

# Informationen zur Verordnung für die Bekämpfung unfairer Geschäftspraktiken auf Plattformen (2018/0112(COD))

Berlin, 25. Februar 2019

## Der Ausschuss der Ständigen Vertreter (AStV) des EU-Rates hat eine vorläufige Einigung über die P2B-Verordnung gebilligt.

Die Botschafter der EU-Mitgliedstaaten, die am 20.02.2019 im AStV zusammenkamen, unterstützten die am 13. Februar mit dem Europäischen Parlament erzielte vorläufige Einigung über die Verordnung für die Bekämpfung unfairer Geschäftspraktiken auf Plattformen (Plattform-to-Business-Verordnung). Ziel der Verordnung ist, die Transparenz auf Plattformen zu erhöhen und ein Level-Playing-Field (zu deutsch: Jeder hält sich an die gleichen Regeln) zu schaffen, welches beispielsweise für die Bedingungen und Funktionsweise des Rankings in Suchergebnissen gilt.

Ein gemeinsamer, konsolidierter Text der Verordnung, der den ursprünglichen "Light-Touch"-Ansatz (minimale Regulierung) beibehält ist nun verfügbar. Nach der ersten Analyse der englischen Fassung des Textes sehen wir das Potential der Verordnung mehr Klarheit in die Rechtsbeziehungen zwischen Online-Händlern und den genutzten Online-Plattformen zu bringen.

Der vereinbarte Text wird nun, nach der üblichen juristisch-sprachlichen Prüfung in Kürze dem Europäischen Parlament und dem Rat zur förmlichen Annahme vorgelegt.

Die Verordnung tritt 12 Monate nach ihrer Veröffentlichung (etwa März-April 2020) im Amtsblatt der Europäischen Union in Kraft.

## Die wesentlichen Inhalte der Verordnung im Überblick:

### Anwendungsbereich (Art. 1)

Die Verordnung gilt für Online-Plattform-Vermittler und allgemeine Online-Suchmaschinen, die ihre Dienstleistungen für Unternehmen mit Sitz in der EU erbringen und Waren oder Dienstleistungen für Verbraucher mit Sitz in der EU anbieten. Die Verordnung gilt für die von den Online-Vermittlern einseitig entwickelten Allgemeinen Geschäftsbedingungen und für individuell ausgehandelte Verträge.

- E-Commerce-Marktplätze von Drittanbietern
  - Amazon Marketplace,
  - Ebay,
  - Fnac Marketplace
  - und so weiter..

- App-Shops
  - Google Playstore,
  - Apples App Store
  - und so weiter
- Social-Media-Tools für Unternehmen
  - Fanpages auf Facebook,
  - Instagram-Profile von Herstellern und Künstlern
  - und so weiter
- Preisvergleichstools
  - Skyscanner,
  - Google Shopping
  - und so weiter

#### **Ausgenommen von der Verordnung sind:**

- Online-Werbung, Zahlungsdienste, Suchmaschinenoptimierung
- Dienste, die Hardware und Anwendungen verbinden, die keine direkten Transaktionen zwischen Unternehmen und Verbrauchern vermitteln, sowie Vermittler, die nur zwischen Unternehmen tätig sind (z.B. Online-Werbebörsen)
- Lebensmittelgeschäfte (Supermärkte)
- Einzelhändler von Marken (z.B. Nike.com), soweit diese Online-Händler nur ihre eigenen Produkte direkt verkaufen, ohne sich auf Drittanbieter zu verlassen, und nicht daran beteiligt sind, direkte Transaktionen zwischen diesen Drittanbietern und Verbrauchern zu erleichtern
- Betriebssysteme, wie Android.

#### **Allgemeine Geschäftsbedingungen (Art. 3)**

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Plattformen müssen in klar verständlicher Sprache gefasst sein, zugänglich und vollständig transparent in Bezug auf die Gründe für Beschränkungen, Vertriebskanäle und Schutzrechte sein. Sie müssen

- Gründe für Entscheidungen zur Suspendierung oder Aufhebung oder Auferlegung anderer Beschränkungen enthalten;
- Informationen über zusätzliche Vertriebskanäle enthalten, über die der Online-Vermittler vom Geschäftskunden angebotene Waren und Dienstleistungen vertreiben könnte;
- Informationen über die Auswirkungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf das Eigentum und die Kontrolle der Rechte an geistigem Eigentum

enthalten.

Geschäftskunden müssen von den Plattformen im Falle von Änderungen der AGB vorab informiert werden und sollten nicht vor einer angemessenen und verhältnismäßigen Zeit (mindestens 15 Tage nach der Mitteilung an den Geschäftskunden) wirksam werden. Ein längerer Zeitraum kann angegeben werden, wenn Geschäftsanwender größere Anpassungen vornehmen müssen.

Bei Änderungen hat der Geschäftskunde das Recht, den Vertrag mit dem Online-Vermittler innerhalb von 15 Tagen zu kündigen. Wenn ein Geschäftskunde innerhalb der Kündigungsfristen Waren oder Dienstleistungen einreicht, entfällt vorbehaltlich zusätzlicher Anforderungen die Kündigungsfrist.

Die Online-Vermittler stellen sicher, dass die Identität der Geschäftskunden, die Waren oder Dienstleistungen anbieten, deutlich sichtbar ist.

Geschäftsbedingungen, die diesen Anforderungen nicht entsprechen, sind nichtig.

### **Einschränkung, Suspendierung und Aufhebung (Art. 4)**

Eine Einschränkung oder Aussetzung der Nutzung von Online-Vermittlungsdiensten kann nur erfolgen, wenn dem Geschäftskunden eine Begründung für die Suspendierung gegeben wird.

Der Geschäftskunde hat die Möglichkeit, die Einschränkung, Suspendierung oder Kündigung im Rahmen des Beschwerdeverfahrens anzufechten. Im Falle des Widerrufs der Entscheidung wird der Geschäftskunde mit all seinen Rechten, einschließlich des Zugangs zu personenbezogenen oder anderen Daten, wiederhergestellt.

### **Ranking (Art. 5)**

Die Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten und Suchmaschinen legen in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen die wichtigsten Parameter für das Ranking fest und begründen die Bedeutung der Parameter im Vergleich zu anderen Parametern.

Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten und Online-Suchmaschinen sind nicht verpflichtet Algorithmen (sofern diese als Geschäftsgeheimnisse geschützt sind) oder Informationen offenzulegen, die ermöglichen, dass Suchergebnisse manipuliert und zu Täuschung von Verbrauchern führen würden.

Wenn das Ranking durch Zahlung einer Vergütung beeinflusst werden kann, sollte diese Möglichkeit in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Plattform zusammen mit der Auswirkung der Vergütung auf das Ranking beschrieben werden.

Die Kommission wird hierzu Leitlinien zur Klärung der Transparenzverpflichtungen in Bezug auf das Ranking herausgeben.

### **Spezifische Vertragsbedingungen (Art. 8)**

Artikel 8 ist geregelt, dass die vertraglichen Beziehungen zwischen den Geschäftskunden und den Online-Vermittlern nach Treu und Glauben geführt werden und auf fairen Geschäftsgebahren beruhen.

Anbietern von Online-Vermittlungsdiensten dürfen Allgemeine Geschäftsbedingungen nicht rückwirkend ändern und müssen sicherstellen, dass ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen Informationen über die Bedingungen enthalten, unter denen Geschäftskunden das Vertragsverhältnis mit dem Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten kündigen können.

Zulässig ist, dass Online-Vermittler Ihre Geschäftskunden über Allgemeine Geschäftsbedingungen darin einschränken, Verbrauchern die gleichen Waren und Dienstleistungen über andere Kanäle anzubieten, wenn diese Einschränkungen in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen begründet werden (Article 10).

### **Internes Beschwerdemanagementsystem (Art. 11)**

Die Online-Vermittler legen ein internes Beschwerdemanagementsystem fest, das den Geschäftskunden kostenlos zur Verfügung steht und auf dem Grundsatz der Transparenz und Gleichbehandlung basiert.

### **Mediation (Art. 12)**

Online-Plattformen sollten mindestens zwei oder mehr Vermittler stellen, die damit betraut sind eine Einigung mit den Geschäftskunden im Streitfall zu erzielen. Diese Verpflichtung gilt nicht für kleinere Online-Plattformen (KMU).

### **Gerichtliche Verfahren zur Sicherstellung der Einhaltung der Verordnung (Art. 14)**

Organisationen, die Geschäftskunden oder öffentliche Einrichtungen vertreten und (insbesondere finanziell) unabhängig von den Plattformen sind, haben das Recht, Maßnahmen zu ergreifen, um gegen die Nichteinhaltung der Verordnung vorzugehen. Die EU-Kommission wird hierzu eine Liste der zugelassenen Organisationen führen, welche Gerichten als Nachweis für die Legitimation der Organisation im streitigen Verfahren dient.

Weiter wird die EU Kommission die Ausarbeitung von Verhaltenskodizes durch die Anbieter von Online-Plattformen und Vermittlungsdiensten fördern.

### **Über den Händlerbund**

Der Händlerbund mit Sitz in Leipzig wurde 2008 gegründet. Seitdem liegt der Fokus des Verbandes auf der Interessenvertretung und rechtlichen Unterstützung kleiner und mittelständischer Unternehmen aus ganz Europa. Aufgrund der rasanten Entwicklung des E-Commerce-Marktes hat sich der Händlerbund zu einem E-Commerce Netzwerk entwickelt und betreut aktuell über 80.000 Onlinepräsenzen. Auch auf politischer Ebene nimmt der Händlerbund mit Stellungnahmen und Handlungsempfehlungen aktiv an der Weiterentwicklung der gesamten Branche teil.