

VELFUNKTERENDE MARKEDER

#83 | Februar 2026

DANSKE VIRKSOMHEDERS ERFARINGER MED P2B-REGLERNE

Denne artikel præsenterer hovedresultaterne fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgekemaundersøgelse om danske virksomheders kendskab til P2B-reglerne og deres erfaringer med dem.

Undersøgelsen viser, at danske virksomheder generelt har et vist kendskab til P2B-reglerne og den beskyttelse, de giver i handelsforholdet med online markedspladser. Undersøgelsen viser samtidig, at de største udfordringer for danske virksomheder, når de benytter online markedspladser til

at sælge varer eller tjenester, er uklare kriterier for rangordning og ugenomsigtige kontraktvilkår.

Læs artiklen ↓

1. Indledning

Platform-to-Business-forordningen (P2B-forordningen)¹ har været gældende siden den 12. juli 2020 og etablerede den første harmoniserede EU-retslige ramme specifikt for online *formidlingstjenester* og *søgemaskiner*.

Forordningen regulerer forholdet mellem virksomheder og digitale platforme og har til formål at beskytte især små og mellemstore virksomheder, der sælger varer eller tjenester via online platforme, jf. Boks 1.

I Danmark er P2B-forordningen implementeret i P2B-loven. Både forordningen og P2B-loven håndhæves i Danmark af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.²

Boks 1: Undersøgelsen kort fortalt

P2B-forordningen gælder for alle digitale platforme, uanset etableringssted, der forbinder virksomheder med forbrugere i EU.

Forordningen indeholder en række forpligtelser, som platformene skal overholde, som fx at:

- sikre gennemsigtighed i deres generelle vilkår og betingelser (jf. artikel 3)
- begrunde, hvis platformen begrænser, suspenderer eller ophører med tjenester over for virksomheder (jf. artikel 4)
- oplyse, hvordan søgeresultater rangordnes (jf. artikel 5)
- oplyse, hvem der har adgang til data genereret på platformen (jf. artikel 9)
- etablere et effektivt internt klagebehandlingssystem (jf. artikel 11).

Disse krav skal styrke gennemsigtighed, retfærdighed og effektive klagemuligheder for virksomheder, der benytter digitale platforme.³

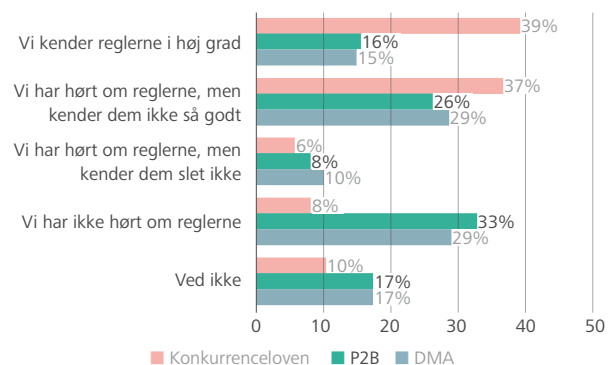
Styrelsens undersøgelse, som blev gennemført i slutningen af 2024, kortlægger i hvilken grad danske virksomheder kender P2B-reglerne. Undersøgelsen var rettet mod private virksomheder, der sælger varer og tjenester via tredjeparts online markedspladser, og fokuserer på brancher, som ofte anvender disse platforme, nemlig; finans og forsikring,

medier, detail- og engroshandel, IT og informationstjenester, kultur og fritid, rejsebureauer, rengørings- og driftstjenester, reklame og andre erhvervstjenester samt energiforsyning. 2.173 virksomheder gennemførte undersøgelsen svarende til en svarprocent på 14 pct.⁴

2. Danske virksomheders kendskab til P2B-reglerne

P2B-reglerne blev indført i 2020 og er dermed forholdsvist nye. Det er ca. halvdelen af de adspurgte virksomheder som har hørt om P2B-reglerne. Danske virksomheder har dermed omtrent lige så godt kendskab til P2B-reglerne, som de har til den nyere forordning Digital Markets Act (DMA),⁵ som trådte i kraft i 2022 og er blevet anvendt siden 2023, jf. Figur 1.

Figur 1: Hvilket kendskab har I til P2B- reglerne?



Note: n=506 virksomheder.

Q: Enkelt svar spørgsmål.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelse, 2024.

DMA regulerer de største digitale tjenester og har haft større politisk og mediemæssig opmærksomhed end P2B-reglerne. Det har antageligt bidraget til at styrke kendskabet til DMA. Konkurrencereglerne har været gældende i mange år og står væsentligt klarere i virksomhedernes bevidsthed end de nye regler om hhv. P2B og DMA.

Der er størst kendskab til P2B-reglerne blandt de største virksomheder og inden for finans- og forsikringsbranchen, jf. Boks 2.

¹ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1150 af 20. juni 2019 om fremme af retfærdighed og gennemsigtighed for brugere af onlineformidlingstjenester (EUT L 186 af 11.7.2019).

² P2B-forordningen er en direkte anvendelig EU-lovgivning, og dens centrale bestemmelser er umiddelbart bindende i alle medlemsstater. National implementering følger af artikel 15 i P2B-forordningen og fastlægger de specifikke mekanismer og håndhævelsesbeføjelser, herunder udpegelsen af den kompetente myndighed.

³ Se nærmere om P2B-reglerne i KFST (2020) P2B-forordningen – Et overblik, tilgængelig på: <https://kfst.dk/media/xwethqhp/overblik-p2b-forordning-til-hjemmesiden-juni-2020.pdf>.

⁴ 506 af respondenterne (24 pct.) svarede at de benytter online markedspladser til at sælge eller udbyde deres produkter.

⁵ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2022/1925 af 14. september 2022 om åbne og fair markeder i den digitale sektor.

Boks 2: Kendskabet til P2B-reglerne varierer betydeligt på tværs af brancher og virksomhedsstørrelser.

Finans- og forsikringsbranchen skiller sig klart ud med det højeste kendskab – hele 44 pct. angiver, at de kender reglerne i høj grad, og ingen i denne gruppe har svaret, at de aldrig har hørt om reglerne. Både medie- og handelsbranchen ligger tæt på gennemsnittet, mens kultur- og fritidsbranchen samt IT-branchen har højere andele, der aldrig har hørt om reglerne (henholdsvis 42 pct. og 34 pct.).

Kendskabet til P2B-reglerne stiger generelt med virksomhedens størrelse. Blandt virksomheder uden ansatte kender 13 pct. reglerne godt, mens 38 pct. slet ikke har hørt om dem. For virksomheder med mere end 10 ansatte kender omkring 20-25 pct. reglerne godt.

Manglende kendskab til P2B-reglerne kan begrænse forordningens effektivitet. Virksomheder, som ikke kender til deres rettigheder, kan hverken udøve dem effektivt eller holde platformene ansvarlige. Når virksomheder ikke kender deres rettigheder, er de også mindre tilbøjelige til at stille spørgsmål ved platformens adfærd eller søge hjælp. Det kan i nogle tilfælde betyde, at virksomheder accepterer urimelige vilkår.

3. Virksomheders oplevelse af platformsadfærd, som er reguleret af P2B-reglerne

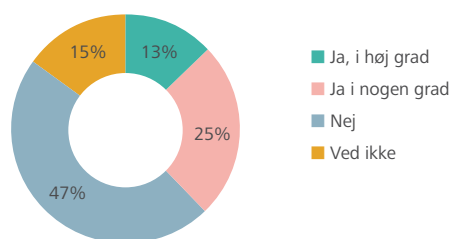
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelse har også afdækket specifikke typer af platformsadfærd, som er reguleret af P2B-reglerne, for at forstå, hvordan danske virksomheder oplever disse praksisser. Formålet er at få større indsigt i virksomhedernes erfaringer, hvilket kan danne grundlag for fremtidig vejledning, overvågning eller øget tilsyn.

1. Gennemsigtighed og ændringer i platformes handelsbetingelser

P2B-forordningens artikel 3 forpligter platforme til at udarbejde deres vilkår og betingelser i et almindeligt og tydeligt sprog. Vilkårene skal sikre et rimeligt niveau af forudsigelighed for virksomhederne, og må derfor ikke være vage, upræcise eller vildledende. Disse krav har således bl.a. til formål at styrke gennemsigtigheden og forståelsen af handelsbetingelser og forebygge urimelige praksisser.

En ret stor del (knap 40 pct.) af de adspurgte virksomheder, der sælger varer eller tjenester via online markedspladser, finder, at det i høj eller i nogen grad er vanskeligt at forstå platformenes handelsbetingelser, jf. Figur 2.

Figur 2: Oplever I, at det er svært at gennemskue og forstå handelsbetingelserne på markedspladsen?



Note: n=506 virksomheder.

Q: Enkelt svar spørgsmål.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgeskemaundersøgelse, 2024.

Hotelbranchen skiller sig ud, idet hele 30 pct. af de adspurgte i den branche har svaret, at det i *høj grad* er svært at gennemskue og forstå handelsbetingelserne på de platforme, som anvendes i branchen. I detail- og engroshandel gælder det kun for 12 pct., mens finanssektorens svar giver et billede af, at de ikke har nogle udfordringer.

Artikel 3 i P2B-forordningen kræver også, at online markedspladser informerer virksomhederne om enhver foreslået vilkårsændring med mindst 15 dages varsel, medmindre andet er aftalt. Denne varselsperiode har til formål at sikre, at virksomheder bliver informeret på forhånd om ændringer, så de har mulighed for at fx opsige deres kontrakt eller foretage nødvendige ændringer, før de nye vilkår træder i kraft.

34 pct. af de adspurgte virksomheder svarer dog, at de i høj eller nogen grad har oplevet pludselige og uvarslede ændringer. Hotel- og IT-branchen har de højeste andele, med henholdsvis 43 pct. og 50 pct. Det peger på, at forpligtelserne i medfør af artikel 3 ikke overholdes konsekvent.

Disse resultater er på linje med Europa-Kommissionens evaluering af P2B-forordningens virkninger fra 2023, hvoraf det fremgår, at *"a significant numbers of business users have structurally reported that they find the terms and conditions used by online intermediation services unclear"*,⁶ og at *"they require at least 16 years of education in order to understand them"*.⁷

Det er vigtigt, at virksomheder har adgang til klare og detaljerede oplysninger om de betingelser, der gælder på platformen. Tydelige og transparente vilkår og betingelser

6 Commission Staff Working Document accompanying the Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the first preliminary review on the implementation of Regulation (EU) 2019/1150 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services (COM(2023) 525 final P), p.9 [hereafter: EC (2023) Staff Working Document] tilgængelig på: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52023SC0300>.

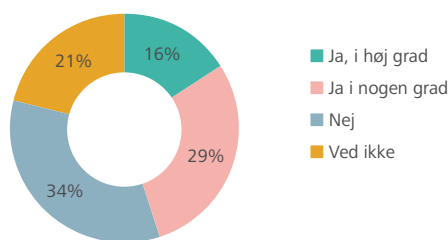
7 EC (2023) Staff Working Document, p.10.

gør det også muligt for virksomheder at sammenligne platformspraksisser og træffe mere informerede valg om brug af forskellige platforme.

II. Rangering på online markedspladser

Den største bekymring for mange danske virksomheder handler om uklarhed om, hvordan online markedspladser rangordner produkter og tjenester.⁸ Styrelsens undersøgelse viser, at 45 pct. af de adspurgte virksomheder oplever uklarhed om, hvordan rangordning fungerer på online markedspladser, jf. Figur 3. Denne usikkerhed opleves særligt i hotelbranchen (64 pct.), mediebranchen (61 pct.) og IT-branchen (54 pct.).

Figur 3: Oplever I, at det er uklart hvordan markedspladsen rangerer produkterne/services?



Note: n=506 virksomheder.

Q: Enkelt svar spørgsmål.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgeskemaundersøgelse, 2024.

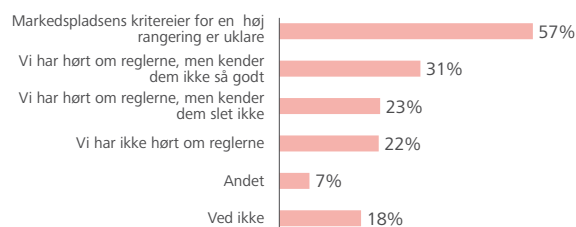
Rangering har direkte kommerciel betydning for virksomhederne. Studier har vist en væsentlig og positiv sammenhæng mellem rangeringen af et produkt og forbrugernes valg, fordi brugere er mere tilbøjelige til at klikke på et resultat, jo højere oppe i rangeringen det er.⁹ Markedspladsens rangering af resultater kan derfor direkte påvirke virksomhedernes omsætning og indtjening.

For at skabe større forudsigelighed med hensyn til rangering, forpligter artikel 5 i P2B-forordningen platforme til at oplyse de vigtigste parametre for rangordning, herunder muligheden for betaling for højere rangering, og hvordan dette påvirker søgeresultaterne. Artikel 5 pålægger således platformene en forpligtelse til at forklare, i hvilket omfang deres rangordning styres af virksomhedernes produkter og priser mv. på platformen, eller andre faktorer, som fx det vederlag virksomheden betaler til platformen. Disse gennemsigtighedsforpligtelser har til formål at fremme fair

konkurrence, øge forudsigeligheden og hjælpe især mindre virksomheder med at styrke deres synlighed og tilpasse deres udbud efter platformens kriterier.¹⁰

Blandt de virksomheder, der oplever uklarhed om rangordning, peger et flertal (57 pct.) på manglende gennemsigtighed i forhold til hvilke faktorer, der fører til en høj rangering, jf. Figur 4. Disse bekymringer er særligt udbredte i IT-branchen (78 pct.) og mediebranchen (73 pct.), hvor mange virksomheder udtrykker stor usikkerhed om platformenes kriterier for rangordning. Knap en tredjedel af virksomhederne angiver, at det ikke fremgår tydeligt, hvor meget man skal betale eller hvilket resultat man kan forvente, hvis man betaler for højere rangering. Usikkerhed om mulighederne for at betale for højere rangering er særligt tydelig i hotelbranchen, hvor halvdelen af respondenterne oplever, at det er uklart, hvad en betaling indebærer, eller hvilken rangering den vil medføre.¹¹

Figur 4: På hvilken måde er det uklart, hvordan markedspladsen rangerer produkterne?



Note: n=230 virksomheder.

Q: Multipelt spørgsmål.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgeskemaundersøgelse, 2024.

Resultaterne af undersøgelsen ser ud til at være i overensstemmelse med konklusionerne fra Europa-Kommissionens evaluering af P2B-forordningens virkninger fra 2023, hvor det rapporteres, at "*a third of all the terms and conditions of the online platforms under review contained information on the main ranking parameters, and even in those cases the descriptions were provided in rather general terms. It was also not clear in all cases whether the descriptions effectively responded to the obligation in Article 5 of the P2B Regulation*".¹²

8 P2B-forordningen definerer i artikel 2.8. rangordning som den relative fremtrædende placering af de varer eller tjenesteydelser, der tilbydes via platforme, eller den relevans, der tildeles søgeresultater af onlinesøgemaskiner, som de præsenteres, opstilles eller kommunikerer af udbydere af platforme, uanset hvilke teknologiske midler der anvendes til en sådan præsentation, opstilling eller kommunikation.

9 Commission staff working document impact assessment accompanying the document Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services, {COM(2018) 238 final}, s. 13, tilgængelig på: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/1161-Fairness-in-platform-to-business-relations_en

10 I december 2020 udstedte Kommissionen særlige retningslinjer for rangordning for at hjælpe platforme med at overholde reglerne og sikre, at virksomheder har redskaberne til at forbedre deres digitale tilstedeværelse. Retningslinjer er tilgængelig på: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/854da69e-391f-11eb-b27b-01aa75ed71a1/language-en>.

11 Dette aspekt henviser til en situation, hvor en virksomheds placering i rangordningen af produkter eller tjenester påvirkes af yderligere betalinger til platformen. Disse kan være direkte betalinger eller en forøgelse af provisionen pr. transaktion. For mere om dette emne, se KFST-artiklen "Do ranking boosts harm consumers and competition? Indicative evidence from online travel agencies" (2023), tilgængelig på: <https://kfst.dk/media/v0snxsvj/ranking-boosts.pdf>.

12 EC (2023), Rapport om den første foreløbige gennemgang af P2B-forordningen, COM(2023) 525 final, s. 9 (herefter: EC (2023) Rapport) tilgængelig på: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/report-commission-first-preliminary-review-p2b-regulation>

Når virksomheder ikke klart kan forstå, hvordan rangordning bestemmes, står de over for kommerciel usikkerhed og kan have svært ved at optimere deres markedsføring på platformen. Samtidig kan det forhindre virksomhederne i at sammenligne forskellige platformes rangordningspraksisser, hvilket reducerer konkurrencen mellem onlineplatforme.

III. Klagemuligheder overfor online markedspladser

Der er blandede erfaringer med muligheden for at benytte platformenes interne klagesystemer. Klagehåndtering er centralt i forholdet mellem platform og virksomhed. Muligheden for at klage direkte til platformen er fortsat den primære og mest almindelige tilgang for virksomheder, der oplever problemer på platformen.¹³

I medfør af artikel 11 og 12 i P2B-forordningen er udbydere af onlineformidlingstjenester forpligtet til at etablere et gratis, lettilgængeligt og effektivt internt klagehåndteringssystem til virksomheder, der benytter tjenesten. Udbyderne er også forpligtet til at udpege mindst to uafhængige mæglere, som skal fremgå af platformens handelsbetingelser.

Formålet med disse mekanismer er at sikre en effektiv, fair og rettidig behandling af klager og at give virksomheder mulighed for at få løst tvister uden at skulle ty til retssystemet eller lignende.

Det er ca. 30 pct. af de adspurgte virksomheder, som svarer, at de i høj eller nogen grad har oplevet vanskeligheder med at komme i kontakt med onlinemarkedspladsen for at løse et problem. Hotelbranchen og IT-branchen har lidt flere udfordringer end de øvrige brancher i analysen. Til sammenligning angiver 54 pct. samlet set, at de *ikke* har oplevet sådanne problemer.¹⁴ Finanssektoren, rejsebureauer samt rengøringsbranchen rapporterer færrest problemer.

Ca. en fjerdedel af virksomhederne oplyser endvidere, at det i høj eller nogen grad ikke har været muligt at indsende en klage til online markedspladsen.

For de virksomheder, der har indsendt en klage til en online markedsplads, er det ikke altid de får et svar. Ca. 18 pct. angiver, at de i høj eller nogen grad ikke har modtaget svar. Størstedelen (62 pct.) angiver dog, at de ikke har oplevet dette problem.¹⁵ Hotelbranchen og IT-branchen har de mest positive erfaringer med at få svar på deres henvendelser.

Samlet set tyder undersøgelsen på, at en betydelig del af virksomhederne oplever udfordringer i dialogen med online markedspladser. Dette stemmer overens med Europa-Kom-

missionens evaluering af P2B-forordningens virkninger fra 2023.¹⁶

4. Konklusion

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelse viser, at danske virksomheder har et vist kendskab til P2B-reglerne og den beskyttelse de giver dem i handelsforholdet med online markedspladser. Kendskabet er højest blandt større virksomheder og inden for finansierings- samt forsikringsbranchen.

Den hyppigst rapporterede udfordring, der reguleres af P2B-reglerne, handler om uklarhed i forhold til hvordan online markedspladser rangordner produkter og tjenester. 45 pct. af virksomhederne finder markedspladsens rangordningspraksis uklar.

Derudover nævner mange virksomheder, at de oplever vanskeligheder med at forstå markedspladsens handelsbetingelser samt udfordringer med uvarslede vilkårsændringer. I alt vurderer 38 pct. at deres kontraktvilkår er vanskelige at forstå, mens 34 pct. har oplevet ændringer i vilkårene uden forudgående varsel.

Samlet set kan undersøgelsen tyde på, at udbydere af onlineformidlingstjenester ikke konsekvent overholder P2B-forordningen. Begrænset kendskab til reglerne blandt danske virksomheder, kombineret med en uens implementering af forpligtelserne af onlineplatformene, kan medføre, at P2B-reglernes faktiske effekter begrænses.¹⁷

Siden P2B-reglerne trådte i kraft, har styrelsen arbejdet for at øge kendskabet til reglerne. Dette omfatter etableringen af en dedikeret P2B-hjemmeside med vejledning til platformsudbydere og virksomheder,¹⁸ deltagelse i seminarer og individuelle vejledningsindsatser. Derudover er styrelsen del af et uformelt myndighedsnetværk, som fremmer en ensartet håndhævelse på tværs af EU. Målet er at sikre, at virksomheder i større omfang bliver bevidste om deres rettigheder og muligheder i relation til P2B-reglerne.

Afslutningsvis er det relevant at fremhæve, at Europa-Kommissionen den 19. november 2025 fremlagde et lovforslag, den såkaldte Digital Omnibus-forordning, som indeholder en række ændringer af den eksisterende digitale regulering. Forslaget indebærer bl.a. en ophævelse af P2B-forordningen.¹⁹ Visse bestemmelser i P2B-forordningen, herunder

¹³ EC (2023) Staff Working Document, p.19.

¹⁴ Det må dog forventes, at i hvert fald nogle af virksomhederne, der har svaret at de ikke har oplevet sådanne problemer, heller ikke har prøvet at få kontakt med markedspladsudbyderen (fx fordi de ikke har haft behov for det). Derfor kan problemet med at komme i kontakt med udbyderne være større, end de 30 pct., der har oplevet problemer, indikerer.

¹⁵ Lige som det bemærkes i fodnote 13, må det dog forventes at i hvert fald nogle af virksomhederne ikke har prøvet at indsende en klage.

¹⁶ EC (2023) Rapport, s.10. Europa-Kommissionens gennemgang peger på, at en af de faktorer, der begrænser effektiviteten af klagehåndteringsmekanismerne, er manglende klarhed omkring visse begreber og termer, herunder forståelsen af begrebet "klage" i henhold til P2B-forordningen.

¹⁷ I den forbindelse bør det understreges, at undersøgelsen ikke giver nogen direkte indikation af det faktiske niveau af platformenes overholdelse af P2B-forordningen. Undersøgelsens formål er at give indsigt i erhvervsbrugernes erfaringer og oplevelser.

¹⁸ Cf. <https://kfst.dk/konkurrenceforhold/tech-virksomheder/platform-to-business>.

¹⁹ Forslaget kan findes på: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-omnibus-regulation-proposal>. Artikel 10 vedrører ophævelsen af P2B-forordningen.

reglerne om suspension, opsigelse og begrænsninger (artikel 4) samt kravene til et internt klagehåndterings-system (artikel 11), vil ifølge forslaget fortsat være gældende frem til den 31. december 2032. På tidspunktet for offentliggørelsen af denne artikel behandles lovforslaget af Europa-Parlamentet og Rådet.

