

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Abmahnfalle: Amazon

Die Plattform Amazon erfreut sich bei den Händlern immer größerer Beliebtheit. Dies blieb natürlich auch in Abmahnkreisen nicht lange unbemerkt, sodass nun auch vermehrt auf Amazon abgemahnt wird. Hier bietet insbesondere die von Amazon vorgegebene Katalogisierung der Artikel eine Angriffsfläche für markenrechtliche Abmahnungen.

I. Abmahngefahr auf Amazon

Amazon wird für Händler immer attraktiver. So verwundert es nicht, dass mit steigender Beliebtheit auch die Abmahnzahlen auf Amazon nach oben gegangen sind. In diesem Zusammenhang lauern insbesondere Abmahngefahren, die mit den Abläufen und Einstellungen von Amazon zusammenhängen.

- So ist und war zum einen die rechtliche Situation wegen der Widerrufsfrist (14-tägig oder einen Monat) sehr undurchsichtig. Die Rechtsprechung hat hier noch keine einheitliche Linie gefunden. Um hier Unklarheiten zu vermeiden sollte der Händler jedenfalls darstellen, wann der Vertragsschluss erfolgt, da dies für den Fristlauf von entscheidender Bedeutung ist. Dieser Hinweis kann etwa in den AGB des Händlers erfolgen. Wer der unsicheren Rechtslage hier dennoch nicht traut, sollte eine 1-monatige Widerrufsfrist gewähren.
- Zum anderen wird vielfach wegen Markenrechtsverletzungen abgemahnt. So hat Amazon seine Katalogisierung der Artikel neu gestaltet mit der Folge, dass in den Kategorien „Küche, Haus und Garten“ seit dem 01.03.2009 alle Artikel, die man auf der Amazon-Plattform verkaufen möchte, mit dem entsprechenden EAN-Code angegeben werden müssen. Durch den EAN-Code werden dann die Artikel katalogisiert und den entsprechenden Unterkategorien (Artikelkataloge, z.B. Küchenmesser) bei Amazon zugeordnet. Artikelbenennungen und Produktbeschreibungen werden dann aus der Amazon-Datenbank übernommen und die eigenen Angaben des einstellenden Händlers werden überschrieben. Hierbei kann es zu Markenrechtsverletzungen kommen, die für den Händler oft unvermeidbar sind.

II. Praxisfall

Um diese Problematik zu veranschaulichen wird im Folgenden ein Fall aus der anwaltlichen Beratungspraxis aufgeführt:

Angeboten wurde von einem Händler ein Kochmesser.

Das Problem in diesem Fall ist der von Amazon vorgegebene Modus beim Einstellen von Artikeln, der folgendermaßen abläuft:

Die Artikelstammdaten werden übermittelt über eine von Amazon zur Verfügung gestellte Excel-Tabelle.

Dort werden sämtliche Artikeldaten eingetragen:

- Eigene Artikelnummer
- EAN-Code
- Produktname
- Produktbeschreibung
- Verfügbare Anzahl
- Lieferzeit
- URL des Produktbildes
- Größe, Gewicht, etc.

In vorliegender Konstellation wurde das Messer „Victorinox“ mit dem Produktnamen „Victorinox SANTOKU Messer mit Fibroxgriff und Kullenschliff“ nach Eingabe aller benötigten Daten bei Amazon hochgeladen.

Daraufhin erfolgte eine Abmahnung von einem großen Messer-Importeur, mit der Begründung, es würde bei Amazon ein japanisches Kochmesser angeboten, welches nicht in Japan hergestellt wird.

Auf der Amazonseite war in der Tat zu erkennen, dass durch die Katalogisierung durch den EAN-Code das oben beschriebene Messer als „Victorinox – Japanisches Kochmesser, Fibrox, Santoku“ angeboten wurde, was eine abmahnfähige Markenrechtsverletzung darstellt.

Das bedeutet, dass die Rechtsverletzung letztlich allein durch die Katalogisierung der Artikel, die sich nach der Angabe des geforderten EAN-Codes richtet, verursacht wird.

Zum besseren Verständnis seien an dieser Stelle die Abläufe der Amazon-Artikeldatenbank näher erläutert:

Wenn ein Produkt neu bei Amazon angeboten wird und die EAN-Nummer noch nicht in der Amazon-Datenbank enthalten ist, wird der Produktname, Beschreibung und Produktbild von dem Händler, der diesen neu angelegt hat, in der Datenbank gespeichert.

Wenn jetzt ein anderer Händler das gleiche Produkt (mit EAN-Code) mit seiner eigenen Beschreibung und Produktbildern hochlädt, wird dieser Artikel dem schon bestehenden Artikel zugeordnet und die Daten (Produktname und Beschreibung) des anderen Händlers (der diesen zuerst Artikel angelegt hat) übernommen. Hier kann es leicht zu markenrechtlichen Verstößen kommen, da wie vorliegend, nach Überprüfung nicht der selbst eingegebene Produktname sowie die Beschreibung angezeigt werden, sondern die Inhalte eines anderen Händlers.

III. Fazit

Der Beispielsfall zeigt, dass gerade beim Verkauf auf Amazon für Händler höchste Vorsicht geboten ist. Denn zu den üblichen wettbewerbsrechtlichen Abmahnfallen beim Internethandel stellt das System Amazon noch weitere Unwägbarkeiten hinsichtlich des Markenrechts in den Weg, die zu unschönen und teuren Abmahnungen führen können. Hier sollte der Händler bei neuen Angeboten immer genauestens prüfen, mit welchem Inhalt das Angebot eingestellt ist.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement