

von Dr. Bea Brünen

Amazon: Doppelt angelegte Katalogseite ist wettbewerbswidrig

Die Möglichkeit, sich an bestehende Angebote auf der Plattform Amazon "anzuhängen", bereitet zahlreichen Online-Händlern Kopfzerbrechen. Doch auch das "Nicht-Anhängen" kann zu einer rechtlichen Stolperfalle werden. Das OLG Hamm hat nun entschieden, dass die Neuanlage einer Katalogseite für ein bereits vorhandenes Produkt irreführend und damit wettbewerbswidrig ist.

A. Das Problem mit dem Anhängen auf Amazon

Amazon vergibt für jedes identische Produkt einmalig eine sogenannte ASIN ("Amazon-Standard-Identifikations-Nummer"), anhand derer Produkte auf Amazon identifiziert werden können. Dabei richtet der Händler als Ersteller eine ASIN für das Produkt ein. Alle anderen Händler, die einen identischen Artikel anbieten möchten, können bzw. sollen das Produkt nun an das identische Angebot des Erstellers "anhängen". Die Folge: Mehrere Händler bieten identische Artikel unter einer ASIN an. Auf diese Weise wird jede abgebildete Ware mit einer entsprechenden Beschreibung stets nur einmal dargestellt, selbst wenn eine Mehrzahl von Online-Händlern das betreffende Produkt anbietet.

Für Kunden ist das "Anhängen" praktisch, da diese auf einen Blick die Preise für identische Produkte vergleichen können. Für Online-Händler hingegen kann das "Anhängen" zur teuren rechtlichen Stolperfalle werden. Hintergrund dessen ist, dass sowohl Amazon als auch alle Händler, die Produkte unter einer ASIN anbieten, die Katalogseite jederzeit ändern können - mit weitgehenden Haftungsfolgen:

? So hat der BGH mit Urteil vom 3. März 2016 (I ZR 220/15) entschieden, dass Händler für Wettbewerbsverletzungen von Amazon - trotz fehlender Kenntnis und Einflussmöglichkeit auf den Wettbewerbsverstoß - gemäß §§ 8, 3, 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 Nr. 2 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) auf Unterlassung haften.

? Mit Urteil vom gleichen Tag stellte der BGH zudem fest, dass Händler für Markenverletzungen Dritter haften (BGH, Urteil vom 03.03.2016, I ZR 140/14).

B. Der Sachverhalt

Händler treffen daher weitgehende Überwachungs- und Prüfpflichten, denen diese - insbesondere bei einer hohen Anzahl von angebotenen Produkten - kaum nachkommen können. Im zugrundeliegenden Streitfall des OLG Hamm hat ein Händler versucht, die kosten- und zeitintensiven Kontrollpflichten zu umgehen, indem er bei zahlreichen Artikeln eine neue ASIN und dementsprechend neue Katalogseiten erstellte. Das Problem dabei: Kunden konnten nicht auf ersten Blick sehen, dass die jeweiligen Artikel noch von weiteren Händlern angeboten werden. Ein Preisvergleich war demnach nicht möglich. Insbesondere fehlte auch der Hinweis "Dieser Artikel wird auch angeboten von [...]"

C. Die Entscheidung: Neuanlage einer Artikelseite für ein bereits vorhandenes Produkt ist irreführend

Das OLG Hamm hat seine bereits im Rahmen eines Hinweisbeschlusses geäußerte Rechtsauffassung (wir **berichteteten**) mit seinem Urteil vom 12. Januar 2017 (I-4 U 80/16) bestätigt.

Darin stellte es fest, dass die Neuanlage einer weiteren Katalogseite für ein bereits angelegtes Produkt irreführend im Sinne des § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG sei. Nach dieser Vorschrift ist eine geschäftliche Handlung irreführend, wenn sie unwahre oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über die wesentlichen Merkmale der Ware enthält, wobei die Vorschrift zu den wesentlichen Merkmalen der Ware auch deren Verfügbarkeit zählt. Zur Verfügbarkeit einer Ware gehört wiederum die Frage, ob die Ware nur bei einem bestimmten Unternehmer oder auch bei anderen Unternehmern bezogen werden kann.

Die Nutzer von Amazon gehen davon aus, dass alle identischen Produkte über eine einzige Artikelseite aufzufinden sind. Durch die Praxis des beklagten Händlers werde ihnen jedoch der Eindruck vermittelt, dass der Händler der einzige Anbieter eines solchen Produkts ist. Aus diesem Grund sei die Neuanlage einer Artikelseite für ein bereits angebotenes Produkt irreführend und somit wettbewerbswidrig.

D. Fazit

Online-Händlern ist dringend davon abzuraten, eine neue Katalogseite für ein bereits über eine Angebotsseite angebotenes Produkt anzulegen. Wollen sich Händler an bereits bestehende Angebote anhängen, sollten sie kontrollieren, ob es zu dem Produkt eventuell mehrere Artikeldetailseiten gibt. Existieren bereits Katalogseiten, sollten sich Online-Händler an die älteste Katalogseite anhängen.

Autor:

Dr. Bea Brünen

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)