von **Evangelos Krachtis**

LG Düsseldorf: Das „Anhängen“ an identische, mit unterschiedlicher GTIN versehene Produkte auf Amazon ist nicht wettbewerbswidrig

Die Möglichkeit sich an bestehende Angebote auf der Plattform Amazon „anzuhängen“ bereitet zahlreichen Online-Händlern Kopfzerbrechen. Dabei handelt es sich um ein verbraucherfreundliches Prinzip, welches viele Vorteile mit sich bringen kann. Dennoch wirft diese Möglichkeit des „Anhängens“ eine Vielzahl an rechtlichen Fragen auf. Ob das „Anhängen“ im Falle des Vorliegens identischer Produkte, welche allerdings verschiedene GTIN (Global Trade Item Number) besitzen und unterschiedlich verpackt sind, wettbewerbswidrig ist, hatte erst das Landgericht Düsseldorf mit Urteil vom 15.04.2015 (Az.: 2a O 243/14) zu beurteilen. Lesen Sie mehr:

I. Das „Anhängen-" Prinzip von Amazon

Amazon sieht für den Vertrieb von identischen Waren vor, dass jedes angebotene Produkt nach der Methode „eine Ware pro Seite“ präsentiert wird. Dabei wird bzw. soll jede abgebildete Ware mit einer entsprechenden Beschreibung stets nur einmal dargestellt (werden), selbst wenn eine Mehrzahl von Online-Händlern das betreffende Produkt anbietet. Somit erhalten die Händler die Möglichkeit, ihre Produkte an identische Angebote anderer Verkäufer „anzuhängen“. Durch dieses Prinzip gewährleistet Amazon seinen Kunden Transparenz beim Einkauf, ermöglicht ihnen die Preise für identische Produkte auf einen Blick vergleichen zu können und vermeidet zugleich eine Irreführung durch verschiedene Darstellungen desselben Produkts. Die Online-Händler hingegen haben Interesse daran, dass sich kein weiterer Händler an ihr Produkt „anhängt“, um einen Preiskampf zu vermeiden.

Weitere Fragen zur „Anhänge“-Problematik werden detailliert in diesem Beitrag zur Plattform Amazon beantwortet.

II. Der Sachverhalt

Im vorliegenden Fall bot der Kläger Quietscheentchen und Badeenten in seinem Online-Shop sowie auf der Verkaufsplattform Amazon an. Nach Lieferung der Enten entfernte er den Barcode des Lieferanten und klebte seinen eigenen, vorab bestellten, Code auf.

Anschließend verpackte er die Enten und versah sie mit seiner Visitenkarte. Somit erhielt er von Amazon für exakt dieselbe Ware eine eigene **ASIN** (Amazon Standard Identification Number). Die auf die Badeenten des Klägers „angehängten“, identischen Waren enthielten, eine andere GTIN, obwohl es sich um dieselbe Waren handelte und vom gleichen Hersteller stammten. Dies war der, vorher durch den Kläger durchgeführten, Umverpackung und seiner angefügten Visitenkarte geschuldet.

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360

Der Beklagte verkaufte ebenfalls Spielzeug, Haushaltswaren, Geschenkartikel, etc. unter anderem über die Plattform Amazon. Durch einen Testkauf der Waren des Beklagten fand der Kläger über die **GTIN** den Hersteller der Badeenten heraus. Die angebotenen Produkte des Beklagten kamen **vom selben Hersteller** und waren dennoch an die Waren des Klägers „angehängt", obwohl sie unterschiedliche GTIN trugen. Der Kläger forderte den Beklagten zur Abgabe einer Unterlassungserklärung auf, keine **irreführende Angaben** über die **betriebliche Herkunft** der Badeenten durch die **Übernahme einer fremden ASIN** zu machen. Dem widersprach der Beklagte, und behauptete, ihm sei es unmöglich, die vom Kläger geforderte Erklärung zu unterzeichnen. Die Betreiber der Plattform Amazon führe identische Produktangebote unter verschiedenen ASIN zusammen, so dass nur noch eine ASIN für das identische Produkt verfügbar sei.

III. Die Entscheidung des Gerichts

1. Kein Wettbewerbsverstoß

Das LG Düsseldorf (Urteil vom 15.04.2015, Az.: 2a O 243/14) wies die Klage ab. Das Gericht sah in dem Angebot des Beklagten **keine** Irreführung über die betriebliche Herkunft der Badeenten gemäß § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 UWG.

Die sich für die Badeenten interessierenden Verbraucher werden nicht über deren betriebliche Herkunft getäuscht, da beide Parteien **identische Produkte** anbieten, so das Gericht. Eine irreführende geschäftliche Handlung wird auch nicht daraus begründet, dass die Badeenten des Klägers eine andere GTIN aufweisen als die des Beklagten. Der Umstand, von welchem Zwischenhändler das Produkt stamme, habe bei derart geringpreisigen Produkten, wie Badeenten, keine Bedeutung, wenn ohne Zweifel der Hersteller beider Produkte derselbe sei und der Händler sich an das Angebot anhängen dürfe. Die Kaufentscheidung werde vielmehr nur noch dadurch beeinflusst, welches Angebot am günstigsten sei.

In der Praxis ist es üblich, dass Amazon-Händler ihre Produkte mit ihrem eigenen Logo versehen. Der Endkunde erfährt nur selten welche GTIN das Produkt besitzt, vor dem Hintergrund, dass diese schon gar nicht in der Produktbeschreibung beinhaltet ist. Die GTIN dienen lediglich der Erzeugung einer amazoninternen ASIN.

Auch die Frage nach dem Zwischenhändler spielt nach Ansicht des Landgerichts keine Bedeutung, das Gericht führte aus:

> *"Selbst wenn man vorliegend davon ausgehen sollte, dass das Angebot der Beklagten aufgrund einer anderen GTIN geeignet ist, bei einem erheblichem Teil der umworbenen Verkehrskreise irrige Vorstellungen über die Herkunft der Badeenten hervorzurufen, ist es jedenfalls nicht geeignet, die zu treffende Marktentschließung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen. Die Beklagten haben lediglich, darüber getäuscht, das beworbene Produkt über einen anderen Zwischenhändler bezogen zu haben."*

> Zudem sei für das Gericht nicht erkenntlich, dass die Kunden die Badeenten allein deshalb von dem Beklagten erworben hätten, weil sie eine GTIN aufweisen, die auf den Kläger verweise.

2. Keine Markenrechtsverletzung

Auch markenrechtlich konnte der Kläger gegen den Beklagten aufgrund des „Anhängens“ an seinen Produkten nicht vorgehen. Die Waren des Klägers waren in der Produktbeschreibung mit dem Text **„von Duckshop“**gekennzeichnet. Für diese Bezeichnung hatte sich der Kläger beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) eine Wort-Bildmarke eintragen lassen.

Das Landgericht erkannte in dem Angebot des Beklagten keine Markenrechtsverletzung. Für eine Markenverletzung sei der Beschreibungstext „von Duckshop“**nicht ausreichend**. Hierbei handele es sich lediglich um einen **Herkunftshinweis**. Die Bezeichnung selbst ist in der Tat vergleichsweise **schwach kennzeichnungsfähig**. Zudem waren die Waren des Klägers nicht mit der vom DPMA geschützten Bezeichnung „von Duckshop“ gekennzeichnet. Die Verpackung war nur mit einer Visitenkarte des Klägers versehen, dies reiche nach Ansicht des Gerichts nicht aus, um eine Markenverletzung bejahen zu können.

IV. Uneinigkeit in der Rechtsprechung

Uneinigkeit herrscht in der Rechtsprechung über die „Anhänge“-Problematik. So erkannte das LG Düsseldorf in einer zeitlich früheren Entscheidung mit Urteil vom 22.04.2015 (Az.: 2a O 98/15) bereits in der Übernahme einer fremden ASIN eine Täuschung über die betriebliche Herkunft der Ware. Diese Ansicht teilte sowohl das LG Kassel einer Entscheidung aus dem Jahre 2014, als auch das LG Bochum.

Anders haben das LG Bochum mit Urteil vom 03.11.2011 (Az.: I-14 O 151/11) und das LG Bremen mit Urteil vom 10.01.2012 (Az. 7 O 1983/11) in vorherigen Entscheidungen geurteilt. Beide Gerichte stuften das „Anhängen“ an fremde Angebote auf der Plattform Amazon und die Übernahme einer fremden ASIN **nicht** als wettbewerbswidrig ein.

V. Fazit und Ausblick für die Zukunft

Die Rechtsprechung im Falle des "Anhängens" an bestehende Amazon-Angebote ist sehr uneinheitlich, vor allem entsteht hierbei des öfteren Streit über das Vorliegen einer wettbewerbsrechtlichen Irreführung bzw. einer markenrechtlichen Verletzungshandlung. Es bleibt abzuwarten, wie die Oberlandesgerichte die rechtlichen Fragen beim "Anhängen" auf Amazon beurteilen werden. Solange keine klare Rechtsprechungslinie existiert, verbleibt vor allem bei der Frage um die Mitverwendung einer ASIN auf der Plattform Amazon unter dem Aspekt des Täuschens über die betriebliche Herkunft großes Ungewissheit. Die IT-Recht Kanzlei wird weiterhin über den Stand der Rechtsprechung zu dieser Thematik informieren.

VI. Professionelle Amazon-AGB, Wiederrufsbelehrung & 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 & Co 2014 für Amazon Deutschland
- AGB, Widerrufsbelehrung & Co 2014 für Amazon Frankreich
- AGB, Widerrufsbelehrung & Co 2014 für Amazon England
- AGB, Widerrufsbelehrung & Co 2014 für Amazon Spanien
- AGB, Widerrufsbelehrung & Co 2014 für Amazon Italien
- AGB 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:
Evangelos Krachtis
(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360