

## Abmahnfalle Amazon

**Amazon verkauft nicht nur selbst, sondern ist mittlerweile neben eBay auch wohl eine der größten Handelsplattformen im Internet. Für die Händler ist der Verkauf auf Amazon aufgrund der Reichweite und Bekanntheit von Amazon wirtschaftlich interessant. Allerdings gibt es beim Verkauf auf Amazon etliche Probleme für Händler, da ihre Gestaltungsspielräume auf Amazon stark begrenzt sind und so eine Abmahnung für Amazon-Händler drohen kann.**

Hier einige der Stolperfallen bei Amazon die für Händler zu Abmahnungen führen können:

### Zentrale Artikelbeschreibung

Amazon hält Artikelbeschreibungen zentral vor und weist ihnen eine sogenannte ASIN als eindeutige Kennung zu. Jeder Händler der ein bestimmtes Produkt verkaufen will und welches schon als Artikel bei Amazon existiert, kann sich an dieses Produkt „anhängen“ es also unter der gleichen ASIN verkaufen. Aus diesem Grund gibt es für den gleichen Artikel häufig mehrere Anbieter. Dies mag für den Kunden und Amazon bequem sein, für den Händler ergeben sich dadurch aber Risiken.

Zum einen kann sich die Artikelbeschreibung nachträglich ändern, so dass diese dann nicht mehr im Einklang mit dem vom jeweiligen angebotenen Produkt steht, was ggfs. irreführend wäre.

Zum Anderen ergibt sich dann ein Problem, wenn es sich - z.B. bei einem auf Amazon vermeintlich angebotenen No-Name Produkt - tatsächlich um ein Markenprodukt handelt. Bietet ein Händler dann unter derselben ASIN ein anderes als das Markenprodukt an - z.B. das baugleiche No-Name Produkt - an, liegt hierin eine [Markenrechtsverletzung](#). Entsprechende Ansprüche für Markeninhaber haben wir bereits mehrfach erfolgreich durchgesetzt (z.B. LG Stuttgart, [Beschluss vom 12.09.2013 - Az. 17 O 1263/13](#); Beschluss vom 15.11.2013 – Az. 17 O 1640/13; LG Stuttgart, Beschluss vom 15.01.2014 – Az. 17 O 43/14; LG Stuttgart, Urteil vom 14.10.2014 – Az. 17 O 800/14). Auch haben wir bereits mehrfach Händler vertreten, die wegen einer solchen Markenrechtsverletzung in Anspruch genommen wurden, da sie überhaupt nicht bemerkt hatten, dass es sich bei den angebotenen Produkten um Markenprodukte handelt.

Händler sollten daher genau darauf achten, unter welcher Artikelbeschreibung und ASIN sie ihre Produkte anbieten und im Zweifel lieber eigene Artikelbeschreibungen bei Amazon erstellen.

### Weiterempfehlungs-Funktion

Amazon verfügt auf seiner Webseite über eine Weiterempfehlungs-Funktion, die der Händler weder an- noch abschalten kann. Solche Weiterempfehlungs-E-Mails sind rechtlich

problematisch. Der BGH ([Urteil vom 12.09.2013 – Az. I ZR 208/12](#)) stuft solche Empfehlungs-E-Mails ohne Einwilligung des Empfängers als unverlangt versandte Werbung, also Spam ein. Auch die Funktion bei Amazon wurde nun wohl vom OLG Hamm (Az. I-4 U 154/14) als wettbewerbswidrig eingestuft. Auch wurde die Haftung eines Händlers für die Weiterempfehlungsfunktion von Amazon bejaht, da sich dieser die Verkaufsplattform schließlich ausgesucht habe. Die Vorinstanz beim LG Arnsberg ([Urteil vom 30.10.2014, Az. I-8 O 121/14](#)) hatte das noch anders gesehen.

## UVP Preisangaben

Die zentrale Artikelbeschreibung führt auch zu Problemen bei UVP-Preisen. Solche unverbindlichen Preisangaben des Herstellers müssen zutreffend sein, da sonst eine wettbewerbsrechtliche Irreführung vorliegt. Da sich UVP-Angaben des Herstellers über die Zeit auch mal ändern können, kann es selbst bei Angeboten, bei denen der UVP-Preis ursprünglich stimmte dazu kommen, dass diese Angabe veraltet und dann nicht mehr stimmt, was wettbewerbswidrig ist. Amazon fügt mitunter solche UVP-Preise in die Artikelbeschreibungen ein. Stimmt der von Amazon eingestellte UVP-Preis allerdings nicht mehr und bietet ein Händler seine Ware unter dieser Artikelbeschreibung dennoch an, haftet er selbst hierfür auch wenn Amazon die Angabe eingestellt hat (OLG Köln, Beschluss vom 23.09.2014 - Az. 6 U 115/14; [OLG Köln, Urteil vom 28.05.2014 - Az. 6 U 178/13](#)).

## Produktfotos

Lädt ein Händler eigene Produktfotos hoch, kommen Urheberrechtsverletzungen in Betracht, wenn diese Fotos bei Angeboten anderer Händler angezeigt werden, was bei Amazon regelmäßig geschieht. Zwar sehen die AGB von Amazon vor, dass an hochgeladenen Bilder entsprechende Rechte eingeräumt werden, allerdings ist die Frage ob und inwieweit diese Rechteeinräumung tatsächlich wirkt. Das LG Köln sehen in einer solchen Verwendung durch Dritte Händler keine Urheberrechtsverletzung (Urteil vom 13.02.2014 - Az. 14 O 184/13). Anders sehen dies das LG Stuttgart ([LG Stuttgart, Urteil vom 25.02.2014 - Az. 17 S 4/13](#)) und das LG Nürnberg-Fürth ([Urteil vom 04.02.2011 – 4 HK O 9301/10](#)).

Wurden die Bilder ursprünglich ohne Zustimmung des Urhebers hochgeladen, liegt übrigens stets eine Urheberrechtsverletzung vor (LG Köln, Hinweisbeschluss vom 16.11.2012 - Az. 28 O 814/11).

Da Händler regelmäßig nicht beurteilen können, wer mit welcher Berechtigung die Fotos hochgeladen hat, sollte auf die Verwendung von Fotos Dritter bei unklarer Urheberschaft möglichst generell verzichtet werden.

## Vorvertragliche Informationspflichten

Online-Händler müssen diverse Informationspflichten gegenüber Verbrauchern erfüllen, wie z.B eine Belehrung über das Widerrufsrecht. Auch verwenden viele Händler AGB.

Zwar können Händler diese Informationen bei Amazon hinterlegen, allerdings werden diese

Informationen dem Käufer im Rahmen seiner Bestellung nicht unbedingt angezeigt, bzw. im Fall von AGB fehlt es an der wirksamen Einbeziehung, da alleine der von Amazon verwendete Hinweis

*„Für weitere Informationen, Impressum, AGB und Widerrufsrecht klicken Sie bitte auf den Verkäufernamen.“*

hierfür wohl nicht ausreicht. Bei der abschließenden Bestellübersicht wird zudem nur auf die AGB von Amazon verwiesen.

Es ist Händlern daher immer noch unmöglich ihren gesetzlichen Informationspflichten nachzukommen, da Amazon eine rechtskonforme Einbettung nicht ermöglicht. Da dies aber alle Händler auf Amazon gleichermaßen betrifft, halten sich die Rechtsstreitigkeiten diesbezüglich bislang noch in Grenzen.

### **Fazit**

Amazon ist Chance und Risiko für Händler zugleich. Mit etwas Vorsicht lassen sich manche Abmahnrisiken vermeiden, aber leider nicht alle. Der Handel auf Amazon bleibt somit mit Risiken verbunden, so lange Amazon hier nicht nachbessert.