

## Digitalisierung – Gerechtigkeit im EU-weiten Wettbewerb

### Gleichbehandlung der Vertriebskanäle sicherstellen

- Die Digitalisierung bietet enormes Erfolgspotenzial für Unternehmen. Der Gesetzgeber muss sicherstellen, dass alle Unternehmenstypen – stationäre Händler, Webshops oder Plattformen – die Möglichkeit haben, an dieser Entwicklung teilzuhaben. Gesetze müssen technologieneutral sein und gesetzliche Pflichten ausgewogen zwischen diversen Akteuren oder Vertriebsformen verteilt werden.
- Die Herausforderung liegt darin, allgemeingültige Vorschriften zu verfassen – gerade im Hinblick auf mögliche weitere Plattformregulierung sowie die angekündigte Überarbeitung der Gruppenfreistellungsverordnung. Es muss unbedingt vermieden werden, Regeln aufzustellen, die vornehmlich auf bestimmte Sektoren, Unternehmen oder Dienste (z.B. Suchmaschinen oder soziale Netzwerke) ausgerichtet sind. Aus Sicht des Handels bedeutet das, kohärente Konzepte für die Digitalisierung des Binnenmarkts zu finden und Insellösungen zu vermeiden.

### Fairen Wettbewerb im EU-Binnenmarkt garantieren

- Die Digitalisierung ermöglicht mehr Wettbewerb im EU-Binnenmarkt, den es fair zu gestalten gilt. Für Unternehmen, die ihren Sitz außerhalb der EU haben, aber in der EU tätig sind, müssen im Hinblick auf die Regeln und Pflichten dieselben Maßstäbe angewendet werden wie für Unternehmen aus EU-Mitgliedstaaten. Insbesondere im Bereich Datenschutz, Verbraucherschutz und Produktsicherheit bestehen derzeit Standortnachteile für europäische Unternehmen.
- Während die in der EU ansässigen Händler hohe Investitionen in die Produktsicherheit und die Umsetzung der verbraucher-schützenden Vorschriften tätigen müssen, sparen Händler außerhalb der EU diese Kosten.
- Auch Produkte aus Nicht-EU-Staaten, die über Plattformen verkauft und über Fulfillment-Center importiert werden, müssen den europäischen Sicherheitsstandards entsprechen. Plattformbetreiber und Fulfillment-Center sollen in die Pflicht genommen werden und dieselben rechtlichen Auflagen wie andere Händler erfüllen, sofern sie wie ein Händler auftreten. Bei Verkäufen von nicht in der EU produzierten Waren muss es einen Produktverantwortlichen im Sinne des europäischen Produktsicherheitsrechts in der EU geben.

### Worin sehen Händler die größten Probleme in der Zusammenarbeit mit Online-Marktplätzen?



Mehrfachnennungen möglich; \* z. B. Produkt- oder Accountsperrungen  
Quelle: HDE-Marktplatzumfrage, beantwortet von 147 Händlern

### Transparenz und Fairness auf Plattformen sichern

- Das Wachstum des Online-Handels wird von einer zunehmenden Marktkonzentration und einem Boom des Verkaufs über Online-Marktplätze begleitet. Gerade kleine und mittelständische Händler können hier mit wenig Aufwand in den Online-Vertrieb einsteigen. Gleichzeitig nimmt jedoch auch die wirtschaftliche Abhängigkeit dieser Händler von marktstarken Plattformen zu. Viele Anbieter fühlen sich von ihren Vertragspartnern ungerecht behandelt und sehen sich mit potenziell missbräuchlichen Vertragsklauseln und unlauteren Geschäftspraktiken konfrontiert.
- Als praxisorientierte Maßnahme fordert der HDE eine Generalklausel für die AGB-Kontrolle von Online-Plattformen, welche einheitlich in Europa gilt und von den nationalen Gerichten angewandt werden kann. Diese soll sicherstellen, dass der Plattformbetreiber – unabhängig von seinem Sitz – seinen Vertragspartner durch AGB nicht unangemessen benachteiligen darf.
- Supranationale Plattformen dürfen sich dem bestehenden wettbewerbsrechtlichen Rahmen nicht aufgrund ihrer Marktgröße entziehen. Um die Einhaltung des bestehenden Rechtsrahmens zu gewährleisten, muss eine effektive Missbrauchskontrolle auch auf europäischer Ebene durch die Europäische Kommission gewährleistet werden.