres av tradisjonelle løsninger for eFaktura (Nets) og papirfaktura, og her er Vipps (sammen med andre) en potensiell utfordrer.

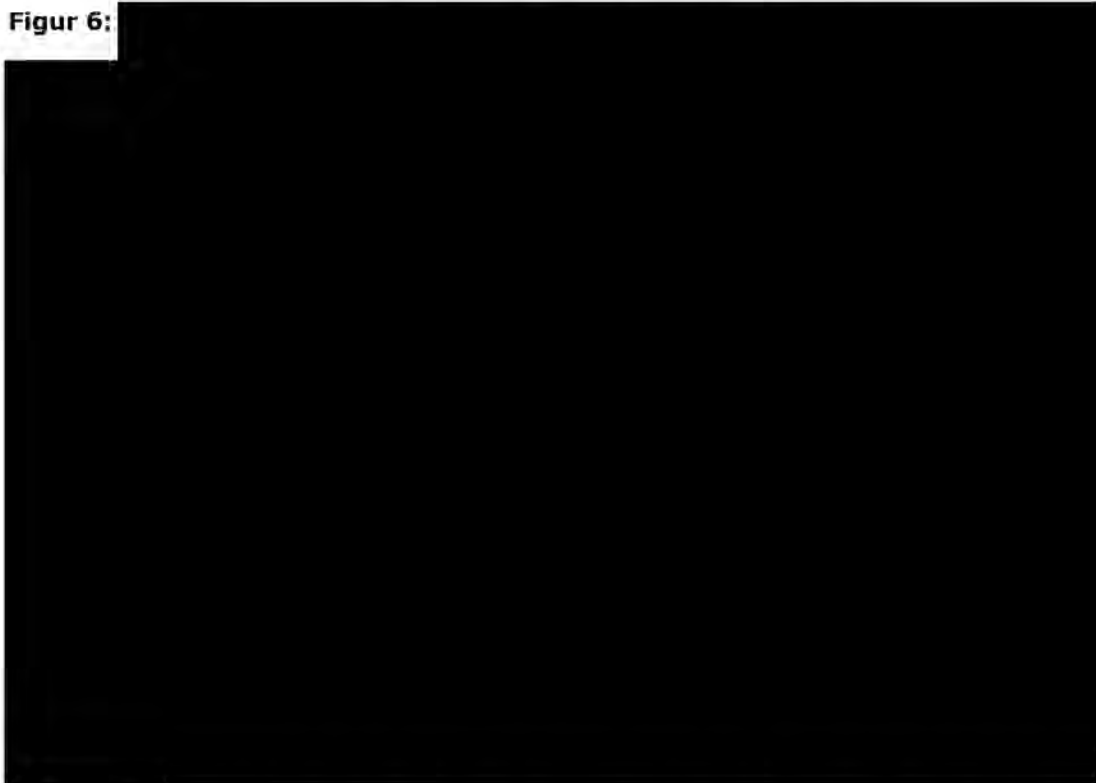
Innenfor betalingsformidling varierer konkurransesituasjonen også noe for ulike bruksområder/betalingsituasjoner. BankAxept er den foretrukne løsningen for bankutstedte kort og BAX er derfor den største aktøren innenfor betalingsformidlingstjenester for betaling i fysiske butikker, selv om BAX taper markedsandeler til internasjonale kortnettverk. Innenfor nettbetaling er det de internasjonale kortnettverkene som dominerer. Direkteoverføringer, inkludert såkalt straksbetaling er også et alternativ for flere betalingsituasjoner.

BID er den klart største eksterne leverandøren av ID-tjenester knyttet til betalingsløsninger, men har konkurranse fra blant annet Buypass og Commfides.

Ved vurderingen av konkurransesituasjonen partene befinner seg i vil en fokusering kun på tilstedeværende aktører i dag gi et uriktig bilde av konkurransepresset. Markedet er i høy utvikling og har en svært dynamisk karakter. Konkurransesituasjonen må derfor ta i betraktning også de forventede konkurrentene fremover.

I alle markedene og bruksområdene vil partene møte konkurranse fra store globale aktører med et svært bredt tjenestetilbud. Dette er illustrert i figur 6 under.

**Figur 6:**



Vipps sine nærmeste konkurrenter er tilbydere av kundefront-løsninger, og konkurrentene varierer etter hvilken markedskanal som vurderes (butikk, nett, P2P, SMB/LOF eller faktura).

BAX nærmeste konkurrenter er tilbydere av betalingsformidling, og konkurrentene varierer etter hvilken markedskanal som vurderes.

BIDs nærmeste konkurrenter er tilbydere av e-identifisering, og konkurrentene varierer etter hvilken markedskanal som vurderes.

Konkurranserbildet i dag og fremover er presentert i bilag 24.

Bilag 24: Konkurranserbildet i dag og fremover

Dette er informasjon vi vil komme nærmere tilbake til nedenfor. I bilaget gis også en oversikt over partenes fem største kunder og leverandører. Kontaktdetaljer for partenes største konkurrenter, kunder og leverandører er også inntatt der.

#### 4.5 Regulatoriske forhold

##### 4.5.1 Kort om dagens regulering av særskilt betydning for partenes virksomhet

Det er gjort detaljert rede for relevante regulatoriske krav i beskrivelsen av partenes virksomhet inntatt i bilag 10, 13 og 16. De viktigste forholdene er:

- For å kunne utføre betalingstjenester som betalingsforetak, slik Vipps gjør, er det nødvendig med konsesjon. Regelverket skal primært sikre at virksomheten drives forsvarlig, men innebærer blant annet også en forpliktelse til å opptre ikke-diskriminerende overfor sluttkunder. For tjenester som benytter seg av kortordninger (slik flere av Vipps sine tjenester gjør) innebærer dette noen begrensninger med hensyn på prioritering av bestemte kortordninger. Dette har imidlertid per i dag liten praktisk betydning ettersom Vipps er basert på internasjonale kort (Visa/Mastercard) og ikke BankAxept.
- BAX tilbyr betalingssystemer, og dette er regulert av betalingssystemloven. Ethvert betalingssystem skal ha vilkår for deltakelse som er objektive, ikke-diskriminerende og forholdsmessige (omtalt som "Kontraheringsplikten"). Betalingssystemene i BAX er imidlertid ikke omfattet av Kontraheringsplikten, se bilag 13. Selv om Kontraheringsplikten formelt sett ikke gjelder, er vilkårene for deltakelse i BankAxept likevel i stor utstrekning i samsvar med kravene i betalingssystemloven. I praksis innebærer dette at banker med virksomhet i Norge har rett til å delta i BankAxepts betalingssystem. Alle tjenestene til BAX tilbys på ikke-diskriminerende vilkår til bankene som har rett til å delta. Vipps er i dag ikke deltaker i BankAxept, og kan heller ikke bli det med konsesjon som betalingsforetak. For konkurrenter av Vipps er det heller ikke nødvendig å være deltaker i BankAxept for å tilby betalingsløsninger som konkurrerer med Vipps. For konkurrenter av Vipps vil det, som vi kommer tilbake til, eventuelt være bruk av BankAxept-infrastrukturen som er interessant. Når en effektiv løsning for blant annet butikkbetaling basert på BankAxept er klar (hva enten det er tale om kontaktløs betaling med et digitalt kort utstedt på mobilen eller kommende eBetaling), vil en leverandør av konkurrerende betalingstjenester kunne få tilgang til BankAxept på ulike måter, se kap. 4.9 nedenfor.
- BAX opererer også et betalingssystem som er en kortordning. Som nevnt ovenfor innebærer dette blant annet at kortordningen til BAX ikke kan kreve at brukersteder prioriterer BankAxept-kort foran f. eks. Visa/Mastercard.
- Det er videre et krav til konkurranseutsetting av prosesseringstjenester i kortordninger. Dette betyr at BAX må legge til rette for at bankene skal kunne velge alternative leverandører av prosesseringstjenester for kortbaserte BankAxept-transaksjoner, og at BAX skal likebehandle sin egen kortprosesseringsenhet og andre tilbydere av kortprosesseringstjenester. Konkurransetsettingen av

prosessoren er juridisk sett formulert som et krav om separasjon av kortordning og prosesseringsenheter.

- Før PSD2 trer i kraft gjennom ny Finansavtale lov i Norge, gjelder PSD, jf. også retningslinjer fra Finanstilsynet som styrer hvilke autentiseringsmetoder som benyttes.<sup>20</sup>
- Tilbydere av betalingstjenester er pålagt å forsikre seg om at brukeren/betaleren identifiserer seg ved etablering av kundeforholdet (hvitvaskingsloven § 6). Slik identifisering kan skje enten fysisk ved offentlig utstedt legitimasjon (pass) eller ved elektronisk legitimasjon som tilbys av utstedere som oppfyller sikkerhetskravene i esignaturloven og har registrert seg på Nasjonal Kommunikasjonsmyndighets selvdeklarasjonsliste (hvitvaskingsforskriften § 6). Per i dag er dette BankID, BuyPass og Commfides.<sup>21</sup>
- Tilbydere av betalingstjenester er også pålagt å forsikre seg om at brukeren/betaleren identifiserer seg og gir sitt samtykke ved f. eks. initiering av betalingstransaksjoner og ved pålogging i nettbank mm. Hvordan brukeren skal identifisere seg ved en betalingstransaksjon er ikke spesifikt regulert i loven, men det er bestemt at samtykke skal gis i den form og på den måte som er avtalt mellom betaleren og dennes bank/betalingsforetak.<sup>22</sup> For såkalte internettbetalinger (begrepet internettbetalinger er snevert definert og omfatter hovedsakelig betalinger som gjøres i en nettleser, men ikke for eksempel betalinger som gjøres i en mobil-app som Vipps), gjelder det krav til sterk kundeidentifisering (SCA) i noen betalingssituasjoner allerede i dag.<sup>23</sup> Etter innføringen av PSD 2 vil det stilles strengere krav til autentiseringen (sterk kundeautentisering – SCA) og kravet vil gjelde i flere betalingssituasjoner enn i dag, se nedenfor. BankID er ett eksempel på en ID-løsning som oppfyller kravet til sterk kundeautentisering.

#### 4.5.2 PSD 2 åpner markedene ytterligere

Den nåværende Payment Service Directive 1 regulerer tilbudet av betalingstjenester.<sup>24</sup> Alle såkalte betalingsforetak (som Vipps er) er underlagt regulering, og må følge reglene i PSD. EUs reviderte Payment Service Directive 2 ("PSD 2")<sup>25</sup> trer i kraft i EU i januar 2018. Innføringen av PSD 2 i Norge er litt forsinket, men ventes å finne sted i løpet av 2018 eller tidlig 2019.

Hovedformålet med revisjonen i PSD 2, er å legge til rette for økt konkurranse i markedet for betalingstjenester, redusere kostnader ved betaling, fremme innovasjon, beskytte forbrukere, styrke sikkerheten for nettbetalinger og harmonisere regelverket i EU ytterligere.

<sup>20</sup> <https://www.finanstilsynet.no/contentassets/c1970a306e2a4400858ae7ca192bf498/retningslinjer-for-sikkerhet-i-internettbetalinger.pdf>

<sup>21</sup> Liste over "registrerte tilbydere av sertifikat etter sjølvdeklarasjonsordninga":  
<https://www.nkom.no/teknisk/elektronisk-signatur/selvdeklarasjon/registrerte-tilbydere-av-sertifikat-etter-sj%C3%B8lvdeklarasjonsordninga>

<sup>22</sup> Finansavtaleloven § 24 (3).

<sup>23</sup> Se retningslinjene fra Finanstilsynet som er tilgjengelige her:

<https://www.finanstilsynet.no/contentassets/c1970a306e2a4400858ae7ca192bf498/retningslinjer-for-sikkerhet-i-internettbetalinger.pdf>

<sup>24</sup> EUs direktiv 2007/64. PSD 1 er implementert i norsk rett i betalingssystemloven, finansforetaksloven og finansavtaleloven.

<sup>25</sup> EU Direktiv 2015/2366. Direktivet kalles gjerne betalingstjenestedirektivet på norsk.

Totalt vil PSD 2 skape det som omtales som "Open Banking". Både BAX, Vipps og BID vil bli påvirket av dette. I det følgende vil vi omtale de viktigste endringene av PSD 2.

For det første krever PSD 2 at bankene åpner sine systemer og gir tredjepartsaktører direkte tilgang til betalingskontoer, forutsatt samtykke fra kontoinehaver.<sup>26</sup> Det er to nye aktører som får direkte tilgang til bankkonto:

- PISP'er<sup>27</sup> (Betalingsfullmektiger) gis mulighet til å initiere betalinger direkte mellom kundens bankkonto og brukerstedets konto. PISP'er forventes å utvikle innovative løsninger for konto-til-konto betaling som utfordrer Vipps kommersielt. Konto-til-konto betalinger vil ikke benytte seg av kortordninger som underliggende infrastruktur, og kortordningen til BAX kan derfor oppleve redusert bruk.
- AISP'er<sup>28</sup> (Opplysningsfullmektiger) gis tilgang til informasjon på kundens betalingskonto, som kan aggregeres og danne grunnlag for informasjonsplattformer. Kunden kan dermed få tilgang til informasjon fra flere bankforbindelser (hvis kunden har flere banker) ved å logge seg på én enkel informasjonsplattform hos AISP'en.

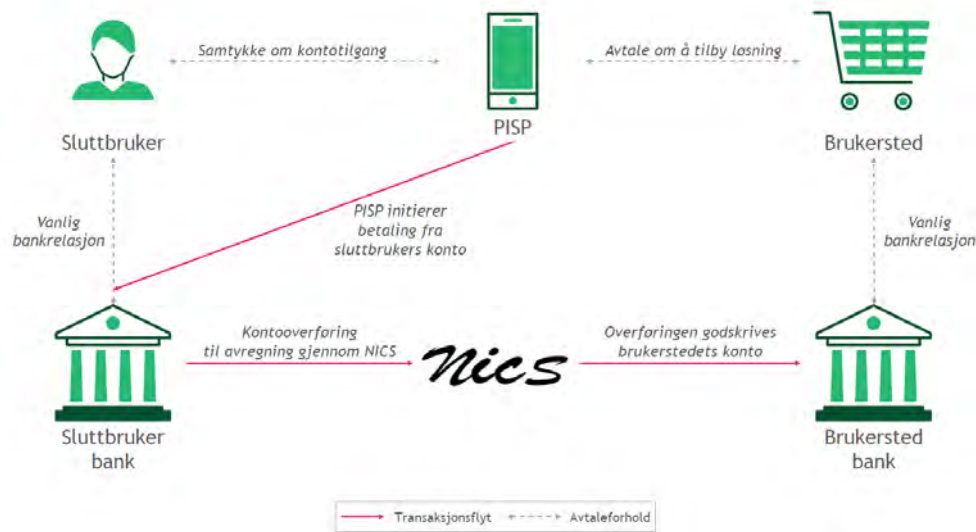
PISP'er vil kunne initiere betaling direkte fra betalerens konto uten at betaleren trenger å bruke et kort som betalingsinstrument. PISP'en initierer en såkalt interbank konto-til-konto betaling. Det kan sammenlignes med at PISP'en logger seg inn på betalerens nettbank og iverksetter en overføring direkte fra betalerens nettbank til brukerstedet (se figur 7 for en illustrasjon). For at en slik teknisk løsning skal bli mulig, må hver enkelt bank utvikle et grensesnitt som tillater at PISP'er logger seg inn i bankens systemer og initierer betalinger. PSD 2 krever at bankene utvikler slike grensesnitt, som tillater at tredjepartsaktørene får tilgang (dette er kjernen i "Open Banking"). I prosessen med å utvikle slike grensesnitt vil bankene antagelig henvende seg til BID for å kjøpe tjenester som sikrer at PISP'en identifiserer seg ovenfor banken på en hensiktsmessig og lovmessig måte før en betaling initieres.

Figur 7: Illustrasjon av betaling initiert av PISP

<sup>26</sup> PSD 2 art. 36, 66, 67 mv.

<sup>27</sup> Forkortelsen PISP står for Payment Initiation Service Provider.

<sup>28</sup> Forkortelsen AISP står for Account Information Service Provider.



Ettersom PISP'en får tilgang til bankkonti ("Open Banking") er det forventet at PISP'ene vil skape nye og innovative betalingsløsninger. PISP'ene vil særlig konkurrere med Vipps på brukervennlighet, enkelhet og god brukeropplevelse. De vil også kunne ta markedsandeler fra BAX fordi betalingsløsningene vil basere seg på en annen infrastruktur (konto-til-konto) enn BAX tilbyr (primært tilbyr BAX en kortordning per i dag).

For det andre åpner PSD 2 for at banker og betalingsforetak (f.eks. i rollen som PISP) kan utstede kortbaserte betalingsinstrumenter knyttet til en konto som kunden har i en annen bank. EU-kommisjonen legger til grunn at dette vil øke konkurransen i markedet for kortbetalinger.<sup>29</sup> Slike kortutstedere kan bli kommersielle konkurrenter til Vipps og vil kunne ta markedsandeler fra BAX dersom kortene bruker en annen kortordning enn BAX tilbyr.

For det tredje innebærer PSD 2 at det stilles nye krav til ID-løsninger og autentisering. Disse kravene kalles ofte SCA (Strong Customer Authentication – sterk kundeidentifikasjon). SCA innebærer at det stilles strengere krav til autentisering av betalingstransaksjoner og for innlogging på nettbank. SCA-kravene innebærer blant annet krav om to-faktor autentisering, som svarer til nivå 3 eller 4. For å utvikle gode og brukervennlige løsninger som hensyntar de nye SCA-reglene vil det i praksis være nødvendig å etablere et tett samspill mellom tilbydere av betalingstjenester som Vipps og BAX, og leverandører av ID-løsninger som BID. De nye SCA-kravene innebærer også at det åpnes for at nye aktører kan utfordre både BID og Vipps ved å tilby teknologiske løsninger som oppfyller kravene i PSD 2 og samtidig er enklere for kunden å bruke. En vanlig modell vil være at en betalingstjeneste benytter en sikker ID-tjeneste som BankID ved etablering, og at det senere benyttes en innebygget ID-løsning i betalingstjenesten. BankAxept-kort er et eksempel. Der oppfyller bruk av BankAxept-kort kravene til to-faktor autentisering gjennom noe man *har* (et chipkort) og noe man *vet* (PIN).

#### 4.6 Markedet for kundefront betalingsløsninger

##### 4.6.1 Relevant marked

Markedet for betalingsløsninger kan deles inn i 5 bruksområder:

<sup>29</sup> PSD 2 fortalen 67-68, artikkel 65.

- 1) Betaling i butikk,
- 2) P2P betalinger,
- 3) Betalinger på internett,
- 4) SMB inkl. lag/foreninger og
- 5) Faktura/Bedrift.

Markedet er i sterk utvikling, og inndelingen innebærer en forenkling. I fremtiden vil vi se flere bruksområder enn vi kjenner i dag.

Vipps er som det fremgår ovenfor en aktuell eller potensiell tilbyder av betalingsløsninger for alle bruksområder. BAX er en potensiell tilbyder av betalingsløsninger innenfor netthandel, men er primært en leverandør av underliggende infrastruktur for betalingsformidling, som potensielt kan benyttes av Vipps og andre tilbydere av betalingsløsninger.

Partene er av den oppfatning at ulike betalingsløsninger gjennomgående tilhører samme relevante marked. De ulike løsningene for mobilbetaling mv, tilhører med andre ord samme marked som for eksempel betaling med kort. De tekniske barrierene mellom ulike bruksområder er videre i ferd med å forsvinne, og aktører som tidligere har vært spesialisert innenfor et bruksområde, kan i dag levere tjenester som dekker flere bruksområder. Mobile betalingsløsninger vil være en viktig drivkraft for økt konkurranse i dette markedet. Fra etterspørselssiden vil ulike betalingsløsninger i stor utstrekning dekke behovet for å få utført en betaling.

Etter Partenes vurdering bør foretakssammenslutningen derfor vurderes innenfor et samlet marked for betalingsløsninger. Dette understøttes av høringsuttalelsene gitt Konkurransetilsynet i forbindelse med meldingen om felles eierskap i Vipps av 13. februar 2017, hvor nær sagt samtlige hørte tredjeparter ga uttrykk for at de var enige med partene i at det eksisterte et samlet marked for ulike betalingsløsninger.<sup>3031</sup>

I meldingen om felles eierskap i Vipps ble det også argumentert for at det heller ikke burde sondres mellom ulike betalingssituasjoner/bruksområder. Partene fastholder dette, dvs. at det mest sannsynlig er tale om et samlet marked. Dette markedet er tosidig, i den forstand at aktørene som tilbyr ulike betalingsløsninger dels konkurrerer om betalere og dels om betalingsmottakere. Det er videre noen ulikheter med hensyn til hvilke løsninger som er tilgjengelige i ulike betalingssituasjoner. Dette er forventet å ville endres over tid (ulike betalingsløsninger blir tilgjengelige i flere betalingssituasjoner), men noen ulikheter vil naturlig nok bestå (kontantbetaling vil for eksempel fortsatt være et alternativ i bare noen situasjoner). I de betalingssituasjonene hvor ulike alternativer er tilgjengelige for sluttbruker (hva enten det er tale om kontant, plastkort eller virtuelle kort, overføring, faktura eller andre former for mobilbetaling), vil disse gjennomgående fremstå som substituerbare, med (gjennomgående) små kostnadsforskjeller. Det er videre høy grad av tilbudssubstitusjon,

<sup>30</sup> Se brev fra Rema 1000, Visma, Gjensidige, advokatfirmaet Kvale (MobilePay), BankAxept, Skandiabanken, Nets, Norgesgruppen, Nordea, advokatfirmaet Føyen Torkildsen (Retail Payment) og COOP fra februar/mars 2017. iZettle var eneste aktør som ga uttrykk for at mobile betalingsløsninger kunne tilhøre et separat marked.

<sup>31</sup> I Kommisjonspraksis er spørsmål knyttet til markedsavgrensning diskutert, men gjennomgående uten klare konklusjoner, se for eksempel Case No COMP/M.6967 - BNP PARIBAS FORTIS/BELGACOM/ BELGIAN MOBILE WALLET. Merk også at det er tale om markeder med litt andre karakteristika og avgjørelser som allerede er "gamle".

dvs. at aktører med betalingsløsninger for bestemte bruksområder relativt enkelt kan levere tjenester for flere bruksområder. Den tekniske og kommersielle utviklingen med digitale tjenester vil forsterke dette ytterligere.

De fleste tredjeparter som ble hørt i forbindelse med etableringen av felles eierskap i Vipps støttet også dette synspunktet, selv om enkelte ga uttrykk for et mulig skille mellom bruksområder/betalings situasjoner.<sup>32</sup>

Selv om det ikke er grunnlag for å skille mellom ulike betalingsløsninger eller betalings situasjoner i markedsavgrensningen, er det altså likevel en viss forskjell mellom ulike bruksområder, blant annet i forhold til hvilke tjenester som er tilgjengelige, hvilke aktører som er til stede og hvordan konkurransen er. Det er derfor uansett hensiktsmessig å skille mellom ulike bruksområder i fremstillingen.

Partene er videre av den oppfatning at konkurranseflatene for ulike betalingsløsninger fremdeles primært er nasjonal. Markedet beveger seg imidlertid raskt mot en bredere geografisk utstrekning:

- Det er eksisterende konkurranse fra betydelige internasjonale aktører for utsjekkingsløsninger på nett (f. eks. PayPal, Klarna, Apple Pay checkout m.fl.)
- Digitale aktører slik som Apple, Google og Facebook er i ferd med å rulle ut mobile lommebøker i flere land.
- Aktører innen detaljhandelen etterspør løsninger som fungerer på tvers av landegrensler.

Det er uansett ikke nødvendig å ta endelig stilling til avgrensning av produktmarkedet eller det geografiske markedet. Foretakssammenslutningen fører ikke til noen konkurransebegrensende virkninger innen noen av segmentene.

#### 4.6.2 Særlig om "markedet" for betaling i butikk

##### 4.6.2.1 Innledning

For betaling i fysiske butikker er betaling med kort, særlig debetkort, den dominerende betalingsløsningen i Norge.

Nye betalingsløsninger, slik som mobilbetaling (deriblant Vipps), konkurrerer om kundene med de etablerte løsningene (kort og kontant).

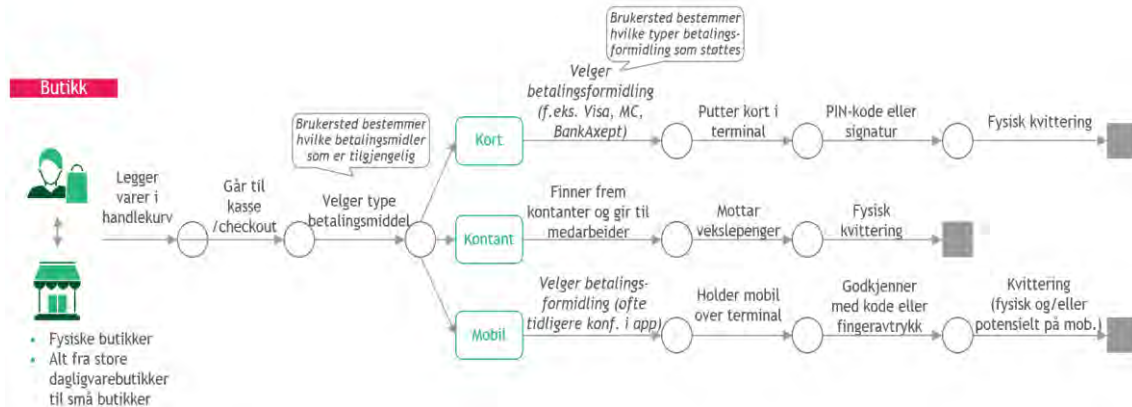
For sluttbrukere vil valg av betalingsløsning i stor grad avhenge av hva som omfattes som tilgjengelig, enkelt og trygt. Brukerstedene har også en viktig rolle i konkurransen mellom tilbyderne av betalingsløsninger. Dette gjelder særlig de store dagligvarekjedene, som også har stor makt og innflytelse over hvilke løsninger som til syvende og sist vil bli tilgjengelige.

Se figur 8 for illustrasjon av butikkbetaling fra sluttbrukers perspektiv.

Figur 8: Betaling i butikk

<sup>32</sup> Dette gjaldt for eksempel Retail Payment, som argumenterte for en mulig segmentering av markedet, hvor det var naturlig å skille mellom vennebetaling, butikkbetaling og fakturabetaling ut fra at "forskjellige betalingsløsninger har fortrinn i forskjellige segmenter og at kundetilknypningen på betaler- og mottakersiden varierer". Se brev fra Føyen Torkildsen datert 2. mars 2017 side 2.





Aktørene med kundefrontløsninger kan hente sine inntekter fra betaler eller fra brukerstedene. Det finnes imidlertid andre modeller, blant annet at kundefronttjenesten gjør avtaler med utsteder. Det finnes også tjenester som ikke tar direkte betalt for transaksjoner, men som skaffer seg indirekte inntekter gjennom fra bruk av dataene som betalingene genererer. Betaler prises i de fleste tilfeller ikke for bruk, men kan betale for å ha tjenesten, typisk i form av årsgebyr.

#### 4.6.2.2 Vipps og BankAxept konkurrerer ikke om løsninger relatert til butikkbetaling

I utgangspunktet kan foretakssammenslutningen synes å omfatte en stor etablert aktør (BAX) og en potensiell utfordrer (Vipps). Dette er imidlertid ikke en riktig beskrivelse. Konkurransespelet mellom partene er begrenset ettersom de i utgangspunktet befinner seg på ulike nivåer i verdikjeden, hhv betalingsløsning og betalingsformidler..

BAX's oppgave er, *gjennom betalingsinfrastruktur* på vegne av kortutsteder, å kontrollere sluttbrukers identitet, foreta dekningskontroll og formidle transaksjonen til utsteder for autorisasjon, og på vegne av innløser produsere transaksjonsgrunnlag for overføring av betalingen fra sluttbruker til brukerstedet. Dette gjelder uavhengig av kundefrontløsning. *For BAX er kundefronten mot sluttbruker i dag bankutstedte betalingskort.* BAX utsteder ikke betalingskort selv og opptrer følgelig ikke som direkte sluttbruker-kundefront utover at BAX's varemerke eksponeres på kort og i butikk. Fremover kan kontobaserte betalingsinstrumenter brukes i stedet for kort, gjennom BAX eBetaling. Her åpner BAX for at tredjepartstjenester som Vipps kan opptre som kundefront (slik kort er kundefront for tradisjonell kortbetaling med BAX). Nye betalingsløsninger, inkludert Vipps og antagelig Apple Pay etc., vil altså konkurrere om kundene mot de etablerte betalingsløsningene, kort og kontant. BAX på sin side leverer tjenester som vil gjøre det mulig for *bankene og andre (eksempelvis en mobil lommebok)* å tilby kundene BankAxept-instrumenter til bruk i norske butikker.

For BAX er det avgjørende om kundefront betalingsløsningen innebærer en BankAxept-betaling eller en annen type betaling. Per i dag vil BAX tape omsetning hvis Vipps tar markedsandeler fra kort, men det er fordi Vipps nå er basert på Visa og Mastercard. Vipps og BAX arbeider som nevnt med å basere Vipps-betalinger på BankAxept, men dette arbeidet går ikke raskt nok.

Modellene for prising av BankAxept-tjenester er beskrevet i bilag 13. Innføring av den nye forretningsmodellen blir gjennomført uavhengig av foretakssammenslutningen. Hovedtrekkene i den nye forretningsmodellen er at BAX etablerer en direkte kunderelasjon med brukerstedene og får inntekter fra abonnement (fastavgift) og per transaksjon. I tillegg får BAX inntekter fra bankene for å levere tjenester til bankene og mobile lommebøker.

Bankene som kortutstedere og mobile betalingsløsninger vil fortsatt ha den direkte kunderelasjonen til privatkunder og brukersteder, således er ikke BAX og Vipps i konkurranse på kundefront.

#### 4.6.2.3 Nærmere om konkurransesituasjonen på "markedet" for butikkbetaling

I 2016 ble det ifølge Norges Bank<sup>33</sup> utført ~1897 millioner varekjøp med norske kort i innenlandske betalingsterminaler, tilsvarende samlet ~658 milliarder NOK. Betalingene, samt kontantuttak fordelte seg omtrent slik mellom ulike betalingsformer målt i antall transaksjoner:

**Tabell 6:** Fordeling BankAxept, internasjonale kort og kontant, 2016 (Norges Bank)

	BankAxept	Kort utstedt av internasjonale kortselskap	Andre
<b>Varekjøp antall transaksjoner:</b>	~1551 millioner transaksjoner	~314 millioner transaksjoner	~31 millioner transaksjoner
<b>Kontantuttak fra minibanker antall uttak:</b>	~43 millioner uttak	~3,5 millioner uttak	~0,5 millioner uttak

De fysiske kortene er følgelig i dag det klart dominerende betalingsalternativet i butikk. I tillegg er det betydelig potensiell konkurranse innenfor mobilbetaling, der de viktigste konkurrentene antas å være

Selv om det er usikkert når disse løsningene kommer til Norge, må disse globale digitale aktørene anses som potensielle konkurrenter for Vipps. I Norge har Apple en særlig sterk posisjon.<sup>35</sup> Det er derfor all grunn til å tro at potensialet er vel så godt her. Se også bilag 24, som gir en oversikt over Vipps konkurrenter, kunder og leverandører i ulike kanaler.

Flere av de overnevnte aktørene har utvilsomt potensiale til å utfordre Vipps på mobilbetaling, jf. for så vidt de to artiklene vist til i note 13 med spådommer om at Apple kommer til å knuse Vipps innen kort tid. Apple Pay synes for eksempel å ha fått en god start i Danmark:

<sup>33</sup> Norges Bank Kunderetta Betalingsformidling 2016 Memo nr 2, 2017.

<sup>34</sup> [https://blog.google/topics/shopping-payments/announcing-google-pay/?utm\\_source=Triggermail&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Post%20Blast%20%28bii-payments%29:%20Google%20launches%20Google%20Pay%20%E2%80%94%20Cryptocurrency%20debit%20card%20dropped%20from%20Visa%20network%20%E2%80%94%20ABN%20AMRO%20trials%20wearables&utm\\_term=BII%20List%20Payments%20ALL](https://blog.google/topics/shopping-payments/announcing-google-pay/?utm_source=Triggermail&utm_medium=email&utm_campaign=Post%20Blast%20%28bii-payments%29:%20Google%20launches%20Google%20Pay%20%E2%80%94%20Cryptocurrency%20debit%20card%20dropped%20from%20Visa%20network%20%E2%80%94%20ABN%20AMRO%20trials%20wearables&utm_term=BII%20List%20Payments%20ALL)

<sup>35</sup> Ca. 55 % av sesjoner på norske nettsteder med mobil i uke 48, 2017, er gjort fra iPhone, imens ca. 45 % er gjort fra Android-telefon [http://tnslistene.no/?list\_id=12&list\_type=4&week=48&year=2017&report=day&metric=avrch\_000]. Til sammenligning har iPhone en markedsandel på ca 15-20 % på verdensbasis, mens Android har ca 75-80 %, jf. [https://www.statista.com/statistics/216459/global-market-share-of-apple-iphone/].

*"«Vi kan med store glede konstatere at kundene har tatt Apple Pay godt imot. Bare i Danmark kan vi se at titusenvis har tatt i bruk tjenesten», sier kommunikasjonssjef Stine Wind i Nordea Danmark.»<sup>36</sup>*

Butikkbetalinger er det desidert største markedssegmentet for betalingstransaksjoner i Norge. Betalingskort vil fortsette å stå for den største andelen av betalingstransaksjoner i butikk i Norge på kort og mellomlang sikt, men partene vurderer det som sannsynlig at effektive mobilløsninger har potensial til å kunne ta betydelige andeler.

Betalingskort har også utviklet seg. Kontaktløs betaling basert på NFC-teknologien har over de siste årene blitt mer og mer utbredt og gjør betaling for mindre beløp enda enklere enn i dag. Gitt at den gjennomsnittlige verdien per korttransaksjon i Norge i dag er ca. 350 kroner, er det et nokså stort potensial for løsningen.

De fleste nye bankkort i Norge er kontaktløse, og Mastercard har stilt krav om at alle terminaler som aksepterer Mastercard i Europa må støtte kontaktløsbetaling fra 2020.<sup>37</sup>

For mobilbetaling i butikk tilbyr Apple Pay, SamsungPay og Google Pay kontaktløs betaling via NFC. Apple har per tid ikke åpnet sin NFC antenne for andre mobilbetalingsløsninger enn sin egen. Dette betyr at Vipps-betaling basert på NFC ikke vil være mulig med en iPhone, den mest utbredte smarttelefonen i Norge, per i dag. For Vipps er løsningen som brukes i dag er en videreføring av løsningen for lag og foreninger. Vipps har en ny løsning for butikkbetaling, som ble lansert som en beta-pilot med utvalgte butikker i april 2017 og kan brukes i McDonalds, Telia og noen få andre.

Basert på antall transaksjoner, er Vipps' andel av butikkbetalinger i Norge nærmere [REDACTED]

Dagligvarehandelen er avgjørende for en vellykket etablering av nye og effektive betalingsløsninger, og har etablert fellesselskapet Aera Payment & Identification AS (tidligere Retail Payment AS)<sup>38</sup>. Partene bak Aera-samarbeid står anslagsvis for 50 % av alle kortkjøp i butikk i Norge. Aera ble etablert for å "løse de umiddelbare utfordringene Coop og NorgesGruppen hadde med mobilbetaling og bankenes betalingsapplikasjoner".<sup>39</sup> Bakgrunnen var et uttalt behov for "utviklingen av en helhetlig løsning som kan håndtere betalingsprosessering og identifikasjon av kunder uavhengig av betalingsmedium...". Aera vil være en "fasilitator for leveranse av teknologi og infrastruktur som muliggjør at brukerstedet skal kunne tilby flere betalingstjenester via samme infrastruktur". Det er stor kjøpermakt i dette segmentet, og dagligvarekjedene er opptatt av at det utvikles løsninger som bygger på billig infrastruktur, slik som BAX. Dette gjelder både for kontaktløse betalingskort og mobilbetaling.<sup>40</sup> Rema 1000 fremhevet for eksempel i sitt høringsinnspill til Konkurransetilsynet ved etableringen av Vipps at "alle dagligvareaktører [vil] prøve å reservere seg hvis aktører ikke støtter dette [avtale med BankAxept for å få tilgang til lavkost transaksjonsinfrastruktur] eller kan matche transaksjonsprisene til BankAxept".<sup>41</sup> Banknæringen og handelen har i så måte stor grad av felles interesser, og siktemålet med foretakssammenslutningen er nettopp å legge bedre til rette for utviklingen av nasjonale kostnadseffektive og konkurransedyktige løsninger basert på åpen infrastruktur i denne

<sup>36</sup> <http://e24.no/digital/digitalisering/nordea-satser-paa-apple-pay-i-danmark-titusenvis-har-tatt-i-bruk-tjenesten/24180245>

<sup>37</sup> Se for eksempel <https://www.advantio.com/blog/mastercard-mandate-pos-contactless-2020>

<sup>38</sup> Eiet av NorgesGruppen og Coop, REMA 1000, Reitan Convenience, Umoe Restaurants og Varner Group er partnere.

<sup>39</sup> Svar til Konkurransetilsynet på spørsmål om opplysninger i brev av 2. mars 2017.

<sup>40</sup> <http://shifter.no/index.php/2016/10/25/norske-retail-payment-inngar-partnerskap-globale-teknologigiganter/>

<sup>41</sup> Svar til Konkurransetilsynet på spørsmål om opplysninger i brev av 24. februar 2017, side 3.

konkurransen. Utfordringen for partene, og for så vidt den norske detaljhandelen, er å komme tidlig nok ut med løsninger som er gode nok, til å kunne konkurrere med sterke utenlandske utfordrere som vil kunne etablere seg på butikkbetaling basert på mindre kostnadseffektive infrastrukturløsninger.

4.6.2.4 Foretakssammenslutningens styrker konkurransen på løsninger for butikkbetaling  
Som beskrevet ovenfor medfører foretakssammenslutningen i utgangspunktet ingen konsentrasjonsøkning i et marked/segment for butikkbetaling siden partene primært tilbyr komplementære tjenester. Under enhver omstendighet er Vipps en meget liten aktør innen butikkbetaling.

Foretakssammenslutningen vil derfor ha en ytterst begrenset virkning. Selv etter en sammenslutning vil selskapet stå overfor store utfordringer for å kunne bli et reelt alternativ innenfor butikkbetaling. Konkurransen mot kort og kontaktløse kort vil virke disiplinerende, og andre aktører innenfor mobilbetaling vil sikre at partene fremdeles møter sterk konkurranse innenfor et eventuelt snevert mobilbetalingssegment.

Det sannsynlige resultatet av foretakssammenslutningen er heller styrket konkurranse. Dette da foretakssammenslutningen legger til rette for raskere utvikling av en løsning for mobilbasert betaling i butikk, basert på den kostnadseffektive infrastrukturen til BAX. Dette vil i seg selv styrke konkurransen mellom ulike aktuelle og potensielle betalingsløsninger, og det gjenstår å se hvordan konkurrentene til BAX (primært Visa og Mastercard) vil svare på denne konkurransen. Disse aktørene vil også kunne bli utfordret på pris av brukerstedene som følge av den nye forretningsmodellen til BAX. I tillegg vil også andre gjensidig ikke-diskriminerende betalingsløsninger få tilgang til BAX's kostnadseffektive infrastruktur, slik at prisen på Visa/Mastercard ikke har noen direkte påvirkning på andre løsnings konkurranseevne mot partenes løsning.

#### 4.6.3 Særlig om "markedet" for nettbetaling

##### 4.6.3.1 Innledning

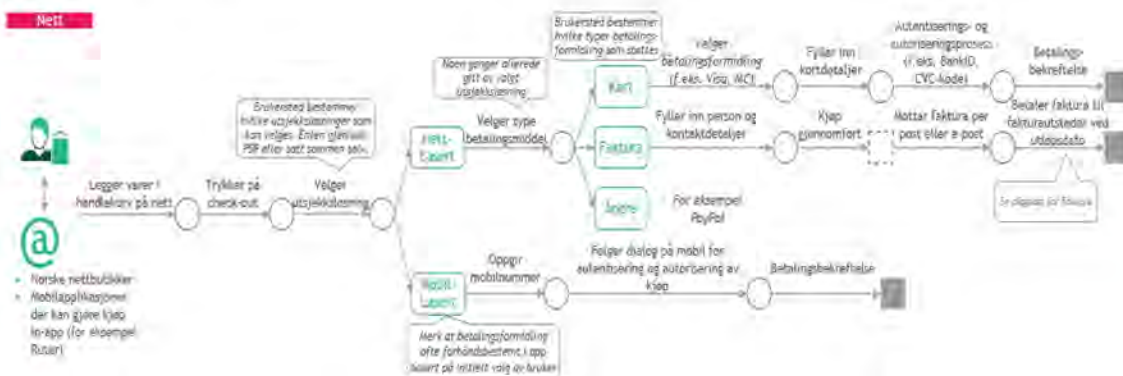
Vipps baserer seg på direkte avtaler med større nettbutikker, avtaler med leverandører av tekniske betalingsløsninger (PSP) og via distribusjon gjennom bankene. Vipps kommer dermed inn som en alternativ betalingsløsning for kunden, typisk i tillegg til Visa, Mastercard (MasterPass), PayPal, ApplePay og Klarna.

Vipps og BankAxept eBetaling (ikke lansert) har likhetstrekk ved at betalinger skal initieres eller bekreftes fra mobiltelefonen. Her foreligger det således et potensielt overlapp mellom partene på sikt. Dette er imidlertid uten konkurransebegrensende virkning som følge av partenes lave markedsandeler på markedet for betaling på nett.

BID er ikke en konkurrent til verken Vipps eller BAX for deres aktiviteter innen nettbetaling i dag. Vipps sin planlagte Vipps Innlogging (pilot i desember) og BIDs planlagte xID henvender seg imidlertid til det samme markedssegmentet når det gjelder identifisering, og forsøker å forenkle privatkundens opplevelse av innlogging på nye nettbutikker. Ettersom dette er tjenester som ikke er i markedet, som vil konkurrere med en rekke ulike løsninger fra blant andre store aktører som Facebook og Google, behandles ikke dette nærmere i meldingen.

For kundene, vil valget av betalingsløsning i stor grad avhenge av pris og av hva som omfattes som tilgjengelig, enkelt og trygt. Sett fra kundens perspektiv kan eksempler illustreres slik:

**Figur 9:** Betaling på nett



4.6.3.2 Foretakssammenslutningen styrker konkurransen på "markedet" for nettbetaling  
Partene er, som nevnt over, hver for seg (og sammen) utfordrere i dette segmentet.

Markedet for netthandel er i sterk vekst. Innenfor kategorien netthandel kan man også inkludere in-app betalinger, som omfatter betalinger som foretas av en bruker i en mobilapp<sup>42</sup>. Det finnes forskjellige betalingsløsninger for netthandel, men markedet domineres av betalingskort som Visa og Mastercard. De internasjonale kortselskapene står direkte (direkte inntasting av kortinformasjon i utsjekksløsning) og indirekte (underliggende bruk av internasjonale kort i andre betalingstjenester) for [redacted] av alle nettbetalinger, men utfordres av en rekke nasjonale og internasjonale løsninger. Eksempelvis Klarna som baserer seg på faktura/kreditt modell og PayPal som baserer seg på sitt eget PayPal kontosystem, men også den internasjonale kortinfrastrukturen.

Som eksempler på aktører innen nettbetaling som blir brukt i Norge, se bilag 24, som gir en oversikt over Vipps konkurrenter, kunder og leverandører i ulike kanaler, og hvor det er gitt en oversikt over ulike aktører og utsjekksløsninger.

Vipps er fortsatt kun i startfasen av sin netthandelslansering, og lanserte betaling i nettbutikk sommeren 2016.

Basert på antall transaksjoner, var Vipps' samlede andel av e-handelsbetalinger i Norge under 5 % med ca. 300 000 transaksjoner per måned i oktober 2017.<sup>43</sup> BAX har (gjennom BankAxxess) en markedsandel på nett på under 1 %.<sup>44</sup>

Til sammenligning estimerer Partene at Klarna står for ca. 10 % av alle e-handelstransaksjoner i Norge og at PayPal står for ca. 5 % av alle e-handelstransaksjoner i Norge.

Klarna opererer i 18 markeder, har over 60 millioner kunder og 70 000 aktive bedriftskunder og gjennomfører 650 000<sup>45</sup> transaksjoner per dag. Gjennom Klarna Checkout tilbyr Klarna flere muligheter ved valg av betaling i nettbutikk: Direktebetaling med kredittkort, faktura,

<sup>42</sup> For eksempel, i NSBs app kan en bruker oppsøke togtider og kjøpe togbillett. For å gjennomføre kjøpet må brukeren ha lagt inn et betalingsinstrument, og i NSBs tilfelle er det mulig å betale med kort direkte og kort via Vipps.

<sup>43</sup> <https://www.ir.dnb.no/sites/default/files/CMD2017.pdf>

<sup>44</sup> <http://www.norges-bank.no/Publisert/Publikasjoner/Norges-Bank-Memo-/2017/norges-bank-memo-22017/>

<sup>45</sup> <https://www.klarna.com/no/om-oss/fakta-og-statistikk/>

utsatt betaling og delbetaling. PayPal har nesten 200 millioner aktive kontoer i over 200 land og tilbyr både e-handelsløsninger og in-app betalinger.<sup>46</sup>

Partene er av den oppfatning at Transaksjonen vil styrke konkurransen med de internasjonale kortnettverkene innenfor netthandel. Partenes satsning innenfor e-handel er kun i startfasen, og både Vipps og BAX er dermed marginale utfordrere i et marked med sterk konkurranse.

#### 4.6.4 Kort om foretakssammenslutningens betydning for andre kundefrontsegmenter for betaling

Aktivitetene til Vipps knyttet til andre kundefront-segmenter for betaling enn butikkbetaling og netthandel er beskrevet i bilag 10. BAX og BID er ikke konkurrenter til Vipps på disse områdene, og det er dessuten liten/ingen vertikal eller komplementær overlapp. Foretakssammenslutningen antas derfor ikke å ville kunne ha noen direkte betydning for konkurransen på disse områdene.

Det er imidlertid trolig at selskapene uavhengig av foretakssammenslutningen vil samarbeide om infrastruktur for de ulike betalingsituasjonene.

Vipps har fått en sterk posisjon innenfor både P2P (vennebetaling) og delvis også SMB/lag og foreninger, primært som en erstatning for kontanter og direkte overføringer.<sup>47</sup> Som det fremgår ovenfor, vil Vipps bli utfordret av de store globale aktørene innenfor P2P betaling. Det samme kan skje for SMB/lag og foreninger hvor det i tillegg allerede er konkurranse fra aktører som iZettle, Verifone, Bambora etc. Det er relativt enkelt å tilby en god løsning for P2P-betaling, og PSD 2 er forventet å drive frem en ny type aktører ettersom regelverket åpner for at tredjeparter kan initiere betalinger direkte fra konto.

Foretakssammenslutningen endrer ikke dette og/eller vil ikke på noen måte redusere muligheten for slik økt konkurranse.

Innenfor fakturabetaling, hvor verken BAX eller BID er aktive, og hvor Vipps er en utfordrer (██████████<sup>48</sup>), vil foretakssammenslutningen kunne gi økte muligheter til å utvikle enklere og mer brukervennlige løsninger, som vil kunne utfordre tjenestene som tilbys av andre aktører i dag. Det forutsetter imidlertid at Vipps kan benytte en mer kostnadseffektiv infrastruktur. I tillegg vil det også kunne komme konkurranse fra andre aktører/løsninger, jf. for eksempel Nordeas nylige lanserte løsning (med Nets) for betaling av regninger i Messenger.<sup>49</sup> En annen aktør er Payr.<sup>50</sup>

#### 4.6.5 Oversikt over salgskanaler og etterspørselsstruktur for kundefront

Salg av løsninger for kundefront-tjenester skjer hovedsakelig gjennom direkte salg eller ved distribusjon gjennom brukerstedenes banker. Disse har distribusjonsavtaler med Vipps.

Leverandørene av betalingstjenester må levere løsninger for betalingstjenester som er tilpasset behovene til både sluttbrukerne og brukerstedene.

<sup>46</sup> <https://www.paypal.com/no/webapps/mpp/about>

<sup>47</sup> Innenfor SMB/lag og foreninger kan det nevnes at kortbetaling med iZettle er et alternativ. iZettle har en prismodell som er gunstigere enn tradisjonelle terminaler ved lave volumer og transaksjonsbeløp. iZettle støtter kun internasjonale kort, ikke BankAxept.

<sup>48</sup> <https://www.ir.dnb.no/sites/default/files/CMD2017.pdf>

<sup>49</sup> <https://www.dn.no/nyheter/2017/11/29/0840/Finans/betaler-regningen-pa-syv-sekunder-med-facebook-messenger>

<sup>50</sup> <https://payr.no/>

De viktigste etterspørselselementene for både butikkbetaling og netthandel er også beskrevet ovenfor. I korthet er dette:

Tabell 7: Etterspørselsforhold

Brukersted	Sluttbruker
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ønske om lav kompleksitet i avtaleverk, flere omfattet av samme avtale ønskelig</li> <li>• På nett er brukersted svært opptatt av konverteringsgrad, dvs. at kundene ikke forsvinner på veien på grunn av kronglete utsjekkingsløsninger. Dette er det viktigste kriteriet på nett, og er stor del av årsaken til Klarna sin suksess.</li> <li>• Kostnadseffektivitet/lav pris</li> <li>• Stabile løsninger</li> <li>• Mulighet for kobling mot kundelojalitetsprogrammer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enkelhet og brukervennlighet</li> <li>• Verdiøkende tjenester</li> <li>• Enhetlig betalingsløsning på tvers av betalings situasjoner – ønsker å kunne bruke én og samme løsning i butikk, på nett osv.</li> <li>• Tilgjengelighet overalt og til enhver tid</li> <li>• Trygt i bruk</li> </ul>

#### 4.6.6 Etableringsforhold

Oppfyllelse av kravene beskrevet ovenfor er avgjørende for de som vil etablere seg i markedet. Som nevnt er i tillegg nettverkseffekter, kostnadseffektivitet, enkelhet og tilgjengelighet viktig for en vellykket etablering.

Det er etter partenes mening få etableringshindre innenfor kundefront betalingstjenester. Imidlertid er det visse forhold som kan oppfattes som hindre for nye aktører. Nedenfor kommenteres og oppsummeres potensielle etableringshindre innenfor de enkelte bruksområder.

*Nettverkseffekter* spiller en viktig rolle sett i forhold til både sluttbrukere og brukersteder. Jo flere sluttbrukere som bruker en kundefrontløsning, desto flere brukersteder vil ha insentiver for å akseptere denne og vice versa. Dette gjelder for alle bruksområder som butikk, nett, små bedrifter og lag/foreninger og faktura. Således vil en potensiell ny aktør måtte klare å bygge en tilstrekkelig sluttbruker- og brukerstedsmasse for å etablere en posisjon i markedet. Etablering av brukermasse gjennom lansering av P2P-betaling har vært metoden benyttet av mobile lommebøker i mange land. P2P-tjenesten kan i stor grad vokse gjennom bruk av nettverkseffekter. Merkevestyrke spiller derfor også en viktig rolle. De store internasjonale aktørene har en stor fordel ved at de allerede har en omfattende eksisterende brukermassene med et tilhørende «økosystem» av ulike tjenester og brukergrensesnitt, som brukerne både er kjent med og bruker hyppig. Det er derfor relativt enkelt for disse å tilby nye tjenester utover eksisterende tjenestetilbud i et gitt geografisk område, og raskt være en relevant tilbyder for brukerstedene. Sterke nettverkseffekter er en viktig karakteristikk ved markedet og utgjør således et indirekte etableringshinder.

*Driftsstabilitet* er et annet viktig aspekt. Aktører i markedet må kunne vise til driftsstabilitet for å oppnå tillit hos sluttbrukere og brukersteder. En potensiell ny aktør vil måtte overbevise markedet om at dette er tilstede, men dette utgjør ikke et etableringshinder som sådan.

*Skalafordeler* er viktig ved at det potensielt er mer krevende for en ny aktør uten eksisterende lokal eller global skala å etablere seg med kostnadseffektive løsninger.

Oppsummert for de definerte bruksområdene kan en derfor si:

- Butikk: Nødvendig med avtaler med brukersteder direkte eller via kortnettverkene (som BAX), spesielt de store dagligvarekjedene og lav pris for brukerstedene er viktig. Brukerstedene vil ønske avtaler med tjenestene som vinner slutt kunder og er kostnadseffektive.
- Nett: Nødvendig med avtaler med brukersteder eller PSP. Etter partenes oppfatning er det relativt sett enkelt å tilby nye løsninger, men også her vil brukerstedene ønske avtaler med tjenestene som vinner slutt kunder og er kostnadseffektive.
- P2P: Enkelt å tilby et godt produkt, men merkevarestyrke og nettverkseffekter er viktig.
- SMB/LOF: Nødvendig med avtaler med brukersteder. Enkelt å tilby løsninger som baserer seg på for eksempel internasjonale kortnettverk.
- Faktura: Nødvendig med avtaler med brukersteder. Med kontotilgang gjennom PSD 2 er det enkelt for nye aktører å tilby tjenester for fakturabetaling.

#### 4.6.7 Oppsummering: Foretakssammenslutningen begrenser ikke konkurransen på markedet for betalingsløsninger

Partene tilbyr primært komplementære tjenester.

I butikk står bankutstedte BankAxept-kort for de fleste transaksjoner knyttet til betaling i dag, og Vipps er en (av flere) potensiell aktører med mobile betalingsløsninger. For å kunne lykkes med dette, vil imidlertid Vipps uansett være avhengig av en kostnadseffektiv løsning. Foretakssammenslutningen innebærer derfor ikke at en potensiell konkurranse mellom Vipps og BAX elimineres da den ikke er tilstede. Konkurransen fra andre mobile lommebøker ventes uansett å bli sterk, og spørsmålet er om partene i fellesskap klarer å utvikle en betalingsløsning som er enkel, trygg, billig og god nok til at den blir konkurransedyktig i forhold til det som vil komme fra blant andre de store internasjonale aktørene. Foretakssammenslutningen vil uansett ikke være til hinder for at andre aktører også vil kunne tilby løsninger for mobilbetaling i butikk basert på BankAxept (og eventuelt BankID), se også 4.9 nedenfor.

Innenfor nettbetaling kan konkurranseflaten mellom Vipps og BAX bli mer direkte, men begge selskaper er utfordrere i markedet og veldig små i dag. Det er sterk konkurranse fra en rekke andre aktører for betalingsløsninger på nett, i tillegg til potensiell konkurranse fra nye aktører. Vipps vil også her uavhengig av transaksjonen ønske å bruke BankAxept for å formidle betalinger (for å sikre lave kostnader). I tillegg vil foretakssammenslutningen heller ikke for nettbetaling være til hinder for at andre aktører vil kunne tilby løsninger for nettbetaling basert på BankAxept (kommende BAX eBetaling) og/eller BankID, se også 4.9 nedenfor.

BAX (eller BID) konkurrerer ikke om å tilby tjenester som konkurrerer med noen av de andre betalingstjenestene som i dag tilbys av Vipps. Vipps vil få økt konkurranse også innenfor disse segmentene uavhengig av Transaksjonen, og foretakssammenslutningen vil som vi



kommer nærmere tilbake til nedenfor ikke gi grunnlag for bekymringer knyttet til eventuelle utestengende virkninger.

#### 4.7 Markedene for tilknyttede tjenester: Betalingsformidling

##### 4.7.1 Innledning

I tillegg til kundefrontløsningene, omfatter eller berører foretakssammenslutningen noen såkalte infrastrukturtenester. Det er i første rekke betalingsformidlingstjenester, som er BAX's primærområde, og ID- og signatortjenester tilbudt av BID.

Markedet for betalingsformidling er som nærmere beskrevet nedenfor ikke direkte berørt av foretakssammenslutningen. BAX driver en underliggende infrastruktur (og tilbyr tilknyttede tjenester), som Vipps og andre tilbydere av kundefront-betalingstjenester kan benytte seg av. Sluttbruker betalingsløsninger inkluderer her utstedelse og bruk av betalingskort fra bank.

Siden BAX er en stor tilbyder av betalingsformidling i Norge og BID er en stor aktør innenfor ID-tjenester, og foretakssammenslutningen omfatter virksomhet på nærliggende bruksområder, vil de potensielle konkurransemessige spørsmålene primært være relatert til vertikale virkninger. Førstnevnte drøftes i denne seksjonen.

##### 4.7.2 Markedet for betalingsformidling: Markedsbeskrivelse, markedsstruktur og konkurranse

###### 4.7.2.1 Oversikt over tilgjengelige løsninger

De ulike løsningene for betalingsformidling er i korthet:

Tabell 8: Alternativ betalingsformidling

Betalingsformidling	Beskrivelse
A. Internasjonale kort-betalingsnettverk	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Betaling og/eller overføring gjennom internasjonalt kortbetalingsnettverk der kortet identifiserer betaler og betalers kontodetaljer</li> <li>b. Både debet- og kredittbasert</li> <li>c. Formidlingsgebyr (interchange) mellom innløser og utsteder (provisjon som normalt betales fra innløser til utsteder)</li> <li>d. Beløp kan reserveres ved initiering</li> <li>e. Oppgjør (faktisk debitering/kreditering) faste tidspunkt ila. døgnet</li> </ul>
B. Nasjonalt betalings-system	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Betaling og/eller overføring gjennom nasjonalt betalingsnettverk. Kortet identifiserer betaler og betalers kontodetaljer. Ny løsning som snart blir lansert støtter også kontobasert betaling der kunden er identifisert på andre måter, f.eks. gjennom BankID</li> <li>b. Debetbasert, det vil si at beløpet reserveres på betalers konto umiddelbart</li> <li>c. Uten formidlingsgebyr mellom innløser og utsteder</li> <li>d. Oppgjør (faktisk debitering/kreditering) faste tidspunkt ila døgnet</li> </ul>

	e. Mer kostnadseffektiv løsning enn internasjonale betalingsnettverk
C. Direkte- overføring	<p>a. Betaling/overføring direkte mellom to kontoer</p> <p>b. Beløp kan potensielt reserveres ved initiering</p> <p>c. Oppgjør (faktisk debitering/kreditering) på faste tidspunkt ila døgnet</p> <p>d. Enten direktetrekk (mottaker trekker fra betalers konto etter avtale) eller kredittoverføring (betaler initierer overføring til mottaker)</p> <p>e. Oftest initiert gjennom nettbank/mobilbank, faste avtaler og samleoverføringer fra bedrifter</p>
D. Straksbetaling	Basert på C (direkteoverføring), men er en kredittoverføring der mottaker umiddelbart kan disponere beløpet uten å måtte vente på faste tidspunkter for bankoverføringer

Som nærmere beskrevet i (blant annet) bilag 10 benyttes alle disse *unntatt* BankAxept for Vipps' ulike tjenester. Foretakssammenslutningen endrer ikke dette, utover at den forhåpentligvis kan gjøre en overgang fra internasjonal kortinfrastruktur til BankAxept (eBetaling) for mobil butikkbetaling og netthandel raskere og bedre.

#### 4.7.2.2 Markedsavgrensning betalingsformidling

Etter partenes oppfatning tilhører betalingsformidling et eget relevant marked, atskilt fra markedet for betalingsløsninger beskrevet ovenfor og fra markedet for ID/autentisering beskrevet nedenfor.

Kommisjonen har tidligere også vurdert at formidlingen av en betaling utgjør et separat marked adskilt fra markedet for utsteder og markedet for innløser.<sup>51</sup> Bankene (og andre) konkurrerer i markedet for utstedelse av betalingsinstrumenter, og i markedet for innløsning av transaksjoner. Disse markedene er vurdert som markeder "nedstrøms" i forhold til markedet for betalingsformidling, hvor (blant annet) internasjonale kortsystemer og nasjonale kortsystemer konkurrerer.<sup>52</sup> Partene er enige i denne avgrensningen av markedet.

Kommisjonen har videre tidligere vurdert om markedet for betalingsformidling skal segmenteres videre etter (i) om kortordningen er nasjonal eller internasjonal og (ii) om plattformen betalingen skjer via fysisk POS eller via nettbaserte løsninger.<sup>53</sup>

Etter partenes oppfatning opererer de fire beskrevne løsningene for betalingsformidling ovenfor (internasjonale kortbetalingsnettverk, nasjonalt betalingssystem, direkteoverføring og straksbetaling) i samme marked og dekker lignende behov. Alle løsningene kan brukes til å hente midler på kundenes konto og gi oppgjør til mottaker av pengene. Det er forskjeller mellom løsningene på flere områder, blant annet tidspunkt for oppgjør, hvordan betalingene initieres, finansiell risiko, og sikkerhetsnivåer.

<sup>51</sup> Se sak COMP/M.7241 Advent International/Bain Capital Investors/Nets Holding, 8. juli 2014.

<sup>52</sup> Se blant annet sak COMP/34.579 MasterCard premiss 279 for så vidt gjelder internasjonale kortsystemer.

<sup>53</sup> Se sak COMP/M.7950 EGB/GP, 19. april 2016.

Løsningene for betalingsformidling understøtter ulike betalingstjenester, og alle betalingstjenester er avhengig av å ha tilgang til å bruke en løsning for betalingsformidling. Tjenester som betaling i butikk, nettbetaling, fakturabetalinger m.m er alle bygget på bruken av underliggende løsninger for betalingsformidling. Valget av hvilken løsning for betalingsformidling som blir brukt avhenger av funksjonalitet og pris. Det er i dag mange nye betalingstjenester som baserer seg på Visa/Mastercard på grunn av funksjonaliteten i disse løsningene, for eksempel til nettbetalinger. Disse løsningene har en høyere kostnad enn alternativene, men også flere tjenester innbakt i prisen.

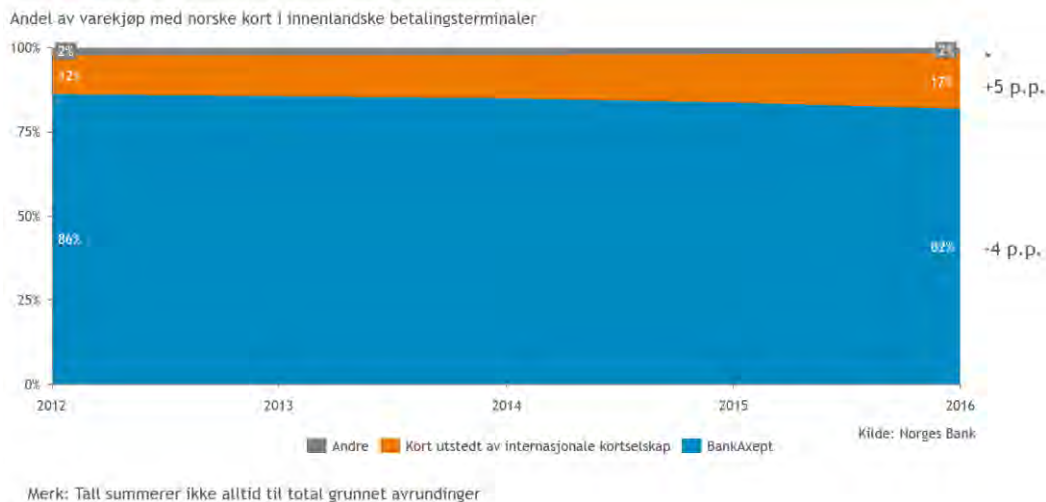
Den eksakte avgrensningen av markedet kan for formålet med denne meldingen stå åpen, da foretakssammenslutningen ikke vil ha noen konkurransebegrensende virkning innenfor betalingsformidling, uavhengig av markedsavgrensning og dessuten ikke vil påvirke nye aktørers mulighet for tilgang til underliggende infrastruktur fra BankAxept.

#### 4.7.2.3 Markedsstruktur betalingsformidling

De ulike betalingsnettverkene konkurrerer som beskrevet vis-a-vis brukerstedene og tilbyderne av kundefront-betalingsløsninger. Kostnadene for et brukersted og/eller kundefront ved bruk av ulike betalingsnettverk varierer, der internasjonale kortbetalingsnettverk er desidert dyrest da de har flere tjenester i seg.

Konkurransesituasjonen er noe forskjellig i butikk og på nett, der man innenfor nettbetaling ser langt flere aktører. Den underliggende løsningen for betalingsformidling i Norge er dominert av BAX i butikk, men BAX taper stadig andeler til internasjonale kortbetalingsnettverk (se figur 10). Innenfor netthandel står de internasjonale kortbetalingsnettverkene svært sterkt. BAX har en ubetydelig andel på nett, mindre enn 0,5 % (gjennom BankAxept).<sup>54</sup>

Figur 10: Andel varekjøp med norske kort (BankAxept), kilde Norges Bank



BAX's brukerstedstjenester vil fra 1. april 2018 leveres direkte fra BAX, men brukerstedene må fortsatt ha en innløsningsavtale med sin bank for finansiell avtale om oppgjør. Innløsnings tjenester for internasjonale kortbetalingsnettverk tilbys gjennom innløserer, som oftest betalingsforetak. De norske bankene har i stor grad solgt seg ut av dette segmentet,

<sup>54</sup> Kilde: Norges Bank, Kunderetta Betalingsformidling: [http://static.norges-bank.no/contentassets/b633cbc4154540abab705d622eefe52f/nb\\_memo\\_2\\_2017.pdf?v=05/16/2017163134&ft=.pdf](http://static.norges-bank.no/contentassets/b633cbc4154540abab705d622eefe52f/nb_memo_2_2017.pdf?v=05/16/2017163134&ft=.pdf)

men svenske banker som også driver i Norge (Swedbank og Handelsbanken) er fortsatt innløserne for internasjonale kortnettverk.

Markedet for betalingsformidling er preget av nettverkseffekter og skalafordeler, hvor tilgjengelighet og tillit hos brukerne og brukerstedene er viktig. De viktigste etterspørselselementene er kostnadseffektivitet, stabilitet og tilgjengelighet. En oversikt over BAXs viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder for betalingsformidling er vedlagt i bilag 24.

#### 4.7.3 Etableringsforhold

Partene er av den oppfatning at det er noe mer utfordrende for nye aktører å etablere seg innenfor betalingsformidling enn for kundefront betalingsløsninger (se 4.6.6 ovenfor), primært grunnet nødvendigheten av avtaler med bankene, viktigheten av tillit til systemet og sterke nettverkseffekter på brukerstedssiden. Dette gjelder på tvers av bruksområder, men er spesielt framtrædende innenfor butikkbetaling, både i fysisk butikk og på nett.

*Nettverkseffekter i akseptansenettverket* spiller en viktig rolle. For at en ny betalingsformidlingstjeneste skal lykkes, må de fleste brukersteder akseptere denne. Eksempelvis blir Visa og Mastercard akseptert av svært mange brukersteder lokalt og globalt, og det medfører at mange kundefronttjenester benytter Visa og Mastercard som underliggende betalingsformidlingstjeneste.

*Avtaler med utstedere og innløserne* har tradisjonelt vært et hinder. En betalingsformidlingstjeneste kan etablere seg som utsteder og innløser selv (en såkalt trepartstjeneste), men det er krevende å få volum i brukerstedsmarkedet på denne måten. Hvis man derimot opptre som kreditt/finansieringstjeneste er det enklere. Da er man ikke avhengig av avtaler med banker som utstedere og/eller innløserne. Sluttkunden betaler med faktura, og betalingsformidlingstjenesten formidler oppgjør direkte til mottaker/brukersted. Klarna er et eksempel på en slik aktør. De har sine inntekter primært fra kreditt/finansiering og er derfor konkurransedyktige overfor brukerstedene. PSD 2 gjør det mulig for betalingsformidlingstjenester å få direkte tilgang til bankkonto uten avtale med den aktuelle banken, og det gjør det enklere å etablere seg som betalingsformidlingstjeneste.

*Betalingsformidling krever tillit i systemet.* Tjenester som BankAxept og Visa/Mastercard kjennetegnes ved høy grad av driftsstabilitet, sikkerhet og tillit til systemet. Det kan følgelig være utfordrende for en ny betalingsformidlingsaktør å etablere seg, ettersom en slik tillit til systemet må bygges over tid. Betalingsformidling er strengt regulert, slik at nye aktører må oppfylle minimumskrav for å kunne drive.

*Lav sluttbrukerlojalitet for underliggende betalingsformidlingstjeneste* er et kjennetegn ved markedet. Sluttbrukere er eksempelvis mer opptatt av skillet mellom kreditt og debet enn hvilken betalingsformidlingstjeneste som faktisk ligger til grunn. Merkevarekjennskapet er også begrenset, med unntak av for de store internasjonale kortnettverkene som Visa og Mastercard. Dette innebærer at brukerstedene og bankene spiller en viktigere rolle enn sluttbrukerne dersom nye aktører ønsker å etablere seg.

*Oppgjørprosesser for ett felles oppgjør, spesielt for butikk og nett, er viktig for brukerstedene.* Etablerte aktører har etablerte prosesser for dette, og det vil med stor sannsynlighet være påkrevet for en ny aktør å støtte etablerte prosesser. Det kan være krevende for nye aktører, men neppe noe stort hinder.

*Skalaeffekter* gjør det potensielt mer krevende for en ny aktør uten eksisterende lokal eller global skala å bygge på. Brukerstedene er svært opptatte av pris for betaling, og nye aktører må derfor kunne tilby kostnadseffektive løsninger som muliggjør konkurransedyktig prising.

Oppsummert så vurderes det krevende å etablere seg som betalingsformidlingstjeneste i butikksegmentet, spesielt i fysisk butikk og til en viss grad for nettbetaling. For de øvrige bruksområder er det enklere. Nye reguleringer i PSD 2 bidrar til å gjøre det enda enklere.

#### 4.7.4 *Foretakssammenslutningens medfører ingen konkurransebegrensende virkning på markedet for betalingsformidling*

BankAxept er som det fremgår ovenfor den største leverandøren av betalingsinfrastruktur og tilknyttede tjenester for betaling i butikk i Norge, men er en liten utfordrer i forhold til infrastruktur for betalingsløsninger på internett.

Posisjonen på betaling i butikk er et resultat av en felles satsing i banknæringen for en kostnadseffektiv løsning. Posisjonen er imidlertid truet av en utvikling med nye aktører og krav til nye løsninger og endret brukeratferd. Derfor er en fortsatt sterk posisjon for BankAxept som tilbyr infrastruktur for betalingsløsninger i butikk avhengig av at man også i fremtiden vil kunne drive kostnadseffektivt og tilby billige og fremtidsrettede nasjonale løsninger.

Foretakssammenslutningen vil i liten grad bidra til å styrke BAX direkte i konkurransen med andre tilbydere av betalingsformidling. Vipps er en relativt liten aktør for andre betalingsløsninger enn P2P betaling, dvs områder hvor betaling skjer uavhengig av betalingsnettverk. Vipps fremstår altså ikke per i dag som en viktig kunde eller kanal for konkurrentene til BAX (dvs. internasjonale kortbetalingsnettverk).

Utviklingen av BankAxept løsninger for nettbetaling og mobile lommebøker, og/eller suksess for partenes kundefront betalingsløsninger, vil selvsagt kunne bidra til å styrke BankAxept som betalingssystem ytterligere, og det er hensikten at foretakssammenslutningen skal bidra til dette. Det er imidlertid ikke et konkurransemessig problem. En løsning for mobilbetaling basert på BankAxept er uansett ønskelig og sannsynlig – foretakssammenslutningen øker bare sjansen for at dette skjer raskere og bedre enn uten sammenslutningen. Uten en god nasjonal løsning for mobilbetaling er det risiko for at internasjonale aktører som Apple, Facebook og Google vil ta mye av markedet for mobilbetalinger både på nett og i butikk. Dersom det skjer uten at BankAxept benyttes som betalingsinfrastruktur, vil det innebære økte kostnader for brukerstedene og indirekte virke til skade for forbrukerne. Utviklingen av en løsning for mobilbetaling basert på BankAxept vil dessuten ikke utelukke andre betalingsnettverk. Man vil godt kunne tenke seg mobile betalingsløsninger basert på både BankAxept og internasjonale betalingsnettverk, slik som for eksisterende kortløsninger.

Partene antar at særlig brukerstedene vil kunne være bekymret for om foretakssammenslutningen kan medføre prisøkninger for betalingsformidlingen. En slik bekymring er det ikke grunnlag for. Muligheten til å ta ut økte inntekter begrenses av brukerstedenes kjøperkraft og potensiell konkurranse fra nye kundefrontløsninger i kombinasjon med internasjonale kortbetalingsnettverk eller BankAxept. En samling av de tre selskapene og deres iboende kompetanse *reducerer* behovet for prisøkninger. Et samlet selskap vil i tillegg få lavere kostnader i produksjonen hvis partene lykkes. Foretakssammenslutningen reduserer derfor sannsynligheten for prisøkninger, ikke motsatt.

Det er viktig å merke seg at forretningsmodellen til BAX gir selskapet økt inntjening ved å distribuere tjenestene sine så vidt som mulig med hensyn til antall utstedte BankAxept-instrumenter, antall brukersteder og antall transaksjoner. Det er dermed i BAX forretningsmessige interesse at BankAxept-tjenester distribueres så vidt som mulig.

#### 4.8 Markedet for identifikasjon og signaturtjenester

##### 4.8.1 Det relevante markedet

Kommisjonen har tidligere vurdert, men ikke tatt stilling til, om markedet for mobilautentisering og signeringstjenester er del av et videre produktmarked.<sup>55</sup> Det er således ikke tatt stilling til om mobilautentisering og signeringstjenester utgjør et eget produktmarked. Det er heller ikke tatt stilling til om dette markedet kan segmenteres videre i egne markeder basert på ulike sikkerhetsnivåer.

Partene vurderer det som unødvendig å vurdere om det er grunnlag for å skille mellom tjenester med ulikt sikkerhetsnivå i markedsavgrensningen. Foretakssammenslutningen vil uansett ikke begrense konkurransen.

Tilbydere av betalingstjenester er som nevnt pålagt å forsikre seg om at brukeren/betaleren identifiserer seg og gir sitt samtykke ved f. eks. initiering av betalingstransaksjoner og ved pålogging i nettbank med mer.<sup>56</sup> Dette kan gjøres uten en løsning med det sikkerhetsnivået som BankID har. PSD 2 vil endre på dette gjennom strengere krav til autentisering (tilsvarende nivå 3 eller 4) i flere betalingssituasjoner enn i dag.

BID tilbyr tjenester innenfor identifisering og signering på høyeste sikkerhetsnivå 4, og har nå utviklet et produkt med lavere sikkerhetsnivå 2 (xID). Vipps har nylig utviklet Vipps Innlogging som skal tilby innlogging på nettstedet via Vipps-appen.

Det potensielle bruksområdet for elektronisk identifisering og signering er bredt, der man kan skille mellom behovet for høyeste sikkerhetsnivå og lavere nivåer. Behovet for de ulike sikkerhetsnivåene er basert på enten regulatoriske krav til tjenestetilbyder eller selvpålagte sikkerhetskrav for å redusere tjenestetilbyders risiko.

Det er derfor ikke slik at konkurransen er en direkte funksjon av graden av sikkerhetsnivå, men av kombinasjon av eventuelle regulatoriske krav, ønsket brukeropplevelse og kalkulert risiko håndtert gjennom en egnet sikkerhetsløsning.

Bypass og Commfides, som også har tjenester med høyeste sikkerhetsnivå, er konkurrenter til BID i den offentlige innloggingsportalen ID-porten, men i all hovedsak er konkurrentene helt andre aktører. I ID-porten er det den offentlige løsningen MinID (nivå 3) som er største konkurrent målt i antall innlogginger. Hos bankene er det substitutter som TouchID, QR-kode, engangskode på SMS, FaceID og lignende BID konkurrer med, som for øvrig ikke er sikkerhetsnivå 4. På øvrig nettsider med innlogging tilbys innlogging via sosiale medier som Facebook og Google eller via betalingsaktører som PayPal i økende grad.

Dette viser at konkurransebildet aktørene imellom ikke baseres på sikkerhetsnivå. Aktørene konkurrerer om den beste kombinasjonen av sikkerhet, brukeropplevelse og friksjonsfrihet.

<sup>55</sup> Se sak COMP/M.8251 – BITE/TELE2, TELIA LIETUVA/JV, 19. juli 2017.

<sup>56</sup> Finansavtaleloven § 24 (2) og (3).

Videre er skillet mellom tradisjonell "innsjekking", som BID leverer, og "utsjekking" som Vipps, PayPal, MasterCard mfl leverer, blitt visket ut. Markedet beveger seg mot en friksjonsfri og personalisert brukeropplevelse for kunden gjennom hele prosessen ved konsumering av digitale tjenester og anskaffelse av varer/tjenester.

BID er derfor i sin produktutvikling nødt til å se hele brukeropplevelsen under ett, fra "innsjekking" til "utsjekking" på handelssteder. I tillegg er aktører som BID nødt til å tilby tjenester som dekker brukernes totale digitale behov og ikke isolere tjenesten til kun ID eller kun betaling. Vipps innloggingstjeneste er utviklet med samme logikk.

Konkurrenter som PayPal tilbyr ikke bare betaling, men en identitet, adresseinformasjon, e-post, navn med videre til kundene sine. Facebook tilbyr ikke bare innlogging på nettsider hvor man kan handle, men tilbyr innlogging på alle nettsider som ønsker det slik at forbrukeren alltid kan benytte samme ID. Sluttbrukerne ønsker ikke en ID-løsning til innlogging på utvalgte nettsider, en ID-løsning til betaling for så å fylle ut adresseinformasjon, men prefererer komplette tjenester som inkluderer "innsjekking" og "utsjekking" i betalingssituasjoner, og kun "innsjekking" hvor det ikke er betaling.

I tillegg til tjenesten BID tilbyr i dag, må man fremover tilby tjenester i de situasjonene sluttbrukerne kun trenger en ID, og betaling i de situasjonene man kun ønsker det. Dette kombinert med en kostnadseffektiv infrastruktur og høy grad av tilgjengelighet gjør det mulig for konstellasjonen BID, BAX og Vipps å konkurrere om å levere de beste brukeropplevelsene også i fremtiden.

Når det gjelder lavere sikkerhet (nivå 1 og 2) benyttes dette av nettstedet som ønsker en enkel innloggingsmetode, men ikke nødvendigvis på høyeste sikkerhetsnivå. Eksempelvis nettbutikker, forum eller lignende der innlogging via bruker på sosiale nettverk og lignende er tilstrekkelig. Alle løsninger på et høyere nivå vil kunne benyttes på et lavere sikkerhetsnivå. Som beskrevet over er det ikke en inndeling basert på sikkerhetsnivå som gjenspeiler konkurransebildet i markedet hva gjelder identifikasjon og signaturtjenester.

#### 4.8.2 Nærmere om BIDs konkurrenter

BankID, Buypass ID og Commfides er basert på kvalifiserte sertifikater selvdeklart hos nasjonal kommunikasjonsmyndighet. Disse tre er de eneste produktene som kan gjennomføre elektronisk signering i Norge.<sup>57</sup>

Tilbydere som leverer elektronisk ID uten høyeste sikkerhetsnivå er Facebook, ApplePay, Vipps og Google. BID og Vipps har utviklet nye ID-løsninger med et lavere sikkerhetsnivå for kundeidentifisering, men hovedkonkurransen møtes altså i sterke globale aktører.

Nasjonal eID vil også i fremtiden bli en konkurrent. Dette produktet er per i dag ikke lansert, men ble besluttet realisert av regjeringen i 2016. Nasjonal eID vil i hovedsak være et produkt som tilbyr identifikasjon og signering til det offentlige som brukersted, men vil også kunne konkurrere i privat sektor kostnadsfritt (finansiert gjennom skatt). Dette vil gi økt kommersiell konkurranse for BID.

Med PSD2 kan tredjeparter med store kundebaser, som blant annet dekker store deler av den norske befolkning, kunne tilby ID-løsninger som på sikt kan bli en trussel mot BankID. Tradisjonelle leverandører til banker i Norge som tilbyr PSD 2-tjenester til bankene, kan bli

<sup>57</sup> <http://eid.difi.no/nb/sikkerhet-og-informasjonskapsler/ulike-sikkerhetsniva>.

de primære konkurrentene til BankID, hvis bankene i Norge velger å kjøpe lukkede ID-løsninger fra nevnte leverandører. Det vil i så fall svekke den allmenne bruken av BankID på tvers av sektorene i Norge, som er en av kjerneverdiene for BankID-brukerne i Norge.

En oversikt over BIDs viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder for elektronisk identifisering og signeringsløsninger er for øvrig vedlagt i bilag 24.

#### 4.8.3 *Transaksjonen forventes ikke å få påvirkning på prismodellen for BankID- eller xID-produktet*

BankID-produktet selges i dag via BIDs 19 forhandlere, og transaksjonen forventes ikke å endre på dette. BankID alene gir kundene liten verdi, det er når BankID brukes som en "nøkkel" at muligheten for bedre kundeopplevelser og digitalisering av prosesser forekommer. For å lykkes med dette er BID, både før og etter transaksjonen, avhengig av teknisk dyktige forhandlere som integrerer BankID løsningen med den enkeltes kunde kjernesystemer og nettsider. Dette er ikke en rolle BID planlegger å ta, uavhengig av transaksjonen. Siden BID primært ikke selger BankID direkte til kundene kan de heller ikke styre prisen i markedet. Prismatrisen for brukersteder som ønsker en avtale direkte med BankID, er identisk med prismatrisen for BankID forhandlere. Alle forhandlerne har samme prismatrise og det er forhandlerne som selv velger hvordan produktet BankID prises. I noen tilfeller kan dette være ved et fast påslag på BIDs pris, noen ganger som en del av en større leveranse.

#### 4.8.4 *Etableringshindringer*

Det er etter partenes mening få etableringshindre innenfor identifiseringsløsninger, avhengig av sikkerhetsnivå.

En hindring historisk har vært den innledende identifiseringen som har krevd løsning for faktisk identifisering (for eksempel oppmøte på bankkontor med pass eller postens PUM tjeneste). Ved høyeste sikkerhetsnivå foreligger det regulatoriske krav fra både nasjonale myndigheter og EU om identifisering og bekreftelse av identitet.

Førstegangsutstedelse av BankID til fysiske personer skal skje på grunnlag av fremlagt gyldig norsk pass, dokumenter likestilt med norsk pass, eller utenlandsk pass. Det er likevel ikke nødvendig med ny fremleggelse av pass ved utstedelse av BankID dersom pass ble fremlagt ved personlig fremmøte i forbindelse med etablering av kundeforholdet. Bankene har over 10-15 år utstedt BankID-sertifikater til personmarkedet og bygget opp en kritisk masse på over 3,7 millioner BankID-brukere gjennom fysisk oppmøte i en bankfilial med gyldig pass eller likestilte id-dokumenter, eventuelt på postkontor/post-i-butikk med Postens PUM-tjeneste.

En konkurrent av BankID Norge på kvalifiserte sertifikater (sikkerhetsnivå 4) vil måtte bygge opp en kundebase med førstegangsutstedelse gjennom fysisk oppmøte eller gjennom Postens PUM-tjeneste, hvor kundene fremviser id-dokumenter etter de krav til fysiske legitimasjonsdokumenter som følger av hvitvaskingsloven med forskrifter.

Fremover er det antatt at denne hindringen vil reduseres ettersom det vil komme løsninger som tillater full digital identifisering og digital bekreftelse av identitet. Dette vil på sikt bli regulert og harmonisert på tvers av EU/EØS.

En konkurrent av BankID Norge på autentiseringstjenester på et nivå lavere enn sikkerhetsnivå 4 står friere i hvordan produktene rulles ut i markedet. Men et slikt produkt vil



ikke kunne brukes i brukssituasjoner som er underlagt hvitvaskingsloven eller esignaturloven. Ei heller vil det kunne benyttes for offentlige tjenester som setter krav til et høyere sikkerhetsnivå enn hva det aktuelle produktet kan tilfredsstillere.

Nettverkseffekter utgjør et indirekte etableringshinder. Det gjør også tillitt i form av sikkerhet og driftsstabilitet, spesielt for høyere sikkerhetsnivåer. Dette underbygges av Facebook sin inntreden i dette markedet.

Markedet skiller mellom lukkede eID-løsninger og åpne eID-løsninger. En åpen eID-løsning vil ha en sterk nettverkseffekt, mens en lukket eID-løsning vil ha en tradisjonell effekt basert på bilaterale avtaler og tillitt til én utsteder. En åpen eID-løsning som BankID, er som nevnt tidligere basert på en gjensidig tillitt mellom alle utstedere av BankID-sertifikater.

Brukersteder har tillitt til BankID sertifikatet, uavhengig av hvilken utsteder som har utstedt BankID-sertifikatet. En åpen eID-løsning er analogt med pass. I en lukket eID-løsning er det kun én part som utsteder en elektronisk eID. Eksempler på lukkede løsninger er Google ID, Apple ID og Facebook ID. Dette er aktører som tilbyr bruk av sin eID-løsning til resten av markedet for å styrke lojaliteten til sine tjenester. I det norske markedet har vi for eksempel Schibsteds SpID som tilbys som en eID på tvers av Schibsted-konsernet.

*For de lavere sikkerhetsnivåene (1-2) er det svært få etableringshindre utover nettverkseffekter, og markedet drives primært av enkelhet og tilgjengelighet for sluttbruker.*

*For høyere sikkerhetsnivåer (3-4) kan en argumentere for at det er noe sterkere etableringshindre ettersom oppslutning innenfor enkelte bruksområder kan være viktig for å etablere seg (tilsvarende som at butikkbetaling er viktig for å bli en etablert betalingsaktør). Bankene er et slikt viktig bruksområde, og for å få oppslutning her er en ny aktør avhengig av avtaler med bankene. Samtidig ser en i markedet at stadig flere banker også tar i bruk alternative autentiseringsløsninger under visse beløpsgrenser.*

Det er viktig å skille mellom lovpålagt bruk av sikkerhetsnivå (3 og 4) og markedets frihet til å velge sikkerhetsnivå 1-4, basert på ønsket nivå av risikoreducerende tiltak med å verifisere at den identifiserte personen er den hun/han utgir seg for. Norske myndigheter setter krav til tilbydere av eID i ID-portalen til å følge Kravspesifikasjon for PKI i offentlig sektor. Brukere av offentlige digitale tjenester setter et krav om minimum sikkerhetsnivå 3. Tilgang til helseinformasjon krever sikkerhetsnivå 4. En økende grad av offentlige tjenestetilbydere setter krav om sikkerhetsnivå 4 for aksess til deres tjenester via ID-Porten. Enhver ny aktør må forholde seg til lovpålagte krav til i henhold til esignaturloven (vil bli erstattet av eIDAS-forordningen) og når implementert i Finansavtaleloven, PSD 2. Se bilag 16 for norske myndigheters definisjon av de ulike sikkerhetsnivåene.

#### *4.8.5 Foretakssammenslutningen vil ikke påvirke markedet for ID-løsninger*

Foretakssammenslutningen vil ikke ha betydning for konkurransen på markedet for BIDs tjenester. BID har etablert solid posisjon, men konkurrerer med andre leverandører av tilsvarende tjenester. Foretakssammenslutningen endrer ikke dette. Det er følgelig ikke grunnlag for en hypotese om at BID får eller får forsterket en dominerende markedsposisjon som følge av foretakssammenslutningen.

Både PSD 2 og eIDAS krever sikre ID-løsninger for betaling. Dette kan åpne for nye aktører og vil kreve tettere samspill mellom betalingsløsninger og ID-løsninger.

Vipps og BID har som beskrevet ovenfor utviklet, eller er i ferd med å utvikle, konkurrerende løsninger for innlogging (ID-tjenester med lav sikkerhet), men dette er relativt enkle tjenester med stor grad av konkurranse (inkludert potensiell konkurranse), dominert av store aktører som Google og Facebook.

#### 4.9 Vertikale spørsmål

##### 4.9.1 Innledning – ikke økte muligheter eller insentiver til utestengende atferd

Bruk av BankAxept-instrumenter for betalingsformidling eller BankID for identifisering er ikke nødvendig for å kunne konkurrere på markedet for betalingsløsninger, og forventes heller ikke å ville bli det i fremtiden. Dette gjelder uavhengig av foretakssammenslutningen, som uansett ikke medfører noen endringer av betydning for dette spørsmålet.

Det er under enhver omstendighet lagt til grunn at BankAxept og BankID fortsatt vil være infrastrukturer som er åpne og tilgjengelige for alle, dvs. ikke bare bankene og brukerstedene, men også for tilbydere av ulike kundefront-betalingsløsninger på gjensidig ikke-diskriminerende vilkår. Partene har forutsatt dette i intensjonsavtalen (bilag 1 punkt 2), og i Samarbeidsavtalen mellom eierne (bilag 3 ovenfor) er det tilsvarende avtalt i pkt. 3:



Som beskrevet i sammendraget vil det være viktig for norske banker, som eiere av det sammenslåtte selskapet, å opprettholde en verdensledende norsk betalings- og ID-infrastruktur som bidrar til kostnadseffektive og trygge betalingstransaksjoner. Dette oppnås gjennom høyest mulig transaksjonsvolum på den norske betalingsinfrastrukturen for å ha tilstrekkelig skala til å konkurrere mot internasjonale alternativer. Norske banker vil derfor fortsatt, også etter sammenslåingen, ha egeninteresse av å åpne den norske betalings- og ID infrastrukturen på gjensidig ikke-diskriminerende vilkår slik at volum og skala fortsatt kan oppnås i disse løsningene. Det sammenslåtte selskapet og dets eiere får derfor ikke sterkere muligheter eller incentiver til å hindre konkurransen etter sammenslåingen enn de har per i dag.

Både for betalingsformidling og ID/autentisering vil tilgjengelige alternativer begrense muligheten til å skulle hindre eller fordyre konkurrentenes tilgang til eller bruk av infrastrukturen. I bilag 20 er det gitt en oversikt over aktuelle infrastrukturer for betalingsformidling og ID-løsninger en konkurrerende lommebøktjeneste kan benytte seg av for ulike betalingssituasjoner. Det er også gitt en oversikt over hvilke typer avtaler (og med hvem) som kan være nødvendig i de ulike situasjonene.

##### Bilag 25: Oversikt over alternativer for mobile lommebøker

Vi vil i det følgende gjøre nærmere rede for hva som styrer tilgangen til BankAxept og BankID mer generelt. I bilag 24 er dette også konkretisert ytterligere for de ulike betalingssituasjonene.

##### 4.9.2 Tilgang til bruk av BankAxept for kundefront betalingstjenester

Bilag 13 beskriver reguleringer som gjelder for BankAxept, inkludert kriterier for å være deltaker i BankAxept. Oppsummert må man drive bankvirksomhet i Norge for å kunne være

deltaker og opptre som utsteder og/eller innløser. Tredjeparter kan imidlertid få tilgang til BankAxept gjennom å opptre etter avtale med BAX, utsteder (en eller flere) og/eller brukersted.

#### 4.9.2.1 Tilgang til bruk av BankAxept som tiltrodd tredjepart

BAX (og dermed et felles selskap) vil som ovenfor i prinsippet kunne tilby to ulike varianter for betaling med mobil, kortbetaling og den kommende eBetaling.

Tredjeparter (eksempelvis mobile lommeboktjenester) som ønsker å opptre som kundefront betalingstjeneste og benytte BankAxept som betalingsinfrastruktur, vil først måtte gjøre avtale med BAX om teknisk utstedelse av BankAxept-instrumenter i lommeboken. Avtalen vil regulere gjensidige forpliktelser og skal sikre at utstedelse og bruk skjer i henhold til tekniske standarder, grensesnittspesifikasjoner og sikkerhetskrav. BAX vil kunne prise test og godkjenning av lommeboktjenester, men dette vil ikke være noen vesentlig inntektskilde for BAX.

BankAxept kortbetaling følger internasjonale standarder, i første rekke EMV. Denne standarden følges også av de store internasjonale kortselskapene. Det innebærer at fysiske og virtuelle BankAxept-kort kan benyttes i alle EMV-terminaler som er åpnet for kontaktløs BankAxept kortbetaling. Utstedelse av fysiske og virtuelle kort er ikke standardisert i like stor grad. Her har lommebokleverandører som Apple Pay og Samsung Pay egne krav, rutiner og grensesnitt som kortselskaper og utstedere må følge. Tilsvarende har kortselskapene, inkludert BAX, rutiner og grensesnitt som må følges. Felles for alle er at man må gjennomføre et etablerings- og testløp som leder fram til en formell godkjenning.

BankAxept eBetaling er en planlagt ny tjeneste som åpner for betaling på internett og fra mobile apper. eBetaling skal kunne benyttes både i fysisk butikk og ved netthandel. Brukersteder som ønsker å benytte eBetaling må implementere eBetaling grensesnitt og eventuelt programvarekomponenter i sine mobile apper og/eller netthandelsløsninger. eBetaling grensesnitt og programvarekomponenter følger «best practice» i markedet, men er ikke like standardisert som EMV. Tredjeparter, inkludert lommebokleverandører som Vipps, vil kunne tilby betaling med BankAxept eBetaling. Som for kortbetaling må berørte aktører gjennomføre et etablerings- og testløp som leder fram til en formell godkjenning.

Fra BAX side vil dette følgelig være en standardisert prosess basert på standard krav og grensesnitt. For lommeboktjenesten vil dette normalt medføre noe utvikling, men omfanget forventes å være moderat.

BankAxept kortbetaling innebærer at utsteder utsteder et fysisk eller virtuelt kort som sluttbruker kan benytte i butikkterminaler. Virtuelle kort kan utstedes og legges inn i mobile lommebøker som for eksempel Apple Pay, Vipps eller Samsung Pay. En slik løsning fungerer på samme måte som fysiske kort i infrastrukturen. Løsningen vil således forutsette en avtale mellom aktøren (for eksempel Google Pay) og den enkelte bank om at bankens BankAxept kort legges inn i den mobile lommeboken. Alle bankene som er med i BankAxept-samarbeidet (dvs. alle banker med rett til å drive bankvirksomhet i Norge) har rett til å utstede BankAxept-instrumenter i tråd med det til enhver tid gjeldende overordnede regelverket for BankAxept fastsatt av Bits AS, og det vil omfatte også slike virtuelle kort. BankAxept-instrumentet skal kunne benyttes i alle brukersteder som har innløsningsavtale som omfatter instrumentet, dvs. brukersteder som har avtale om BankAxept med innløserbank og BAX.

For mobil kortbetaling, dvs. når utsteder utsteder et virtuelt kort i en lommebok, er det således påkrevet at lommeboktjenesten etablerer avtaler med et antall banker om utstedelse av BankAxept instrumenter i lommeboken. Prinsipielt er det tilstrekkelig med avtale med én bank, men avtaler med flere/mange banker vil gi lommeboktjenesten bredere markedsdekning.

For kommende eBetaling er tanken at et betalingsinstrument være en konto tilgjengeliggjort for eBetaling fra utsteder der betaling gjennomføres etter de prosedyrer og regler som BAX definerer. Det vil kunne innebære at det for eBetaling ikke er behov for avtaler mellom lommeboktjenesten og de enkelte utstedere. For eBetaling vil lommeboktjenesten utføre autentiseringsoppgaver på vegne av BAX, som igjen har ansvaret for autentisering på vegne av utsteder. BAX vil definere krav til tredjepartstjenester som sikrer tilstrekkelig autentisering. Kravene utformes i henhold til regulatoriske standarder for SCA. BAX vil også følge opp at standarder og krav etterleves.

Når lommeboktjenesten har etablert avtale med BAX, og hvis behov også med utsteder, er dette tilstrekkelig for at BankAxept kan benyttes for betaling gjennom lommeboktjenesten i tråd med regelverket. Betalinger med lommeboktjenesten vil behandles på tilsvarende måte som en betaling med et vanlig BankAxept betalingsinstrument (f. eks. BankAxept-kort) og inngå i BankAxept-oppgjøret til brukerstedene. Det er ikke påkrevet for lommeboktjenesten å ha avtale med de enkelte BankAxept-brukersteder, og det er følgelig heller ikke krav om å benytte en bestemt innløser.

For kortbetaling kan lommeboktjenesten velge å kreve en kompensasjon fra de enkelte utstedere som sikrer inntjening for lommeboktjenesten. Alternativt, eventuelt i tillegg, vil lommeboktjenesten kunne gjøre avtaler med de enkelte brukersteder, der BankAxept-betaling initiert gjennom lommeboktjenesten belastes med en pris utover prisen brukerstedet betaler for selve BankAxept-betalingen. Lommeboktjenesten kan velge å la dette være knyttet til selve betalingen eller for andre tilleggstjenester. Lommeboktjenesten står fritt til dette.

Foretakssammenslutningen vil ikke endre regler og praksis for tilgang til BankAxept på vegne av utsteder. Det er derfor like enkelt eller krevende for lommeboktjenester å etablere seg i markedet med BankAxept-betaling uavhengig av om foretakssammenslutningen gjennomføres eller ikke.

Per januar 2018 har ingen banker utstedt BankAxept-instrumenter i mobile lommeboktjenester, men det er planlagt utstedelse i minst en mobil lommebok i 2018. eBetaling er som tidligere påpekt i pilotdrift, og det er pr dato ikke implementert eBetaling i mobile lommebøker.

#### 4.9.2.2 Tilgang til bruk av BankAxept etter avtale med brukersted

Tredjepartstjenester kan også avtale med brukersteder å initiere BankAxept-betalinger på vegne av brukerstedet. Dette benevnes gjerne «merchant service providers» (MSP) og omfatter både tradisjonelle terminalleverandører og tjenesteleverandører for nettbetaling.

MSP vil i forkant måtte etablere en generell avtale med BAX om formidling av BankAxept-transaksjoner på vegne av brukersteder. Avtalen regulerer gjensidige forpliktelser og skal sikre at formidling skjer i henhold til tekniske standarder og sikkerhetskrav. Når den generelle avtalen med BAX er på plass, kan MSP gjøre avtaler med brukersted og initiere transaksjoner på vegne av brukerstedet.

Det er ikke noe i veien for at en lommeboktjeneste kan opptre som MSP og initiere transaksjoner på vegne av brukerstedet. Dette kan skje i tillegg til rollen med å håndtere BankAxept-instrumenter i lommeboken.

Lommeboktjenesten kan, etter dagens regelverk, ikke opptre som "superbrukersted", dvs. fremstå som brukersted overfor BAX, og ta rollen som oppgjørsformidler mot de underliggende brukerstedene. På denne måten ville lommeboktjenesten kunne samle oppgjør fra flere underliggende tjenester, f. eks. BankAxept, Visa og Mastercard. Dagens BankAxept regelverk hindrer slik bruk av BankAxept.

Foretakssammenslutningen vil ikke endre regler og praksis for tilgang til BankAxept på vegne av brukersted.

#### 4.9.2.3 Tilgang til bruk av BankAxept for tredjeparter etter innføring av PSD 2

Innføringen av PSD 2 vil ikke påvirke tredjeparters mulige tilgang til BankAxept. Tredjeparter, inkludert lommeboktjenester, vil etter PSD 2 kunne få tilgang til bankkonti gjennom rollene som PISP og AISP. De vil imidlertid få dette gjennom grensesnitt som bankene tilbyr direkte, og ikke gjennom BankAxept. PSD 2 medfører krav til sterk kundeautentisering (SCA) for elektroniske betalingstjenester, inkludert BankAxept, men dette er allerede hensyntatt i utformingen av BankAxept-tjenestene. Regler for tilgang til BankAxept for tredjeparter vil således være uendret etter innføring av PSD 2.

#### 4.9.2.4 Oppsummering: Det Fusjonerte Foretaket får ikke økte muligheter eller insentiver til utestengende atferd relatert til betalingsformidling i forhold til dagens situasjon

Som det fremgår ovenfor, vil en tilbyder av konkurrerende betalingstjenester ikke være avhengig av tilgang til verken BankAxept eller BankID for å kunne konkurrere med Partene. I dagens marked fremstår dette som nokså åpenbart – Vipps er etablert i markedet uten løsninger basert på BankAxept for betalingsformidling. Heller ikke i fremtiden vil dette være nødvendig for å kunne konkurrere i markedet for betalingsløsninger.

Konkurrerende virksomheter vil mest sannsynlig basere seg på internasjonal kortinfrastruktur. Dette gjelder selv om dette skulle være en dyrere og dermed i utgangspunktet mindre konkurransedyktig løsning sammenlignet med BankAxept. Grunnen er dels at internasjonale aktører typisk vil foretrekke en felles (internasjonal) løsning som fungerer "overalt", og dels at disse aktørene har en forretningsmodell som er knyttet til inntjening på basis av kundedata mer enn til inntekter fra betaling i seg selv.

Bruk av BankAxept er også et reelt alternativ, men kanskje mest for tjenester med et norsk eller nordisk opphav. Ved betaling i butikk i Norge gjennomføres omkring 80 % av kortbetalinger ved bruk av BankAxept. Det er forventet at for at en mobil betalingsløsning skal lykkes med mobilbetaling i Norge må denne benytte BankAxept for å være billig nok per transaksjon for brukerstedene, grunnet innkjøpsmakt hos de største kjedene som har mer enn 40 % av volumet, og i tillegg skape en brukeropplevelse for sluttbruker og brukersted som er minst like god som dagens plastkort. Dersom varehandelen i Norge skulle etablere egne betalingsløsninger, ville de sannsynligvis basere seg på BankAxept, da BankAxept både er kostnadseffektiv og utbredt hos brukerstedene i dag. For BAX, og det Fusjonerte Foretaket, vil det være et mål å at eventuelle nye betalingsløsninger er basert på BankAxept, for å bidra til at den nasjonale infrastrukturen forblir konkurransedyktig i forhold til internasjonal kortinfrastruktur.

Alle tjenestene til BankAxept tilbys på gjensidig ikke-diskriminerende vilkår til bankene som har rett til å delta. Dette fremgår i de alminnelige reglene for BankAxept, som er fastsatt av Bits AS.<sup>58</sup> Man må som nevnt være bank for å kunne være BankAxept utsteder eller innløser. Dette endres ikke gjennom PSD 2. For å komme inn på markedet som PISP, vil en mobil lommebok i utgangspunktet ikke forholde seg direkte til BAX. PISPer og AISPer vil kun trenge samtykke fra kontohaver om tilgangsrettigheter, og vil interagere med konto gjennom grensesnittene som bankene er pliktige til å tilby. Etablering av tjenester basert på PSD 2 og PISP-tilgang til konto finnes ikke dag, og det er usikkerhet knyttet til hvordan dette vil utvikle seg i årene framover.

Uansett, for alle disse alternativene gjelder det at de er helt upåvirket av foretakssammenslutningen. En konkurrerende betalingsløsning til Vipps vil kunne basere sin betalingsløsning på dagens eksisterende kortinfrastruktur og terminaler hos brukerstedene på samme måte som Vipps. BankAxept vil også være tilgjengelig som infrastruktur for nye løsninger, med like tekniske og kommersielle krav som for partenes mobile betalingsløsninger. En løsning basert på kommende eBetaling vil tilsvarende være tilgjengelig for tredjeparter, og vil ikke medføre behov for avtaler mellom lommeboktjenesten og de enkelte utstedere. BAX vil definere krav til tredjepartstjenester som sikrer at autentisering utføres i henhold til regulatoriske standarder for SCA. BAX vil også følge opp at standarder og krav etterleves. Betalinger med slike tredjepartstjenester vil behandles på tilsvarende måte som en betaling med et vanlig BankAxept betalingsinstrument (f. eks. BankAxept-kort) og inngå i BankAxept-oppgjøret til brukerstedene. Det er ikke påkrevet for lommeboktjenesten å ha avtale med de enkelte BankAxept-brukersteder, og det er følgelig heller ikke krav om å benytte en bestemt innløser.

Det vil for øvrig være svært risikabelt å forsøke seg på noen form for utestengning. I et marked med betydelige nettverkseffekter, store internasjonale tilbydere av kundefront betalingsløsninger på vei inn med store eksisterende kundebaser er det til syvende og sist kundene som kommer til å bestemme. Det finnes alternative løsninger for både kundefront, betalingsformidling og identifisering. Spørsmålet er om det som i dag er gode og effektive nasjonale løsninger kommer til å overleve i den kommende konkurransen. I en slik situasjon vil det ikke være klokt for eierbankene å forsøke noe som kan undergrave de nasjonale løsningene og/eller tilliten til systemet. Da må man legge til rette for de gode og enkle løsningene, som kundene (og brukerstedene) vil ha, og man må sørge for at nye betalingsløsninger heller bygger på og bruker den nasjonale infrastrukturen i stedet for alternative løsninger. Gjennom å legge til rette for (heller enn å hindre) konkurrerende kundefront betalingsløsninger, vil eierbankene også spre risiko, for det tilfellet at det Fusjonerte Foretaket ikke skulle lykkes med å skape de gode løsningene som kundene vil ha.

Vi minner også om at foretakssammenslutningen i nokså begrenset grad innebærer en endring i de økonomiske insentivene som måtte følge av eierskap. I den grad man skulle vurdere om eierne har insentiv (og mulighet) til å prioritere det Fusjonerte Foretaket på bekostning av eventuelle konkurrenter, er det i så fall insentiver som foreligger allerede i utgangspunktet, og som i liten eller ingen grad endres eller styrkes som følge av foretakssammenslutningen.

<sup>58</sup> Regler om BankAxept-infrastruktur fastsatt av Bits AS 23.06.2016 punkt 5.

<https://www.finansnorge.no/contentassets/03e54f40fca64140bb0be0d7675051fb/regler-om-bankaxept-infrastruktur-15.11.2016.pdf>

#### 4.9.3 Tilgang til bruk av BankID for kundefront betalingstjenester

##### 4.9.3.1 Andre løsninger er tilgjengelig

Tilbydere av betalingstjenester er som tidligere påpekt forpliktet til å forsikre seg om at brukeren/betaleren identifiserer seg ved etablering av kundeforholdet (hvitvaskingsloven § 6). Slik identifisering kan skje enten fysisk ved offentlig utstedt legitimasjon (pass) eller ved elektronisk legitimasjon som tilbys av utstedere som oppfyller sikkerhetskravene i esignaturloven og har registrert seg på Nasjonal Kommunikasjonsmyndighets selvdeklarasjonsliste (hvitvaskingsforskriften § 6). Per i dag er dette BankID, BuyPass og Commfides.

Tilbydere av betalingstjenester er også pålagt å forsikre seg om at brukeren/betaleren identifiserer seg og gir sitt samtykke ved f. eks. initiering av betalingstransaksjoner og ved pålogging i nettbank mm. Dette kan i dag gjøres uten en løsning med det sikkerhetsnivået som BankID har.

Hvordan brukeren skal identifisere seg ved en betalingstransaksjon er ikke spesifikt regulert i loven, men det er bestemt at samtykke skal gis i den form og på den måte som er avtalt mellom betaleren og dennes bank/betalingsforetak.<sup>59</sup> Som fremhevet i kap. 4.5 ovenfor gjelder det krav til sterk kundeidentifisering (SCA) i noen betalingssituasjoner allerede i dag. Etter innføringen av PSD 2 vil det gjelde krav til sterk kundeidentifisering (SCA) for alle elektroniske betalinger, men med en del unntak for lavverditransaksjoner mv.

Bankene velger ofte å kreve at betaleren identifiserer seg med BankID (eller tilsvarende ID-løsninger) for å sikre en tilstrekkelig høy grad av sikkerhet. Dette kan bankene kreve uavhengige av om det gjelder et lovkrav til autentisering. I de situasjoner hvor kravet til SCA (sterk kundeidentifisering) gjelder, kreves det som nevnt at betaleren må identifisere seg med en såkalt to-faktor autentisering, se kap. 4.5 og bilag 16. Det er som nevnt ikke nødvendig å bruke BankID for å oppfylle kravet til to-faktor autentisering. Man kan bruke andre løsninger som også tilfredsstillende kravet til to-faktor identifisering (f.eks. et passord i kombinasjon med fingeravtrykk e.l.).

Etter innføringen av PSD 2 vil det stilles strengere krav til autentiseringen (SCA) og kravet vil gjelde i flere betalingssituasjoner enn i dag. BankID er ett eksempel på en ID-løsning som oppfyller kravet til sterk kundeautentisering. Konkurrerende ID-løsninger som oppfyller kravet til SCA er Buypass, Comfides og enhver annen to-faktorløsning som implementeres i henhold til de krav som gjelder for SCA.

##### 4.9.3.2 Tilgang på ikke-diskriminerende vilkår

For bruk av BankID vil konkurrenten trenge en BankID brukerstedsavtale med en av forhandlerne av BankID, eventuelt direkte med BID. Dette tilbys som nevnt på standardiserte, ikke-diskriminerende vilkår. BID eller det Fusjonerte Foretaket vil neppe kunne hindre eller nekte en forhandler inngåelse av brukerstedsavtale med en leverandør av konkurrerende betalingstjenester uten å risikere å bryte konkurransereglene.

##### 4.9.3.3 Oppsummering: Det Fusjonerte Foretaket får ikke økte muligheter eller incentiver til utestengende atferd relatert til ID-løsninger

For både Vipps og BAX er BID allerede den naturlige samarbeidspartneren på identifikasjons- og signaturtjenester, og foretakssammenslutningen medfører heller ikke her noen reell

---

<sup>59</sup> Finansavtaleloven § 24 (3).

endring. Bankene er en viktig kunde for BID i dag, og foretakssammenslutningen endrer heller ikke på deres muligheter eller insentiver til å ta i bruk konkurrerende løsninger.

BID og/eller en sammenslått virksomhet har begrensede muligheter til utestengende atferd vis-a-vis konkurrerende tilbydere av kundefront betalingsløsninger (typisk mobile lommebøker).

Som nevnt ligger selve infrastrukturen ("schemet") utenfor selskapet, og det er Bits som fastsetter og styrer reglene for utstedelse av BankID. Det er således også her mekanismer som sikrer åpenhet og ikke-diskriminering utenfor en eventuell sammenslått virksomhet. Alle foretak som har tillatelse til å drive virksomhet knyttet til betalingstjenester og rett til å delta i interbanksystemer<sup>60</sup>, og som er tilknyttet Bits gjennom medlemskap i Finans Norge eller etter samtykke fra Bits har sluttet seg til "Regler om BankID", har rett til å være deltager i BankID-samarbeidet. Samtykket forutsetter at foretaket betaler tilknytningsavgift. Foretak gis tilgang basert på rettferdige, rimelige, og ikke-diskriminerende vilkår. Som det fremgår i bilag 16 medfører PSD 2 også at PISP'er (og AISP'er) får rettskrav på å benytte samme ID-løsninger som banken utsteder til sine kunder.

Vi antar at det er lite interessant for konkurrenter av Vipps/BAX (det Fusjonerte Foretaket) å bli utstedere av BankID. Det interessante for konkurrenter er muligheten til å benytte BankID som ID-løsning for brukerstedet eller som en sluttbruker. For konkurrenter er det helt åpent og ingen begrensninger på muligheten til å kjøpe BankID-løsninger. Produktet BankID tilbys til alle som etterspør dette på ikke-diskriminerende vilkår.

BID tjener penger på at flere bruker tjenesten, og vil ikke ønske å risikere begrensninger på nettverkseffektene dette gir. Etter at PSD 2 trer i kraft i løpet av 2018 vil i prinsippet alle elektroniske betalingstransaksjoner kreve såkalt sterk kundeautentisering, se kap. 4.5.2. Sterk autentisering kan oppnås gjennom en godkjent ID-tjeneste, f.eks. BankID, men kan også bygges inn i selve betalingstjenestene. For betalingskort oppnår man eksempelvis to-faktor autentisering gjennom å besitte et EMV-kort og kjenne en PIN-kode.

Påkrevde ID-løsninger for selve lommeboktjenesten vil som beskrevet ovenfor også variere avhengig av infrastruktur som benyttes, og konkurrentene til det Fusjonerte Foretaket vil ha en rekke alternativer til BankID.

#### 4.10 Foretakssammenslutningens betydning for forskning og utvikling

Dette er behandlet en rekke steder i meldingen, se særlig kapittel 3.8 om forretningsmessig rasjonale. Et sentralt formål med foretakssammenslutningen er å slå sammen tre relativt små utviklingsmiljøer med komplementær kompetanse for å skape grobunn for utvikling i et marked hvor de komplementære tjenestene er forventet å konvergere. Sterk innovasjonskraft vurderes som nødvendig i et marked i sterk endring, hvor det er stort behov for fornyelse og krav til høyt endringstempo i møte med de store globale økosystemene.

#### 4.11 Oppsummert: Vilkårene for inngrep er ikke oppfylt

Det er en svært begrenset konkurranseflate mellom partene - de tilbyr komplementære tjenester innenfor sine hovedvirksomheter.

<sup>60</sup> Meldt til EFTAs overvåkningsorgan i samsvar med rådsdirektiv 98/26/EF.



- Innenfor butikkbetaling tilbyr BAX en svært effektiv og billig infrastruktur for kortbetaling. Vipps bruker andre infrastruktur-løsninger enn BankAxept for sine tjenester i dag (internasjonale kortnettverk og straksbetaling), men ønsker å komme inn på markedet for butikkbetaling med en mobil lommebok basert på BankAxept. Dette vil styrke konkurransen innenfor segmentet butikkbetaling. Det er forventet økt konkurranse her uavhengig av foretakssammenslutningen, men sammenslutningen øker sannsynligheten for at partene kan utvikle gode løsninger mer effektivt og raskere. Partene forventer at konkurransen blir hard fra aktører som ikke nødvendigvis vil ha samme behov for lønnsomhet knyttet til betalingstjenestene som sådan, siden de vil være basert på andre forretningsmodeller hvor inntekter relatert til bruk av kundedata vil være viktigere. Disse aktørenes insentiver til å videreutvikle infrastruktur tilpasset behovene i de norske betalingsmarkedene er svært begrenset. Disse aktørene vil mest sannsynlig basere seg på internasjonale kortnettverk, og dette utgjør en reell trussel for eksistensen av det effektive norske betalingssystemet. Ved bruk av virtuelle kort kreves avtale med BAX og utstederbanker, mens ved bruk av kommende eBetaling kreves kun avtale med BAX.
- Innenfor nettbetaling utgjør BAX's nye planlagte løsning (eBetaling), som planlegges lansert i løpet av kort tid, en potensiell konkurrent til Vipps' betalingsløsning på nett. BAX ønsker imidlertid også å være en leverandør av infrastruktur for konkurrerende betalingsløsninger også på dette området, det vil si at BAX både er en potensiell konkurrent og potensiell leverandør i forhold til Vipps. Vipps har en meget liten markedsandel innenfor dette segmentet, som preges av sterk konkurranse mellom mange og store aktører som Visa, Mastercard, PayPal og Klarna. Selv om den potensielle konkurransen mellom BAX og Vipps skulle bli eliminert som en følge av foretakssammenslutningen, er det følgelig ikke trolig at konkurransen på markedet blir påvirket negativt av dette. Løsninger basert på BankAxepts eBetaling vil heller ikke være eksklusive for Vipps/en sammenslått virksomhet, men vil være tilgjengelig for konkurrerende tilbydere på gjensidig ikke-diskriminerende vilkår og det trengs kun avtale med BAX.
- Vipps har nylig lansert et produkt for innlogging. Dette er en tjeneste som konkurrerer med BankID, men for innlogging med lavere enn høyeste sikkerhetsnivå er det en rekke store aktører, inkludert Facebook og Google, men også betalingsaktører som PayPal i stadig større grad.

I den grad foretakssammenslutningen reduserer eller eliminerer en aktuell eller potensiell konkurranse mellom partene, er det følgelig ikke risiko for konkurransebegrensende virkninger på markedet. Vilkårene i krrl § 16 er ikke oppfylt – foretakssammenslutningen vil **ikke "i betydelig grad [...] hindre effektiv konkurranse"**.

Foretakssammenslutningen vil heller ikke medføre risiko for utestengende virkninger.

- Tilbydere av konkurrerende betalingsløsninger vil neppe være avhengig av tilgang til løsninger basert på BankAxept for å kunne konkurrere i det norske markedet. Under enhver omstendighet vil eksisterende og nye tjenester fra BankAxept være tilgjengelige for tilbydere av konkurrerende betalingsløsninger som beskrevet over.
- Også for BankID foreligger det mekanismer som sikrer åpenhet og ikke-diskriminering utenfor en eventuell sammenslått virksomhet. Brukerstedssertifikat

distribueres og selges gjennom BIDs apparat, mens infrastrukturen ligger utenfor selskapet. Det er Bits som fastsetter og styrer reglene for utstedelse av BankID. Samtykket forutsetter at foretaket betaler tilknytningsavgift. Foretak gis tilgang basert på rettferdige, rimelige, ikke-diskriminerende vilkår. Det Fusjonerte Foretaket vil under enhver omstendighet neppe kunne hindre eller begrense distribusjon av BankID (eller nye produkter) vis-a-vis konkurrerende tilbydere av betalingsløsninger uten å risikere å bryte konkurransereglene. Distribusjon skjer på standardiserte, ikke-diskriminerende vilkår.

Foretakssammenslutningen vil tvert imot føre til mer konkurranse for internasjonale kortnettverk innenfor mobilbetalingsområdet (spesielt innenfor netthandel der disse dominerer sterkt), og bidra til at det effektive nasjonale betalingssystemet blir tilpasset fremtidige betalingsløsninger og tilgjengelig også for nye aktører.

Dette vil komme forbrukerne til gode. Både brukersteder og slutt kunder vil få fordeler av nye, kostnadseffektive løsninger for en sømløs overgang fra kort til mobil.

## 5 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Gjennom Transaksjonen går Partene sammen for å satse på én felles norsk digital betalingsaktør, med basis i norsk teknologi og betalingsinfrastruktur.

Det viktigste målet med å realisere effektivitetsgevinstene er å bidra til å skape en norsk betalingsaktør som settes i stand til å konkurrere i fremtidens betalings- og ID-marked. Gjennom dette vil norsk betalingsinfrastruktur ha en større sannsynlighet for å overleve enn uten slik virksomhetssammenslutning. Norsk betalingsinfrastruktur er kostnadsledende i verdensammenheng og det vil derfor høyst sannsynlig medføre økt samfunnsøkonomisk kostnad, til ulempe for brukersteder og sluttbrukere, dersom denne erstattes av internasjonale betalingssystemer.

Effektivisering vil skje gjennom økt bruk av kostnadseffektiv infrastruktur, bedre utnyttelse av ressurser internt i selskapene og optimalisering av ekstern ressursbruk.

Effektiviseringsgevinstene vil ikke la seg realisere uten en foretakssammenslutning.

5.1 Effektiviseringsgevinster fra økt bruk av kostnadseffektiv infrastruktur  
Effektiviseringsgevinster fra økt bruk av kostnadseffektiv infrastruktur skjer gjennom to kilder: 1) Raskere introduksjon av nye betalingsløsninger på markedet som gir inntekter raskere og 2) Økt markedspenetrasjon hva faktisk posisjon gjelder.

Raskere introduksjon av nye betalingsløsninger skjer gjennom styrket innovasjonskraft og mer effektiv utvikling, som følge av at komplementær kompetanse samles i ett utviklingsmiljø. Samarbeid mellom front-end og back-end utviklere og bedre forståelse av hverandres behov vil føre til at løsninger vil bli utviklet raskere, og dermed kan introduseres tidligere på markedet.

Økt / bredere markedspenetrasjon er i tillegg til å være en konsekvens av raskere introduksjon av nye betalingsløsninger, et resultat av at selskapene sammen har bedre innsikt i hva kundene ønsker gjennom vertikal tankegang. Dermed vil en samlet virksomhet være i bedre stand til å tilby produkter som treffer kundenes behov i flere betalingssituasjoner enn de ville klart alene. Dette gjelder for både enkelttjenester (ID- og

betalingsinfrastruktur) og den helhetlige betalingsløsningen. Det vil si at en samlet virksomhet vil kunne utvikle en ID - og betalingsinfrastruktur som er attraktiv, ikke bare for den sammenslåtte virksomheten, men også for andre tredjeparts betalingstjenester.

Overordnet betyr økt markedspenetrasjon for produktene som vil tilbys av samlet virksomhet også økt bruk av kostnadseffektiv infrastruktur, som det norske banksamarbeidet har utviklet over de siste tiårene. Dette fører til at kostnaden per transaksjon blir lavere for brukersteder sammenlignet med hva den ville vært hvis transaksjonen var basert på internasjonal betalingsinfrastruktur.

Den økonomiske gevinsten vil også tilfalle sluttkunden ved at brukerstedene, gjennom lavere kostnadsbase, kan tilby sluttkundene lavere priser.

#### 5.2 Effektiviseringsgevinster fra bedre utnyttelse av interne ressurser

Effektiviseringsgevinster fra bedre utnyttelse av selskapsinterne ressurser er knyttet til salgssapparat og compliance & risiko. En sammenslått virksomhet unngår nyansettelser på kort til mellomlang sikt som følge av bedre utnyttelse av komplementær kompetanse og komplementære relasjoner i de ulike salgssavdelingene. Compliance & risiko funksjonen blir mer effektiv gjennom etablering av felles avtaler, internkontroller, sikkerhetsrutiner og stillinger.

#### 5.3 Effektiviseringsgevinster fra optimalisering av ekstern ressursbruk

Effektiviseringsgevinster fra optimalisering av ekstern ressursbruk er knyttet til kundesupport og drift av infrastruktur. Kundesupporttjenester som i dag er kjøpt av tredjeparter kan samles i et felles kundesenter for å oppnå bedre samarbeid og bedre utnyttelse av de eksterne ressurser. Drift og forvaltning av underliggende infrastruktur i enkelte av selskapene, som i dag er utført av eksterne aktører, vil til en viss grad kunne innkontraheres (gjøres internt). Ved å utnytte kompetanse som tidligere ikke var tilgjengelig, kan en samlet virksomhet utvikle mer effektive løsninger for drift og forvaltning av infrastruktur.

#### 5.4 Behov for sammenslutning for å oppnå effekter

En strukturell løsning er nødvendig for å oppnå de ønskede effektene. Uten en felles organisering og oppgaveløsning vil Partene ikke kunne realisere potensialet ved å utnytte komplementær kompetanse. Effektiv organisering for å sikre rask utvikling er kritisk for å kunne lykkes i møte med konkurranse fra internasjonale aktører og kontinuerlig endring av regulatoriske krav. Uavhengige selskaper vil medføre redusert utviklingskraft og hurtighet, gi dårligere opplevelse for kundene, samt gi mindre effektive betalingsløsninger.

Det vises til kap. 3.8 i meldingen for ytterligere informasjon.

Partene vil om nødvendig komme tilbake med ytterligere redegjørelser for hva som utgjør samfunnsøkonomiske og ervervsspesifikke effektivitetsgevinster.

## 6 KONFIDENSIALITET

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter, jf. konkurranseloven § 18b. Forslag til offentlig versjon av meldingen og begrunnelse følger vedlagt.

Bilag 26: Utkast til offentlig versjon av meldingen

Bilag 27: Begrunnelse for anmodning om unntak fra offentlighet

Dersom Konkurransetilsynet mottar begjæring om innsyn i meldingen eller andre dokumenter i saken, ber vi om å bli underrettet.

Med vennlig hilsen  
Advokatfirmaet Thommessen AS



Eivind Sæveraas  
Advokat