

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Markenfalle Amazon - bietest du noch an oder verletzt du schon?

Der Verkauf von Artikeln über Amazon-Marketplace eröffnet zahlreiche Probleme marken-, urheber- und wettbewerbsrechtlicher Natur. Was müssen Händler beachten, um Rechtsverstöße zu vermeiden? Was können Sie bei Verletzung Ihrer Markenrechte tun? Die IT Recht Kanzlei durchleuchtet insbesondere die schwierige Beziehung zwischen „Amazon und Markenrecht“.

Problem 1: Übertragung von Nutzungsrechten an Amazon

Die Amazon-AGB für den Amazon-Marketplace regeln, dass Amazon ein Nutzungsrecht an allen Produktinformationen eingeräumt wird. In Abschnitt XIII der AGB (Stand vom 11.06.2010) heißt es:

“

„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.“

”

Diese Regelung zieht einen Rattenschwanz von Problemen nach sich. Für Online-Händler ist diese aber vor allem unter urheberrechtlichen Gesichtspunkten beachtenswert:

Derjenige der erstmals ein Produkt bei Amazon verkaufen möchte und deshalb Beschreibung sowie Bilder online stellt und an Amazon übermittelt hat Arbeit wofür er jedoch keine Vergütung erhält. Das wäre noch zu verschmerzen schließlich darf man ja im Gegenzug sein Produkt über Amazon verkaufen. Ärgerlich ist es dann nur, wenn sich Dritte einfach „dranhängen“ und das Produkt selbst verkaufen, wobei auf die vom ersten Händler eingereichte Beschreibung und Fotos zurückgegriffen wird.

Dies ist jedoch gerade das besondere am Amazon-Marketplace: Ein und derselbe Artikel kann von verschiedenen Händlern angeboten werden, wobei immer die zuerst eingereichte Beschreibung plus Artikelbild verwendet wird. Also anders als etwa im Rahmen einer Ebay-Auktion wo jeder Händler selbst für Text und Bilder zu sorgen hat, teilen sich bei Amazon mehrere Händler eine Beschreibung.

Als Händler hat man also keinen Anspruch darauf immer eine eigene Produktseite mit eigenen Texten und Bildern zu bekommen.

Weitere Probleme ergeben sich, wenn der Händler der die Produktbeschreibung und das

entsprechende Bild an Amazon weiterleitet gar nicht die entsprechenden Rechte hat dies zu tun, beispielsweise weil er nicht deren Urheber ist oder Markenrechte entgegenstehen.

Mangels Urheberschaft beziehungsweise entsprechender Berechtigung ist der Händler gar nicht berechtigt Amazon ein Nutzungsrecht einzuräumen. Tut er dies dennoch, so setzt er sich der Gefahr aus von Amazon für die Rechtsverstöße in Regress genommen oder auf Schadensersatz in Anspruch genommen zu werden.

Weitere Informationen zur dieser urheberrechtlichen Problematik finden Sie in diesem [Beitrag](#) der IT Recht Kanzlei.

Problem 2: Nachträgliche Änderung der Artikelbeschreibung

Ein weiteres Problem ergibt sich, wenn die Produktbeschreibungen nachträglich geändert werden. Das besondere ist hier beim Verkauf über Amazon, dass nicht jeder die Beschreibung nach Belieben ändern kann, sondern nur bestimmten Händlern dieses Recht für bestimmte Artikel automatisch eingeräumt wird (oder auch wieder entzogen wird). Der von einer geänderten Beschreibung betroffene Händler, kann diese also meist gar nicht selbst zurückändern.

Gefährlich ist insbesondere die Situation, dass ein Produkt plötzlich vom No-Name zum Markenprodukt mutiert. Dann sieht sich der Anbieter des No-Name Produkts einer Markenrechtsverletzung ausgesetzt, obwohl er höchstwahrscheinlich gar nichts von der Abänderung der Artikelbeschreibung mitbekommen hat.

Interessant ist in diesem Zusammenhang eine Entscheidung des OLG Oldenburg, in welcher das Gericht zu dem Ergebnis gekommen ist, dass das mutwillige Abändern der Artikelbeschreibung und das daraufhin (wie beabsichtigt) erfolgte Anschwärzen des No-Name Anbieters bei Amazon Behinderungswettbewerb nach § 4 Nr. 10 UWG sei.

Anstatt unberechtigte Vorwürfe zu erheben rät das Gericht Markeninhabern, die ein Konkurrenzprodukt – aber eben unter ihrem Markennamen – verkaufen möchten, dieses komplett neu bei Amazon einzutragen.

Mit welchen Folgen muss ich rechnen, wenn ich gegen diese Grundsätze verstoße?

Wird ein No-Name Produkt unter einem Markenprodukt zum Verkauf angeboten, kann es einerseits passieren, dass das Amazon-Verkaufskonto gesperrt wird. Zum anderen kann es zu Abmahnungen durch Konkurrenten aufgrund von Markenrechtsverletzungen oder Wettbewerbsverstößen kommen.

Problem 3: Markenverletzung durch falsches Produktfoto?

Worauf darf sich der Kunde beim Kauf verlassen? Auf die Produktbeschreibung, auf das Produktfoto oder auf beides? Angenommen in der Beschreibung ist von einem No-Name Produkt die Rede auf dem Artikelbild ist aber ein Markenartikel abgebildet. Darf der Kunde dann damit rechnen einem Markenartikel geliefert zu bekommen?

In einer aktuellen Entscheidung hat der [BGH \(Urteil vom 12.02.2011, Az. VIII ZR 346/09\)](#) für Ebay entschieden, dass das Produktfoto Auswirkungen auf die Beschaffenheitsvereinbarung der verkauften Ware hat. Im konkreten Fall sollte ein Auto ohne Zubehör verkauft werden, auf dem Artikelfoto war jedoch eine Standheizung abgebildet. Nach Ansicht des BGH hat der Käufer auch einen Anspruch auf die Standheizung, da nicht kenntlich gemacht worden ist, dass das Auto ohne Zubehör verkauft wird.

Diese Entscheidung könnte auch auf Produktfotos von Amazon übertragen werden. Deshalb aufgepasst: Wenn Sie sich an ein bereits gelistetes Produkt „dranhängen“, kann es sein, dass dieses nicht als Markenprodukt erkennbar ist, auf dem Foto aber ein Markenprodukt sichtbar ist. In diesem Fall wären Sie wohl verpflichtet das Markenprodukt zu liefern. Außerdem können sich Konflikte mit dem Markeninhaber ergeben.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement