

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Schenken 2.0 – Sie denken, Sie verkaufen bei Amazon.de? Warum das nur teilweise stimmt.

Das Internet wächst unaufhaltsam. Gleichsam sind damit immer wieder neue Rechtsfragen verbunden. Bei Geschäften im Netz sollte stets aufmerksam auf das sog. Kleingedruckte, die AGB, geachtet werden. Die IT-Recht Kanzlei betrachtet heute einmal eine besondere Klauseln in den AGB von Amazon.de, einer Verkaufsplattform im Internet, auf der Händler Waren verkaufen können.

Geschäfte und Verträge im Internet

Zwei große rechtliche Streitthemen des Internets: einerseits Verletzungen von Rechten des Geistigen Eigentums, wie des Urheber- oder Markenrechts, und andererseits der Abschluss von Verträgen im Internet. Während es bei den Rechtsverletzungen darum geht, dass sich in der Regel einzelne Internetnutzer rechtlich geschützte Inhalte oder Gegenstände rechtswidrig aneignen und zu eigenem Vorteil nutzen, spielt beim Vertragsschluss insbesondere eine Rolle, inwieweit Verkäufer ihre Aufklärungspflichten erfüllt haben (Stichwort: Widerrufsrecht beim Fernabsatzvertrieb) und mit welchem Inhalt ein Vertrag tatsächlich zustande gekommen ist (Stichwort: AGB).

Bei dem im Folgenden dargestellten Thema – Verkaufen bei Amazon.de – spielen beide rechtlichen Problemkreise eine Rolle. Denn Nutzer von Amazon.de können – ohne es tatsächlich zu wissen oder zu wollen – Urheberrechtsverletzungen begehen und deshalb aufgrund ihres Vertrages auch von Amazon.de in Anspruch genommen werden. Dazu im Folgenden mehr.

AGB-Klausel von Amazon.de

Wer bei Amazon.de Marketplace, Auktionen und zShops nutzen möchte, für den gelten die AGB, die auch die Klausel enthalten, die nun vorgestellt werden soll. Die Klausel findet sich unter A. Allgemeine Bedingungen, XIII. Urheberrecht, Lizenz, Nutzungsrecht und lautet wie folgt:

“

„XIII. Urheberrecht, Lizenz, Nutzungsrechte

Die Teilnehmer übertragen Amazon ein vergütungsfreies, zeitlich unbefristetes, umfassendes Nutzungsrecht, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Bearbeitung an allen Werken oder Werkteilen sowie Datenbanken oder jedem anderen Katalog oder jeder anderen Produktinformation, die Teilnehmer im Rahmen des Online-Angebotes von Amazon an Amazon übermitteln (mit Ausnahme jedes Firmenzeichens, jeder Schutzmarke oder anderen ähnlichen Brandings), einschließlich des Rechts, diese Inhalte in Printmedien, online, auf CD-ROM etc. zu publizieren, auch zu Werbezwecken.“

Die Klausel enthält eine Regelung, die für die Verkäufer rechtlich und finanziell nachteilige Folgen haben kann. Was die Regelung genau bedeutet und ob sie überhaupt rechtlich zulässig ist, ist Gegenstand der nachfolgenden Ausführungen. ”

Inhalt der Klausel

Zunächst einmal soll der Inhalt der Klausel genauer betrachtet und erläutert werden. Bei der Regelung geht es um die Frage, was Amazon.de mit den Daten machen darf, die der Verkäufer an die Plattform Amazon.de übermittelt, wenn er eine Artikel- oder Produktbeschreibung bzw. ein Verkaufsangebot dort einstellt. Wurden in den Anfangszeiten des Internets Darstellungen von Verkaufsangeboten oft nur in Form einer Zeitungsannonce gewählt – kurz, knapp und grafisch einfach gehalten – so hat sich die Form einer Artikelseite bzw. eines sog. Shops mit der Zeit stark gewandelt. Heute sind aufwendige Artikelbeschreibungen, die grafisch anspruchsvoll gestaltet und mit Bildern versehen sind, keine Seltenheit mehr, sondern vielmehr die Regel. Viele Verkäufer betreiben großen Aufwand und investieren Zeit und Geld, um ihr Angebot ansprechend zu gestalten und dem Kunden zu gefallen.

Die im Blickpunkt stehende AGB-Klausel bewirkt, dass Amazon.de an den Texten, Bildern und anderen Materialien, die der Verkäufer auf der Plattform Amazon.de einstellt, ein zeitlich unbegrenztes, inhaltlich umfassendes Nutzungsrecht einräumt, für das Amazon.de nichts bezahlt. Amazon.de darf nach Übermittlung der Texte und Bilder diese umfassend nutzen, auch und insbesondere zu eigenem kommerziellen Nutzen, etwa zur Werbung.

Entdeckt ein Verkäufer zum Beispiel, dass Amazon.de Fotos und Grafiken, die er selbst hergestellt hat oder kostenintensiv hat herstellen lassen, für eigene Artikelbeschreibungen oder Werbung verwendet, so kann er sich hiergegen nicht wehren – er hat es ja erlaubt! Überspitzt formuliert sind die Verkäufer bei Amazon.de die Kreativen von Amazon.de – die Kunden arbeiten für Amazon.de und bezahlen selbst dafür.

Rechtliche Reibungspunkte der Klausel

Selbstverständlich haben auch die Nutzer von Amazon.de Vorteile davon, dass sie Waren bei Amazon.de anbieten können und in diesem Zusammenhang entsprechende Artikelbeschreibungen an Amazon.de übermitteln, denn sie können auf diese Weise Geschäfte machen und Gewinne erwirtschaften.

Allerdings ist die Klausel rechtlich nicht ganz unbedenklich. Die IT-Recht Kanzlei betrachtet die Klausel aus drei rechtlichen Blickwinkeln.

(1) Ist das überraschend? – Vereinbarkeit mit § 305 c BGB

Bei der Klausel handelt es sich um eine Allgemeine Geschäftsbedingung, für die in §§ 305 ff BGB ein eigenes Regelungssystem besteht, aus dem sich Einschränkungen für ihre Wirksamkeit ergeben.

Relevant ist hier § 305c Absatz 1 BGB, in dem es heißt:

„Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die nach den Umständen, insbesondere nach dem äußeren Erscheinungsbild des Vertrags, so ungewöhnlich sind, dass der Vertragspartner des Verwenders mit ihnen nicht zu rechnen braucht, werden nicht Vertragsbestandteil.“

Manche sind der Auffassung, dass die Klausel überraschend in diesem Sinne ist und deshalb letztlich überhaupt nicht Bestandteil des Vertrages zwischen Amazon.de und dem einzelnen Verkäufer wird. Wäre dies der Fall, so würden Amazon.de die entsprechenden Nutzungsrechte nicht zustehen. Ob die Klausel gegen § 305 c Absatz 1 BGB verstößt, muss in drei getrennten Schritten geprüft werden.

- Erstens könnte die „Überraschung“ im Sinne des § 305 c BGB darin zu sehen sein, dass eine solche Klausel, die die Nutzungsrechte der übermittelten Daten der Verkäufer regelt, überhaupt existiert. Die generelle Existenz einer solchen Regelung aber nicht zu beanstanden. Denn es macht durchaus Sinn bzw. es ist sogar geboten, eine derartige Regelung vorzunehmen, denn die Frage, wie und in welcher Form Amazon.de mit den Daten der Verkäufer umgehen darf, muss geklärt sein.

- Allerdings könnte es überraschend sein, wie die Nutzungsrechte, die Amazon.de zustehen sollen, inhaltlich ausgestaltet sind. Beispielsweise könnte es überraschend sein, dass die Nutzungsrechte vergütungsfrei übertragen werden, der Verkäufer dafür also nicht vergütet wird. Überraschend könnte zudem sein, dass Amazon.de die Daten für die eigene Werbung nutzen darf und dies auch dann noch gilt, wenn der Verkäufer längst nicht mehr bei Amazon.de aktiv ist, denn die Klausel bestimmt, dass die Nutzungsrechte zeitlich unbegrenzt übertragen werden.

Während Verkäufer aufgrund ihrer Erfahrungen generell wohl nicht erwarten, für die Übermittlung ihrer Texte und Bilder entlohnt zu werden, könnte es jedoch gut sein, dass dies in Bezug auf das zeitlich unbegrenzte Nutzungsrecht anders gesehen wird. Denn es ist überaus fraglich, ob den Verkäufern bei Amazon.de bewusst ist, dass ihre bei Amazon.de eingestellten Bilder und Texte auch nach ihrem Ausscheiden als Verkäufer weiterhin verwendet werden dürfen.

Solange jedoch kein Gericht in diesem Fall entschieden hat, sollte davon ausgegangen werden, dass die Klausel rechtens ist und wirksamer Vertragsbestandteil wird.

- Überraschend im Sinne des § 305 c Absatz 1 BGB kann eine Klausel auch dann sein, wenn sie in einem langen Vertragstext an einem Ort geradezu „versteckt“ ist, an dem man sie nicht erwarten würde oder eine irreführende oder unpassende Überschrift enthält, so dass man sie nicht entdeckt.

Vorliegend ist die Klausel unter "A. Allgemeine Bedingungen" enthalten. Dabei ist sie mit der Überschrift „Urheberrecht, Lizenz, Nutzungsrecht“ betitelt. Dies ist nicht ungewöhnlich und daher nicht zu beanstanden. Auch die Tatsache, dass die Klausel erst an dreizehnter Stelle aufgeführt ist, führt zu keiner anderen Bewertung: es kann nicht erwartet werden, dass jede Klausel, die für den anderen Vertragsteil nachteilig ist, besonders hervorgehoben wird.

(2) Ich habe die Arbeit – was ist der Lohn? - § 32 des Urheberrechtsgesetzes

Die Klausel ist jedoch noch aus einem ganz anderen Grund problematisch. Nach § 307 Absatz 1 und 2 Nr. 1 BGB sind Klauseln in AGB unwirksam, wenn sie den Vertragspartner des Verwenders der AGB unangemessen benachteiligen. Dabei ist eine unangemessene Benachteiligung im Zweifel dann anzunehmen, wenn eine Bestimmung mit den wesentlichen Grundgedanken der gesetzlichen Regelung, von der abgewichen wird, nicht zu vereinbaren ist. Hier kommt § 32 des Urheberrechtsgesetzes ins Spiel. Gemäß Absatz 1 heißt es dort:

“

„Der Urheber hat für die Einräumung von Nutzungsrechten und die Erlaubnis zur Werknutzung Anspruch auf die vertraglich vereinbarte Vergütung. Ist die Höhe der Vergütung nicht bestimmt, gilt die angemessene Vergütung als vereinbart. Soweit die vereinbarte Vergütung nicht angemessen ist, kann der Urheber von seinem Vertragspartner die Einwilligung in die Änderung des Vertrages verlangen, durch die dem Urheber die angemessene Vergütung gewährt wird“

”

Daraus ergibt sich der Grundgedanke, dass ein Urheber tunlichst angemessen an der Verwertung seines Werkes zu beteiligen ist. Nach der Klausel XIII. der Allgemeinen Bedingungen von Amazon.de steht dem Nutzer von Amazon.de allerdings gar keine Vergütung zu. Dies steht dem dargestellten Grundgedanken des Urheberrechts folglich entgegen. In § 32 Absatz 3 UrhG ist geregelt, dass Abweichungen von der Vergütungspflicht zulasten des Urhebers nicht wirksam sind. Zwar regelt § 32 Absatz 3 Satz 3 UrhG, dass der Urheber unentgeltlich ein einfaches Nutzungsrecht für jedermann einräumen kann. Jedoch handelt es sich bei der vorliegenden AGB-Klausel gerade nicht um ein solches einfaches, sondern um ein umfassendes Nutzungsrecht.

Internet-Plattformen wie Youtube arbeiten nach anfänglichen Problemen und juristischen Auseinandersetzungen mittlerweile enger mit den Urhebern der Werke zusammen, die bei Youtube eingestellt werden, und beteiligen diese (z.B: die Musikplattenfirmen) an den Werbeeinnahmen, die durch Youtube generiert werden. Vorher zeigten sich die Rechteinhaber empört darüber, dass Youtube über die Werbeeinnahmen letztlich Geld mit fremden Rechten verdient. Bei Amazon.de könnte der Fall allerdings deshalb anders zu beurteilen sein, weil Amazon.de davon ausgeht, dass die Verkäufer, die die Texte und Bilder an Amazon.de übermitteln, regelmäßig selbst Urheber dieser Daten sind. Dass dies nicht immer so sein muss und deshalb auch zu großen rechtlichen Problemen führen kann, wird im Verlauf dieses Artikels noch gezeigt werden.

Im Ergebnis ist das Zusammenspiel von § 307 Absatz 1 und Absatz 2 Nr. 1 BGB und § 32 UrhG sehr problematisch. Denn die Urheber werden – etwa für die Einräumung eines zeitlich unbegrenzten Nutzungsrechts an den übertragenen Daten – hier wohl nicht angemessen beteiligt, was den Grundgedanken des Urheberrechts zuwiderläuft. Während eines bestehenden Vertragsverhältnisses

könnte eine angemessene Vergütung womöglich noch in der Dienstleistung der Zurverfügungstellung der Verkaufsplattform zu sehen sein, wobei andererseits beachtet werden muss, dass der Verkäufer hierfür bereits gesondert bezahlen muss. Spätestens mit Beendigung des Vertragsverhältnisses zwischen Amazon.de und dem Verkäufer besteht jedoch kein irgendwie geartetes Vergütungsverhältnis mehr. Allerdings gilt auch hier: solange Gerichte die Klausel aus diesem Grund nicht verworfen haben, muss von ihrer Wirksamkeit ausgegangen werden.

(3) Was mir nicht gehört, gebe ich gerne weg

Die letzte, dafür aber womöglich größte rechtliche Hürde wartet dann auf den Verkäufer, wenn die Daten, die er im Rahmen seiner Verkaufsbeschreibung an Amazon.de übermittelt, gar nicht von ihm selbst stammen, er selbst also gar nicht deren Urheber ist. Dann wird aus dem zweiseitigen Verhältnis zwischen Verkäufer und Amazon.de eine Beziehung zwischen drei Personen, die aus dem Rechteinhaber der Bilder und Texte, dem Verkäufer und Amazon.de besteht. Rechtsprobleme tauchen beispielsweise dann auf, wenn der Verkäufer die Fotos der Produkte, die er im Internet ausstellt, gar nicht selbst hergestellt hat, sondern vom Hersteller übernimmt oder einfach aus dem Internet kopiert, ohne dazu berechtigt zu sein.

Ist nämlich der Verkäufer gar nicht Inhaber der Urheberrechte an den Texten und Bildern, die er an Amazon.de übermittelt, so kann er Amazon.de auch keine Nutzungsrechte daran einräumen, es sei denn der wahre Urheber hat ihn (auch) dazu berechtigt.

Entdeckt nun also etwa der Urheber eines Fotos – dies kann beispielsweise sogar auch ein vom Verkäufer beauftragter Fotograf sein, der nicht in die kommerziellen Weiterverarbeitung und -verbreitung seiner Bilder eingewilligt hat – seine Bilder auf Amazon.de, so kann er Ansprüche gegen Amazon.de haben. Muss Amazon.de diesen Ansprüchen nachkommen, so kann Amazon.de unter bestimmten Voraussetzungen gegen den Verkäufer Rückgriff nehmen, denn dieser hat seine Vertragspflichten verletzt, indem er das Nutzungsrecht an den fremden Daten Amazon.de nicht wirksam eingeräumt hat (weil er das als Nichtberechtigter gar nicht konnte). Daher bestehen dann regelmäßig Schadensersatzansprüche.

Zudem sind auch eigene Schadensersatzansprüche von Amazon.de denkbar, denn durch die Nichteinräumung der Nutzungsrechte an den übermittelten Bildern und Texten hat der Verkäufer gegen seine Vertragspflichten verstoßen (wenn man davon ausgeht, dass die Klausel wirksam ist, siehe oben).

Daher ein praktischer Hinweis an die Verkäufer, die über Amazon.de verkaufen: man sollte möglichst nur eigene Texte und Bilder, an denen man selbst die Urheberrechte hält, an Amazon.de übermitteln oder sich zumindest ausdrücklich und schriftlich die entsprechenden Nutzungsrechte von den jeweiligen Urhebern/Rechteinhabern einräumen lassen. Verkäufer, die „fremdes Material“ verwenden, laufen Gefahr, von den Rechteinhabern und Amazon.de in Anspruch genommen zu werden.

Fazit

Der Teufel steckt im Detail – also im Kleingedruckten. Dies ist sicher keine neue Erkenntnis, dennoch eine, die man sich immer wieder – auch gerade im Konkreten – vor Augen führen sollte.

Verkäufer bei Amazon.de werden es zwar verschmerzen können, dass sie für die Übermittlung von Bildern und Texten an Amazon.de nicht vergütet werden. Allerdings sollten sie unbedingt darauf achten, dass sie zum einen an Amazon.de nur solche Daten übermitteln, die sie in dieser Form und in diesem Umfang überhaupt Amazon.de zur Verfügung stellen wollen. Zum anderen – und dies ist rechtlich gesehen viel wichtiger – sollten sie nur solche Texte und Bilder bei Amazon.de einstellen, an denen sie die (Urheber-)Rechte halten – entweder weil sie selbst Urheber sind oder weil sie sich die Rechte haben einräumen lassen.

Verkäufer, die darauf nicht achten, können böse Überraschungen erleben.

Autor:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt