



Brüssel, den 26.4.2018
COM(2018) 238 final

2018/0112 (COD)

Vorschlag für eine

VERORDNUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES
zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-
Vermittlungsdiensten

(Text von Bedeutung für den EWR)

{SEC(2018) 209 final} - {SWD(2018) 138 final} - {SWD(2018) 139 final}

BEGRÜNDUNG

1. KONTEXT DES VORSCHLAGS

• Gründe und Ziele des Vorschlags

Online-Plattformen sind wesentliche Voraussetzungen für den digitalen Handel. Derzeit treiben mehr als eine Million Unternehmen in der EU Handel über Online-Plattformen, um ihre Kunden zu erreichen¹, und es wird geschätzt, dass rund 60 % des privaten Verbrauchs und 30 % des öffentlichen Verbrauchs an Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit der gesamten digitalen Wirtschaft über Online-Vermittler abgewickelt werden.² Diese Online-Vermittlung profitiert in der Regel von wichtigen datengesteuerten direkten und indirekten Netzeffekten, die tendenziell dazu führen, dass nur eine begrenzte Anzahl von Plattformen pro Wirtschaftssegment, in dem es Vermittlungsaktivitäten gibt, erfolgreich sind. Diese zunehmende Vermittlung von Transaktionen über Online-Plattformen in Verbindung mit starken indirekten Netzeffekten, die durch die von den Online-Plattformen genutzten Daten noch verstärkt werden können, führt zu einer größeren Abhängigkeit der Unternehmen von Online-Plattformen, die quasi als „Torwächter“ für den Zugang zu Märkten und Verbrauchern fungieren. Die Asymmetrie zwischen der relativen Marktstärke einer kleinen Anzahl führender Online-Plattformen, die nicht unbedingt im Sinne des Wettbewerbsrechts marktbeherrschend sind, wird durch die inhärent fragmentierte Angebotsseite, die aus Tausenden kleinen Händlern besteht, noch verschärft. Bei Online-Plattformen, die zwischen Unternehmen (B2B) vermitteln, ist – soweit sie überhaupt vorhanden sind – eine ähnliche Dynamik nicht zu beobachten, denn in diesen Fällen handelt es sich sowohl bei den gewerblichen Nutzern als auch bei den Online-Plattformen tendenziell um große, hoch entwickelte Unternehmen, die eher in der Lage sind, für ausgewogene Vertragsverhältnisse zu sorgen. Einer Studie der Kommission aus dem Jahr 2006³ zufolge war das Bewusstsein für die Risiken ein Faktor, der die umfassende Verbreitung elektronischer B2B-Märkte behindert hat.

Die Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, die Gegenstand dieser Initiative sind, umfassen grundsätzlich Online-Marktplätze für den elektronischen Geschäftsverkehr, Online-Vertriebsplattformen für Software-Anwendungen und soziale Online-Netzwerke. Diese verschiedenen Arten von Online-Vermittlungsdiensten zielen alle darauf ab, durch die Bereitstellung von Diensten der Informationsgesellschaft die Einleitung direkte Transaktionen zwischen vertraglich gebundenen gewerblichen Nutzern und Verbrauchern zu erleichtern, unabhängig davon, ob die endgültigen Transaktionen online oder offline ausgeführt werden. Bei all diesen Online-Vermittlungsdiensten geht es im Wesentlichen darum, dass sie gewerblichen Nutzern, die Waren oder Dienstleistungen für Verbraucher anbieten, eine Online-Präsenz ermöglichen, sodass diese gewerblichen Nutzer im Prinzip keine eigenständige Website betreiben müssen. Zudem bieten Online-Vermittlungsdienste gewerblichen Nutzern nicht nur eine Online-Präsenz, sondern erleichtern die direkte Kommunikation zwischen einzelnen gewerblichen Nutzern und Verbrauchern über eine eingebettete Online-Kommunikationsschnittstelle. Was die Kategorie der Online-Dienstanbieter sozialer Medien anbelangt, so führen bestimmte Anbieter dieser Kategorie

¹ [Copenhagen Economics](#), „Online Intermediaries: Impact on the EU economy“ (Online-Vermittler: Auswirkungen auf die EU-Wirtschaft) 2015.

² *Ebenda*.

³ Rechtsstudie über unlautere Geschäftspraktiken im Rahmen von elektronischen B2B-Märkten, ENTR/04/69 vom Mai 2006.

unterschiedliche Online-Vermittlungsdienste tatsächlich in ein und demselben digitalen Umfeld zusammen – eine Entwicklung, die insgesamt von dieser Initiative abgedeckt werden kann. Über Unternehmensseiten, die ein wichtiger Faktor für Transaktionen zwischen Unternehmen und Verbrauchern (B2C) sind, können Verbraucher beispielsweise lokale Unternehmen und Dienstleister finden. In solche Unternehmensseiten wird immer häufiger eine direkte Buchungs- oder Kauffunktion integriert, wodurch diese Dienste zu Online-Marktplätzen für den elektronischen Geschäftsverkehr werden.

Zwar bietet die Online-Plattformwirtschaft europäischen Unternehmen im Hinblick auf einen effizienten Zugang zu (grenzüberschreitenden) Märkten enorme Möglichkeiten, doch können die Unternehmen diese Möglichkeiten wegen verschiedener potenziell schädlicher Handelspraktiken und fehlender wirksamer Rechtsschutzinstrumente in der Union nicht voll ausschöpfen. Gleichzeitig sehen sich im gesamten Binnenmarkt tätige Online-Dienstleister aufgrund der entstehenden Fragmentierung mit Schwierigkeiten konfrontiert.

Die Abhängigkeit der Unternehmen von bestimmten Online-Diensten führt dazu, dass die Anbieter solcher Online-Vermittlungsdienste nach Gutdünken potenziell schädliche Handelspraktiken anwenden können, die den Absatz, den gewerblicher Nutzer über sie abwickeln, einschränken und auch deren Vertrauen untergraben können. Dies gilt insbesondere für folgende Praktiken: Änderungen der allgemeinen Geschäftsbedingungen ohne Erläuterungen und ohne vorherige Ankündigung, die Streichung von Waren oder Dienstleistungen und die Aussetzung von Nutzerkonten ohne klare Begründung, mangelnde Transparenz beim Ranking der Waren und Dienstleistungen und der Unternehmen, die diese anbieten, unklare Bedingungen für den Zugang zu den von den Anbietern erhobenen Daten und für deren Nutzung sowie ein Mangel an Transparenz hinsichtlich der Begünstigung der konkurrierenden eigenen Dienste der Anbieter und sogenannter Meistbegünstigungsklauseln, durch die Unternehmen in ihrer Möglichkeit eingeschränkt werden, attraktivere Bedingungen über andere Kanäle als den Online-Vermittlungsdiensten anzubieten.

Darüber hinaus können auch allgemeine Online-Suchmaschinen wichtige Quellen für den Internet-Datenverkehr für Unternehmen darstellen und den kommerziellen Erfolg von Nutzern mit eigener Website, die ihre Waren oder Dienstleistungen im Binnenmarkt online anbieten, beeinflussen. Das Ranking von Websites durch die Anbieter von Online-Suchmaschinen, auch von Websites, über die Unternehmen ihre Waren und Dienstleistungen Verbrauchern anbieten, hat erhebliche Auswirkungen auf die Wahlmöglichkeiten der Verbraucher und auf den kommerziellen Erfolg solcher Nutzer mit eigener Website. Selbst wenn zwischen den Betreibern von allgemeinen Online-Suchmaschinen und Nutzern dieser Suchmaschinen mit eigener Website kein Vertragsverhältnis besteht, kommt es auch hier zu Abhängigkeiten, die sich vor allem aus potenziell schädlichen Rankingpraktiken ergeben, die gewerbliche Nutzer beeinträchtigen können.

Gleichzeitig ist der derzeitige Rechtsrahmen möglicherweise nicht dafür geeignet, einige dieser Praktiken zu verhindern oder einen wirksamen Rechtsschutz zu gewährleisten. Durch die sich abzeichnende, erhebliche Fragmentierung der Rechtsvorschriften in der EU wird das Regulierungsumfeld weiter erschwert. Wenngleich sich diese Situation in erster Linie auf gewerbliche Nutzer auswirkt, so hat sie doch Folgen für alle Akteure der mehrseitigen Online-Plattform-Ökosysteme, auch für Verbraucher, die sich einer geringeren Auswahl an wettbewerbsfähigen Waren und Dienstleistungen gegenüber sehen könnten.

Der vorliegende Vorschlag wird ergänzt durch einen Beschluss der Kommission zur Einsetzung einer Expertengruppe für die Beobachtungsstelle für die Online-

Plattformwirtschaft, die im Wesentlichen damit betraut ist, die Chancen und Herausforderungen für die Union im Bereich der Online-Plattformwirtschaft zu überwachen und sich dabei auch mit den Fragen im Zusammenhang mit der Anwendung der Verordnung, die die Kommission jetzt vorschlägt, zu befassen.

- **Kohärenz mit den bestehenden Vorschriften in diesem Bereich**

Auf Unionsebene gibt es keine Rechtsvorschriften, die die hier in Rede stehenden, online vermittelten Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen erfassen.

Das Wettbewerbsrecht in der Union stellt unter anderem auf wettbewerbswidriges Verhalten von Unternehmen ab. Die einseitig potenziell schädlichen Handelspraktiken, die Gegenstand dieser Initiative sind, verletzen nicht zwangsläufig das EU-Wettbewerbsrecht nach Artikel 101 oder Artikel 102 AEUV. Folglich stellt das Wettbewerbsrecht auf Unionsebene oder auf nationaler Ebene möglicherweise nicht auf alle Kategorien von Problemen ab, die unter diese Initiative fallen.

Das Verbraucherschutzrecht zielt auf eine Reihe potenziell schädlicher Handelspraktiken – auf EU-Ebene insbesondere durch die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken⁴ und die Richtlinie 93/13/EWG des Rates über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen⁵. Diese Richtlinien setzen ein hohes Maß an Transparenz und „beruflicher Sorgfaltspflicht“ voraus. Ihr Anwendungsbereich ist jedoch auf Transaktionen zwischen Unternehmen und Verbrauchern (B2C) beschränkt. Umgekehrt deckt die Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung⁶ bestimmte B2B-Beziehungen ab. Sie zielt darauf ab, Gewerbetreibende gegen irreführende Werbung und deren unlautere Folgen zu schützen, und legt die Bedingungen fest, unter denen vergleichende Werbung zulässig ist. Die im letztgenannten Instrument festgelegten Bestimmungen sind jedoch auf Werbepraktiken beschränkt und betreffen im Allgemeinen nicht die oben genannten potenziell schädlichen Handelspraktiken, die im Rahmen eines bestehenden Vertragsverhältnisses zwischen Online-Plattformen und ihren gewerblichen Nutzern auftreten.

- **Kohärenz mit der Politik der Union in anderen Bereichen**

Der vorliegende Vorschlag zielt darauf ab, ein gleichermaßen faires, berechenbares, tragfähiges und vertrauenswürdiges rechtliches Umfeld für gewerbliche Nutzer, für Nutzer mit eigener Website, für Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten und von Online-Suchmaschinen zu gewährleisten, das die bei bestimmten Online-Aktivitäten auftretenden schädlichen Handelspraktiken zwischen Plattformen und Unternehmen und deren Auswirkungen begrenzt und damit das Vertrauen in die Online-Plattformwirtschaft schützt und eine weitere rechtliche Fragmentierung des digitalen Binnenmarkts verhindert.

Die Initiative trägt somit zu den Zielen der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt bei, indem ein klares, transparentes und stabiles rechtliches Umfeld für die Erbringung von B2C-Online-Diensten und deren gewerbliche Nutzer geschaffen, die Fragmentierung des Marktes bekämpft und es allen Akteuren ermöglicht wird, die neue Marktdynamik unter fairen und ausgewogenen Bedingungen und mit einem angemessenen Maß an Transparenz zu nutzen.

⁴ ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22.

⁵ ABl. L 95 vom 21.4.1993, S. 29.

⁶ ABl. L 376 vom 27.12.2006, S. 21.

Der Vorschlag steht auch mit einer Reihe anderer Politiken und Vorschriften der Union im Einklang. Er ergänzt insbesondere die oben genannten Vorschriften des Wettbewerbs- und des Verbraucherschutzrechts, während die Anwendung jener Vorschriften nicht berührt wird.

Darüber hinaus sollte der Vorschlag, insbesondere was Rechtsmittel betrifft, vor dem Hintergrund der Vorschriften des Unionsrechts über die justizielle Zusammenarbeit in Zivilsachen, etwa der Verordnung (EU) Nr. 1215/2012 über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen⁷, der Verordnung (EG) Nr. 593/2008 über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht⁸, der Verordnung (EG) Nr. 864/2007 über das auf außervertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht⁹ und der Richtlinie 2008/52/EG über bestimmte Aspekte der Mediation in Zivil- und Handelssachen¹⁰ verstanden werden.

Die Verpflichtung, eine Beschreibung der wichtigsten Ranking-Parameter vorzulegen, ergänzt die Anforderungen an Gewerbetreibende nach dem EU-Verbraucherschutzrecht. In diesem Zusammenhang hat die Kommission Änderungen im Rahmen der „neugestalteten Rahmenbedingungen für Verbraucher“ vorgeschlagen¹¹, die darauf abzielen, dass den Verbrauchern bei der Anzeige von Suchtreffern die dem Ranking möglicherweise zugrunde liegenden Zahlungen deutlich angezeigt werden, und die Verbraucher über die wichtigsten Parameter, die das Ranking auf Online-Marktplätzen bestimmen, informiert werden.

Schließlich ist dieser Vorschlag mit der Richtlinie 2000/31/EG über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt¹² vereinbar, die einen allgemeinen Rahmen für die Bereitstellung von Diensten der Informationsgesellschaft in der Union vorgibt.

Die vorgeschlagene Verordnung lässt alle bereits erwähnten Rechtsakte des Unionsrechts unberührt.

2. RECHTSGRUNDLAGE, SUBSIDIARITÄT UND VERHÄLTNISMÄSSIGKEIT

• Rechtsgrundlage

Angesichts dessen, dass i) die Initiative einen zentralen Bestandteil der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt darstellt, ii) des inhärent grenzüberschreitenden Charakters der in Rede stehenden Online-Dienste und iii) der sich abzeichnenden Fragmentierung des Binnenmarkts durch einzelne nationale Rechtsvorschriften zu den erfassten Themen ist der Artikel 114 AEUV die für diese Initiative relevante Rechtsgrundlage.

Ziel des Artikels 114 AEUV ist es, die Bestimmungen in den Mitgliedstaaten anzugleichen und zu gewährleisten, dass in der gesamten Union kohärente und nichtdiskriminierende Vorschriften gelten. Durch eine solche Anwendung gemeinsamer Vorschriften in der gesamten Union werden Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten geregelt und vermieden

⁷ ABl. L 351 vom 20.12.2012, S. 1.

⁸ ABl. L 177 vom 4.7.2008, S. 6.

⁹ ABl. L 199 vom 31.7.2007, S. 40.

¹⁰ ABl. L 136 vom 24.5.2008, S. 3.

¹¹ COM(2018) 185 (final) vom 11. April 2018, siehe <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1523880940100&uri=COM:2018:185:FIN>

¹² ABl. L 178 vom 17.7.2000, S. 1.

und wird Rechtssicherheit gewährleistet, damit Unternehmen und Verbraucher die Vorteile des Binnenmarktes nutzen können. Diese Initiative trägt somit zur Schaffung und zum reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts bei.

- **Subsidiarität (bei nicht ausschließlicher Zuständigkeit)**

Der inhärent grenzübergreifende Charakter der in Frage stehenden Online-Dienste bedeutet, dass die Ziele durch die Mitgliedstaaten allein nicht wirksam erreicht werden können. Führende Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten haben zwar in einem Mitgliedstaat ihren Sitz, bieten jedoch fast der gesamten EU-Bevölkerung die Möglichkeit, sowohl von ihrem gewöhnlichen Aufenthaltsort als auch bei Reisen innerhalb der Union auf diese Dienste zuzugreifen. Bei einer aufschlussreichen Umfrage der Kommission zu den Geschäftsbeziehungen zwischen Plattformen und Unternehmen gaben 90 % der Befragten an, bestimmte Arten von Online-Diensten gleichzeitig für die kommerzielle Kommunikation zu nutzen, und zwar durch eine Online-Präsenz.

Ein Tätigwerden der Union ist daher die einzige Möglichkeit sicherzustellen, dass gemeinsame, geeignete und wirksame Vorschriften für die Anbieter und Nutzer der betreffenden Dienste unabhängig von dem in den allgemeinen Geschäftsbedingungen festgelegten Recht und Gerichtsstand gelten. Hinsichtlich der hier beschriebenen spezifischen Fragen unterstrich der Europäische Rat, „*dass es einer verstärkten Transparenz bei den Verfahren und Verwendungen von Plattformen bedarf*“¹³, und zwar als Teil eines zukunftsgerichteten Rechtsrahmens für die Union.

- **Verhältnismäßigkeit**

Der vorliegende Vorschlag soll gewerblichen Nutzern und Nutzern mit eigener Website, die in der Union Handel treiben, ein verbessertes Geschäftsumfeld bieten. Gleichzeitig ist es den betreffenden Anbietern von Online-Diensten nach wie vor grundsätzlich freigestellt, allgemeine Strategien für die Bereitstellung ihrer Dienste festzulegen. Ihnen wird die Möglichkeit geboten, innerhalb eines prinzipiengestützten Rechtsrahmens für die Ausgestaltung ihrer freiwilligen Verpflichtungen branchenspezifische Verhaltenskodizes heranzuziehen. Der Vorschlag soll somit eine angemessene Lösung für die erläuterte Problematik bieten, wobei die Innovationsfähigkeit der Anbieter von Online-Diensten gewahrt wird. Darüber hinaus führt die Entscheidung für eine Verordnung dazu, dass unionsweit einheitliche Vorschriften gelten, wodurch die Befolgungskosten sinken und sich vor allem für grenzüberschreitende Geschäfte die Rechtssicherheit erhöht, sodass Anbieter leichter expandieren können, was allen Akteuren im Bereich der online vermittelten Dienste zugute kommt.

Die Verhältnismäßigkeit der bevorzugten Option, wie sie sich in diesem Vorschlag wiederfindet, ist auch dadurch gegeben, dass vergleichsweise allgemeine, prinzipiengestützte Unionsvorschriften, die einen großen Spielraum für Maßnahmen der Industrie bieten, mit einer gezielten Überwachung kombiniert werden. Dieser Ansatz ist auf die sich rasch wandelnden technischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Internet zugeschnitten. Die Expertengruppe für die Beobachtungsstelle für die Online-Plattformwirtschaft, die parallel zu diesem Vorschlag eingerichtet wird, wird sowohl der allgemeinen Entwicklung der Online-Plattformwirtschaft im weitesten Sinne als auch den hier behandelten spezifischen Fragen Rechnung tragen und hierbei auch Erkenntnisse, die sich aus den gesetzlichen

¹³ Schlussfolgerungen des Europäischen Rates vom 19. Oktober 2017, [ST 14 2017 INIT](#).

Transparenzpflichten ergeben, berücksichtigen. Der in diesem Verordnungsvorschlag vorgesehene Ansatz steht daher weiterhin in einem angemessenen Verhältnis zu den Problemen, die hinsichtlich der Online-Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen festgestellt wurden.

Angesichts des mit den verschiedenen Komponenten der Initiative verbundenen Verwaltungsaufwands werden kleine Unternehmen gezielt von der Verpflichtung zur Einführung eines wirksamen internen Beschwerdemanagementsystems ausgenommen. Für diese besondere Verpflichtung wurden nur relativ hoch angesiedelte Effizienz- und Zugänglichkeitskriterien festgelegt, durch die es den Anbietern freisteht, der Verpflichtung durch kostengünstige technische Lösungen nachzukommen, deren Kosten unter dem Durchschnitt liegen. Durch die gezielten Ausnahmen wird dafür gesorgt, dass in Fällen, in denen ein aus der Initiative resultierender Verwaltungsaufwand nicht vollständig ausgeschlossen werden kann, nur Unternehmen erfasst werden, deren Einnahmen ausreichen, diesen Aufwand aufzufangen.

- **Wahl des Instruments**

Eine Beschränkung des Tätigwerdens der Union auf die Förderung freiwilliger Maßnahmen der Branche und bestimmter Begleitmaßnahmen wäre zwar möglich, aber kaum wirksam, da sie sich im Wesentlichen auf eigene Anreize der Branche und auf deren Bereitschaft zur Änderung des Status quo stützen würde. Zwar haben sowohl die Dienstleister als auch ihre gewerblichen Nutzer ein Interesse daran, auf den Plattformen möglichst viele Interaktionen und Transaktionen mit Verbrauchern abzuwickeln, doch ihre kurzfristigen Interessen bei der Behandlung von Problemen, die in ihren Geschäftsbeziehungen auftreten, decken sich kaum. Zudem lassen frühere Erfahrungen mit der „Supply Chain Initiative“ (SCI) im Lebensmittelsektor darauf schließen, dass rein freiwillige Initiativen nicht dafür geeignet sind, einen funktionierenden, unabhängigen Rechtsschutzmechanismus und Lauterkeitsvorschriften zu schaffen, die für beide Seiten des Marktes attraktiv und glaubwürdig sind. Trotz einiger Fortschritte (Ausarbeitung von Grundsätzen für eine gute Praxis und Einrichtung einer Governance-Gruppe) haben sich die Anbieter landwirtschaftlicher Produkte, die die Hauptbegünstigten des Systems sein sollten, aufgrund von Vertraulichkeits- und Durchsetzungsbedenken nicht dem System angeschlossen. In der Zwischenzeit haben 21 Mitgliedstaaten bereits nationale Rechtsvorschriften und Initiativen zur Bekämpfung potenziell schädlicher Handelspraktiken in der Lebensmittelversorgungskette eingeführt.

Den festgestellten Problemen kann daher nur mit einem Rechtsinstrument wirksam begegnet werden. Darüber hinaus wird eine Verordnung vorgezogen, da sie in den Mitgliedstaaten unmittelbar anwendbar ist, gleiche Verpflichtungen für private Parteien einführt und die kohärente Anwendung der Vorschriften im Bereich der inhärent grenzübergreifenden Online-Vermittlung von Handelsgeschäften und der Internetrecherchen erleichtert. Dadurch wird auch auf eine Fragmentierung des digitalen Binnenmarkts abgestellt und diese verhindert.

3. ERGEBNISSE DER EX-POST-BEWERTUNG, DER KONSULTATION DER INTERESSENTRÄGER UND DER FOLGENABSCHÄTZUNG

- **Ex-post-Bewertung/Eignungsprüfungen bestehender Rechtsvorschriften**

In dem Bericht über die Eignungsprüfung („Fitness-Check“) des Verbraucher- und Marketingrechts¹⁴ wurde der Schluss gezogen, dass in Betracht gezogen werden muss, die Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung in Bezug auf B2B-Beziehungen zu ändern, wodurch die Ergebnisse, zu denen die Kommission in ihrer Mitteilung aus dem Jahr 2012 gelangt, in der sie ihre Absicht zur Überarbeitung jener Richtlinie¹⁵ angekündigt hatte, weitgehend bestätigt wurden. In der Folgenabschätzung im Vorlauf zu einer gezielten Überarbeitung der EU-Verbraucherschutzrichtlinien wurde jedoch betont, dass die Ergebnisse des Fitness-Checks eher in diese Initiative einfließen sollten, die sich mit dem Verhältnis zwischen Plattformen und Unternehmen im konkreten Zusammenhang mit dem digitalen Binnenmarkt befasst. Diese Initiative baut daher auf den Ergebnissen des jüngsten Fitness-Checks des Verbraucher- und Marketingrechts auf.

- **Konsultation der Interessenträger**

Die Kommission hat eine umfassende Konsultation zu den Problemen bei Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen durchgeführt, die im Ökosystem der Online-Plattformen auftreten. Zunächst führte eine umfassende Konsultation, die der Mitteilung der Kommission über Online-Plattformen vom Mai 2016¹⁶ vorausging, zu einer klareren Definition der Problematik und zum Beginn einer eingehenden Bestandsaufnahme. Danach wurden einige Workshops und eine breit angelegte Konsultation mit mehreren Erhebungen durchgeführt. Die dabei gewonnenen Informationen gingen in die Problemstellung ein und führten zur Ausarbeitung vorläufiger politischer Optionen. Schließlich trugen eingehende Fokusgruppen, Workshops, ein Fragebogen und eine offene Präsentation für die Mitgliedstaaten zur Konzeption und Prüfung politischer Optionen bei. Zusätzlich zu den verwendeten Konsultationsinstrumenten haben die Dienststellen der Kommission im Rahmen bilateraler Treffen eine Reihe von Interessenträgern getroffen oder befragt.

Gewerbliche Nutzer, insbesondere Kleinunternehmen, kleine und mittlere Unternehmen, unterstützen im Allgemeinen gesetzgeberische Maßnahmen, durch die wirksame Rechtsschutzoptionen und mehr Transparenz bei den Ranking-Praktiken und den Meistbegünstigungsklauseln (Preisparität) sowie Transparenz bei den Verfahren zur Streichung von Angeboten gewährleistet werden sollen.

Die betroffenen Anbieter von Online-Diensten, die konsultiert wurden, stimmen überwiegend darin überein, dass die Bereitstellung einer Erklärung für einen gewerblichen Nutzer eine angemessene rechtliche Verpflichtung darstellt, wenn ein Angebot gestrichen oder entfernt wird, sofern ihre rechtlichen Verpflichtungen zur Entfernung illegaler Inhalte und zur Zusammenarbeit mit Ermittlungen eingehalten werden. Die konsultierten Anbieter machten geltend, dass sie den Mehrwert einer externen Streitbeilegung nicht erkennen, da sie ihren eigenen internen Streitbeilegungssystemen vertrauen. Im Allgemeinen sind sie der Ansicht, dass die Umsetzung von Kündigungsfristen für Änderungen der allgemeinen Geschäftsbedingungen kein Problem darstellt, sie sprechen sich jedoch nicht für starre

¹⁴ Einen Überblick über den REFIT-Fitness-Check des EU-Verbraucher- und Marketingrechts finden Sie unter http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332

¹⁵ COM(2012) 702 final.

¹⁶ COM(2016) 288 final.

Kündigungsfristen aus. Was die Transparenz rund um das Ranking und die Datennutzung betrifft, sind die Anbieter tendenziell mit der Offenlegung auf relativ hoher Ebene einverstanden, sie warnen jedoch vor Missbrauch und vor Manipulationen von Algorithmen bei zu großer Transparenz. Die Anbieter unterstützen in der Regel den Gedanken der Überwachung der Online-Plattformwirtschaft, sofern eine solche Überwachung unter vollständiger Wahrung ihrer Geschäftsgeheimnisse erfolgt.

Viele nationale Experten aus den Verwaltungen der Mitgliedstaaten sind der Ansicht, dass die Behandlung von Fragen, die die allgemeinen Geschäftsbedingungen betreffen, für alle Angelegenheiten des Online-Geschäftsverkehrs zwischen Unternehmen von zentraler Bedeutung ist. Sie sind auch der Auffassung, dass die Verhältnismäßigkeit einer Transparenzverpflichtung vom genauen Wortlaut der jeweiligen Regelung und von der Größe des Dienstleistungserbringers abhängt. Auseinander gehen die Meinungen in Abhängigkeit von den auf nationaler Ebene gemachten Erfahrungen etwa beim Thema der Kündigungsfristen, wobei die Bandbreite von der Meinung, es bestehe keine Regulierungsbedarf, bis zur Ansicht, feste Kündigungsfristen müssten zwingend vorgeschrieben werden, reicht. Einige nationale Experten sind auch der Ansicht, dass die allgemeinen Geschäftsbedingungen vereinfacht werden sollten, um sie für Unternehmen transparent und nutzerfreundlich zu gestalten. Die konsultierten nationalen Experten befürworten eine gesetzliche Transparenzpflicht zur Begründung der Entfernung einer Website aus dem Suchmaschinenindex. Sie teilen die allgemeine Auffassung, dass Anforderungen, die die Entfernung aus dem Suchmaschinenindex betreffen, an Verfahren für den Umgang mit illegalen Inhalten/Melde- und Abhilfeverfahren angeglichen werden sollten. Eine Transparenzpflicht für die Rankingkriterien wird insgesamt als verhältnismäßig und legitim angesehen. Die Experten, die über mehr Erfahrung mit der Ranking-Thematik verfügen, unterstützen Maßnahmen, die die aufgetretenen Probleme zeitnah lösen würden, wengleich einige meinen, dass die Angelegenheit dem Handels- und dem Wettbewerbsrecht überlassen werden sollte. Der Grundkonsens besteht in einer allgemeinen Präferenz, i) für eine Verpflichtung zur Transparenz für Rankingpraktiken generell zu optieren und ii) auf die Ermittlung bewährter Verfahren im Bereich des Rankings hinzuarbeiten. Bezüglich der Daten, der Nichtdiskriminierung und der Meistbegünstigung mahnten Experten weitere Überlegungen an. Hinsichtlich der Bedeutung von Rechtsbehelfen bestand unter den Experten jedoch insgesamt Einigkeit. Zum Teil gibt es Bedenken, dass interne Beschwerdemanagementsysteme für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) eine Belastung darstellen könnten. Einige nationale Experten befürworten die Förderung vorhandener bewährter Verfahren (möglicherweise im Rahmen einer Selbstregulierungsmaßnahme). Experten, die nationale Behörden vertreten, erkennen den Nutzen der Überwachung insgesamt an. Sie sprechen sich jedoch im Allgemeinen gegen die Einrichtung eines neuen Gremiums oder einer Europäischen Agentur für diesen Zweck aus.

Der gezielte und koregulatorische Charakter dieser Initiative, die auf Transparenz und auf Rechtsschutzmaßnahmen in Verbindung mit einer verstärkten Überwachung durch die parallel eingerichtete Expertengruppe aufbaut, ist Ausdruck der Gemeinsamkeiten, die in den Ansichten der verschiedenen konsultierten Gruppen von Interessenträgern festzustellen waren.

- **Einholung und Nutzung von Expertenwissen**

Mehrere Erhebungen, eine öffentliche Konsultation und eine Reihe von Studien wurden zwischen 2015 und 2017 von der Kommission oder von externen Auftragnehmern durchgeführt. Informationen aus der hausinternen Wirtschaftsforschung und die

Unterstützung der Politikkonzipierung durch die Gemeinsame Forschungsstelle gingen ebenfalls in die Folgenabschätzung ein, die dieser Initiative zugrunde liegt. Darüber hinaus wurden die Mitgliedstaaten im Rahmen einer Online-Konsultation angehört, die zu einer Sitzung der für diese Initiative zuständigen Expertengruppe für den elektronischen Geschäftsverkehr führte. Schließlich hat die Kommission eine Vielzahl von Seminaren mit wissenschaftlichen Sachverständigen veranstaltet, deren Ansichten dazu beigetragen haben, die Problematik abzugrenzen und eine Strategie zur Erhebung von Daten festzulegen.

- **Folgenabschätzung**

Dieser Vorschlag stützt sich auf eine Folgenabschätzung. Der Ausschuss für Regulierungskontrolle gab am 1. Dezember 2017 eine ablehnende Stellungnahme mit umfassenden Anmerkungen zu dieser Folgenabschätzung ab. Nach einer erheblichen Überarbeitung der Folgenabschätzung gab der Ausschuss am 22. März 2018 eine positive Stellungnahme mit Vorbehalten ab. Die Stellungnahme des Ausschusses, die Empfehlungen und eine Erläuterung dazu, inwiefern diese Berücksichtigung gefunden haben, sind in Anhang 1 der Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen zu diesem Vorschlag enthalten. Anhang 4 enthält einen Überblick darüber, wer in welcher Weise von diesem Vorschlag betroffen wäre.

Die Kommission hat verschiedene politische Alternativen geprüft, mit denen das allgemeine Ziel der vorliegenden Initiative erreicht werden soll, d. h. die Schaffung eines fairen, berechenbaren, tragfähigen und vertrauenswürdigen Umfelds für Online-Geschäfte unter Beibehaltung und weiterer Förderung eines innovationsgesteuerten Ökosystems rund um Online-Plattformen in der gesamten EU. In einem solchen Geschäftsumfeld sollten gewerbliche Händler über die notwendigen Schutzmaßnahmen verfügen, damit sie vor Schäden durch unlautere Handelspraktiken geschützt werden und gegebenenfalls um einen wirksamen Rechtsschutz ersuchen können. Mit der Initiative sollte auch der rechtlichen Fragmentierung in der EU entgegengewirkt werden. Innerhalb eines bevorzugten Koregulierungskonzepts, das für die Rechtssicherheit und Planungssicherheit seitens der gewerblichen Nutzer erforderlich ist und gleichzeitig das Innovationspotenzial der Online-Diensteanbieter wahrt, wurden letztlich vier politische Optionen ausgewählt. All diese politischen Optionen sahen vergleichsweise hochrangige prinzipienbasierte rechtliche Transparenz- und Rechtsbehelfsverpflichtungen für die Anbieter vor, sie unterschieden sich jedoch hinsichtlich des Umfangs der von ihnen abgedeckten potenziell schädlichen Handelspraktiken. Darüber hinaus sahen zwei der vier ausgewählten Optionen vor, die Anwendung der gesetzlichen Verpflichtung zur Rankingtransparenz auf Anbieter von Online-Suchmaschinen auszudehnen, um für größtmögliche Effizienz und Gleichbehandlung zu sorgen. Schließlich enthielt eine der beiden letztgenannten Optionen eine einzige, weitergehende Verpflichtung für Anbieter, wonach gewerbliche Nutzer die Möglichkeit erhalten, im Einklang mit der Datenschutz-Grundverordnung¹⁷ die Einwilligung der Kunden für den Erhalt und die Verarbeitung ihrer E-Mail-Adressen einzuholen, nachdem eine Transaktion im Wege der Nutzung der Dienste abgeschlossen wurde.

Die politische Option, die rechtliche Transparenzpflichten für eine geringere Anzahl potenziell schädlicher Handelspraktiken vorsah, wurde als begrenzt wirksam eingestuft. Diese Option würde zwar die Rechtssicherheit durch verbindliche Transparenz- und

¹⁷ Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1).

Rechtsschutzmaßnahmen erhöhen, ausschlaggebend war jedoch, dass das Risiko einer direkten Schädigung von Unternehmen und die Gefahr einer Fragmentierung bleiben würden, da es für unwahrscheinlich erachtet wurde, dass einigen hoch wirksamen Handelspraktiken (Ranking, Daten, Diskriminierung, Meistbegünstigung) durch eine Selbstregulierung ausreichend entgegengewirkt werden könnte.

Die drei anderen politischen Optionen, die rechtliche Transparenzverpflichtungen für die gesamte Palette potenziell schädlicher Handelspraktiken vorsahen, wurden alle für wirksam befunden. Die Ausweitung des Anwendungsbereichs der speziell auf das Ranking ausgerichteten rechtlichen Transparenzpflicht auf allgemeine Online-Suchmaschinen wurde diesbezüglich als im Verhältnis am wirksamsten erachtet. Gleichzeitig wurde die Option, eine einzige, eher weitreichende Verpflichtung zur gemeinsamen Nutzung von Daten aufzunehmen, als unverhältnismäßig angesehen – zum einen angesichts des spezifischen Ziels, dass das Innovationspotenzial der Online-Plattformwirtschaft erhalten werden soll, und zum anderen angesichts nichtlegislativer Maßnahmen, die parallel vorgestellt werden, um faire Strategien für die Weitergabe von Daten zwischen Unternehmen zu fördern. Zudem bedeutet die ausgewählte Option, dass die rechtlichen Transparenzpflichten von einer verstärkten externen Überprüfung der Handelspraktiken von Online-Plattformen flankiert werden, was ein wichtiger Faktor dafür ist, Anreize für ein faires und berechenbares Umfeld für gewerbliche Nutzer zu setzen.

Die optimale politische Entscheidung besteht daher darin, rechtsverbindliche Transparenz- und Rechtsbehelfsverpflichtungen für das gesamte Spektrum der im Rahmen dieser Initiative ermittelten potenziell schädlichen Handelspraktiken vorzusehen, einschließlich der Transparenz hinsichtlich des Rankings bei der allgemeinen Internetrecherche (für die nur die kollektive Rechtsbehelfsbestimmung statt der übrigen Rechtsbehelfsbestimmungen dieses Verordnungsvorschlags gelten würde, um die Verhältnismäßigkeit zu wahren). Abgesehen davon, dass mit dem Vorschlag das Binnenmarktpotenzial der Online-Plattformwirtschaft gesichert wird, ist davon auszugehen, dass er geeignet ist, den auf mangelndes Vertrauen der gewerblichen Nutzer zurückzuführenden und mit mindestens 0,81 Mrd. bis 4,05 Mrd. EUR zu veranschlagenden dämpfenden Effekt auf die Online-Plattformwirtschaft umzukehren. Der Vorschlag wird auch positive gesellschaftliche Auswirkungen haben, da die vorgeschlagene Verordnung für die wachsende Anzahl von EU-Unternehmen, die Online-Vermittlungsdienste nutzen, zu Umsatzsteigerungen führen wird, wodurch wiederum zusätzliche Beschäftigungsmöglichkeiten entstehen dürften.

Obwohl Marktplätze für den elektronischen Handel – eine der verschiedenen Arten von Dienstleistungen, die im Prinzip von der Initiative abgedeckt werden –, die physische Lieferung von Waren von gewerblichen Nutzern an die Verbraucher beinhalten können, wird davon ausgegangen, dass die verstärkte Nutzung dieser Art von Dienstleistung infolge des Vorschlags keine signifikanten negativen Auswirkungen auf die Umwelt haben wird. Die mit dem Vorschlag verbundenen Befolgungskosten werden voraussichtlich begrenzt sein und hauptsächlich die Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten und Online-Suchmaschinen betreffen. Die vorgeschlagene rechtliche Verpflichtung zur Einrichtung eines internen Beschwerdemanagementsystems stellt für die Anbieter die vergleichsweise höchste potenzielle Belastung dar, wobei kleinere Anbieter höchstwahrscheinlich mit gewissen Befolgungskosten rechnen müssen. Daher sind diese kleinen Unternehmen, wie sie in der

KMU-Empfehlung der Kommission aus dem Jahr 2003¹⁸ definiert sind, von dieser konkreten Bestimmung ausgenommen. Der Vorschlag wird daher auch als verhältnismäßig erachtet.

- **Effizienz der Rechtsetzung und Vereinfachung**

Wie bereits ausgeführt, werden kleine Unternehmen von einer gezielten Ausnahme von der Verpflichtung zur Einführung eines internen Beschwerdemanagementsystems profitieren. Der Vorschlag zielt insbesondere darauf ab, das nachhaltige Wachstum der Online-Vermittlungsdienste zu erleichtern, und ist vollständig technologieneutral konzipiert.

- **Grundrechte**

Die Union setzt sich für hohe Standards im Bereich der Grundrechte ein. Das spezifische Ziel des zeitnahen und wirksamen Rechtsbehelfs für gewerbliche Nutzer trägt dazu bei, das Recht gewerblicher Nutzer auf einen wirksamen Rechtsbehelf und ein unparteiisches Gericht (Artikel 47 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union) zu stärken, sofern damit ein besserer Zugang zur Justiz verbunden ist.

Darüber hinaus trägt das faire, berechenbare, tragfähige und vertrauenswürdige Online-Geschäftsumfeld, das mit diesem Vorschlag geschaffen werden soll, zur Wahrung eines angemessenen Gleichgewichts zwischen der unternehmerischen Freiheit von Dienstleistern und der unternehmerischen Freiheit ihrer gewerblichen Nutzer (Artikel 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union) bei. Insbesondere sind die in der vorgeschlagenen Verordnung vorgesehenen Transparenzmaßnahmen eine Vorbedingung für die Überwachung, inwieweit das Grundrecht auf unternehmerische Freiheit hinsichtlich der in den Beziehungen zwischen Unternehmen schwächeren Partei nicht übermäßig eingeschränkt wird.

4. AUSWIRKUNGEN AUF DEN HAUSHALT

Der Vorschlag wird keine Auswirkungen auf den EU-Haushalt haben.

5. WEITERE ANGABEN

- **Durchführungspläne sowie Monitoring-, Bewertungs- und Berichterstattungsmodalitäten**

Die Überwachung der Entwicklung der Auswirkungen ist ein wesentlicher Bestandteil der in diesem Bereich vorgeschlagenen Maßnahmen, da die Online-Plattformwirtschaft nach wie vor ein dynamischer, sich rasch entwickelnder Wirtschaftssektor ist. Die Überwachung ist daher in zwei strategische Teile aufgeteilt:

Ein Teil wird einer speziellen Expertengruppe anvertraut, die gemeinsam mit einem Team von EU-Beamten eine EU-Beobachtungsstelle für die Online-Plattformwirtschaft bildet. Wie im Beschluss C(2018) 2393 der Kommission dargelegt, wird die Expertengruppe die Entwicklung der Online-Plattformwirtschaft analysieren und Empfehlungen geben, insbesondere im Hinblick auf die algorithmische Entscheidungsfindung, den Zugang zu Daten, das Entgelt für online angezeigte Materialien, die Transparenz und die Rechenschaftspflicht in den B2B-Beziehungen im Bereich der Online-Werbung sowie im Hinblick auf die differenzierte Behandlung gewerblicher Nutzer und die Einschränkungen, denen diese unterliegen, wenn sie bei der Nutzung anderer Vertriebswege andere

¹⁸ Empfehlung 2003/361/EG der Kommission vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen (ABl. L 124 vom 20.5.2003, S. 36).

Bedingungen anbieten wollen. Sie wird sich gegebenenfalls auch mit anderen relevanten Expertengruppen und Kompetenzzentren der EU und der Mitgliedstaaten austauschen.

Der zweite Teil betrifft speziell die Überwachung der Entwicklung der Auswirkungen, die mit den Regulierungs- und Selbstregulierungskomponenten des Verordnungsvorschlags zusammenhängen.

Die Kommission wird insbesondere über die EU-Beobachtungsstelle für die Online-Plattformwirtschaft Marktindikatoren für die Online-Plattformwirtschaft überwachen. Diese Analyse umfasst Daten wie Anzahl und Art der Unternehmen, die über Online-Vermittlungsdienste Handel treiben, Anzahl und Art der intern und extern bearbeiteten Beschwerden, Anzahl der erfolgreich abgeschlossenen Fälle, Zeitbedarf für die Beilegung des Falls, Ort der Niederlassung, Größe der in der EU Handel treibenden Anbieter, einschließlich des auf dem EU-Markt als Online-Vermittler getätigten Umsatzes. Innerhalb von zwei Jahren, nachdem die EU-Beobachtungsstelle ihre Tätigkeit aufgenommen hat, werden die Kommissionsdienststellen einen Bericht über deren Tätigkeiten erstellen und eine Bilanz der aktuellen Situation, der Fortschritte bei der Verwirklichung der politischen Ziele und der ungelösten Fragen ziehen.

Die Wirksamkeit und Effizienz des Vorschlags werden anhand festgelegter Indikatoren überwacht werden, um im Hinblick auf die Entwicklung potenziell schädlicher Handelspraktiken Informationen für die Konzipierung der Politik zu gewinnen. Daher werden die Auswirkungen der Maßnahme im Rahmen einer Evaluierung bewertet werden, die gegebenenfalls in die Überprüfung der vorgeschlagenen Verordnung entsprechend der darin festgelegten Überprüfungsklausel einfließen wird, die drei Jahre nach ihrem Inkrafttreten und dann alle drei Jahre stattfindet.

- **Ausführliche Erläuterung einzelner Bestimmungen des Vorschlags**

Artikel 1 regelt Gegenstand und Anwendungsbereich der vorgeschlagenen Verordnung. In ihm sind die Verpflichtungen für Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten sowie, unter bestimmten Gesichtspunkten, die Pflichten für Anbieter von Online-Suchmaschinen festgelegt, damit sie ihren gewerblichen Nutzern bzw. Nutzern eigener Websites angemessene Transparenz und bestimmte Rechtsbehelfsmöglichkeiten bieten. Ferner wird der geografische Geltungsbereich der vorgeschlagenen Verordnung festgelegt, der den inhärent grenzübergreifenden Charakter der gegenständlichen Online-Dienste widerspiegelt, bei denen Transaktionen innerhalb der Union durch nicht in der Union ansässige Unternehmen vermittelt werden können.

Artikel 2 enthält die geltenden rechtlichen Begriffsbestimmungen.

In Artikel 3 werden Anforderungen an die Klarheit, Zugänglichkeit und Änderung vorab definierter Standardklauseln und -bedingungen, die von Anbietern von Online-Vermittlungsdiensten verwendet werden, festgelegt.

Artikel 4 verpflichtet den Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten zur Vorlage einer Begründung, wenn er die Nutzung seiner Vermittlungsdienste durch einen gewerblichen Nutzer aussetzt oder beendet.

Artikel 5 enthält die Verpflichtung für Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, in ihre allgemeinen Geschäftsbedingungen eine Beschreibung der wichtigsten Parameter aufzunehmen, die das Ranking der gewerblichen Nutzer in den Suchergebnissen bestimmen, einschließlich einer Erläuterung, inwiefern das Ranking durch den gewerblichen Nutzer gegen ein direkt oder indirekt dem Anbieter geleistetes Entgelt beeinflusst wird. Dieser Artikel sieht für Anbieter von Online-Suchmaschinen eine ähnliche Verpflichtung vor, die wichtigsten Parameter, die das Ranking

bestimmen, anhand einer leicht zugänglichen und öffentlich verfügbaren Beschreibung bereitzustellen. Es wird darin auch ausgeführt, dass die Beschreibung der wichtigsten Parameter, die das Ranking bestimmen, den betroffenen gewerblichen Nutzern oder Nutzern mit eigener Website ein angemessenes Verständnis davon vermitteln sollten, wie sich die Merkmale der von ihnen angebotenen Waren oder Dienstleistungen, die Relevanz dieser Merkmale für die Verbraucher sowie die Gestaltungsmerkmale der im Rahmen von Online-Suchmaschinen genutzten Websites auswirken könnten.

Artikel 6 enthält die Verpflichtung für Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, in ihre allgemeinen Geschäftsbedingungen eine Beschreibung einer etwaigen differenzierten Behandlung von Waren und Dienstleistungen aufzunehmen, die vom Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten selbst oder von gewerblichen Nutzern, die von ihm beherrscht werden, angeboten werden.

Artikel 7 enthält die Verpflichtung für Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, in ihre standardmäßigen allgemeinen Geschäftsbedingungen eine Beschreibung des Zugangs zu personenbezogenen Daten oder zu anderen Daten aufzunehmen, die von gewerblichen Nutzern oder Verbrauchern Online-Vermittlungsdiensten bereitgestellt oder durch diese Dienste generiert werden.

Artikel 8 enthält die Verpflichtung für Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, in ihre allgemeinen Geschäftsbedingungen eine Beschreibung der Gründe aufzunehmen und diese zu veröffentlichen, aus denen gewerbliche Nutzer in ihren Möglichkeiten eingeschränkt werden, Verbrauchern für den Erhalt von Waren oder Dienstleistungen über andere Wege als über den Online-Vermittlungsdienst andere Bedingungen anzubieten.

Artikel 9 verpflichtet den Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, ein internes System für die Bearbeitung von Beschwerden von gewerblichen Nutzern einzurichten, und legt Anforderungen an den Umgang mit solchen Beschwerden fest, einschließlich der Verpflichtung, Beschwerden zügig und wirksam zu prüfen und das Ergebnis dem gewerblichen Nutzer klar und unmissverständlich mitzuteilen. Zudem enthält dieser Artikel die Verpflichtung, bestimmte Angaben zum internen Beschwerdemanagementsystem in die allgemeinen Geschäftsbedingungen aufzunehmen. Darüber hinaus wird darin für Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten die Verpflichtung eingeführt, Berichte über die Anzahl der eingereichten Beschwerden, den Beschwerdegegenstand, den Zeitbedarf für die Bearbeitung der Beschwerden und die im jeweiligen Beschwerdefall getroffene Entscheidung zu veröffentlichen.

In Artikel 10 ist geregelt, dass Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten in ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen einen oder mehrere Mediatoren angeben müssen, mit dem/denen der Betreiber bereit ist, eine außergerichtliche Vereinbarung zur Streitbeilegung zu schließen, z. B. wenn ein Problem nicht durch das interne (nach Artikel 9 eingerichtete) Beschwerdemanagementsystem gelöst wurde. Darüber hinaus werden in ihm bestimmte Anforderungen an die Mediatoren festgelegt, darunter Unparteilichkeit, Zugänglichkeit, Kompetenz und Ressourcen, sowie eine Verpflichtung für Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, bona fide in die Mediation zu gehen. Die Anforderungen dieses Artikels berühren nicht das Recht der Parteien, Klage vor Gericht zu erheben.

Durch Artikel 11 wird die Kommission verpflichtet, Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten dazu anzuhalten, einzeln oder gemeinsam eine oder mehrere unabhängige Mediatoren-Organisationen zur außergerichtlichen Beilegung von Streitigkeiten einzurichten, die bei Online-Vermittlungsdiensten, insbesondere wegen ihres grenzüberschreitenden Charakters, auftreten.

In Artikel 12 wird das Recht von repräsentativen Organisationen, Verbänden oder öffentlichen Stellen verankert, Klage vor Gericht zu erheben, um Verstöße von Anbietern von Online-Vermittlungsdiensten gegen Vorgaben der Verordnung zu unterbinden oder zu verbieten. Darüber hinaus ist in ihm geregelt, dass repräsentative Organisationen und Verbände bestimmte Anforderungen erfüllen müssen, etwa die, dass sie keinen Erwerbszweck verfolgen dürfen, als juristische Person nach dem Recht des betreffenden Mitgliedstaats niedergelassen sein und Ziele verfolgen müssen, die im kollektiven Interesse der von ihnen vertretenen gewerblichen Nutzer sind.

Artikel 13 verpflichtet die Kommission, Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten und Online-Suchmaschinen sowie die sie vertretenden Organisationen und Verbände zur Erstellung von Verhaltenskodizes anzuhalten.

Artikel 14 legt fest, dass die Kommission regelmäßig eine Bewertung der Verordnung vornehmen muss, erstmals drei Jahre nach deren Inkrafttreten.

In Artikel 15 wird geregelt, dass die Verordnung sechs Monate nach dem Datum ihrer Veröffentlichung Anwendung findet.

Vorschlag für eine

VERORDNUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten

(Text von Bedeutung für den EWR)

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION –

gestützt auf den Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union, insbesondere auf Artikel 114, auf Vorschlag der Europäischen Kommission,

nach Zuleitung des Entwurfs des Gesetzgebungsakts an die nationalen Parlamente,

nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses¹,

nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen²,

gemäß dem ordentlichen Gesetzgebungsverfahren,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Online-Vermittlungsdienste sind wesentliche Voraussetzungen für Unternehmertum, Handel und Innovation, können zudem das Verbraucherwohl verbessern und werden zunehmend sowohl vom privaten als auch vom öffentlichen Sektor genutzt. Sie bieten Zugang zu neuen Märkten und kommerziellen Chancen und ermöglichen es so Unternehmen, die Vorteile des Binnenmarktes zu nutzen. Von diesen Vorteilen können auch Verbraucher in der Union profitieren, denen vor allem eine größere Auswahl an Waren und Dienstleistungen angeboten wird.
- (2) Online-Vermittlungsdienste können für den kommerziellen Erfolg von Unternehmen, die solche Dienste nutzen, um die Verbraucher zu erreichen, von entscheidender Bedeutung sein. Der Anstieg bei der Vermittlung von Transaktionen über Online-Vermittlungsdienste, den starke, durch Daten ausgelöste indirekte Netzeffekte noch weiter vorantreiben, führt dazu, dass gewerbliche Nutzer, wie Kleinstunternehmen, kleine und mittlere Unternehmen, die Verbraucher erreichen wollen, zunehmend von diesen Diensten abhängig werden. Angesichts dieser wachsenden Abhängigkeit haben die Anbieter dieser Dienste häufig eine größere Verhandlungsmacht, die es ihnen gestattet, sich einseitig in einer möglicherweise unlauteren Weise zu verhalten, die den legitimen Interessen ihrer gewerblichen Nutzer und indirekt auch der Verbraucher in der Union schaden kann.
- (3) Genauso können Online-Suchmaschinen für den Internet-Datenverkehr von Unternehmen, die Verbrauchern Waren oder Dienstleistungen über Websites anbieten, wichtige Quellen darstellen und damit den kommerziellen Erfolg solcher Nutzer mit eigener Website, die ihre Waren oder Dienstleistungen im Binnenmarkt online anbieten, erheblich beeinflussen. Diesbezüglich hat das Ranking von Websites durch die Anbieter von Online-Suchmaschinen, auch solcher Websites, über die Nutzer mit eigener Website ihre Waren und Dienstleistungen Verbrauchern anbieten, erhebliche

¹ ABl. C vom , S. .

² ABl. C vom , S. .

Auswirkungen auf die Wahlmöglichkeiten der Verbraucher und den kommerziellen Erfolg dieser Nutzer mit eigener Website. Daher können sich Anbieter von Online-Suchmaschinen, selbst wenn kein Vertragsverhältnis zu Nutzern mit eigener Website besteht, einseitig in einer möglicherweise unlauteren Weise verhalten, die den legitimen Interessen der Nutzer mit eigener Website und indirekt auch der Verbraucher in der Union schaden kann.

- (4) Die Abhängigkeit gewerblicher Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten führt auch zu einer Situation, in der gewerbliche Nutzer vielfach nur begrenzte Möglichkeiten haben, Rechtsmittel einzulegen, wenn einseitige Maßnahmen der Anbieter solcher Dienste zu einem Streitfall führen. In vielen Fällen werden von diesen Anbietern keine zugänglichen und wirksamen internen Beschwerdemanagementverfahren angeboten. Bestehende alternative außergerichtliche Streitbeilegungsmechanismen können sich aus einer Vielzahl von Gründen – darunter der Mangel an spezialisierten Mediatoren und die Angst der gewerblichen Nutzer vor Vergeltungsmaßnahmen – als unwirksam erweisen.
- (5) Online-Vermittlungsdienste und Online-Suchmaschinen sowie die von diesen Diensten unterstützten kommerziellen Transaktionen haben ein inhärent grenzübergreifendes Potenzial und sind in der Wirtschaft von heute für das reibungslose Funktionieren des Binnenmarkts der Union von entscheidender Bedeutung. Die potenziell unlauteren und schädlichen Handelspraktiken bestimmter Anbieter solcher Dienste gegenüber gewerblichen Nutzern und Nutzern mit eigener Website behindern die vollständige Erschließung dieses Potenzials und beeinträchtigen das reibungslose Funktionieren des Binnenmarkts. Darüber hinaus tragen voneinander abweichende Rechtsvorschriften – einige Mitgliedstaaten regulieren diese Dienste mit unterschiedlichem Erfolg, während andere Mitgliedstaaten den Erlass solcher Vorschriften erwägen – dazu bei, dass die vollständige Erschließung dieses Potenzials behindert und das ordnungsgemäße Funktionieren des Binnenmarkts beeinträchtigt wird.
- (6) Daher sollten auf Unionsebene einheitliche und gezielte Vorschriften verbindlich festgelegt werden, um ein faires, berechenbares, tragfähiges und vertrauenswürdiges Online-Geschäftsumfeld im Binnenmarkt zu gewährleisten, indem insbesondere sichergestellt wird, dass gewerblichen Nutzern von Online-Vermittlungsdiensten in der gesamten Union eine angemessene Transparenz und wirksame Rechtsbehelfsmöglichkeiten geboten werden. Diese Vorschriften sollten auch für eine angemessene Transparenz hinsichtlich des Rankings von Nutzern mit eigener Website in den von den Online-Suchmaschinen generierten Suchergebnissen sorgen. Gleichzeitig sollten diese Vorschriften so ausgestaltet sein, dass sie das in der Online-Plattformwirtschaft im weiteren Sinne vorhandene enorme Innovationspotenzial schützen.
- (7) Da Online-Vermittlungsdienste und Online-Suchmaschinen in der Regel eine globale Dimension aufweisen, sollte diese Verordnung für Anbieter dieser Dienste unabhängig davon gelten, ob sie in einem Mitgliedstaat oder außerhalb der Union niedergelassen sind, sofern zwei kumulative Bedingungen erfüllt sind. Erstens sollten die gewerblichen Nutzer oder die Nutzer mit eigener Website in der Union niedergelassen sein. Zweitens sollten die gewerblichen Nutzer oder die Nutzer mit eigener Website ihre Waren oder Dienstleistungen mit Hilfe dieser Dienste Verbrauchern anbieten, die sich zumindest hinsichtlich eines Teils der Transaktion in der Union befinden. Diese Verbraucher sollten sich zwar in der Union befinden, müssen jedoch weder ihren Wohnsitz in der Union haben noch die Staatsangehörigkeit eines Mitgliedstaats besitzen. Dementsprechend sollte diese Verordnung nicht gelten, wenn gewerbliche Nutzer oder Nutzer mit eigener Website nicht in der Union niedergelassen sind oder wenn sie zwar in der Union niedergelassen sind, aber Online-Vermittlungsdienste oder Online-Suchmaschinen nutzen, um Waren oder Dienstleistungen ausschließlich Verbrauchern außerhalb der Union oder Personen, die keine Verbraucher sind, anzubieten.

- (8) Eine große Bandbreite von Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Verbrauchern wird online durch Betreiber vermittelt, die die Dienste vieler Anbieter abwickeln, welche im Wesentlichen auf ein und demselben das Ökosystem bildenden Geschäftsmodell beruhen. Um die relevanten Dienste zu erfassen, sollte der Begriff „Online-Vermittlungsdienste“ präzise und technologieneutral definiert werden. Die Dienste sollten insbesondere aus Diensten der Informationsgesellschaft bestehen, die dadurch gekennzeichnet sind, dass sie darauf abzielen, die Anbahnung direkter Transaktionen zwischen gewerblichen Nutzern und Verbrauchern zu erleichtern, und zwar unabhängig davon, ob die Transaktionen letztlich entweder online, auf dem Online-Portal des Anbieters der jeweiligen Online-Vermittlungsdienste oder des gewerblichen Nutzers, oder aber offline abgeschlossen werden. Darüber hinaus sollten die Dienste auf der Grundlage eines Vertragsverhältnisses sowohl zwischen den Anbietern und gewerblichen Nutzern als auch zwischen den Anbietern und Verbrauchern erbracht werden. Es sollte davon ausgegangen werden, dass ein solches Vertragsverhältnis besteht, wenn die beiden betreffenden Parteien ihre Absicht bekunden, eindeutig und nachvollziehbar gebunden zu sein, ohne dass hierfür eine ausdrückliche schriftliche Vereinbarung erforderlich ist.
- (9) Bei den Online-Vermittlungsdiensten, die unter diese Verordnung fallen, sollte es sich daher beispielsweise um Online-Marktplätze für den elektronischen Geschäftsverkehr handeln, darunter auch kollaborative Marktplätze, auf denen gewerbliche Nutzer aktiv sind, Online-Softwareanwendungen und Online-Dienste sozialer Medien. Diese Verordnung sollte jedoch nicht für Online-Werbeplatzierungsinstrumente oder Online-Werbebörsen gelten, die nicht bereitgestellt werden, um die Anbahnung direkter Transaktionen zu erleichtern, und die kein Vertragsverhältnis mit Verbrauchern beinhalten. Diese Verordnung sollte auch nicht für Online-Zahlungsdienste gelten, da diese die geltenden Anforderungen nicht selbst erfüllen, sondern eher ein mit der Transaktion der Bereitstellung von Waren und Dienstleistungen für die betreffenden Verbraucher inhärent verbundener Dienst sind.
- (10) Im Einklang mit der einschlägigen Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union und angesichts der Tatsache, dass die Abhängigkeit gewerblicher Nutzer hauptsächlich bei Online-Vermittlungsdiensten beobachtet wurde, die Verbrauchern, bei denen es sich um natürliche Personen handelt, als „Zugangstor“ dienen, ist der Begriff „Verbraucher“, der zur Abgrenzung des Anwendungsbereichs dieser Verordnung verwendet wird, so zu verstehen, dass er sich ausschließlich auf natürliche Personen bezieht, wenn sie zu Zwecken handeln, die nicht ihrer geschäftlichen, gewerblichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können.
- (11) Aus Gründen der Kohärenz sollte die in dieser Verordnung verwendete Definition des Begriffs „Online-Suchmaschine“ an die Begriffsbestimmung angeglichen werden, die in der Richtlinie (EU) 2016/1148 für Maßnahmen zur Gewährleistung eines hohen gemeinsamen Sicherheitsniveaus von Netz- und Informationssystemen in der Union³ verwendet wird.
- (12) Um gewerbliche Nutzer erforderlichenfalls wirksam zu schützen, sollte diese Verordnung dann Anwendung finden, wenn die für ein Vertragsverhältnis geltenden allgemeinen Geschäftsbedingungen – unabhängig von ihrer Bezeichnung oder ihrer Form – von den Parteien nicht individuell ausgehandelt werden. Ob die allgemeinen Geschäftsbedingungen individuell ausgehandelt wurden oder nicht, sollte auf der Grundlage einer Gesamtbeurteilung festgestellt werden, wobei die Tatsache, dass bestimmte Bestimmungen der Geschäftsbedingungen möglicherweise individuell ausgehandelt wurden, an sich nicht entscheidend ist.

³ Richtlinie (EU) 2016/1148 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Juli 2016 über Maßnahmen zur Gewährleistung eines hohen gemeinsamen Sicherheitsniveaus von Netz- und Informationssystemen in der Union (ABl. L 194 vom 19.7.2016).

- (13) Damit gewerbliche Nutzer anhand der für ein Vertragsverhältnis geltenden Geschäftsbedingungen erkennen können, welche gewerblichen Bedingungen für die Nutzung, Beendigung und Aussetzung von Online-Vermittlungsdiensten gelten, und Berechenbarkeit in ihrer Geschäftsbeziehung erlangen, sollten diese Geschäftsbedingungen klar und eindeutig so formuliert sein, dass sie von einem durchschnittlichen gewerblichen Nutzer leicht verstanden werden können. Geschäftsbedingungen gelten dann nicht als klar und eindeutig formuliert, wenn sie vage oder unspezifisch abgefasst sind oder Angaben zu wichtigen gewerblichen Fragen fehlen und somit für den gewerblichen Nutzer in den wichtigsten Aspekten des Vertragsverhältnisses kein angemessenes Maß an Berechenbarkeit gegeben ist.
- (14) Zur Förderung tragfähiger Geschäftsbeziehungen und zur Vermeidung unlauteren Verhaltens zum Nachteil gewerblicher Nutzer ist es unerlässlich, die Transparenz der allgemeinen Geschäftsbedingungen zu gewährleisten. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten sollten daher auch sicherstellen, dass die Geschäftsbedingungen zu jedem Zeitpunkt des Vertragsverhältnisses, auch für eventuell künftige gewerbliche Nutzer vor Vertragsabschluss, leicht verfügbar sind und dass alle Änderungen dieser Geschäftsbedingungen den gewerblichen Nutzern innerhalb einer angesichts der jeweiligen Umstände angemessenen und verhältnismäßigen Frist, jedoch innerhalb von mindestens 15 Tagen mitgeteilt werden. Diese Frist gilt nicht, wenn und insoweit als der betreffende gewerbliche Nutzer eindeutig auf sie verzichtet hat oder wenn und insoweit als der Diensteanbieter aufgrund des Unionsrechts oder nationalen Rechts rechtlich verpflichtet ist, die Änderung ohne Einhaltung der Frist umzusetzen.
- (15) Zum Schutz der gewerblichen Nutzer sollte ein zuständiges Gericht feststellen können, dass Geschäftsbedingungen, die diesen Vorgaben nicht genügen, für den betreffenden Nutzer mit Wirkung *ex nunc* nicht bindend sind. Trifft ein Gericht eine solche Feststellung, sollte diese sich jedoch konkret nur auf die Bestimmungen der Geschäftsbedingungen beziehen, die den Vorgaben nicht genügen. Alle übrigen Bestimmungen sollten weiterhin gelten und durchsetzbar sein, sofern sie getrennt von den nicht konformen Bestimmungen betrachtet werden können. Unvermittelte Änderungen bestehender Geschäftsbedingungen können die Geschäftstätigkeit des gewerblichen Nutzers erheblich beeinträchtigen. Um solche negativen Auswirkungen auf gewerbliche Nutzer zu begrenzen und einem solchen Verhalten entgegenzuwirken, sollten Änderungen, die unter Verletzung der Pflicht zur Einräumung einer festgelegten Frist vorgenommen werden, als null und nichtig gelten, d. h. sie werden *erga omnes* und *ex tunc* so betrachtet, als hätten sie nie bestanden.
- (16) Ein Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten kann aus legitimen Gründen beschließen, die Bereitstellung seiner Dienste für einen bestimmten gewerblichen Nutzer gänzlich oder teilweise auszusetzen oder zu beenden, indem er beispielsweise einzelne Waren oder Dienstleistungen eines bestimmten gewerblichen Nutzer nicht mehr aufführt oder aus dem Suchmaschinenindex nimmt. Da solche Entscheidungen die Interessen des betreffenden gewerblichen Nutzers erheblich beeinträchtigen können, sollte dieser ordnungsgemäß und unter Angabe von Gründen hiervon unterrichtet werden. Anhand der Begründung sollten gewerbliche Nutzer beurteilen können, ob sie diese Entscheidung mit Aussicht auf Erfolg anfechten könnten, was diesen mehr Möglichkeiten eröffnet, bei Bedarf wirksamen Rechtsschutz zu ersuchen. Zudem dürfte die Pflicht zur Angabe von Gründen dazu beitragen, eine unbeabsichtigte Entfernung von von gewerblichen Nutzern bereitgestellten Online-Inhalten zu vermeiden, die der Anbieter unzutreffenderweise als illegale Inhalte im Sinne der Empfehlung (EU) Nr. 2018/334⁴ betrachtet. In der Begründung sollten die objektiven Gründe bzw. die Gründe für die Entscheidung angegeben werden und zwar unter Verweis auf die Gründe, die der Anbieter bereits im Voraus in den Geschäftsbedingungen festgelegt hatte,

⁴ Empfehlung (EU) Nr. 2018/334 der Kommission vom 1. März 2018 für wirksame Maßnahmen im Umgang mit illegalen Online-Inhalten (ABl. L 63 vom 6.3.2018, S. 50).

und – unter Wahrung der Verhältnismäßigkeit – auf die jeweiligen konkreten Umstände, die zu dieser Entscheidung führten.

- (17) Das Ranking der Waren und Dienstleistungen durch die Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten hat erheblichen Einfluss auf die Wahlmöglichkeiten der Verbraucher und damit auch auf den kommerziellen Erfolg der gewerblichen Nutzer, die diese Waren und Dienstleistungen den Verbrauchern anbieten. Daher sollten die Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten die wichtigsten Parameter für das Ranking bereits im Vorfeld darlegen, um die Berechenbarkeit für gewerbliche Nutzer zu erhöhen und um es diesen zu ermöglichen, die Funktionsweise des Ranking-Mechanismus besser zu verstehen und die Ranking-Praktiken verschiedener Anbieter zu vergleichen. Als wichtigste Parameter gelten alle allgemeinen Kriterien, Prozesse und spezifischen Signale, die in die Algorithmen eingebunden sind, oder sonstige Anpassungs- oder Rückstufungsmechanismen, die im Zusammenhang mit dem Ranking eingesetzt werden. Die Erläuterung der wichtigsten Parameter für das Ranking sollte auch eine Erklärung enthalten, wie gewerbliche Nutzer gegebenenfalls ihr Ranking gegen Leistung eines Entgelts aktiv beeinflussen können und wie sich dies jeweils auswirken würde. Diese Erläuterung sollte gewerblichen Nutzern ein angemessenes Verständnis dafür vermitteln, wie Ranking-Mechanismen die Merkmale der von den gewerblichen Nutzern angebotenen Waren oder Dienstleistungen berücksichtigen und wie relevant sie für die Verbraucher des jeweiligen Online-Vermittlungsdienstes sind.
- (18) Genauso hat das Ranking von Websites durch die Anbieter von Online-Suchmaschinen, auch von Websites, über die Unternehmen ihre Waren und Dienstleistungen Verbrauchern anbieten, erhebliche Auswirkungen auf die Wahlmöglichkeiten der Verbraucher und auf den kommerziellen Erfolg von Nutzern mit eigener Website. Anbieter von Online-Suchmaschinen sollten daher eine Erläuterung der wichtigsten Parameter zur Verfügung stellen, die das Ranking aller indexierten Websites, auch jener von Nutzern mit eigener Website sowie anderer Websites, bestimmen. Zusätzlich zur Berücksichtigung der Merkmale von Waren und Dienstleistungen und deren Relevanz für Verbraucher sollte diese Erläuterung zu Online-Suchmaschinen es den Nutzern eigener Websites auch ermöglichen, ein angemessenes Verständnis darüber zu erlangen, ob und inwieweit bestimmte Gestaltungsmerkmale einer Website, wie deren Optimierung für die Anzeige auf Mobilgeräten, berücksichtigt werden. Sollte zwischen den Anbietern von Online-Suchmaschinen und Nutzern mit eigener Website kein Vertragsverhältnis bestehen, sollte diese Erläuterung an einer offensichtlichen und leicht zugänglichen Stelle der jeweiligen Online-Suchmaschine öffentlich verfügbar gemacht werden. Um die Berechenbarkeit für Nutzer mit eigener Website zu gewährleisten, sollte die Erläuterung stets aktualisiert werden, und zwar so, dass beispielsweise Änderungen der wichtigsten Parameter leicht erkennbar sind. Zwar sind Anbieter unter keinen Umständen verpflichtet, Geschäftsgeheimnisse im Sinne der Richtlinie (EU) 2016/943 des Europäischen Parlaments und des Rates⁵ offenzulegen, wenn sie der Verpflichtung zur Offenlegung der wichtigsten Ranking-Parameter nachkommen, doch die Erläuterung sollte sich zumindest auf aktuelle Daten zur Relevanz der verwendeten Ranking-Parameter stützen.
- (19) Bietet ein Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten bestimmte Waren und Dienstleistungen Verbrauchern über seine eigenen Online-Vermittlungsdienste oder über einen gewerblichen Nutzer an, über den er die Kontrolle ausübt, konkurriert dieser Anbieter möglicherweise direkt mit anderen gewerblichen Nutzern seiner Online-Vermittlungsdienste, über die er keine Kontrolle ausübt. Insbesondere in solchen Situationen ist es wichtig, dass der Anbieter der Online-Vermittlungsdienste transparent handelt und in einer Erläuterung darlegt, ob er – sei es durch rechtliche, kommerzielle oder technische Mittel – Waren oder Dienstleistungen, die er selbst anbietet, möglicherweise anders

⁵ Richtlinie (EU) 2016/943 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2016 über den Schutz vertraulichen Know-hows und vertraulicher Geschäftsinformationen (Geschäftsgeheimnisse) vor rechtswidrigem Erwerb sowie rechtswidriger Nutzung und Offenlegung (ABl. L 157 vom 15.6.2016, S. 1).

behandelt als solche, die von gewerblichen Nutzern angeboten werden. Damit die Verhältnismäßigkeit gewahrt bleibt, sollte diese Verpflichtung für die Ebene der Online-Vermittlungsdienste insgesamt gelten, nicht jedoch für die Ebene der einzelnen Waren oder Dienstleistungen, die über diese Dienste angeboten werden.

- (20) Die Fähigkeit, auf Daten, auch personenbezogene Daten, zuzugreifen und diese zu nutzen, kann eine erhebliche Wertschöpfung in der Online-Plattformwirtschaft ermöglichen. Daher ist es wichtig, dass Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten den gewerblichen Nutzern klar den Umfang, die Art und die Bedingungen ihres Zugriffs auf bestimmte Datenkategorien sowie deren Nutzung darlegen. Die Erläuterung sollte angemessen sein und kann auf allgemeine Zugriffsbedingungen verweisen, sie muss jedoch keine umfassende Auflistung aktueller Daten oder Datenkategorien enthalten, damit die gewerblichen Nutzer verstehen können, ob sie die Daten zur Steigerung ihrer Wertschöpfung, auch durch die etwaige Einschaltung von Datendiensten Dritter, nutzen können. Die Verarbeitung personenbezogener Daten sollte den Bestimmungen der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates genügen⁶.
- (21) In bestimmten Fällen schränken die Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten in ihren Geschäftsbedingungen die Möglichkeit gewerblicher Nutzer ein, Waren oder Dienstleistungen zu günstigeren Bedingungen auf anderem Wege als über diese Online-Vermittlungsdienste anzubieten. In diesem Fall sollten die betreffenden Anbieter dies insbesondere unter Verweis auf die wichtigsten wirtschaftlichen, kommerziellen oder rechtlichen Gründe für die Einschränkung erläutern. Diese Transparenzpflicht sollte jedoch nicht so verstanden werden, dass sie die Beurteilung der Rechtmäßigkeit einer solchen Einschränkung nach anderen Vorschriften des Unionsrechts oder des einzelstaatlichen Rechts von Mitgliedstaaten im Einklang mit dem Unionsrecht, etwa im Bereich des Wettbewerbsrechts oder der unlauteren Geschäftspraktiken, sowie die Anwendung dieser Bestimmungen beeinflussen könnte.
- (22) Damit gewerbliche Nutzer, auch solche, deren Nutzung der einschlägigen Online-Vermittlungsdienste möglicherweise ausgesetzt oder beendet wurde, Zugang zu unmittelbaren, geeigneten und wirksamen Rechtsbehelfsmöglichkeiten haben, sollten Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten ein internes Beschwerdemanagementsystem vorsehen. Das interne Beschwerdemanagementsystem sollte so ausgelegt sein, dass ein erheblicher Teil der Beschwerden bilateral zwischen dem Anbieter der Online-Vermittlungsdienste und den betreffenden gewerblichen Nutzern beigelegt werden kann. Die Verpflichtung, dass Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten Informationen über die Funktionsweise und Wirksamkeit ihres internen Beschwerdemanagementsystems veröffentlichen müssen, dürfte darüber hinaus den gewerblichen Nutzern helfen zu verstehen, welche Art von Problemen im Zusammenhang mit der Bereitstellung unterschiedlicher Online-Vermittlungsdienste auftreten können und welche Möglichkeiten es gibt, diese Probleme rasch und wirksam bilateral zu lösen.
- (23) Die in dieser Verordnung festgelegten Anforderungen an die internen Beschwerdemanagementsysteme sollen den Anbietern von Online-Vermittlungsdiensten ein angemessenes Maß an Flexibilität bei der Handhabung dieser Systeme und beim Umgang mit einzelnen Beschwerden einräumen, um den Verwaltungsaufwand so gering wie möglich zu halten. Außerdem sollen die internen Beschwerdemanagementsysteme es den Anbietern von Online-Vermittlungsdiensten ermöglichen, bei Bedarf angemessen auf eine etwaige missbräuchlich Nutzung dieser Systeme zu reagieren, auf die es möglicherweise manche Nutzer absehen. Zudem sollten die internen Beschwerdemanagementsysteme in Fällen, bei denen es sich nicht um einen Verstoß gegen

⁶ Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. L 119 vom 4.5.2016, S. 1).

die Bestimmungen dieser Verordnung handelt, nicht für Beschwerden gedacht sein, die nur vernachlässigbare nachteilige Auswirkungen auf den betreffenden gewerblichen Nutzer zum Gegenstand haben. Angesichts der Kosten für die Einrichtung und den Betrieb solcher Systeme sollten Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, bei denen es sich um kleine Unternehmen im Sinne der einschlägigen Bestimmungen der Empfehlung 2003/361/EG⁷ der Kommission handelt, von diesen Verpflichtungen ausgenommen werden

- (24) Die Mediation bietet Anbietern von Online-Vermittlungsdiensten und deren gewerblichen Nutzern eine Möglichkeit, Streitfälle zufriedenstellend beizulegen, ohne ein Gerichtsverfahren anstrengen zu müssen, das langwierig und kostspielig sein kann. Daher sollten Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten die Mediation erleichtern, indem sie vor allem Mediatoren benennen, mit denen sie bereit sind zusammenzuarbeiten. Mediatoren, die ihre Dienste von einem Ort außerhalb der Union erbringen, sollten nur dann benannt werden, wenn der Rückgriff auf deren Dienste in keiner Weise den betreffenden gewerblichen Nutzern den Rechtsschutz vorenthält, der ihnen nach Unionsrecht oder dem Recht der Mitgliedstaaten, etwa nach den Anforderungen dieser Verordnung und dem gelten Recht zum Schutz personenbezogener Daten und Geschäftsgeheimnissen, zusteht. Damit diese Mediatoren so zugänglich, lauter, rasch, effizient und wirksam wie möglich handeln können, sollten für sie gewisse Kriterien gelten.
- (25) Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten sollten unter Berücksichtigung aller einschlägigen Aspekte des jeweiligen Falls einen angemessenen Anteil an den Gesamtkosten der Mediation tragen. Hierzu sollte der Mediator einen Vorschlag vorlegen, welchen Anteil er im Einzelfall für angemessen hält. Auf keinen Fall darf dieser Anteil weniger als die Hälfte dieser Kosten betragen.
- (26) Um die Streitbeilegung im Zusammenhang mit der Bereitstellung von Online-Vermittlungsdiensten mittels Mediation in der Union zu erleichtern, sollte die Kommission die Einrichtung spezialisierter Mediationsorganisationen, an denen es derzeit fehlt, fördern. Die Einbeziehung von Mediatoren, die über Fachkenntnisse im Bereich der Online-Vermittlungsdienste und Online-Suchmaschinen sowie der einzelnen Wirtschaftssektoren, in denen diese Dienste angeboten werden, verfügen, dürfte das Vertrauen beider Parteien in den Mediationsprozess stärken und die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass das Verfahren rasch, gerecht und zufriedenstellend abgeschlossen werden kann.
- (27) Verschiedene Faktoren, wie fehlende finanzielle Mittel, Angst vor Vergeltung und Exklusivbestimmungen für die Wahl des geltenden Rechts und des Gerichtsstands in den Geschäftsbedingungen, können die Wirksamkeit vorhandener Rechtsbehelfsmöglichkeiten insbesondere dann einschränken, wenn von gewerblichen Nutzern oder Nutzern mit eigener Website verlangt wird, individuell und identifizierbar tätig zu werden. Im Hinblick auf eine wirksame Anwendung dieser Verordnung sollten Organisationen oder Verbände, die gewerbliche Nutzer oder Nutzer mit eigener Website vertreten, sowie bestimmte öffentliche Stellen, die in den Mitgliedstaaten eingerichtet wurden, die Möglichkeit haben, nationale Gerichte anzurufen. Mit der Klageeinreichung vor nationalen Gerichten sollte das Ziel verfolgt werden, dass Verstöße gegen die in dieser Verordnung festgelegten Bestimmungen eingestellt oder verboten werden und eine künftige Schädigung, die die Tragfähigkeit der Geschäftsbeziehungen in der Online-Plattformwirtschaft untergraben könnte, vermieden wird. Um sicherzustellen, dass diese Organisationen oder Verbände dieses Recht wirksam und angemessen wahrnehmen, sollten sie bestimmten Kriterien genügen. Angesichts des besonderen Status der einschlägigen Behörden in den Mitgliedstaaten, in denen solche Stellen eingerichtet wurden, sollte als alleinige Auflage gelten, dass diese Stellen entsprechend dem einschlägigen nationalen Recht speziell damit beauftragt wurden, entweder im kollektiven Interesse der betreffenden Parteien oder im allgemeinen Interesse entsprechende

⁷ Empfehlung 2003/361/EG der Kommission vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen (ABl. L 124 vom 20.5.2003, S. 36).

Gerichtsverfahren anzustrengen, ohne dass diese Kriterien auf solche Behörden angewandt werden müssen. Etwaige derartige Klagen sollten in keiner Weise das Recht der gewerblichen Nutzer und der Nutzer mit eigener Website berühren, ein individuelles Gerichtsverfahren anzustrengen.

- (28) Verhaltenskodizes, die entweder von den betreffenden Diensteanbietern oder von den diese vertretenden Organisationen oder Verbänden ausgearbeitet werden, können zur ordnungsgemäßen Anwendung dieser Verordnung beitragen und sollten daher gefördert werden. Bei der Ausarbeitung solcher Verhaltenskodizes in Rücksprache mit allen einschlägigen interessierten Kreisen sollte den besonderen Merkmalen der jeweiligen Sektoren sowie den besonderen Merkmalen der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen Rechnung getragen werden.
- (29) Die Kommission sollte diese Verordnung regelmäßig bewerten und dabei insbesondere feststellen, inwieweit Änderungen angesichts der einschlägigen technologischen oder kommerziellen Entwicklungen notwendig geworden sind.
- (30) Entsprechend den Zielen des Übereinkommens der Vereinten Nationen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen⁸ sollte bei der Vorlage der nach dieser Verordnung geforderten Informationen so weit wie möglich auf die besonderen Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen geachtet werden.
- (31) Da das Ziel dieser Verordnung, nämlich die Gewährleistung eines fairen, berechenbaren, tragfähigen und vertrauenswürdigen Online-Geschäftsumfelds im Binnenmarkt von den Mitgliedstaaten nicht ausreichend verwirklicht werden kann, sondern wegen des Umfangs und der Auswirkungen des Vorhabens auf Unionsebene besser zu verwirklichen ist, kann die Union im Einklang mit dem in Artikel 5 des Vertrags über die Europäische Union verankerten Subsidiaritätsprinzip tätig werden. Entsprechend dem in demselben Artikel genannten Grundsatz der Verhältnismäßigkeit geht diese Verordnung nicht über das für die Erreichung dieser Ziele erforderliche Maß hinaus.
- (32) Es sollte klargestellt werden, dass diese Verordnung die Anwendung des einschlägigen Unionsrechts auf den Gebieten der justiziellen Zusammenarbeit in Zivilsachen, des Wettbewerbs, des Verbraucherschutzes, des elektronischen Geschäftsverkehrs und der Finanzdienstleistungen nicht berühren sollte.
- (33) Mit dieser Verordnung soll dem Anspruch auf einen wirksamen Rechtsbehelf und ein faires Gerichtsverfahren uneingeschränkt Geltung verschafft werden und die Anwendung der in Artikel 47 und in Artikel 16 der Grundrechtecharta der Europäischen Union verankerten unternehmerischen Freiheit gefördert werden –

HABEN FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Gegenstand und Anwendungsbereich

1. Mit den in dieser Verordnung festgelegten Vorschriften soll sichergestellt werden, dass für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten und Nutzer mit eigener Website im Hinblick auf Suchmaschinen eine angemessene Transparenz und wirksame Rechtsbehelfsmöglichkeiten geschaffen werden.

⁸ Übereinkommen der Vereinten Nationen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen (UNCRPD), verfügbar unter: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

2. Diese Verordnung gilt für Online-Vermittlungsdienste und Online-Suchmaschinen unabhängig vom Niederlassungsort oder Wohnsitz der Anbieter dieser Dienste, die gewerblichen Nutzern und Nutzern mit eigener Website bereitgestellt bzw. zur Bereitstellung angeboten werden, die ihre Niederlassung oder ihren Wohnsitz in der Europäischen Union haben und die über Online-Vermittlungsdienste oder Online-Suchmaschinen Waren oder Dienstleistungen in der Europäischen Union befindlichen Kunden anbieten.

Artikel 2

Begriffsbestimmungen

Für die Zwecke dieser Verordnung bezeichnet der Ausdruck:

- 1) „gewerblicher Nutzer“ eine natürliche oder juristische Person, die über Online-Vermittlungsdienste und für Zwecke im Zusammenhang mit ihrer geschäftlichen, gewerblichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit Verbrauchern Waren oder Dienstleistungen anbietet;
- 2) „Online-Vermittlungsdienste“ Dienste, die alle nachstehenden Anforderungen erfüllen:
 - a) es handelt sich um Dienste der Informationsgesellschaft im Sinne des Artikels 1 Absatz 1 Buchstabe b der Richtlinie (EU) 2015/1535 des Europäischen Parlaments und des Rates⁹;
 - b) sie ermöglichen es gewerblichen Nutzern, Verbrauchern Waren oder Dienstleistungen anzubieten, indem sie die Einleitung direkter Transaktionen zwischen diesen gewerblichen Nutzern und Verbrauchern erleichtern, unabhängig davon, wo diese Transaktionen letztlich geschlossen werden;
 - c) sie werden gewerblichen Nutzern auf der Grundlage eines Vertragsverhältnisses zwischen einerseits dem Anbieter dieser Dienste und andererseits den gewerblichen Nutzern sowie den Verbrauchern, denen diese gewerblichen Nutzer Waren und Dienstleistungen anbieten, bereitgestellt;
- 3) „Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten“ eine natürliche oder juristische Person, die gewerblichen Nutzern Online-Vermittlungsdienste bereitstellt oder zur Bereitstellung anbietet;
- 4) „Verbraucher“ eine natürliche Person, die zu Zwecken handelt, die außerhalb ihrer geschäftlichen, gewerblichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit liegen;
- 5) „Online-Suchmaschine“ einen digitalen Dienst, der es Nutzern ermöglicht, in Form eines Stichworts, einer Wortgruppe oder einer anderen Eingabe grundsätzlich auf allen Websites oder auf Websites in einer bestimmten Sprache eine Suche zu einem beliebigen Thema vorzunehmen und im Ergebnis Links angezeigt zu bekommen, über die sie Informationen im Zusammenhang mit dem angeforderten Inhalt finden können;
- 6) „Anbieter von Online-Suchmaschinen“ eine natürliche oder juristische Person, die Verbrauchern Online-Suchmaschinen bereitstellt oder zur Bereitstellung anbietet;
- 7) „Nutzer mit eigener Website“ eine natürliche oder juristische Person, die über Websites und für Zwecke im Zusammenhang mit ihrer geschäftlichen, gewerblichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit Verbrauchern Waren oder Dienstleistungen anbietet;

⁹ Richtlinie (EU) 2015/1535 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. September 2015 über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste der Informationsgesellschaft (ABl. L 241 vom 17.9.2015, S. 1).

- 8) „Ranking“ die von Anbietern von Online-Vermittlungsdiensten oder von Anbietern von Online-Suchmaschinen unabhängig von den für diese Darstellung, Organisation oder Kommunikation verwendeten technologischen Mitteln organisierte oder den Verbrauchern dargestellte oder kommunizierte relative Hervorhebung von Waren und Dienstleistungen, die Verbrauchern von gewerblichen Nutzern über Online-Vermittlungsdienste angeboten werden, oder von Websites, die von Online-Suchmaschinen für Verbraucher indiziert werden;
- 9) „Kontrolle“ das Eigentum an einem Unternehmen oder die Fähigkeit, bestimmenden Einfluss auf ein Unternehmen auszuüben, im Sinne von Artikel 3 Absatz 2 der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates¹⁰;
- 10) „Geschäftsbedingungen“ alle Bedingungen, Klauseln und sonstigen Angaben, die unabhängig von ihrer Bezeichnung oder Form das Vertragsverhältnis zwischen dem Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten und deren gewerblichen Nutzern regeln und einseitig vom Anbieter der Online-Vermittlungsdienste festgelegt werden.

Artikel 3

Geschäftsbedingungen

1. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten stellen sicher, dass ihre Geschäftsbedingungen
 - (a) klar und eindeutig 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) Angaben dazu enthalten, nach welchen objektiven Gründen entschieden wird, die Bereitstellung ihrer Online-Vermittlungsdienste für gewerbliche Nutzer vollständig oder teilweise auszusetzen oder zu beenden.
2. Geschäftsbedingungen oder darin enthaltene Einzelbestimmungen, die den Anforderungen von Absatz 1 nicht genügen, sind für den betreffenden gewerblichen Nutzer nicht rechtsverbindlich, sofern die Nichteinhaltung dieser Anforderungen von einem zuständigen Gericht festgestellt wurde.
3. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten unterrichten die betreffenden gewerblichen Nutzer über jegliche geplante Änderung ihrer Geschäftsbedingungen.

Die geplanten Änderungen dürfen erst nach Ablauf einer im Hinblick auf Art und Umfang der geplanten Änderungen und deren Folgen für den betreffenden gewerblichen Nutzer angemessenen und verhältnismäßigen Frist umgesetzt werden. Diese Frist beträgt mindestens 15 Tage ab dem Zeitpunkt, an dem der Anbieter der Online-Vermittlungsdienste die betreffenden gewerblichen Nutzer über die geplanten Änderungen unterrichtet hat.

Die gewerblichen Nutzer können entweder durch eine schriftliche Erklärung oder eine eindeutige bestätigende Handlung auf die in Unterabsatz 2 genannte Frist verzichten.
4. Vom Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten vorgenommene Änderungen der Geschäftsbedingungen, die den Bestimmungen von Absatz 3 zuwiderlaufen, sind null und nichtig.

¹⁰ Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates vom 20. Januar 2004 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen („EG-Fusionskontrollverordnung“) (ABl. L 24 vom 29.1.2004, S. 1).

5. Absatz 3 gilt nicht für Änderungen der Geschäftsbedingungen, die ein Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten aufgrund rechtlicher Verpflichtungen in einer Art und Weise vornehmen muss, die es ihm nicht gestatten, die in Absatz 3 Unterabsatz 2 genannte Frist einzuhalten.

Artikel 4

Aussetzung und Beendigung

1. Beschließt ein Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, die Bereitstellung seiner Online-Vermittlungsdienste für einen bestimmten gewerblichen Nutzer gänzlich oder teilweise auszusetzen oder zu beenden, übermittelt er dem betreffenden gewerblichen Nutzer unverzüglich eine Begründung dieser Entscheidung.
2. In dieser Begründung nach Absatz 1 muss der Anbieter der Online-Vermittlungsdienste die konkreten Tatsachen oder Umstände, die ihn zu seiner Entscheidung veranlassten, angeben und unter Hinweis auf Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe c den für diese Entscheidung geltenden objektiven Grund oder die für diese Entscheidung geltenden objektiven Gründe nennen.

Artikel 5

Ranking

1. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten erläutern in ihren Geschäftsbedingungen die wichtigsten, das Ranking bestimmenden Parameter und die Gründe für die relative Bedeutung dieser wichtigsten Parameter gegenüber anderen Parametern.
Beinhalten diese wichtigsten Parameter die Möglichkeit für den gewerblichen Nutzer, das Ranking zu beeinflussen, indem er dem Anbieter der betreffenden Online-Vermittlungsdienste direkt oder indirekt ein Entgelt entrichtet, muss der Anbieter dieser Online-Vermittlungsdienste in seinen Geschäftsbedingungen diese Möglichkeit erläutern und darlegen, wie sich derartige Entgelte auf das Ranking auswirken.
2. Anbieter von Online-Suchmaschinen informieren Nutzer mit eigener Website über die wichtigsten, das Ranking bestimmenden Parameter, indem sie auf ihren Online-Suchmaschinen klar und eindeutig formulierte Erläuterungen bereitstellen, die öffentlich leicht verfügbar sind. Sie sorgen dafür, dass diese Erläuterungen stets aktuell sind.
3. Die in den Absätzen 1 und 2 genannten Erläuterungen müssen den gewerblichen Nutzern oder den Nutzern mit eigener Website ein angemessenes Verständnis der Frage ermöglichen, ob und gegebenenfalls wie und in welchem Umfang der Rankingmechanismen Folgendes berücksichtigt:
 - (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 eigener Website verwendet werden.
4. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten und Anbieter von Online-Suchmaschinen dürfen zur Einhaltung der Anforderungen dieses Artikels nicht verpflichtet werden, Geschäftsgeheimnisse, wie sie in Artikel 2 Absatz 1 der Richtlinie (EU) 2016/943 definiert werden, offenzulegen.

Artikel 6

Differenzierte Behandlung

1. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten erläutern in ihren Geschäftsbedingungen jegliche etwaige differenzierte Behandlung von einerseits Waren und Dienstleistungen, die Verbrauchern über diese Online-Vermittlungsdienste entweder von diesem Anbieter selbst oder von gewerblichen Nutzern, die von diesem Anbieter kontrolliert werden, angeboten werden, und andererseits von sonstigen gewerblichen Nutzern.
2. Die in Absatz 1 genannte Erläuterung umfasst gegebenenfalls mindestens Angaben zu jeglicher differenzierter Behandlung durch konkrete Maßnahmen oder durch das Verhalten des Anbieters von Online-Vermittlungsdiensten in Bezug auf Folgendes:
 - (a) etwaiger Zugang des Anbieters oder der gewerblichen Nutzer, die der Anbieter kontrolliert, zu personenbezogenen oder sonstigen Daten oder beidem, die gewerbliche Nutzer oder Verbraucher für die Nutzung der betreffenden Online-Vermittlungsdienste zur Verfügung stellen oder die im Zuge der Bereitstellung dieser Dienste generiert werden;
 - (b) Ranking;
 - (c) etwaige direkte oder indirekte Entgelte für die Nutzung der betreffenden Online-Vermittlungsdienste;
 - (d) Zugang zu den Diensten oder Nebendiensten, die mit den betreffenden Online-Vermittlungsdiensten unmittelbar im Zusammenhang stehen oder Voraussetzung für deren Nutzung sind.

Artikel 7

Datenzugang

1. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten erläutern in ihren Geschäftsbedingungen den technischen und vertraglichen Zugang oder den nicht vorhandenen Zugang für gewerbliche Nutzer zu personenbezogenen oder sonstigen Daten oder beidem, die gewerbliche Nutzer oder Verbraucher für die Nutzung der betreffenden Online-Vermittlungsdienste zur Verfügung stellen oder die im Zuge der Bereitstellung dieser Dienste generiert werden.
2. Mittels der in Absatz 1 genannten Erläuterung informieren die Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten gewerbliche Nutzer angemessen mindestens darüber,
 - (a) ob der Anbieter der Online-Vermittlungsdienste Zugang zu personenbezogenen oder sonstigen Daten oder zu beidem hat, die gewerbliche Nutzer oder Verbraucher für die Nutzung dieser Dienste zur Verfügung stellen oder die im Zuge der Bereitstellung dieser Dienste generiert werden, sowie gegebenenfalls darüber, zu welchen Kategorien dieser Daten und zu welchen Bedingungen er Zugang hat;
 - (b) ob ein gewerblicher Nutzer Zugang zu personenbezogenen oder sonstigen Daten oder beidem hat, die dieser gewerbliche Nutzer im Zusammenhang mit seiner Nutzung der betreffenden Online-Vermittlungsdienste zur Verfügung gestellt hat oder die im Zuge der Bereitstellung dieser Dienste für diesen gewerblichen Nutzer und die Verbraucher seiner Waren oder Dienstleistungen generiert wurden, sowie gegebenenfalls darüber, zu welchen Kategorien dieser Daten und zu welchen Bedingungen er Zugang hat;
 - (c) ob zusätzlich zu Buchstabe b ein gewerblicher Nutzer Zugang zu personenbezogenen Daten oder sonstigen Daten oder beidem, auch in aggregierter Form, hat, die im Zuge der allen

gewerblichen Nutzern und deren Verbrauchern bereitgestellten Online-Vermittlungsdienste zur Verfügung gestellt oder generiert wurden, und gegebenenfalls darüber, zu welchen Kategorien dieser Daten und zu welchen Bedingungen er Zugang hat.

Artikel 8

Einschränkung der Möglichkeit, andere Bedingungen auf anderem Wege anzubieten

1. Schränken Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten bei der Bereitstellung ihrer Dienste gewerbliche Nutzer in ihrer Möglichkeit ein, Verbrauchern dieselben Waren und Dienstleistungen zu anderen Bedingungen auf anderem Wege als über ihre Dienste anzubieten, müssen sie in ihren Geschäftsbedingungen die Gründe für diese Einschränkung angeben und diese öffentlich leicht verfügbar machen. Hierbei sind die wichtigsten wirtschaftlichen, gewerblichen oder rechtlichen Gründe für die Einschränkungen anzugeben.
2. Die in Absatz 1 genannte Verpflichtung berührt nicht etwaige Verbote oder Beschränkungen in Bezug auf die Auferlegung solcher Einschränkungen, die sich aus der Anwendung anderer Unionsvorschriften oder im Einklang mit Unionsrecht stehender nationaler Rechtsvorschriften ergeben, denen der Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten unterliegt.

Artikel 9

Internes Beschwerdemanagementsystem

1. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten richten ein internes System für die Bearbeitung von Beschwerden gewerblicher Nutzer ein.
Dieses interne Beschwerdemanagementsystem muss für gewerbliche Nutzer leicht zugänglich sein. Es muss ihnen die Möglichkeit bieten, Beschwerden in Bezug auf die folgenden Probleme direkt bei dem betreffenden Anbieter einzureichen:
 - (a) die angebliche Nichteinhaltung einer der in dieser Verordnung festgelegten rechtlichen Verpflichtungen durch den Anbieter, die den Beschwerdeführer benachteiligt;
 - (b) technische Probleme, die in direktem Zusammenhang mit der Bereitstellung von Online-Vermittlungsdiensten stehen und die sich auf nicht zu vernachlässigende Art und Weise nachteilig 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 nicht zu vernachlässigende Art und Weise nachteilig auf den Beschwerdeführer auswirken.
2. Im Rahmen ihres internen Beschwerdemanagementsystems haben Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten folgende Pflichten:
 - (a) die sorgfältige Prüfung der eingereichten Beschwerden und die möglicherweise notwendige weitere Bearbeitung der Beschwerden, um eine angemessene Lösung für das Problem herbeizuführen und zwar in einer Art und Weise, die der Bedeutung und Komplexität des Problems gerecht wird;
 - (b) die zügige und wirksame Bearbeitung von Beschwerden unter Berücksichtigung der Bedeutung und Komplexität des Problems;

- (c) die individuelle sowie klar und eindeutig formulierte Unterrichtung des Beschwerdeführers über das Ergebnis des internen Beschwerdemanagementverfahrens.
3. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten nehmen in ihre Geschäftsbedingungen alle einschlägigen Informationen auf, die sich auf den Zugang zu ihrem internen Beschwerdemanagementsystem und dessen Funktionsweise beziehen.
 4. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten ziehen einmal jährlich Bilanz der Funktionsweise und Wirksamkeit ihres internen Beschwerdemanagementsystems und machen diese Informationen öffentlich leicht verfügbar.
Hierbei sind die Anzahl der eingereichten Beschwerden, der Beschwerdegegenstand, der Zeitbedarf für die Bearbeitung der Beschwerden und die im jeweiligen Beschwerdefall getroffene Entscheidung anzugeben.
 5. Die Bestimmungen dieses Artikels gelten nicht für Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, bei denen es sich um kleine Unternehmen im Sinne des Artikels 2 Absatz 2 des Anhangs zur Empfehlung 2003/361/EG der Kommission¹¹ handelt.

Artikel 10

Mediation

1. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten geben in ihren Geschäftsbedingungen einen oder mehrere Mediatoren an, mit denen sie bereit sind zusammenzuarbeiten, um mit gewerblichen Nutzern eine außergerichtliche Beilegung etwaiger Streitigkeiten zwischen dem Anbieter und dem gewerblichen Nutzer zu erzielen, die sich auf die Bereitstellung der betreffenden Online-Vermittlungsdienste, darunter auch auf Beschwerden beziehen, die nicht mit den in Artikel 9 genannten Mitteln des internen Beschwerdemanagementsystems gelöst werden können.
Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten können nur dann Mediatoren benennen, die ihre Mediationsdienste von einem Ort außerhalb der Europäischen Union erbringen, wenn sichergestellt ist, dass den betreffenden gewerblichen Nutzern effektiv kein im Unionsrecht oder dem Recht eines Mitgliedstaats festgelegter Rechtsschutz infolge der Tatsache vorenthalten wird, dass die Mediatoren ihre Mediationsdienste von außerhalb der Europäischen Union erbringen.
2. Die in Absatz 1 genannten Mediatoren müssen folgende Bedingungen erfüllen:
 - (a) sie sind unparteiisch und unabhängig;
 - (b) ihre Mediationsdienste sind für einen durchschnittlichen gewerblichen Nutzer der betreffenden Online-Vermittlungsdienste erschwinglich;
 - (c) sie sind in der Lage, ihre Mediationsdienste in der Sprache der Geschäftsbedingungen zu erbringen, die das Vertragsverhältnis zwischen dem Anbieter der Online-Vermittlungsdienste und dem betreffenden gewerblichen Nutzer regeln;
 - (d) sie sind entweder physisch am Ort der Niederlassung oder am Wohnsitz des gewerblichen Nutzers oder mittels Kommunikationstechnik aus der Ferne leicht zu erreichen;
 - (e) sie können ihre Mediationsdienste unverzüglich erbringen;

¹¹ Empfehlung 2003/361/EG der Kommission vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen (ABl. L 124 vom 20.5.2003, S. 36).

- (f) sie verfügen über ein ausreichendes Verständnis der allgemeinen Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen, sodass sie wirksam zum Versuch der Streitbeilegung beitragen können.
3. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten beteiligen sich unvoreingenommen an jedem Versuch, eine Einigung auf dem Weg der Mediation durch einen der von ihnen nach Absatz 1 benannten Mediatoren zu erzielen, um zu einer Einigung über die Streitbeilegung zu gelangen.
 4. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten tragen in jedem Einzelfall einen angemessenen Anteil an den Gesamtkosten der Mediation. Der angemessene Anteil an den Gesamtkosten wird ausgehend von einem Vorschlag des Mediators unter Berücksichtigung aller einschlägigen Elemente des jeweiligen Falls, insbesondere der Stichhaltigkeit der Forderungen der Streitparteien, des Verhaltens der Parteien sowie der Größe und der Finanzstärke der Parteien im Verhältnis zueinander, bestimmt. Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten tragen jedoch auf jeden Fall mindestens die Hälfte der Gesamtkosten.
 5. Jeder Versuch, nach diesem Artikel eine Einigung über die Streitbeilegung durch Mediation herbeizuführen, berührt nicht das Recht der betreffenden Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten und der betreffenden gewerblichen Nutzer, zu jedem Zeitpunkt während oder nach der Mediation Klage vor Gericht zu erheben.

Artikel 11

Spezialisierte Mediatoren

Die Kommission fordert Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten sowie Organisationen und Verbände, die diese vertreten, auf, einzeln oder gemeinsam eine oder mehrere Organisationen zu gründen, die Mediationsdienste anbieten und die in Artikel 10 Absatz 2 genannten Bedingungen erfüllen, um speziell die außergerichtliche Beilegung von Streitfällen mit gewerblichen Nutzern im Zusammenhang mit der Bereitstellung von Online-Vermittlungsdiensten und unter besonderer Berücksichtigung des grenzüberschreitenden Charakters dieser Dienste zu erleichtern.

Artikel 12

Klageeinreichung vor Gericht durch repräsentative Organisationen oder Verbände und durch öffentliche Stellen

1. Organisationen und Verbände, die ein berechtigtes Interesse an der Vertretung gewerblicher Nutzer oder von Nutzern mit eigener Website haben, sowie in den Mitgliedstaaten eingerichtete öffentliche Stellen haben das Recht, nationale Gerichte in der Europäischen Union anzurufen, und zwar entsprechend den Rechtsvorschriften des Mitgliedstaats, in dem die Klage gegen einen Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten oder von Online-Suchmaschinen wegen der Nichteinhaltung der einschlägigen, in dieser Verordnung festgelegten Bestimmungen mit dem Ziel eingereicht wird, diese Nichteinhaltung zu beenden oder zu untersagen.
2. Organisationen oder Verbände haben das in Absatz 1 genannte Recht nur dann, wenn sie zum Zeitpunkt der Klageeinreichung alle folgenden Bedingungen erfüllen:
 - (a) sie sind nach dem Recht eines Mitgliedstaats ordnungsgemäß errichtet;
 - (b) sie verfolgen Ziele, die im kollektiven Interesse der Gruppe gewerblicher Nutzer oder der Nutzer mit eigener Website sind, die sie vertreten;

(c) sie verfolgen keinen Erwerbszweck.

In Mitgliedstaaten, in denen solche öffentlichen Stellen eingerichtet wurden, sind diese berechtigt, das in Absatz 1 genannte Recht auszuüben, sofern sie nach dem Recht des betreffenden Mitgliedstaats damit beauftragt wurden, die kollektiven Interessen von gewerblichen Nutzern oder von Nutzern mit eigener Website wahrzunehmen, oder dafür zu sorgen, dass die in dieser Verordnung festgelegten Bestimmungen eingehalten werden.

3. Das in Absatz 1 genannte Recht gilt unbeschadet des Rechts gewerblicher Nutzer und der Nutzer mit eigener Website, individuell Klage vor den zuständigen nationalen Gerichten und entsprechend des Rechts des Mitgliedstaats zu erheben, in dem die Klage gegen einen Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten wegen der Nichteinhaltung der einschlägigen, in dieser Verordnung festgelegten Bestimmungen eingereicht wird.

Artikel 13

Verhaltenskodex

1. Die Kommission fordert die Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten sowie Organisationen und Verbände, die diese vertreten, auf, Verhaltenskodizes auszuarbeiten, die die ordnungsgemäße Anwendung dieser Verordnung unterstützen und die den besonderen Merkmalen der verschiedenen Sektoren, in denen Online-Vermittlungsdienste angeboten werden, sowie den besonderen Merkmalen von Kleinstunternehmen sowie von kleinen und mittleren Unternehmen Rechnung tragen.
2. Die Kommission fordert die Anbieter von Online-Suchmaschinen sowie Organisationen und Verbände, die diese vertreten, auf, Verhaltenskodizes auszuarbeiten, die die ordnungsgemäße Anwendung von Artikel 5 Absätze 2 und 3 unterstützen.

Artikel 14

Überprüfung

1. Bis [*date: three years after the date of entry into force*] und danach alle drei Jahre wird die Kommission diese Verordnung evaluieren und dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss einen Bericht vorlegen.
2. Bei der ersten Evaluierung dieser Verordnung wird vor allem auf die Einhaltung der in den Artikeln 5, 6, 7 und 8 festgelegten Verpflichtungen und deren Auswirkungen auf die Online-Plattformwirtschaft geachtet sowie darauf, ob zusätzliche Vorschriften, etwa zur Durchsetzung, möglicherweise notwendig sind, um ein faires, berechenbares, tragfähiges und vertrauenswürdiges Online-Geschäftsumfeld im Binnenmarkt zu gewährleisten.
3. Die Mitgliedstaaten übermitteln der Kommission alle einschlägigen Informationen, die diese für die Ausarbeitung des in Absatz 1 genannten Berichts benötigt.
4. Bei der Evaluierung dieser Verordnung berücksichtigt die Kommission die Stellungnahmen und Berichte, die ihr von der Expertengruppe für die Beobachtungsstelle für die Online-Plattformwirtschaft vorgelegt werden, die auf der Grundlage des Beschlusses C(2018) 2393 eingesetzt wurde. Außerdem berücksichtigt sie den Inhalt und die Funktionsweise der Verhaltenskodizes, die gegebenenfalls nach Artikel 13 erstellt wurden.

Artikel 15

Inkrafttreten und Geltungsbeginn

1. Diese Verordnung tritt am zwanzigsten Tag nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Union* in Kraft.
2. Sie gilt ab dem... [*date: six months following the day of its publication*].

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Geschehen zu Brüssel am [...]

Im Namen des Europäischen Parlaments
Der Präsident

Im Namen des Rates
Der Präsident