

Klare Spielregeln – auf einen Blick

© IHK Magazin 06/2020, IHK für München und Oberbayern

Die EU will für mehr Fairness und Transparenz auf Onlineplattformen sorgen. Vor allem kleinere Unternehmen und Händler sollen davon profitieren. **Von Eva Müller-Tauber**

Darum geht's

Ab dem 12. Juli 2020 gelten für digitale Vermittlungsdienste und Suchmaschinen neue rechtliche Vorschriften. Sie müssen ihre AGB überarbeiten, ihr Ranking offenlegen und ein internes Beschwerdemanagement einrichten. Die Verordnung sieht eine außergerichtliche Streitbeilegung und Verbandsklagerecht vor.

Für wen gelten die neuen Vorschriften?

Die gesamte digitale Plattformwirtschaft und damit etwa 7 000 Onlineplattformen beziehungsweise -marktplätze in der EU sind von der Platform-to-Business-Verordnung (P2B-VO) betroffen. Die neuen

Regeln gelten für Anbieter von Onlinevermittlungsdiensten beziehungsweise

Onlinesuchmaschinen (unabhängig vom Niederlassungsort oder Sitz) auf der einen Seite und für die gewerblichen Nutzer (mit Niederlassung oder Wohnsitz in der EU), die über diese Dienste Verbrauchern in der EU Waren oder Dienstleistungen anbieten, auf der anderen Seite. Damit erfasst die P2B-VO Handels-, Buchungs- und Vergleichsportale sowie soziale Netzwerke.

Ausgenommen sind hingegen Onlinebezahldienste, -werbemittel und -werbepörsen, die nicht bereitgestellt werden, um die Anbahnung direkter Transaktionen zu vermitteln, und bei denen kein Vertragsverhältnis mit Verbrauchern besteht.

Was sind die zentralen Vorgaben?

Die Verordnung sieht EU-weite Transparenzpflichten für die Betreiber von

Onlineplattformen und -suchmaschinen sowie Rechtsbehelfsmöglichkeiten für digitale Händler und andere Nutzer von digitalen Vermittlerdiensten vor.

Allgemeine Geschäftsbedingungen: Die AGB der Plattformanbieter müssen klar und verständlich formuliert sowie jederzeit für gewerbliche Nutzer leicht verfügbar sein (auch vor Vertragsschluss) die Gründe benennen, bei deren Vorliegen der Betreiber entscheiden kann, seine Dienste einzuschränken

oder zu beenden
Informationen zu zusätzlichen Vertriebskanälen
oder Partnerprogrammen
zur Vermarktung enthalten, über
die der Onlinevermittlungsdienst die
vom gewerblichen Nutzer angebotenen
Waren und Dienstleistungen vermarkten
könnte
zu den Auswirkungen der AGB auf die
Inhaberschaft und die Kontrolle von
Rechten des geistigen Eigentums gewerblicher
Nutzer informieren.

Zudem dürfen die AGB nicht rückwirkend
geändert werden, es sei denn, dies ist
für den Gewerbetreibenden von Vorteil oder
geschieht aufgrund gesetzlicher oder
behördlicher Verpflichtungen. Will ein
Plattformanbieter seine Bedingungen
ändern, muss er dies seinen Geschäftspartnern
in der Regel mindestens 15

Tage vorab auf einem dauerhaften Datenträger
ankündigen, damit diese ihre
Geschäftspraktiken an die Änderungen
anpassen können. AGB oder einzelne
Klauseln, die den Anforderungen aus
der P2B-VO nicht genügen, sind nichtig.
Ranglisten: Marktplätze und Suchmaschinen
müssen die wichtigsten
Parameter und deren Gewichtung offenlegen,
die sie für das Ranking von
Waren und Dienstleistungen auf ihrer
Website verwenden, damit die Verkäufer
wissen, wie sie ihre Präsenzen optimieren
können. Sollten bei einem Ranking
Provisionen oder andere Entgelte
berücksichtigt werden, muss erläutert
werden, wie sich diese auf das Ranking
auswirken.

Streitigkeiten: Plattformen haben ein
für gewerbliche Nutzer leicht zugängliches
und kostenloses internes System
zur Bearbeitung von Beschwerden
einzurichten. Sie müssen über dessen
Funktionsweise und Wirksamkeit informieren.
Die Anbieter müssen in ihren
AGB zudem zwei oder mehr Mediatoren
angeben, mit denen sie bereit sind
zusammenzuarbeiten, wenn sich Streitigkeiten
mit den gewerblichen Nutzern
anderweitig nicht lösen lassen.

Kleine Plattformen mit weniger als 50
Mitarbeitern und einem Umsatz von
weniger als zehn Millionen Euro sind
von den Regelungen zu Beschwerdemanagement
und Mediation ausgenommen.

Daneben sieht die Verordnung ein Verbandsklagerecht vor.