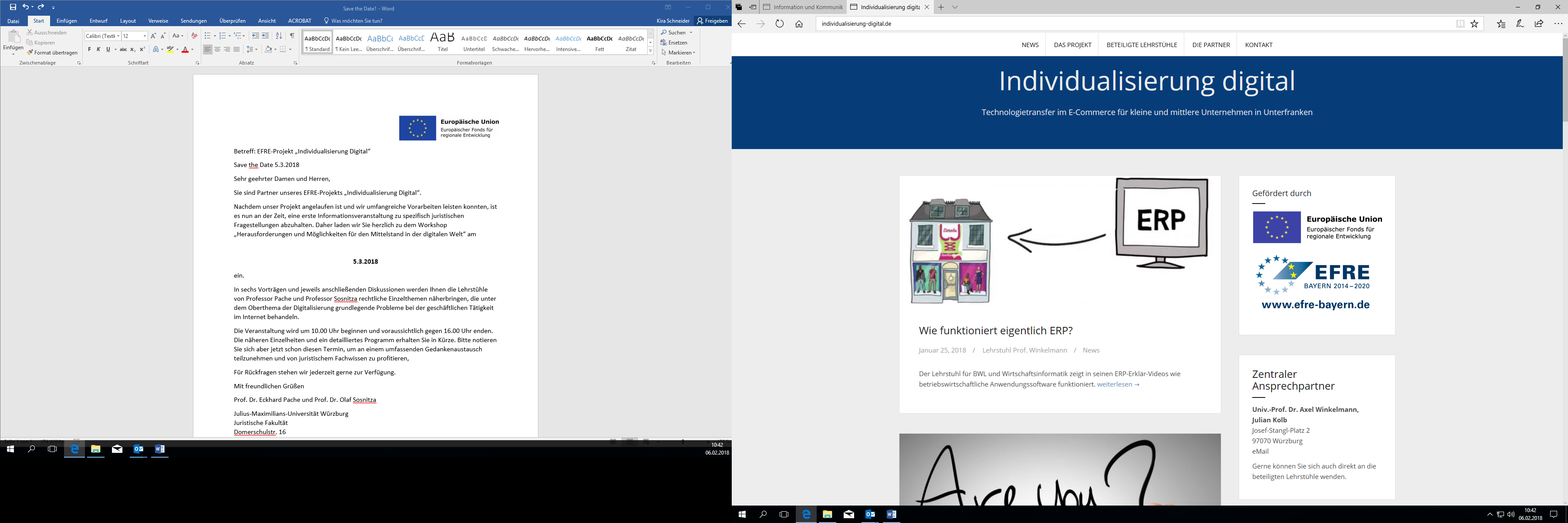
**Info-Brief vom 04.09.2020**



**Vorteile für KMU aus der neuen Verordnung (EU) 2019/1150**

Die Verordnung (EU) 2019/1150 (auch genannt: „Verordnung zur Förderung von Fairness und Transparenz“ oder „Platform-to-Business-VO“, kurz: „P2B-VO“) regelt die Beziehung von gewerblichen Nutzern (Unternehmen) und Online-Vermittlungsdiensten (Plattformen) sowie Online-Suchmaschinen. In diesem Beitrag soll vor allem auf die für Plattformen geltenden Regelungen, die auch für KMU höchste Relevanz haben, eingegangen werden. Die Verordnung ist am 31.07.2020 in Kraft getreten.

Der Einfluss von Plattformen auf den Onlinehandel ist erheblich. Das lässt sich beispielsweise daraus erkennen, dass der Umsatz von Amazon 2019 fast 50% des gesamten Onlinehandels ausmachte. Davon wurden wiederum 40% durch Eigenhandel von Amazon umgesetzt und 60% über Amazon-Marketplace (*Poleshova*, Online-Monitor 2020, IfH Köln, S. 25). Der Handel über Amazon-Marketplace erfolgt durch gewerbliche Händler, häufig handelt es sich dabei um KMU. Amazon und ähnliche Unternehmen werden so zu „Gatekeepern“ für erhebliche Anteile des Onlinemarktes. Insbesondere durch Auswahl-, Platzierungs- und Rankingentscheidungen wird über den Marktzugang und -erfolg von anbietenden Unternehmen bestimmt. Daraus entsteht eine Abhängigkeit von KMU gegenüber Plattformen im Onlinehandel. Das aus der Marktmacht und Abhängigkeit der KMU erwachsende Missbrauchspotenzial soll durch die P2B-Verordnung eingeschränkt werden.

Die P2B-Verordnung gilt für alle Unternehmen, die einen Sitz in der EU haben und an Verbraucher in der EU verkaufen. Auf den Sitz der Plattform kommt es dagegen nicht an. Die Anwendbarkeit beschränkt sich allerdings nicht auf die bekannten Online-Marktplätze, auch sämtliche Buchungsportale, Vergleichsportale sowie soziale Netzwerke sind erfasst.

Aus den erheblichen Marktanteilen weniger Internetunternehmen folgt eine zu große Verhandlungsmacht bei der Ausgestaltung der Nutzungsbedingungen. So können Plattformbetreiber wie „private Gesetzgeber“ agieren. Um dieses Ungleichgewicht im Verhältnis der Unternehmen zu den Plattformbetreibern zumindest teilweise auszugleichen, trifft die P2B-VO einige vorteilhafte Regelungen für KMU:

**1. Konkretisierung der Plattform-Nutzungsbedingungen**

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zwischen Plattformbetreiber und Unternehmen („Plattform-Nutzungsbedingungen“) müssen klar und verständlich abgefasst sein. Außerdem müssen Sie konkret bestimmen, in welchen Fällen der Zugang zur Plattform ausgesetzt, beschränkt oder beendet werden kann. Die bisherige Praxis der Verwendung von Generalklauseln, also Formulierungen, die eine möglichst große Zahl an Fällen umfassen, wird damit unzulässig. Entschließt sich der Plattformbetreiber, den Zugang zur Plattform einzuschränken oder auszusetzen, muss er dem Unternehmer auf einem dauerhaften Datenträger eine Begründung dieser Entscheidung übermitteln.

Zusätzlich werden Plattformbetreiber verpflichtet in ihren Nutzungsbedingungen anzugeben, inwiefern der Onlinevertrieb von Waren über andere Marktplätze, Onlineshops, o. ä. eingeschränkt werden kann. Das wird vor allem für sogenannte Bestpreisregelungen relevant, mit denen der Plattformbetreiber sicherstellen will, dass er gegenüber allen Konkurrenten den günstigsten Preis bieten kann.

**2. Beschwerdemanagementverfahren**

Der Plattformbetreiber ist außerdem verpflichtet, ein internes Beschwerdemanagementverfahren einzurichten, über das dem Unternehmer die Möglichkeit gegeben wird, Beschwerde gegen die einschränkende Entscheidung des Betreibers einzulegen. Dieses Beschwerdemanagementsystem soll es ermöglichen, Beschwerden möglichst schnell und effektiv zu bearbeiten. Dazu muss der Plattformbetreiber unabhängige Mediatoren benennen, die einen Streit zwischen Plattformbetreiber und Unternehmen außergerichtlich und für die Unternehmen bezahlbar schlichten können.

**3. Kenntlichmachen der Vorzugsbehandlung von Eigenprodukten**

Der Plattformbetreiber muss in den Nutzungsbedingungen angeben, ob und wie eigene Produkte des Plattformbetreibers oder von Unternehmen, die mit dem Plattformbetreiber verbunden sind, eine Vorzugsbehandlung erhalten, etwa beim Ranking, der Platzierung oder der Hervorhebung von speziellen Angeboten.

**4. Regelung zu Verkaufsdaten und Änderungen der Nutzungsbedingungen**

Außerdem muss in den Nutzungsbedingungen angegeben werden, inwieweit der am Onlineverkauf beteiligte Unternehmer personenbezogene und sonstige Daten aus der Transaktion erhält. Möchte der Plattformbetreiber die Nutzungsbedingungen ändern, muss er den Unternehmer individuell benachrichtigen und kann nicht eine bloße Information auf der Website veröffentlichen. Die Frist für geplante Änderungen beträgt mindestens 15 Tage und ist am Umfang und der Art der geplanten Änderung zu bemessen.

**5. Offenlegung der Ranking-Parameter**

Vorteilhaft für Unternehmer ist außerdem die Verpflichtung des Plattformbetreibers, seine Ranking-Parameter offenzulegen. Das Ranking eines Produkts ist ein wesentlicher Faktor für den Absatzerfolg des Unternehmens. Mit der Verpflichtung zur Offenlegung der Auswahlkriterien hat der Unternehmer mehr Möglichkeiten das Ranking bzw. die Platzierung seines Produktes zu beeinflussen. Allerdings bestimmt die P2B-Verordnung noch nicht konkret, welche Parameter der Betreiber offenlegen muss. Das muss durch die europäische Kommission noch im Einzelnen festgelegt werden.

**6. Regelungen für Online-Suchmaschinen**

Auch Suchmaschinen müssen zukünftig ihre Ranking-Parameter darlegen, auch dann, wenn kein Vertragsverhältnis mit dem Unternehmer besteht. Wie auch bei Plattformbetreibern müssen unterschiedliche Behandlungen zwischen den Unternehmern im Ranking, insbesondere dann, wenn eine besondere Beziehung von Suchmaschinenbetreibern und Unternehmern besteht, offengelegt werden.