

- FAQ -

Die neue P2B-Verordnung

Version | Stand: 1.0 | 04.12.2019

Ansprechpartner: Eva Rohde ✉ eva.rohde@bevh.org ☎ 030 40 36 751 - 62

Zum 12.07.2020 werden mit der [Verordnung zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online- Vermittlungsdiensten \(\(EU\) 2019/1150\)](#) (kurz: P2B-VO) neu Vorgaben getroffen, die sowohl Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten als auch Anbieter von Online-Suchmaschinen gegenüber ihren gewerblichen Nutzern beachten müssen.

Der Gesetzgeber erhofft sich durch die Regelungen in der P2B-VO die Eindämmung unfairer Geschäftspraktiken, wie beispielsweise unangekündigte AGB-Änderungen, die plötzliche Löschung von Händler-Accounts und unbegründete Herabsetzungen in Ergebnislisten, undurchsichtige Rankings sowie versteckte Meistbegünstigungsklauseln.

Auch wenn bereits jetzt viele der Vorgaben von Anbietern eingehalten werden, gibt es doch einzelne neue Pflichten, die die Anbieter zukünftig berücksichtigen müssen. In erster Linie betreffen die Pflichten nähere Informationspflichten in den Nutzungsbedingungen.

I. Wer ist betroffen?

Die Verpflichtungen, die die P2B-VO vorgibt, richtet sich an Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten als auch Anbieter von Online-Suchmaschinen. Dabei kommt es nicht darauf an, wo der Anbieter seinen Sitz hat. Die Vorgaben der Verordnung gelten, sobald sofern zwei kumulative Bedingungen erfüllt sind:

1. die gewerblichen Nutzer oder die Nutzer mit Unternehmenswebsite sollten in der Union niedergelassen sein und
2. die gewerblichen Nutzer oder die Nutzer mit Unternehmenswebsite sollten ihre Waren oder Dienstleistungen mit Hilfe dieser Dienste Verbrauchern anbieten, die sich zumindest hinsichtlich eines Teils der Transaktion in der Union befinden.

Außerdem ist es unerheblich, wo der Vertragsschluss tatsächlich erfolgt – er kann sowohl über die Plattform selbst, über eine verlinkte Unternehmenswebsite, offline oder auch gar nicht stattfinden. Folglich ist ein Vertragsschluss zwischen Nutzer und Verbraucher nicht zwingend erforderlich.

Ausgeschlossen von dem Regelungsbereich der P2B-VO sind lediglich reine Business-to-Business Plattformen sowie Peer-to-Peer Vermittlungen, an denen keine gewerblichen Anbieter beteiligt sind sowie Online-Zahlungs- und Werbedienste.

II. Welche Pflichten gibt es?

1. Mehr Transparenz hinsichtlich der Nutzungsbedingungen (Art. 3, 8)

Art. 3 Abs. 1 der VO fordert, dass Anbieter klarstellen, dass ihre Nutzungsbedingungen

- a) klar und verständlich formuliert sind;
- b) für gewerbliche Nutzer zu jedem Zeitpunkt ihrer Geschäftsbeziehung mit dem Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, auch während der Phase vor Vertragsabschluss, leicht verfügbar sind;
- c) die Gründe benennen, bei deren Vorliegen entschieden werden kann, die Bereitstellung ihrer Online-Vermittlungsdienste für gewerbliche Nutzer vollständig oder teilweise auszusetzen oder zu beenden oder sie in irgendeiner anderen Art einzuschränken. → An dieser Stelle müssen Plattformbetreiber zukünftig präzise werden; generalklauselartige Formulierungen werden diesen Anforderungen dann nicht mehr genügen.
- d) Informationen über zusätzliche Vertriebskanäle oder etwaige Partnerprogramme enthalten, über die der Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten die vom gewerblichen Nutzer angebotenen Waren und Dienstleistungen vermarkten könnte;
- e) allgemeine Informationen zu den Auswirkungen der allgemeinen Geschäftsbedingungen auf die Inhaberschaft und die Kontrolle von Rechten des geistigen Eigentums gewerblicher Nutzer enthalten. Die entsprechenden Informationen können beispielsweise Angaben zu der allgemeinen Verwendung von Logos, Marken und geschäftlichen Bezeichnungen enthalten.

Sollten Anbieter zukünftig Änderungen in den Nutzungsbedingungen vornehmen, so müssen sie die gewerblichen Nutzern auf einem dauerhaften Datenträger über jegliche Änderungen informieren und dürfen diese erst spätestens 15 Tage nach der Unterrichtung umsetzen. Müssen die Nutzer aufgrund der Änderungen technische oder geschäftliche Anpassungen vornehmen, muss die Frist angemessen verlängert werden.

Stellt der Nutzer aber in der Zwischenzeit neue Waren oder Dienstleistungen ein, ist dies als Verzicht auf die Übergangsfrist anzusehen.

Außerdem sollten Anbieter in den Nutzungsbedingungen keine rückwirkenden Änderungen aufnehmen, sofern nicht gesetzlich oder behördlich vorgegeben oder vorteilhaft für die Nutzer.

Die Nutzungsbedingungen müssen zu jedem Zeitpunkt der Geschäftsbeziehung, auch für eventuell künftige gewerbliche Nutzer vor Vertragsabschluss, leicht verfügbar sein, also beispielsweise auf der Homepage im Footer angegeben werden.

2. Klare Vorgaben bei Einschränkungen, Aussetzungen und Beendigung (Art. 4)

Hier ist zu unterscheiden, ob der Anbieter lediglich ein einzelnes Produktangebot eines gewerblichen Nutzers löschen oder den Nutzer gänzlich sperren will:

a) Einschränkung einzelner Warenangebote

Will der Anbieter eine bestimmte Ware oder eine Dienstleistung eines Nutzers ausschließen, zurückstufen oder dimmen, so übermittelt er dem betroffenen gewerblichen Nutzer vor oder gleichzeitig mit dem Wirksamwerden der Aussetzung oder Einschränkung auf einem dauerhaften Datenträger eine Begründung dieser Entscheidung.

In dieser Begründung sollte sich der Anbieter auf die Angaben in seinen Nutzungsbedingungen beziehen (vgl. II. 1. c) und die Gründe für seine Entscheidung angeben. Außerdem sollten im angemessenen Umfang die jeweiligen konkreten Umstände, einschließlich der Mitteilungen Dritter, die zu dieser Entscheidung führten, angegeben werden.

b) Beendigung des gesamten Vertragsverhältnisses

Will der Betreiber die Bereitstellung seines Dienstes vollständig beenden, so übermittelt er dem betroffenen gewerblichen Nutzer mindestens 30 Tage vor dem Wirksamwerden der Beendigung auf einem dauerhaften Datenträger eine Begründung dieser Entscheidung. Die Frist gilt nicht, wenn der Ausschluss gesetzlich oder behördlich angeordnet ist, oder der Nutzer wiederholt gegen die Vorgaben in den Nutzungsbedingungen verstoßen hat (Bspw. illegale oder unangemessene Inhalte, fehlende Sicherheit einer Ware oder einer Dienstleistung, Fälschung, Betrug, Schadsoftware, Spam, Datenschutzverletzungen, sonstigen Cybersicherheitsrisiken oder fehlende Eignung der Ware oder der Dienstleistung für Minderjährige). Da der komplette Ausschluss die gravierendste Maßnahme darstellt, muss der Anbieter abwägen, ob im Einzelfall die Sperrung eines einzelnen Produktangebots ausreichend ist.

In beiden Fällen muss der Anbieter dem gewerblichen Nutzer die Möglichkeit geben, die Tatsachen und Umstände im Rahmen des internen Beschwerdemanagementverfahrens zu klären (s.u.)

3. Transparenz beim Ranking (Art. 5)

Anbieter müssen in ihren Nutzungsbedingungen darlegen, welche Hauptparameter das Ranking bestimmen und wie die Gewichtung der einzelnen Parameter ist. Dabei ist es nicht erforderlich, die detaillierte Funktionsweise der Parameter oder Algorithmen darzulegen. Vielmehr sollte ein angemessenes Verständnis der Funktionsweise des Rankings im Rahmen der von ihnen vorgenommenen Nutzung spezifischer Online-Vermittlungsdienste oder Online-Suchmaschinen vermittelt werden.

Gemäß Art. 5 Abs. 5 der VO muss in den Erläuterungen angegeben werden, ob und gegebenenfalls wie und in welchem Umfang der Rankingmechanismus Folgendes berücksichtigt wird:

- a) die Merkmale der Waren und Dienstleistungen, die Verbrauchern über Online-Vermittlungsdienste oder Online-Suchmaschinen angeboten werden;
- b) die Relevanz dieser Merkmale für diese Verbraucher;
- c) im Falle von Online-Suchmaschinen die Gestaltungsmerkmale der Website, die von Nutzern mit Unternehmenswebsite verwendet werden.

Ergänzend hierzu will die EU-Kommission eine Leitlinie anfertigen, um Anbieter bei der Einhaltung dieser Anforderungen zu unterstützen. Der Leitfaden wird zum April 2020 erwartet.

Ebenso muss der Anbieter angeben, ob und wie Entgelte das Ranking beeinflussen können. Dies betrifft sowohl direkte als auch indirekte Entgelte, wie beispielsweise die Nutzung von Zusatzdiensten oder Premiumfunktionen.

Werden bei Online-Suchmaschinen zusätzlich auch die Gestaltungsmerkmale der Unternehmenswebsite der Nutzer (wie deren Optimierung für die Anzeige auf Mobilgeräten) beim Ranking berücksichtigt, sollte es den Nutzern mit Unternehmenswebsite dadurch ermöglicht werden, ein angemessenes Verständnis darüber zu erlangen, ob und gegebenenfalls wie und in welchem Umfang bestimmte Gestaltungsmerkmale einer Website, wie, berücksichtigt werden.

Diese Angaben müssen sowohl in den Nutzungsbedingungen erfolgen, als auch in klar und verständlich formulierten Erläuterungen an einer offensichtlichen und leicht zugänglicher Stelle der jeweiligen Online-Suchmaschine.

4. Transparenz bei differenzierten Behandlungen (Art. 7)

Bietet ein Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten eigene Produkte oder Dienstleistungen an, muss er auch diesbezüglich über die etwaigen differenzierten Behandlungen informieren. Dabei reicht es aus, wenn diese Information sich nicht auf jede einzelne Ware oder Dienstleistung bezieht, sondern allgemein gehalten ist.

Die Erläuterung sollte sich dabei auf die wichtigsten wirtschaftlichen, geschäftlichen oder rechtlichen Erwägungen beziehen, die einer solchen differenzierten Behandlung zugrunde liegen.

5. Beschwerdemanagement (Art. 11, 12)

Anbieter haben ein internes Beschwerdemanagementsystem einzurichten, mit dem gewährleistet wird, dass Nutzer leicht zugänglich und kostenfrei innerhalb eines angemessenen Zeitrahmens muss sichergestellt sein.

Es muss gewerblichen Nutzern die Möglichkeit bieten, Beschwerden in Bezug auf die folgenden Probleme direkt bei dem betreffenden Anbieter einzureichen:

- a) die mutmaßliche Nichteinhaltung einer der in dieser Verordnung festgelegten Verpflichtungen durch den Anbieter, die sich auf den Beschwerde führenden gewerblichen Nutzer (im Folgenden „Beschwerdeführer“) auswirkt,
- b) technische Probleme, die in direktem Zusammenhang mit der Bereitstellung von Online-Vermittlungsdiensten stehen und die sich auf den Beschwerdeführer auswirken;
- c) Maßnahmen oder Verhaltensweisen des Anbieters, die in direktem Zusammenhang mit der Bereitstellung der Online- Vermittlungsdienste stehen und die sich auf den Beschwerdeführer auswirken.

Die Anbieter haben die Beschwerden zügig und wirksam zu bearbeiten um eine angemessene Lösung herbeizuführen und den Nutzer klar und verständlich über das Ergebnis des internen Beschwerdemanagementverfahrens zu informieren.

Die Informationen zum Beschwerdemanagementsystem müssen in den Nutzungsbedingungen angegeben werden.

Darüber hinaus müssen Anbieter nun auch zwei oder mehr unparteiische und unabhängige Mediatoren nennen, die im Falle einer Streitigkeit mit einem gewerblichen eine außergerichtliche Beilegung herbeiführen sollen.

Damit die Mediation auch tatsächlich genutzt wird, sollten nach Treu und Glauben auch gewerbliche Nutzer verpflichtet sein, in die Mediation zu gehen.