

von Rechtsanwalt Jan Lennart Müller

Die Haftung des Online-Händlers für Fehler von Amazon

Die Online-Plattform Amazon genießt seit Jahren großen Erfolg und stellt deshalb für viele Händler eine attraktive Möglichkeit dar, ihre Produkte zu verkaufen. Die vielen Vorteile, die der Verkauf von Artikeln auf Amazon bietet, haben jedoch - wie der BGH es ausdrückt - auch eine "Kehrseite". Die Gerichte urteilten in den letzten Jahren, dass Händler für auf ihrer Angebotsseite zu findende Wettbewerbsverstöße haften müssen - und zwar auch dann, wenn Amazon selbst (oder Dritte) diese Fehler verursacht haben. Im heutigen Beitrag wollen wir Ihnen deshalb zeigen, wann Händler mit einer Haftung für Fehler von Amazon rechnen müssen und wie sie dies am besten vermeiden.

I. Stolperfallen auf Amazon vs. Amazon-Fehler

In einem **früheren Beitrag** sind wir bereits auf einige der Stolperfallen bei Amazon eingegangen.

Sowohl die inhaltliche Gestaltung der Angebotsseiten mit irreführenden Produktbeschreibungen, fehlenden oder falschen Angaben und unrealistischen Bildern als auch das "Anhängen" an bestehende Angebote stellen hierbei typische Gefahrenquellen dar, welche Abmahnungen, Unterlassungstitel oder Ordnungsgelder zur Folge haben können.

Hervorzuheben ist nun jedoch, dass Händler für derartige Fehler auch dann einzustehen haben, wenn sie diese **gar nicht selbst** verursacht haben.

Wird ein Verstoß gegen wettbewerbsrechtliche Normen durch einen Dritter oder gar Amazon selbst verursacht, hat dennoch der Händler, dessen Angebotsseite betroffen ist, dafür einzustehen.

Lesetipp: Wenn Sie mehr zu diesen Stolperfallen

- Keine doppelte Artikelseite anlegen
- Durch das "Anhängen" kann eine Täuschung über die betriebliche Herkunft hervorgerufen werden
- Durch das "Anhängen" kann eine Markenverletzung hervorgerufen werden
- Foto-Falle auf Amazon
- Die Falschlieferung beim Service "Versand-durch-Amazon"
- Haftung für Wettbewerbsverstöße ausgelöst durch Amazon oder Dritte
- Wesentliche Merkmale auf der Bestellabschlussseite werden nicht angezeigt
- Das Ändern einer fremden Amazon-Artikelbeschreibung kann unzulässig sein
- Übersendete Bestellbestätigungen genügen nicht den gesetzlichen Anforderungen
- Kritische "In-den-Warenkorb"-Funktion im Rahmen des Produktvergleichs
- Weitere Stolperfallen auf Amazon im Überblick

lesen möchten, sollten Sie sich unbedingt [diesen Beitrag](#) ansehen!

II. Grundsatzentscheidungen zur Haftung für Amazon-Fehler

Bereits im Jahr 2016 traf der BGH zwei grundlegende Entscheidungen (Az. I ZR 110/15 und Az. I ZR 140/14) zum Thema Haftung von Amazon-Händlern für die von Amazon bzw. Dritten begangenen Rechtsverletzungen.

1. Die UVP-Entscheidung des BGH

In seiner **ersten Entscheidung** (Urteil vom 03.03.2016, Az.: I ZR 110/15) lag dem BGH ein Fall vor, bei dem auf der Amazon-Artikelseite, einer Casio-Uhr, eine **UVP-Angabe** angezeigt wurde, welche in Fachpreislisten bereits **nicht mehr** zu finden war.

Daraufhin erhielt der Amazon-Händler eine Abmahnung, welche das Angebot als irreführend beschrieb. Problematisch war hier jedoch, dass es alleine Amazon möglich war, diese Angabe zu bearbeiten.

Der BGH entschied damals, dass es nicht außerhalb jeglicher Lebenserfahrung liege, dass der Plattformbetreiber falsche Informationen einstelle, es also keine völlig abwegige Handlungsweise darstelle, welche die Adäquanz entfallen ließe.

Verkaufe ein Händler im eigenen Namen Produkte auf Amazon, obwohl er keine vollständige Einflussnahme auf die inhaltliche Gestaltung habe, **müsse er nach Ansicht des BGH mit der**

Verfälschung des Angebots rechnen.

Die Zurechnung der Gefahr, in dieser Konstellation für Angaben Dritter zu haften, stellt deshalb keine völlig unvorhersehbare Folge dar, weil sie gleichsam die **Kehrseite** der von den Händlern in Anspruch genommenen Vorteile einer internetbasierten, allgemein zugänglichen und eine weitgehende Preistransparenz vermittelnden Verkaufsplattform darstellt.

Der BGH legte also insbesondere fest, dass das **Risiko** der wettbewerbswidrigen Gestaltung des Angebots **bei den Amazon-Händlern** liege, die sich der inhaltlichen Einflussmöglichkeit durch Amazon unterwerfen und sich dessen Angaben zu Eigen machen.

Merksatz des BGH: Die Zurechnung der Gefahr (und damit auch die Haftung für Amazon-Fehler) ist als Kehrseite der vielen Vorteile der Verkaufsplattform hinzunehmen.

2. Die Angebotsmanipulations-Entscheidung des BGH

In seiner **zweiten Entscheidung** (Urteil vom 03.03.2016, Az.: I ZR 140/14) lag dem BGH ein ähnlicher Sachverhalt zugrunde.

Diesmal hatte nicht Amazon selbst, sondern **ein Dritter** ohne Kenntnis des erstanbietenden Händlers die Produktbeschreibung einer "Finger Maus" geändert und den Markennamen "Trifoo" ohne die Zustimmung des Markeninhabers eingefügt. Dieser beantragte daraufhin die Unterlassung der Nutzung des Namens.

Auch in diesem Fall nahm der BGH eine Haftung des anbietenden Amazon-Händlers an und hob hervor, dass es "auf der Hand" liege, dass die Produktbeschreibung des Erstanbieters geändert werden würden, wenn neben Amazon selbst auch andere Verkäufer zur Änderung der Produktbeschreibung ermächtigt sind.

Aufgrund dieser Änderungsmöglichkeit sei es dem erstanbietenden Amazon-Händler auch zuzumuten, ein von ihm dauerhaft oder über einen längeren Zeitraum bei Amazon Marketplace eingestelltes Angebot **regelmäßig** darauf zu **überprüfen**, ob rechtsverletzende Änderungen vorgenommen worden sind.

Kommt ein Amazon-Händler dieser **Überwachungs- und Prüfpflicht** nicht nach, haftet der Händler auf Unterlassen.

III. Haftung für Fehler von Amazon (bzw. Dritten)

Seit den beiden Grundsatzentscheidungen im Jahr 2016 beschäftigten sich mehrere Gerichte mit der Problematik der Haftung für Fehler von Amazon bzw. Dritten, so auch das OLG Frankfurt a.M., das OLG Stuttgart und das LG Würzburg.

1. OLG Frankfurt a.M.: Haftung für falsche bzw. fehlende Produktbilder

Beim Umgang mit Produktbildern auf Amazon ist Vorsicht geboten. Diese stellen zwar im Internethandel ein wichtiges Marketingmittel dar, müssen jedoch bedachtsam gewählt werden und die Produkte möglichst realistisch darstellen.

Speziell bei Amazon ist jedoch problematisch, dass Amazon selbst bzw. Dritte, die sich an Angebote anhängen, Bilder zu Angeboten hinzufügen oder löschen können, ohne dass andere Händler davon etwas mitbekommen.

Stellen neu eingefügte Bilder das Produkt nicht richtig oder vollständig dar oder werden wichtige Bilder nicht angezeigt, könnte dies als Irreführung der potenziellen Käufer eingestuft werden.

Die Frage: Wer haftet in diesen Fällen?

Das **OLG Frankfurt a.M.** beschäftigte sich mit einem Fall, bei dem eine Händlerin Toner ohne Originalverpackungen verkaufte, sich jedoch an ein Angebot bei Amazon anhängte, bei dem die Toner mit Originalverpackung verkauft und auch entsprechend auf den Produktbildern dargestellt wurden.

Obwohl die Antragsgegnerin Amazon erklärte, dass sie die Produkte ohne Originalverpackung verkaufe und auch entsprechende Produktbilder zur Verfügung stellte, wurden diese nicht auf der Angebotsseite angezeigt. Ein Chat mit Amazon ergab, dass Produktbilder wohl willkürlich ausgespielt werden.

Die Antragstellerin beantragte daher ein Ordnungsgeld verhängen zu lassen, da es sich hierbei um einen Folgeverstoß gegen das bereits zuvor von dem LG Hanau verhängte gerichtliche Verbot handle.

Das OLG Frankfurt a.M. verhängte in der Tat ein Ordnungsgeld, da die Produkte der Antragsgegnerin auf den Bildern nicht richtig dargestellt wurden.

Das Gericht sei sich zwar bewusst, dass es einen anfälligen Amazon-Algorithmus gebe, der die Zuordnung von Bildern nicht immer richtige vollziehe, **letztlich also Amazon den Wettbewerbsverstoß verursacht hatte.**

Die Antragsgegnerin wusste allerdings von dieser Fehleranfälligkeit Amazons, da sie bereits in der mündlichen Verhandlung vor dem LG davon berichtete. Sie hätte nach Ansicht des Senats damit wissen müssen, dass sich dieser Fehler bei Amazon jederzeit wiederholen könne und hätte ihr Angebot in dieser Form nicht mehr anbieten dürfen. Dies begründe ein Verschulden der Antragsgegnerin und damit auch deren Haftung.

Das OLG Frankfurt a.M. folgte im benannten Fall der Rechtsprechungslinie des BGH und nahm die Haftung der Händlerin für die Fehler von Amazon an. Insbesondere Händler, die Produkte mit ungewöhnlichem Lieferumfang oder Beschaffenheit anbieten, begeben sich in eine große Gefahr, dass die angezeigten Produktbilder ihrer Artikel nicht richtig dargestellt und als irreführend eingestuft werden könnten. Obwohl dies auf die Fehleranfälligkeit des **Amazon-Algorithmus** zurückzuführen ist, müssen betroffene Amazon-Händler die Haftung übernehmen.

2. OLG Stuttgart: Haftung für die wettbewerbswidrige Äußerungen

Auch dass das "Anhängen" an bereits bestehende Angebote Haftungsprobleme mit sich bringt, stellt keine Überraschung dar. Wie in der zweiten Grundsatzentscheidung des BGH hatten Gerichte in diesem Zusammenhang oftmals über Fälle zu entscheiden, bei denen Amazon oder Dritte **nachträglich wettbewerbswidrige Änderungen** an den Angebotsseiten vornahmen und in der Folge eine Haftung der erstanbietenden Händler begründeten.

Wie sieht es jedoch aus, wenn sich ein Händler an ein Angebot eines Dritten anhängt, dessen bereits bestehende, von ihm nicht zu beeinflussende Produktbeschreibung als irreführend zu bewerten ist?

Das OLG Stuttgart (Urteil vom 04.11.2021, Az.: 2 U 49/21) beschäftigte sich mit einem Fall, bei dem sich eine Parfümeriekette an ein bereits bestehendes Angebot des Flüssigpräparats "InnerBeauty Collagen Youth Drink" bei Amazon anhängte.

In der **Produktbeschreibung** des Drinks wurde insbesondere damit geworben, dass dieser faltenreduzierend wirke und das Bindegewebe stärke. Nach Ansicht des Klägers seien die Angaben als gesundheitsbezogene Angaben zu qualifizieren und **mangels entsprechender Zulassungen** nicht mit der sog. **Health-Claims-Verordnung** vereinbar. Auch seien die Angaben irreführend, da Wirkungen beschrieben werden, die das Lebensmittel nicht habe.

Das Gericht entschied, dass die **Haftung eines "angehängten" Händler nicht unverhältnismäßig** sei, auch wenn er auf die von dem Dritten verfasste Produktbeschreibung keinen Einfluss habe.

Das OLG verweist in diesem Zusammenhang auf die Rechtsprechung des BGH (Urteil vom 03.03.2016, Az.: I ZR 110/15) und erläuterte, dass ein Händler, der Produkte in seinem Namen verkaufe, auch dann als Täter für irreführende Inhalte hafte, wenn er keinen ausschließlichen Einfluss auf die inhaltliche Gestaltung des Angebots habe:

"Wenn es zur Wahrung der Einheitlichkeit und Übersichtlichkeit des Produktangebots im Internetportal erforderlich ist, identische Produkte unter einer Identifikationsnummer aufzulisten, und Händler sich in diesem Zusammenhang einer inhaltlichen Einflussnahme des Plattformbetreibers unterwerfen, müssen sie auch mit der hiermit potenziell verbundenen Verfälschung des Angebots rechnen."

Das Gericht hob also hervor, dass angehängte Händler damit zu rechnen haben, dass sowohl Amazon also auch Dritte irreführende Änderungen an den Angeboten vornehmen und dies als "**Kehrseite**" für die durch Amazon gebotenen Vorteile hinzunehmen sei.

Nach Ansicht des OLG Stuttgart mache also keinen Unterschied, ob Amazon oder ein Dritter ein Angebot nachträglich verändere oder ob sich jemand an ein bereits bestehendes, irreführendes Angebot eines Dritten anhängt.

Die Haftung für wettbewerbswidrige Verstöße treffe grundsätzlich jeden, der die Produkte im eigenen Namen verkaufe.

3. LG Würzburg: Haftung des Händlers für Amazon-Fehler als Erfüllungsgehilfe

Das LG Würzburg (Urteil vom 31.03.2022, Az. 1 HK O 1550/20) hatte im Rahmen einer Klage auf Zahlung einer Vertragsstrafe zu entscheiden, ob ein schuldhaftes Verhalten einer Amazon-Händlerin vorlag.

Das Besondere an der Angelegenheit: die Amazon-Händlerin wurde nach Abgabe einer Unterlassungserklärung in Anspruch genommen, da die von ihr versprochenen Grundpreisangaben nicht sichtbar gewesen sind. Die Amazon-Händlerin führte an, dass die Grundpreise auf der Plattform Amazon korrekt angebracht worden waren, Amazon diese allerdings eigenmächtig entfernte. Die Amazon-Händlerin war der Ansicht, dass sie nicht falsches gemacht habe und Sie für das Handeln von Amazon nicht haftbar gemacht werden könne.

Das LG Würzburg nahm einen schuldhaften Verstoß der Amazon-Händlerin an und verurteilte diese zur Zahlung einer Vertragsstrafe.

Die Begründung des Gerichts: Amazon sei als Erfüllungsgehilfin der Händlerin anzusehen, da die Händlerin mit Hilfe von Amazon ihre Ware vertreibe.

Die Entfernung der korrekt hinterlegten Grundpreise durch Amazon führte zur rechtswidrigen und schuldhaften Nichtangabe des notwendigen Grundpreises, für dieses Verhalten der Hilfsperson (= Amazon) habe die Beklagte gemäß § 278 BGB einzustehen.

Notiz am Rande: Auch ohne die Zurechnung der Haftung wäre das LG Würzburg zu einer Haftung des Amazon-Händlern gelangt. Das Gericht sah in der unterbliebenen Organisation zur Überwachung und Überprüfung der eigenen Amazon-Angebote ein eigenes Verschulden der Händlerin an.

Interessanterweise stellte das LG Würzburg in seinen Entscheidungsgründen noch klar, dass die Amazon-Händlerin nicht hätte haften müssen, wenn die Entfernung der Grundpreise durch einen anderen schreibberechtigten Amazon-Händler erfolgt worden wäre, denn: in diesem Fall hätte die Amazon-Händlerin sich das Verhalten des Dritten nicht zurechnen lassen müssen, da der andere Händler nicht Erfüllungsgehilfe für den Vertrieb der Amazon-Händlerin ist.

IV. Amazon-Händler müssen Angebote regelmäßig auf Verstöße überprüfen, um eine Haftung zu vermeiden

Verstoßen Händler mit ihrem Amazon-Angebot gegen wettbewerbsrechtliche Vorschriften, erhalten sie in der Regel zunächst eine Abmahnung, auf welche sie mit einer Unterlassungserklärung reagieren können.

Entscheiden sie sich gegen die Abgabe einer Unterlassungserklärung, müssen die Händler damit rechnen, dass es zu einer gerichtlichen Auseinandersetzung kommt, welche mit einem gerichtlichen Unterlassungstitel enden kann. Die Frage nach einem Verschulden ist für die Beurteilung eines Unterlassungsanspruchs nicht von Belang.

Verstoßen die Händler jedoch zukünftig gegen die Unterlassungserklärung bzw. wird aus dem gerichtlichen Unterlassungstitel ein Ordnungsgeld beantragt und verhängt, müssen Händler mit Vertragsstrafen bzw. Ordnungsgeldern rechnen. Auf dieser Stufe ist ein Verschulden des Online-Händlers erforderlich, ohne ein Verschulden kann weder eine Vertragsstrafe verlangt, noch ein Ordnungsgeld verhängt werden.

Können die Händler also nachweisen, alles Zumutbare und Erforderliche getan zu haben, um den Folgeverstoß zu verhindern, können sie sich "exkulpieren", es trifft sie also keine Vertragsstrafe/Ordnungsmittel.

1. Überprüfung der Angebote

Wie bereits vom BGH in seinen Grundsatzentscheidungen erläutert, treffe die Amazon-Händler aufgrund des großen Risikos der Änderung bzw. falschen Darstellung des Produkts durch Amazon oder Dritte eine **Prüf- und Überwachungspflicht**.

Hierbei sollte unter anderem immer sichergestellt werden, dass keine irreführenden Informationen bzw. alle Pflichtangaben dargestellt und die der Plattform zur Verfügung gestellten Bilder angezeigt werden.

Gerade diese Prüf- und Überwachungspflicht stellt häufig den Gegenstand von Gerichtsentscheidungen dar. Der Grund: Der BGH hatte **keine genauen Angaben** zum genauen **Umfang bzw. der Häufigkeit** der Überprüfungen gemacht.

In der Rechtsprechung werden heutzutage deshalb viele verschiedene Ansichten vertreten, in welchen Intervallen eine Überprüfung der Angaben zu erfolgen hat.

Einer strengen Ansicht zufolge müssen Händler aufgrund der heutzutage bekannten Gefahr der Abänderung oder falschen Darstellung der Produktinformationen jederzeit mit Rechtsverletzungen rechnen.

Daher wird vertreten, dass eine **ständige Überprüfung** stattfinden müsse und sofern dies nicht gewährleistet werden könne, von der Einstellung der Produkte auf Amazon abgesehen werden müsse.

Diese Ansicht vertraten in den letzten Jahren insbesondere das LG Mönchengladbach (Urteil vom 31.08.2018, Az. 8 O 8/18, Beschluss vom 01.04.2021, Az. 8 O 15/20), das LG Gießen (Urteil vom 09.03.2018, Az. 6 O 5/18) sowie das LG Berlin (Beschluss vom 28.02.2018, Az. 102 O 13/18).

Einer weniger strengen Ansicht nach müssten die **Umstände des Einzelfalls** berücksichtigt werden, damit also ein verhältnismäßiger Prüfungszeitraum festgelegt werden, der bei jedem Händler unterschiedlich sei. Zu berücksichtigen seien also unter anderem die Anzahl der Angebote, die Größe des Unternehmens als auch mögliche Investitionen, die getätigt werden könnten, um den Verstößen zu begegnen.

Das **OLG Köln (Beschluss vom 15.03.2017, Az. 6 W 31/17)** konkretisierte die Anforderungen etwas genauer und forderte eine **werk tägliche** Überprüfung (Montag-Freitag) der Amazon-Angebote durch die Händler.

Im zugrundeliegenden Fall wurden unzutreffende UVP-Angaben auf der Angebotsseite des Händlers angezeigt. Er trug im Folgenden jedoch hervor, all seine Angebote an jedem Wochentag zu kontrollieren und gegebenenfalls zu korrigieren. Dies reichte dem OLG Köln für die Erfüllung der Prüf- und Überwachungspflicht aus, weshalb es ein Verschulden des betroffenen Händlers verneinte und kein

Ordnungsgeld verhängte.

Auch das **LG Mannheim äußerte sich (Beschluss vom 07.04.2021, Az.: 24 O 12/20 ZV I)** zu den Kontrollintervallen, vertrat jedoch eine **sehr strenge** Ansicht. Im gegenständlichen Fall bot ein Amazon-Händler Bremsflüssigkeiten an, ohne dass die Grundpreisangaben auf der Artikelseite ersichtlich waren. Der Händler brachte hervor, nicht schuldhaft gehandelt zu haben, da er alles ihm Zumutbare getan hatte, um sicherzustellen, dass diese angezeigt werden. Insbesondere instruierte er eine Mitarbeiterin, an jedem Arbeitstag die Angebote für ca. 1 Stunde zu kontrollieren und überwachte ihre Tätigkeit.

Dem LG reichte eine einmalige Kontrolle jedoch nicht aus. Vielmehr müsse diese **2-3x täglich** vorgenommen werden, was dessen Meinung nach auch zumutbar sei, wenn sie jeweils nur wenige Minuten in Anspruch nehme und verhängte deshalb ein Ordnungsgeld. Aufgrund der ständig bestehenden Gefahr, dass Dritte Angebote manipulieren, müssten hohe Anforderungen an die Überwachung der Angebotsseiten gestellt werden.

Das OLG Karlsruhe (Beschluss vom 30.06.2021, Az. 6 W 18/21) forderte in einer anderen Entscheidung hingegen jedenfalls eine **tägliche** Kontrolle der Angebote, also auch an den Wochenenden.

Das **KG Berlin (Beschluss vom 21.06.2021, Az. 5 U 3/20)** führte in seiner Entscheidung aus, dass derjenige, der sich bewusst für den Vertriebsweg Amazon entscheide, sich nicht darauf berufen könne, die Überprüfung aller Angebote sei zu zeit- bzw. kostenintensiv. Dies sei ein wirtschaftlicher Nachteil, der als Kehrseite für die vielen Vorteile, die Amazon biete, hinzunehmen sei.

Die Frage, wie oft und in welchem Umfang die Überprüfung der Angebote zu erfolgen hat, ist somit aufgrund der vielen in der Rechtsprechung vertretenen Ansichten schwer zu beantworten. Es erscheint lebensfremd, von einem Händler zu erwarten, tausende Angebote täglich bzw. sogar mehrmals täglich auf Rechtskonformität zu überprüfen.

Insbesondere kleinere Händler werden selten, - wenn überhaupt - über Mitarbeiter verfügen, die diese Arbeit für sie erledigen können. Auch betreiben viele Händler ihre Tätigkeit nur nebenberuflich, weshalb es ihnen zeitlich gar nicht möglich sein wird, diesen Anforderungen gerecht zu werden. Selbst eine bloß auf die Werktage beschränkte Prüfpflicht erschließt sich nicht, wo doch gerade die Wochenendtage die umsatzstärksten Tage der Woche darstellen.

2. Beauftragung der Mitarbeiter

Verfügen Händler über Angestellte, wird die Kontrolle der Angebote häufig nicht von dem Geschäftsführer selbst durchgeführt.

In diesem Fall müsse nach Ansicht des OLG Karlsruhe (Beschluss vom 30.06.2021, Az. 6 W 18/21) zudem sichergestellt werden, dass die Belehrungen und Anordnungen gewissen Anforderungen entsprechen.

Sei dies nicht der Fall, müsse ein Organisationsverschulden des Geschäftsführers angenommen werden, welches ebenfalls Vertragsstrafen oder die Verhängung von Ordnungsmittel begründen könne.

Nach Ansicht des Gerichts müsse die beauftragte Person

- schriftliche Belehrungen und Anordnungen erhalten (mündlich genügt nicht),
- informiert werden, welche negativen Folgen es hätte, wenn die Kontrolle nicht stattfände,
- eine zuverlässige Person sein und
- überwacht werden.

3. Monitoring-Software als technikbasierter Ansatz

Eine weitere Möglichkeit, um Abmahnungen bzw. Ordnungsgelder zu vermeiden, stellen Monitoring-Tools dar.

Diese technikbasierten Tools überwachen sämtliche Bewegungen auf dem Marktplatz und teilen dem Benutzer mit, wenn sich etwas bei den Angeboten geändert hat. Für viele Händler könnte dies eine kostengünstige und sinnvolle Investition darstellen, da eine Überprüfung von hunderten oder gar tausenden von Angeboten pro Tag schwer durchführbar ist.

Bei Benutzung einer solchen Software könne dann aber erwartet werden, unverzüglich, also ohne schuldhaftes Zögern auf Meldungen zu reagieren. Dies sollte dann innerhalb der nächsten Minuten, maximal Stunden geschehen.

V. Fazit

Wer Produkte auf Amazon verkauft, trägt grundsätzlich selbst das Risiko, dass die Produkte richtig und entsprechend wettbewerbsrechtlicher Anforderungen dargestellt werden.

Es ist zwar bekannt, dass sowohl Amazon selbst als auch Dritte die Möglichkeit haben, Einfluss auf die inhaltliche Darstellung der Angebotsseite zu nehmen. Da sich Amazon-Händler dessen jedoch bewusst sind und sie sich trotz des Risikos für den Verkauf auf Amazon entschieden haben, müssen sie auch dann für die Verstöße auf ihrer eigenen Angebotsseite einstehen, wenn diese von Amazon (oder Dritten) verursacht werden. Dies sei nach der Rechtsprechung als "Kehrseite" für die vielen Vorteile, die Amazon bietet, hinzunehmen.

Um einer Haftung wegen wettbewerbsrechtlichen Verstößen zu entgehen, ist es deshalb essenziell, dass Online-Händler alle Angebote regelmäßig kontrollieren und sicherstellen, dass alle Anforderungen eingehalten werden.

Hierfür eingestellte Mitarbeiter müssen entsprechend den Anforderungen der Rechtsprechung instruiert werden. Auch der Einsatz von Monitoring-Softwares kann hilfreich sein, um Änderungen auf den Angebotsseiten nicht zu übersehen.

TIPP: Professionelle Amazon-AGB, Widerrufsbelehrung & Co. der IT-Recht Kanzlei

Die IT-Recht Kanzlei bietet Online-Händlern, die Waren über Amazon vertreiben, eine Widerrufsbelehrung mit AGB und Datenschutzerklärung im Paket für folgende Länder an:

- AGB, Widerrufsbelehrung & Datenschutzerklärung für **Amazon Deutschland**
- AGB, Widerrufsbelehrung & Datenschutzerklärung für **Amazon England**
- AGB, Widerrufsbelehrung & Datenschutzerklärung für **Amazon Frankreich**
- AGB, Widerrufsbelehrung & Datenschutzerklärung für **Amazon Italien**
- AGB, Widerrufsbelehrung & Datenschutzerklärung für **Amazon Niederlande**
- AGB, Widerrufsbelehrung & Datenschutzerklärung für **Amazon Polen**
- AGB, Widerrufsbelehrung & Datenschutzerklärung für **Amazon Schweden**
- AGB, Widerrufsbelehrung & Datenschutzerklärung für **Amazon Spanien**
- AGB & Datenschutzerklärung für **Amazon USA**

Hinweis: Sie möchten rechtssicher auf dem Marketplace von Amazon handeln? Gerne stellen wir Ihnen unsere Rechtstexte für Amazon.de, Amazon.co.uk, Amazon.it und Amazon.es zur Verfügung. Informieren Sie sich [hier](#).

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt