

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Amazon: Abmahngefahr reduzieren durch Markenregistrierung

Aus unserer Beratungspraxis wissen wir, dass viele Amazon-Händler in Abmahngefahr sind, weil sie über Amazon Produkte verkaufen, die nicht zu der entsprechenden, bei Amazon hinterlegten Produktbeschreibung passen – ohne dass die Händler dies wirklich verhindern können. Dies kann teuer werden. Dennoch lässt sich in einigen Fällen durch sachgerechtes Gegensteuern in Form von gezielten Markenmeldungen der Abmahngefahr begegnen. Die IT-Recht Kanzlei stellt in diesem Beitrag das Problem im Detail vor und erläutert die Lösung.

I. Die rechtliche Tücken mit den ASIN von Amazon

Wer als Online-Händler auf der Amazon-Plattform Produkte verkaufen möchte, kommt an den ASIN (=Amazon Standard Identification Number) nicht vorbei. Amazon vergibt für jedes Produkt eine eigene ASIN, aber eben nur eine. Wenn verschiedene Händler dann dasselbe Produkt verkaufen, so müssen sie in der Regel dieselbe ASIN verwenden, und damit auch dieselbe darunter abrufbare Produktbeschreibung samt der jeweiligen Produktbilder.

Allerdings stammt die Produktbeschreibung häufig nicht unmittelbar von Amazon selbst, sondern von anderen Händlern, die diese abändern oder ergänzen können – mit teils verheerenden Folgen. Denn werden in der Produktbeschreibung bestimmte Eigenschaften eines Produktes beschrieben, die ein Produkt tatsächlich jedoch gar nicht hat, kann das nicht nur zu Nacherfüllungsansprüchen des Käufers führen, sondern auch zu Abmahnungen wegen irreführender Werbung. Was also tun? Eine Lösung könnte für einige Händler die Registrierung einer eigenen Marke sein.

II. Das Problem im Detail

Pro Produkt vergibt Amazon eine ASIN. Unter dieser ASIN sind dann die Produktbeschreibungen, Produktfotos und ggf. auch Produktbewertungen abrufbar. Für die Erstellung der jeweiligen Inhalte ist aber nicht zwingend Amazon oder ein besonders hierfür Beauftragter verantwortlich, sondern mehrere unterschiedliche Händler. Wer das genau ist, lässt sich nicht immer herausfinden; Amazon lässt sich da nicht vollständig in die Karten blicken. Die Berechtigung hängt wohl von einem besonderen Status ab, den man als Händler erlangen kann, den man aber auch wieder verlieren kann. So kann es passieren, dass ein Händler eine Produktbeschreibung erstellt hat, sie selbst später aber nicht mehr verändern kann. Der Status, der einen zur Bearbeitung berechtigt, soll sich sogar täglich ändern können. Besonders problematisch in diesem Zusammenhang sind No-Name-Produkte, die nicht von einem Markenhersteller stammen: es kann vorkommen, dass Amazon eine einzelne ASIN für ähnliche, aber eben verschiedene No-Name-Produkte vergibt, deren Produktbeschreibungen von den dazu Berechtigten hin und her geändert werden.

Für insbesondere kleinere Online-Händler, die Produkte unter solchen fremdgesteuerten ASIN verkaufen (müssen), ist dieses Amazon-System hoch problematisch. So kann es passieren, dass sich die Produktbeschreibung des von einem Händler angebotenen Produkts unangekündigt wesentlich verändert – und somit ein Käufer ein Produkt nach der (neuen) Produktbeschreibung kauft, der Händler aber das Produkt nach der alten Produktbeschreibung liefert: dem Käufer stehen dann in der Regel Sachmängelrechte zu, insbesondere hat er einen Anspruch auf Lieferung der Ware, die er bestellt hat – und das ist das Produkt mit den Eigenschaften aus der Produktbeschreibung, auf die sich der Käufer bezieht.

Das ist jedoch nicht das einzige rechtliche Problem. Schlimmere Auswirkungen hat dieses ASIN-System im Lauterkeitsrecht. Nach § 5 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (kurz: UWG) handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt. Händler, die per Produktbeschreibung – wenn auch ungewollt, darauf kommt es jedoch nicht entscheidend an – dem Anschein nach bestimmte Produkte verkaufen, dann aber tatsächlich andere Produkte an die Kunden liefern, führen ihre Kunden in die Irre. Mitbewerber oder Verbraucherschutzverbände können ein solches Verhalten abmahnen, was gerade für kleinere Händler mit vergleichsweise hohen Kosten verbunden sein kann.

III. Eine praxistaugliche Lösung der Probleme

Die Lösung des Problems hängt für Amazon-Händler entscheidend mit der Kontrolle über die ASIN der angebotenen Produkte zusammen: wer die ASIN und die unter ihr gespeicherten Produktbeschreibungen samt Produktbildern kontrollieren kann, hat selbst in der Hand, welche Informationen die Kunden vor dem Kauf zu Gesicht bekommen und kann somit verhindern, in die Sachmängelhaftung oder Abmahnfalle zu laufen.

Wer markenrechtlich bereits geschützte Produkte via Amazon verkauft, kann die dortige ASIN nicht unmittelbar selbst steuern, hat aber ggf. das Glück, dass die Markenhersteller und großen Anbieter sicherlich gut darauf achten werden, dass die Produktbeschreibungen passen und nicht zu häufig geändert werden, auch wenn es dafür freilich keine Garantie gibt. er jedoch No-Name-Produkte verkauft, hat die Möglichkeit, durch die Eintragung einer eigenen, gesetzlich geschützten Marke eine eigene ASIN zu generieren, die man als gesetzlich geschützter Markeninhaber dann kontrollieren kann: beispielsweise kann man nun anderen Amazon-Händlern, die ihre (ähnlichen) No-Name-Produkte unter derselben ASIN anbieten wollen – etwa um sich die Arbeit für die Erstellung einer neuen Produktbeschreibung zu sparen – dies markenrechtlich untersagen.

IV. Die Eintragung einer Marke für No-Name-Produkte

Im Prinzip kann jeder Online-Händler selbständig beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) oder beim europäischen Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (in Alicante) eine Marke zur Eintragung anmelden. Besser ist es allerdings, im Vorfeld fachmännische Beratung einzuholen oder dies gleich von Anfang an von einem darauf spezialisierten Anwalt durchführen zu lassen.

Erstens ist die Wahl der Marke nicht unproblematisch, etwa ob es sich idealerweise um eine Bild- oder eine Wortmarke oder eine Kombination aus beidem handeln sollte und welche Zeichen hierfür verwendet werden sollen – denn will man im Amazon-Shopsystem als Händler gut aussehen, bietet sich vor allem die Wahl von Wortmarken an, etwa weil sich Bildmarken kaum gut in das Shopsystem integrieren lassen. Zudem ist es wichtig, durch die eigene Markenmeldung nicht aus Versehen die Markenrechte anderer zu verletzen oder zumindest keine weiteren Probleme zu verursachen – ein sorgfältiger Vorab-Check ist da sinnvoll. Weiter sollte – auch für einen schnellen und erfolgreichen Abschluss des formellen Eintragungsverfahrens – eine möglichst unterscheidungskräftige Marke gewählt werden; was darunter zu verstehen ist, können Markenrechtsexperten am besten einschätzen. Und schließlich kommt es nicht nur auf die Wahl der Marke bzw. des Markenzeichens an, sondern auch auf die Wahl der Klasse und Warengruppe, für die die Marke sinnvollerweise geschützt werden soll.

Die falsche Wahl kann zur Verpuffung des Markeneffekts oder zu unnötigen Kosten führen – eine Markenmeldung sowie das Halten einer eingetragenen Marke sind mit Kosten verbunden, die seriös kalkuliert werden sollten.

Eine Markenregistrierung beim Deutschen Patent- und Markenamt oder beim Harmonisierungsamt in Alicante sollte im Übrigen nicht mit einer Markenregistrierung bei Amazon verwechselt werden. Gesetzlicher Markenschutz kann durch eine Registrierung bei Amazon natürlich nicht erreicht werden; eine solche Registrierung hat lediglich Vorteile bei Amazon und keinerlei Außenwirkung.

V. Fazit

Amazon-Händler müssen beim Verkauf von Produkten über das Amazon-Shopsystem aufpassen, dass sie tatsächlich das Produkt verkaufen, das unter der Amazon Standard Identification Number (=ASIN) beschrieben wird. Tun sie das nicht, riskieren sie neben Protesten und Mängelansprüchen von Käufern vor allem Abmahnungen durch Verbraucherschutzverbände und Mitbewerber wegen irreführender Werbung. Dabei spielt es keine Rolle, dass die betroffenen Händler ggf. nicht die letzte Kontrolle über die Produktbeschreibungen haben und Änderungen darin möglicherweise nicht einmal mitbekommen.

Abhilfe lässt sich beim Verkauf von No-Name-Produkten (also Produkten, die keine Markenprodukte sind) vor allem durch eine offizielle Markenregistrierung erreichen. Der gesetzliche Markenschutz führt dann dazu, dass der Online-Händler als Markeninhaber die Kontrolle über die jeweilige ASIN und damit auch die darunter gespeicherte Produktbeschreibung hat. Um die markenrechtlichen Vorteile möglichst effizient zu erreichen und Fehler zu vermeiden, sollten sich Betroffene daher möglichst ausführlich beraten lassen.

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber

Rechtsanwalt