

Stellungnahme

COM(2018) 238 final vom 26.04.2018

EU-Verordnungsvorschlag Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online- Vermittlungsdiensten

(Platform-to-Business; P2B-VO)

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.

Inhaltsverzeichnis

Kernforderungen	3
Einleitung: Steigende Relevanz digitaler Plattformen	4
Im Einzelnen	5
1. Anwendungsbereich (Artikel 1)	5
2. Transparenzvorschriften für Geschäftsbedingungen (Artikel 3)	6
3. Aussetzung und Beendigung (Artikel 4)	7
4. Ranking (Artikel 5)	7
5. Differenzierte Behandlung (Artikel 6)	9
6. Datenzugang (Artikel 7)	9
7. Einschränkungen anderer Vertragsbedingungen (Artikel 8)	10
8. Interne Beschwerden und Mediation (Artikel 9 bis 11)	10
9. Kollektiver Rechtsschutz (Artikel 12)	11
10. Umsetzungsfrist (Artikel 15)	12
Über den BDI	13
Impressum	13

Kernforderungen

- Der BDI begrüßt die Zielsetzung der EU-Kommission, die Fairness und Transparenz auf Online-Plattformen, Online-Intermediärdiensten und Suchmaschinen zu optimieren. Soweit es Marktverzerrungen gibt, müssen diese ausgeglichen werden. Selbstregulierungsmaßnahmen der Unternehmen sollten jedoch – neben der ex-post-Kontrolle durch das Wettbewerbsrecht – erstes Mittel der Wahl bleiben.
- Der Anwendungsvorrang einschlägiger wettbewerbsrechtlicher Bestimmungen im Verhältnis zur P2B-Verordnung muss im Verordnungsentwurf klar herausgestellt werden.
- Eine P2B-VO muss sich auf Plattformen im P2B2C-Verhältnis beschränken. Derzeit entstehende Plattformen und Online-Marktplätze im reinen B2B-Bereich dürfen nicht gleich wieder im Keim erstickt werden.
- Die Vertragsfreiheit und Privatautonomie gilt für alle Unternehmen. Die Grundsätze des freien Wettbewerbs dürfen auch in der digitalen Wirtschaft nicht untergraben werden.
- Alle Hinweis- und Dokumentationspflichten sollten auf ein absolutes Mindestmaß reduziert werden.
- Die Informationspflicht bezüglich des Zugangs zu Daten darf keinesfalls zu einem Zugriffsrecht auf Daten ausgedehnt werden und muss sich auf für die vertragliche Beziehung bestimmenden Faktoren beschränken.
- Die Hinweispflicht bei Änderungen der Geschäftsbedingungen darf sich nur auf wesentliche, den Inhalt der Vertragsbeziehung betreffende Änderungen beziehen.
- Die Erklärbarkeit des Rankings, muss gegeben sein. Der nachvollziehbare Wunsch nach Transparenz muss aber auch mit den berechtigten Interessen der Unternehmen am Schutz ihrer Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse in Einklang gebracht werden. Offenlegungspflichten von Algorithmen oder Mechanismen zur Datenanalyse sind klar abzulehnen.
- Die Notwendigkeit europaweit einheitlicher kollektiver Rechtsdurchsetzungsinstrumente ist nicht ersichtlich, um Verstöße von Anbietern von Online-Vermittlungsdiensten gegen Vorgaben der Verordnung zu unterbinden oder zu verbieten. In jedem Fall müssten mögliche missbräuchliche Auswüchse eines Kollektivklagesystems ausgeschlossen werden.

Einleitung: Steigende Relevanz digitaler Plattformen

Die Digitalisierung führt auf vielen Märkten zu grundlegenden Veränderungen der Wettbewerbsbedingungen. Eine zentrale Rolle spielen dabei digitale Plattformen. Online Marktplätze, Suchmaschinen, soziale Medien sowie Vergleichs- und Bewertungsplattformen sind ein integraler Bestandteil der digitalen Transformation unseres Gesellschafts- und Wirtschaftssystems. Plattformen erbringen auch zunehmend Leistungen, die im Wettbewerb zu traditionellen Akteuren stehen (wie etwa im Transport-, Hotel-, Reisegewerbe) und im Einzelfall einer anderen, geringeren Regulierung unterliegen. Plattformen sind zu einem dominierenden Geschäftsmodell der digitalen Wirtschaft geworden. Fünf der zehn wertvollsten Unternehmen der Welt und sieben der zehn höchstbewerteten Start-ups der Welt sind mit diesem Modell erfolgreich.¹ Ihre Plattformen sind bislang überwiegend im B2C-Bereich aktiv. Mit ihrem Verordnungsvorschlag will die EU-Kommission die Fairness und Transparenz für geschäftliche Nutzer von Online-Intermediären verbessern.

Die öffentliche Debatte über die Rolle von Plattformen wird auf nationaler und europäischer Ebene seit geraumer Zeit geführt. Fragen mit Blick auf eine marktmächtige Stellung führen auch zu einer Diskussion darüber, ob Online-Plattformen speziellen Regulierungen unterliegen sollten (ex ante) oder ob das bestehende, klassische Wettbewerbsrecht (ex post) auch für digitale Märkte und ihre Wirkungsweisen ausreichend oder anzupassen ist. Unternehmen dafür zu kritisieren, dass sie dank attraktiver Angebote sehr erfolgreich sind, widerspricht marktwirtschaftlichen Grundsätzen. Doch erfolgreiche Unternehmen sollten sich auch kritischen Fragen nach ihrem Selbstverständnis, nach diskriminierungsfreiem Wettbewerb und nach möglichem Missbrauch ihrer ökonomischen (Daten-) Macht stellen.

Der BDI begrüßt die Zielsetzung der EU-Kommission, die Fairness und Transparenz auf Plattformen, Online-Intermediärdiensten und Suchmaschinen zu optimieren. Soweit es Marktverzerrungen gibt, müssen diese ausgeglichen werden. Selbstregulierungsmaßnahmen der Unternehmen sollten jedoch – neben der ex-post-Kontrolle durch das Wettbewerbsrecht – erstes Mittel der Wahl bleiben. In diesem Sinne ist das Verhältnis der P2B-Verordnung zum Kartellrecht klarzustellen. Durch neue regulatorische Vorgaben sollten europäische Geschäftsmodelle, die gerade im Begriff sind sich zu entwickeln, nicht erschwert werden.

¹ Netzoekonom (2016). Der Plattform-Index. URL: <https://netzoekonom.de/2016/08/06/der-plattform-iindex/>.

**Bundesverband der
Deutschen Industrie e.V.**
Mitgliedsverband
BUSINESSEUROPE

Hausanschrift
Breite Straße 29
10178 Berlin

Postanschrift
11053 Berlin

Ansprechpartner
Stefanie Ellen Stündel

T: +3227921015
F: +3227921038

Internet
www.bdi.eu

E-Mail
S.Stuendel@bdi.eu

Im Einzelnen

1. Anwendungsbereich (Artikel 1)

Die EU-Kommission sieht Bedarf zur Regulierung der Rahmenbedingungen von Online-Intermediären und Online-Suchmaschinen und will mit ihrem Vorschlag die Fairness und Transparenz dieser Dienste insbesondere im Verhältnis Plattform zu geschäftlichem Nutzer verbessern (Artikel 1). Der Verordnungsvorschlag der EU-Kommission zielt damit auf jene Online-Vermittlungsdienste ab, die gewerblichen Nutzern eine Online-Präsenz zur Verfügung stellen, um privaten Kunden Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Es soll also vorrangig die Beziehung Plattform-to-Business-to-Consumer (P2B2C) geregelt werden. Insbesondere hat die Kommission Online-Marktplätze (auch kollaborative), App Stores und soziale Mediendienste im Blick. Ferner sollen Online-Suchmaschinen unter die Regulierung fallen. Nach dem Willen der EU-Kommission sind Werbe- und Online Zahlungsinstrumente ausdrücklich nicht betroffen.

Die Einschränkung des Anwendungsbereichs auf P2B2C ist zunächst zu begrüßen. Denn Plattformdienste, die wie Industrieplattformen im reinen B2B-Bereich angeboten werden, sind zumeist hochgradig sektoral-spezialisiert. Daher bestehen bei Industrieplattformen und reinen B2B-Plattformen auch deutlich geringere Informationsungleichgewichte, sodass hier aktuell kein Regulierungsbedarf besteht. Die EU-Kommission stellt daher in ihrer Begründung richtigerweise keinen Handlungsbedarf fest, da relevante Fragestellungen vertraglich ausgestaltet werden können. In Artikel 1 des Verordnungsvorschlags sollte daher auch klar herausgestellt werden, dass die Verordnung nicht für reine B2B Plattformen gilt.

Alle Hinweis- und Dokumentationspflichten des Verordnungsvorschlags sollten möglichst auf ein absolutes Mindestmaß reduziert werden. Denn alle Auflagen müssen auch von kleinen Plattformen und jungen Start-ups eingehalten werden. Oft treffen aber administrative Hürden in dieser frühen Marktphase gerade die Jungen besonders hart, da solche Pflichten im Vergleich zum eigentlichen Geschäft unverhältnismäßig hohe Kapazitäten binden und gerade Start-ups diese im Gegensatz zu ihren großen Wettbewerbern nur unter großen Anstrengungen nachhalten können. Deshalb wäre es sinnvoll, kleine, junge Plattformen und Start-ups ganz aus dem Anwendungsbereich herauszunehmen.

2. Transparenzvorschriften für Geschäftsbedingungen (Artikel 3)

Der BDI begrüßt die Vorschrift, dass die Geschäftsbedingungen des Online-Vermittlungsdienstes für den gewerblichen Nutzer klar und eindeutig formuliert sowie in allen Phasen der geschäftlichen Beziehung leicht verfügbar sein sollen. Dieses Prinzip bildet in einer fairen Geschäftsbeziehung auch den Grundsatz, denn beide Parteien sollten sich über die vertragliche Ausgestaltung der Beziehung einig sein. Der Transparenzgedanke in Artikel 3 Absatz 1 a) sollte daher eher als Ansporn für faire Geschäftsbedingungen zu verstehen sein. Diese fußen jedenfalls auf dem Grundsatz, dass beide Vertragsparteien sich über die vertragliche Ausgestaltung dieser Beziehung einig sind. Auch ist es begrüßenswert, dass die Gründe für die Entscheidung, einen gewerblichen Nutzer ganz oder in Teilen zu sperren bzw. den Dienst auszusetzen, dargelegt werden müssen. Welche Gründe dabei als „objektiv“ zu bewerten sind, ist jedoch unklar.

Auch wenn es gerade in der Plattformökonomie zu Konzentrationswirkungen und Ungleichgewichten der Marktmacht kommen kann und manche kleinere Unternehmen – zu Recht oder Unrecht – über unfaire Klauseln klagen, warnt der BDI davor, KMUs leichtfertig wie Verbraucher zu behandeln. Denn auch ein kleines Unternehmen unterliegt den Rechten und Pflichten eines Kaufmanns i.S.d. Handelsgesetzes. Der Gesetzgeber sollte sich nicht dazu verleiten lassen, diese Grundprinzipien der Marktwirtschaft in der Digitalwirtschaft umzuwälzen. Dies könnte zu ungewollten Marktverzerrungen führen. Denn auch in anderen Bereichen der Wirtschaft, gibt es Marktmachtsgefälle, die sehr unterschiedlich ausgestaltet sein können. Dies ist aber Ausprägung des Wettbewerbs. Gewerbliche Anbieter von Produkten, die eine Online-Plattform nutzen, dürfen deshalb gegenüber gewerblichen Anbietern, die Ihre Produkte auf anderem Wege anbieten, nicht besser gestellt werden.

Nach Artikel 3 Absatz 3 soll der gewerbliche Nutzer über Änderungen der Geschäftsbedingungen mindestens 15 Tage vor Inkrafttreten unterrichtet werden. Allerdings ist wichtig, dass sich die Hinweispflicht auf wesentliche, den Inhalt der Vertragsbeziehung betreffende Änderungen bezieht. Ausnahmen von diesem Grundsatz müssen jedoch vorgesehen sein. Beispielsweise sollte die 15-Tages-Frist bei dringend erforderlichen Änderungen, die beispielsweise dem Schutz der Verbraucherinteressen dienen, nicht gelten. Auch sollten Änderungen der Vertragsbedingungen, die die gewerblichen Nutzer nicht direkt betreffen und der unternehmerischen Freiheit unterliegen, wie die Erweiterung des Produktportfolios, nicht unter diesen Grundsatz fallen.

3. Aussetzung und Beendigung (Artikel 4)

Nach Artikel 4 des Vorschlags soll der Anbieter eines Online-Vermittlungsdienstes, der seine Dienste für einen gewerblichen Nutzer aussetzt oder beendet, dem Nutzer die Begründung dieser Entscheidung unverzüglich mitteilen und die objektiven Gründe für diese Entscheidung benennen. Diese Regelung ist ihrem Sinn und Zweck nach positiv zu beurteilen. Jedoch sollte das Erfordernis der Objektivität gestrichen werden. Eine einfache Begründung muss genügen. An die Begründungspflicht sollten keine unverhältnismäßig hohen Anforderungen gestellt werden, die die Vertragsfreiheit in unzulässiger Weise beeinträchtigen. Eine Kündigung muss möglich sein. Daher muss eine einzelfallbezogene, aber einfache Begründung hier genügen.

4. Ranking (Artikel 5)

Nach Artikel 5 des Vorschlags sollen die bestimmenden Parameter des Rankings offengelegt werden. Dem Grundsatz nach ist die Erklärbarkeit der Rankings einer Plattform, eines Suchdienstes oder Online-Vermittlungsdienstes sinnvoll, um faire Marktbedingungen zu schaffen. Insbesondere wenn es sich dabei um Informationen handelt, wie der gewerbliche Nutzer seine Performance auf der Plattform verbessern kann, beispielsweise wenn die Ladezeit einer Webseite oder die Qualität eines Fotos für die Auswahl des Rankings entscheidend sind. Der nachvollziehbare Wunsch nach Transparenz muss aber auch mit den berechtigten Interessen der Unternehmen am Schutz ihrer Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse in Einklang gebracht werden. Die Erklärbarkeit des Rankings dient dem Informationsinteresse des gewerblichen Nutzers und letztlich auch dem des Verbrauchers im P2B2C-Verhältnis. Dies darf aber nicht dazu führen, dass Geschäftsgeheimnisse wie Algorithmen oder zentrale Wirkungsweisen des Plattformdienstes offengelegt werden müssen. Die EU-Kommission schließt in Artikel 5 Absatz 4 die Offenlegungspflicht der Parameter daher richtigerweise aus, soweit Geschäftsgeheimnisse nach Artikel 2 Absatz 1 der Richtlinie (EU) 2016/943 betroffen sind. Um die Funktionsweise des Rankings verständlich zu machen, sollte daher auf die grundsätzliche Erklärbarkeit abgestellt werden. Darüber hinausgehende Offenlegungspflichten sind abzulehnen und wären mit dem Prinzip der Verhältnismäßigkeit nicht vereinbar.

Inbesondere die in Artikel 5 Absatz 1 zu findende Pflicht bezüglich der Darlegung der relativen Bedeutung der bestimmenden Parameter gegenüber anderen Parametern, erscheint daher zu weitgehend. Denn das würde im Umkehrschluss dazu führen, dass letztlich alle Parameter offengelegt und deren Wirkungsweise verglichen werden müssten. Dies bedeutet letztlich, dass Online-Vermittlungsdienste Geschäftsinterna und Geschäftsgeheimnisse offenlegen müssten. Diese Verpflichtung würde die Unternehmensinteressen tiefgreifend verletzen. Dies kann vom Gesetzgeber so nicht gewollt sein und geht über das Ziel der Steigerung von Transparenz hinaus. Schließlich muss eine Supermarktkette auch nicht die Gründe für eine konkrete Produktplatzierung im Regal offenlegen. Auch kann vom Verbraucher erwartet werden, dass er sich informiert und – um beim Supermarktbeispiel zu bleiben – auch ganz unten im Regal nachsieht, welche Produkte dort zu finden sind. Niemand würde von einem Supermarkt verlangen, offenzulegen, nach welchen Marktkriterien er seine Auswahl trifft. Es besteht kein Grund dafür, in der digitalen Welt mit einem anderen Maß zu messen.

Es besteht zu Recht eine Informationspflicht darüber, ob der gewerbliche Nutzer das Ranking durch die Entrichtung von Entgelten beeinflussen kann. Allerdings sollen nach dem Willen der Kommission dabei auch indirekte Entgelte mit umfasst werden, ohne dass klargestellt wird, was indirekte Entgelte beinhaltet. Hier wäre eine Klarstellung wünschenswert oder im Idealfall die Streichung des Erfordernisses.

Ferner besteht auch eine gewisse Gefahr der Fragmentierung bezüglich der Auswahl der Parameter innerhalb des EU-Binnenmarktes. Es ist zwar positiv, dass der Online-Vermittlungsdienste selbst entscheiden kann, welche Parameter er für entscheidend erachtet. Sollte die Auswahl der Parameter jedoch gerichtlich über die in Artikel 12 vorgesehene Verbandsklage vor einem nationalen Gericht angegriffen werden, könnte dies dazu führen, dass die Gerichte unterschiedlich über die ausgewählten Parameter entscheiden. Für ein Gericht in Frankreich könnte das ausgewählte Kriterium ausreichend sein, für das Gericht in Deutschland dann aber nicht. Eine Fragmentierung in der Auslegung des Gesetzesvorschlags muss vermieden werden.

Informationen darüber, wie der gewerbliche Nutzer das Ranking positiv beeinflussen kann, sind demnach gut und richtig und verbessern sowohl die Performance des gewerblichen Nutzers auf der Plattform als auch das Angebot der Plattform selbst. Die Auswahl der Parameter darf aber nicht Klagegrund für Verbandsklagen im Sinne des Artikel 12 sein, denn sonst drohen ausufernde Anforderungen bezüglich der Auswahl der Parameter und letztlich durch unterschiedliche gerichtliche Entscheidungen Fragmentierung im EU-Binnenmarkt.

5. Differenzierte Behandlung (Artikel 6)

Artikel 6 enthält nach den Erläuterungen der EU-Kommission die Verpflichtung für Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten, in ihren 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. Mit Blick auf die Zielsetzung des Vorschlags, ist auch diese Bestimmung als positiv zu bewerten. Dennoch darf Artikel 6 nicht zu einem Nicht-Diskriminierungsprinzip ausgedehnt werden. Denn eine differenzierte Behandlung ist Teil der Vertragsfreiheit eines jeden Unternehmens und Ausdruck der Privatautonomie. Die Grundsätze der Privatautonomie gelten für alle Unternehmen, seien es Online-Vermittlungsdienste oder große Suchmaschinen.

6. Datenzugang (Artikel 7)

Artikel 7 Absatz 1 begründet die Pflicht des Online-Vermittlungsdienstes in den allgemeinen Geschäftsbedingungen darzulegen, inwieweit und ob dem gewerblichen Nutzer vertraglich Zugang zu Daten eröffnet wird und wenn ja, welche technischen Anforderungen bestehen. Ferner soll nach Artikel 7 Absatz 2 der Online-Vermittlungsdienst darlegen, ob er Zugang zu Daten hat, die vom gewerblichen Nutzer oder vom Verbraucher zur Verfügung gestellt wurden, ob der gewerbliche Nutzer Zugang zu diesen Daten hat und wenn ja, zu welchen Bedingungen. Auch an dieser Stelle ist der Grundsatz, den gewerblichen Nutzer über die Bedingungen für den Zugang bzw. den nicht vorhandenen Zugang zu Daten, die der Online-Vermittlungsdienst generiert, im Sinne einer Informationspflicht begrüßenswert. In einer Geschäftsbeziehung sollten sich beide Parteien selbstverständlich darüber im Klaren sein, zu welchen Bedingungen sie die Geschäftsbeziehung eingehen. Jedoch darf die Vorschrift nicht dahin führen, dass von der Online-Plattform eine detaillierte Auflistung aller Daten oder Datenarten verlangt wird, durch die sie dann indirekt ihre Geschäftsgeheimnisse offenlegt. Vielmehr darf es sich bei der Information nur um solche Datenkategorien handeln, die für den gewerblichen Nutzer unmittelbar für die Erfüllung seiner vertraglichen Verpflichtungen gegenüber dem Endkunden wichtig sind. Schließlich steht der Online-Vermittlungsdienst auch in einer vertraglichen Beziehung zum Datensubjekt und die eigenen Datenschutzvorschriften müssen gegenüber dem gewerblichen Nutzer und auch gegenüber dem Endkunden eingehalten werden.

Ferner ist nicht nachvollziehbar, welches Ziel die Einordnung in Datenkategorien verfolgt und was mit Kategorien genau gemeint ist.

7. Einschränkungen anderer Vertragsbedingungen (Artikel 8)

In Artikel 8 ist die Verpflichtung enthalten, dass Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten in ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen die Gründe ausführen sollen, aus denen heraus gewerbliche Nutzer in ihren Möglichkeiten eingeschränkt werden, dem Verbraucher für den Erhalt der Ware oder Dienstleistung auf anderem Wege als über den Online-Vermittlungsdienst andere Bedingungen anzubieten. In der Begründung sollen die wichtigsten wirtschaftlichen, gewerblichen oder rechtlichen Gründe für die Einschränkung angegeben werden. In dieser Bestimmung geht es daher insbesondere um die sogenannten Bestpreisklauseln, die in der Vergangenheit bereits vermehrt Gegenstand wettbewerbsrechtlicher Beurteilung waren. Der Anwendungsvorrang einschlägiger wettbewerbsrechtlicher Bestimmungen im Verhältnis zur P2B-Verordnung muss daher im Verordnungsentwurf klar herausgestellt werden. Daran fehlt es. Ohne diesen expliziten Anwendungsvorrang könnte man Artikel 8 Absatz 2 darüber hinaus dergestalt verstehen, als würden gerade Konstellationen eines nach nationalem Recht – im Einklang mit Unionsrecht – erlaubten Verhaltens eine Informationsverpflichtung nach Absatz 1 auslösen. Hier greift Absatz 2 in jedem Fall zu kurz, indem er diese Konstellationen nicht adressiert.

8. Interne Beschwerden und Mediation (Artikel 9 bis 11)

Interne Beschwerdeverfahren sind einem Gerichtsprozess klar vorzuziehen und im Interesse beider Seiten mit Blick auf Kosten und Zeit effektiver. Interner Streitschlichtung ist daher grundsätzlich der Vorzug zu geben. Jedoch muss der bürokratische Mehraufwand für die betroffene Plattform auf ein absolutes Mindestmaß reduziert werden. Insbesondere die Anforderung einer jährlichen Bilanz der Funktionsweise des Beschwerdemanagements ist zu weitgehend. Eine jährliche Analyse erfordert einen erheblichen personellen, administrativen und zeitlichen Aufwand, ohne dass dieser Aufwand durch einen wirklichen Mehrwert gerechtfertigt wäre. Diese Vorschrift sollte daher gestrichen werden. Zwar sind kleine Unternehmen (Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern und einem maximalen Jahresumsatz von 10 Millionen Euro) von den Bestimmungen ausgenommen, mittelständische Unternehmen wären jedoch betroffen.

Auch eine Mediationslösung ist grundsätzlich einer gerichtlichen Klärung vorzuziehen. Allerdings muss klar herausgestellt werden, dass die Mediation freiwillig ist und dass nicht alle Streitschlichtungsmöglichkeiten gleichzeitig in Anspruch genommen werden können. Ob die Mediation freiwillig oder obligatorisch ist, wird im Verordnungsvorschlag nicht deutlich. Auch muss klargestellt werden, dass die Beschwerdesysteme nur stufenweise eröffnet sind. Das interne Beschwerdeverfahren (Artikel 9) muss als erstes versucht werden, bevor es im zweiten Schritt in die Mediation (Artikel 10) begeben wird.

Die Regelung, dass Plattformbetreiber einen angemessenen Anteil in Höhe von mindestens der Hälfte der Kosten tragen sollen, wäre zumindest im Falle einer obligatorischen Mediation unverhältnismäßig. Das hieße nämlich, die Plattformbetreiber trügen immer, auch bei völlig unbegründeten Streitigkeiten mindestens die Hälfte der Kosten und wären somit dem Kostenrisiko auch bei haltlosen, sich immer wiederholenden Beschwerden völlig ausgeliefert. Hier sollte, wie in der außergerichtlichen Streitbeilegung generell, das Ergebnis offen bleiben und bezüglich der Kostenverteilung auf die Umstände des Einzelfalls abgestellt werden.

9. Kollektiver Rechtsschutz (Artikel 12)

Es ist nicht ersichtlich, dass europaweit einheitliche kollektive Rechtsdurchsetzungsinstrumente notwendig sind, um Verstöße von Anbietern von Online-Vermittlungsdiensten gegen Vorgaben der Verordnung zu unterbinden oder zu verbieten. Dies wäre aber eine Voraussetzung für die Anwendung von Art. 114 AEUV. Es müssten tatsächliche Hindernisse innerhalb des Binnenmarktes vorliegen, die eine europaweite Harmonisierung der nationalen Zivilprozessrechte zur Einführung kollektiver Rechtsdurchsetzungsinstrumente notwendig machen würden. Dies ist von der Kommission bislang nicht dargetan worden und lässt sich auch angesichts des Regelungsinhalts der Verordnung nicht begründen. Es ist nicht ersichtlich, dass die bestehenden Rechtsdurchsetzungsinstrumente in den Mitgliedstaaten nicht ausreichen, um eine Unterlassung der in Rede stehenden Handlungen zu verlangen.

In jedem Fall müssten mögliche missbräuchliche Auswüchse eines Kollektivklagesystems unbedingt vermieden werden. Zwar geht es hier nur um einen Klageanspruch auf Unterlassung (Beendigung oder Untersagung), aber auch bei diesem ist darauf zu achten, die Klagebefugnis möglichst eng zu fassen, um Missbräuchen vorzubeugen.

Das „berechtigte Interesse an der Vertretung gewerblicher Nutzer oder von Nutzern mit eigener Website“ wäre in jedem Fall weiter einzugrenzen. Das „berechtigte Interesse“ sollte Einrichtungen von vorneherein ausschließen, die ihr Geschäftsmodell auf Klage ausgerichtet haben, um nicht einer Klage-Industrie Vorschub zu leisten. Diese notwendigen Eingrenzungen fehlen im Verordnungsvorschlag. Die klagebefugten Organisationen oder Verbände sollten außerdem von den Mitgliedstaaten vorab benannt und in einem öffentlich zugänglichen Register geführt werden. Die Mitgliedstaaten sollten regelmäßig überprüfen, ob die Organisationen und Verbände die notwendigen Voraussetzungen für die Klagebefugnis weiterhin erfüllen.

10. Umsetzungsfrist (Artikel 15)

Die im Verordnungsvorschlag vorgesehene Umsetzungsfrist von sechs Monaten ist zu kurz bemessen. Es sollte mindestens eine Frist von 18 Monaten vorgesehen werden, sodass auch kleinere Plattformbetreiber genügend Zeit haben, sich auf die Anforderungen ein- und umzustellen.

Über den BDI

Der BDI transportiert die Interessen der deutschen Industrie an die politisch Verantwortlichen. Damit unterstützt er die Unternehmen im globalen Wettbewerb. Er verfügt über ein weit verzweigtes Netzwerk in Deutschland und Europa, auf allen wichtigen Märkten und in internationalen Organisationen. Der BDI sorgt für die politische Flankierung internationaler Markterschließung. Und er bietet Informationen und wirtschaftspolitische Beratung für alle industrierelevanten Themen. Der BDI ist die Spitzenorganisation der deutschen Industrie und der industrienahen Dienstleister. Er spricht für 39 Branchenverbände und mehr als 100.000 Unternehmen mit rund 8 Mio. Beschäftigten. Die Mitgliedschaft ist freiwillig. 15 Landesvertretungen vertreten die Interessen der Wirtschaft auf regionaler Ebene.

Impressum

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)
Breite Straße 29, 10178 Berlin
www.bdi.eu
T: +49 30 2028-0

Ansprechpartnerin

Stefanie Ellen Stündel
Referentin
T: +32 2792 1015
s.stuendel@bdi.eu

BDI-Dokumentennummer: D 0950