

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

OLG Hamm: Wann die Verwendung des Feldes „von“ auf Amazon eine Irreführung darstellt!

Das Oberlandesgericht Hamm hat in einer Entscheidung (Urteil vom 22.11.2018, Az.: I-4 U 73/18) zu einer sehr häufigen Praxis auf der Plattform Amazon Stellung bezogen. Oftmals versuchen Online-Händler auf der Plattform Amazon No-Name Massenware für sich zu „monopolisieren“, indem im Feld „von“ auf Amazon der Verkäufer- oder Markenname eines Online-Händlers angegeben wird. Dieser Vorgehensweise erteilt das OLG Hamm nunmehr eine Absage. Lesen Sie mehr zur Begründung des Gerichts in unserem Beitrag.

1. Was war passiert bzw. der Versuch der „Monopolisierung“ von Massenware

Auf der Plattform Amazon stritten sich zwei Online-Händler für den Verkauf von Mobiltelefonzubehör. Hierbei bot der Kläger das Mobiltelefonzubehör unter der Bezeichnung „X“ und der Beklagte unter der Bezeichnung „Y“ an.

Der Kläger erstellte als erstes (damit also Ersteller) ein Verkaufsangebot auf der Plattform Amazon unter einer bestimmten ASIN (= Amazon Standard Identification Number).

Exkurs: Erneute Anlage einer Produktbeschreibung bei Amazon mit neuer ASIN wettbewerbswidrig

Mit Hinweisbeschluss vom 20.10.2016 in der Sache Az.: I-4 O 80/16 teilte das OLG Hamm die Rechtsauffassung mit, dass es die sog. Doppelanlage eines identischen Artikels unter einer neuen ASIN (sog. Dublette) auf der Plattform Amazon als unzulässig ansieht.

Die Begründung des OLG Hamm können Sie [hier](#) nachlesen.

Die „Reservierung“ von Artikeln auf Amazon ist äußerst verlockend, genießt so ein Ersteller eines Amazon-Angebots ein Quasi-Exklusivitätsrecht für den Vertrieb der Massenware, sofern man annimmt, dass ein Anhängen an einen solchen Artikel aufgrund einer irreführenden „von“-Angabe unzulässig ist und ferner die Anlage eines weiteren (identischen) Amazon-Artikels ebenfalls unzulässig ist.

Die streitige Artikelbezeichnung des Amazon-Angebots lautete wie folgt:

“

*"Netzladegerät, Reiseladegerät, Ladegerät für T #####
„von X"."*

”

Um ein besseres Verständnis für die spezifischen Gegebenheiten auf der Plattform Amazon zu vermitteln, haben wir nachstehend einmal ein Beispiel für die Ansicht eines „von“-Feldes wiedergegeben:



Hinweis: Es handelt sich bei dem vorstehenden Screenshot nicht um das streitgegenständliche Amazon-Angebot aus der OLG Hamm-Entscheidung.

Der Beklagte "hängte" sich im Folgenden an dieses Angebot an, so dass die Artikelbezeichnung für das von ihm unter Y angebotene Gerät dieselbe war.

Bei dem solchermaßen von beiden Händlern angebotenen Artikel handelte es sich um ein „**No-Name-Produkt**“ eines chinesischen Herstellers, das über eine polnische Firma importiert wurde.

Der Kläger argumentierte, dass der Beklagte sich unlauter verhalte, da der Verbraucher nur beim Kauf vom Kläger auch die Ware wirklich „von“ X (also dem Kläger) erhalte, zudem sei der Kläger der „Namensgeber“ des No-Name-Artikels.

2. Die Entscheidung des OLG Hamm

Für die Beurteilung des Falles kam es maßgeblich darauf an, welche Bedeutung der Angabe „von“ zukommt.

Das OLG Hamm sieht im vorliegenden Fall eine Irreführung ...

a.) durch den Beklagten

Das OLG Hamm urteilte, dass das Anbieten von sog. No-Name-Massenware in der vorliegenden Form **irreführend** sei, konkret **täusche** der Beklagte über die **betriebliche Herkunft** der (Massen-) Ware. Die Begründung des OLG Hamm, weshalb eine Irreführung über die betriebliche Herkunft vorliege:

- Die Angabe „von X“ weise auf ein **Kennzeichen** (Marke oder ein sonstiges unternehmensbezogenes Zeichen) des Herstellers hin, dies ergebe sich schon aus der Verbindung mit der vorangestellten und auf einen Ausgangspunkt oder Ursprung hinweisenden Präposition „von“;
- Die Angabe „von X“ stelle gerade **keinen** Hinweis auf den **Verkäufer** des Produkts dar, weil der Verkäufer grundsätzlich an anderer Stelle im Amazon-Angebot ausdrücklich als solcher benannt werde;

- Die Angabe „von X“ weise auch **nicht** darauf hin, dass die Ware aus dem **mittelbaren oder unmittelbaren Warenbestand** des Klägers stamme, denn: Über welche Zwischenhändler der Verkäufer seine Ware bezogen hat, sei für den Verkehr regelmäßig ohne Belang und bedarf keiner besonderen Erwähnung an einer **prominenten Stelle** wie dem werbewirksamen Titel der Anzeige.

Ein interessanter Hinweis des Gerichts in diesem Zusammenhang zu **Markenware**:

Im Fall von Markenware unterliege ein Verbraucher bei einer Angabe „von“ **keiner Täuschung über den Hersteller**, da der Bekanntheitsgrad der jeweiligen Marke einer solchen Täuschung entgegen wirke.

Nähere Ausführungen des Gerichts, weshalb der Beklagte sich die Angabe „von X“ (immerhin eine Angabe des Klägers und gerade nicht des Beklagten) konkret zurechnen lassen müsse, sucht man vergebens. Vielmehr gehen die Richter in Ihrem Urteil wie selbstverständlich davon aus, dass eine Zurechnung zu Lasten des Beklagten vorauszusetzen ist.

Im Endergebnis steht die Erkenntnis des Gerichts, dass der vermittelte Eindruck zur betrieblichen Herkunft der Ware falsch sei. Der Beklagte handelte nach Ansicht der Hammer Richter durch das Anhängen an den Amazon-Artikel mit der Bezeichnung „von X“ unlauter.

b.) aber (gerade) auch durch den Kläger!

An diesem Punkt versteckt sich der eigentliche Witz der Entscheidung! Der Kläger begehe gerade durch sein eigenes Verhalten die **identische Irreführung** wie der Beklagte. Denn der Kläger ist unstreitig **weder Hersteller** der aus China stammenden Geräte **noch Importeur** der durch eine polnische Firma nach Deutschland eingeführten Ware. Er ist „lediglich“ einer von mehreren Anbietern dieser sog. No-Name-Produkte.

Daher: Durch die Verwendung der Angabe „von X“ hat also gerade der Kläger selbst eine Irreführung über die betriebliche Herkunft begangen!

Nur aufgrund dieser vom Kläger selbst verursachten Irreführung schafft dieser die Basis für seinen wettbewerbsrechtlichen Vorwurf gegenüber dem Beklagten, so das OLG Hamm. Mit der identischen obigen Begründung gelangt das OLG Hamm daher zur Ansicht, dass **nicht nur der Beklagte, sondern auch (und vor allem) der Kläger (!) irreführend handelte**.

Das OLG Hamm drückt dies wie folgt aus:

“

"Denn die Rechtsposition des Klägers beruht auf seinem eigenen unlauteren, da gleichermaßen irreführenden Handeln (...). Die Unlauterkeit des beanstandeten Handelns des Beklagten wird nämlich einzig und allein durch das gleichermaßen irreführende eigene Angebot des Klägers provoziert (...)."

”

Das OLG Hamm schlägt dem Kläger den an sich vorliegenden Unterlassungsanspruch wieder aus der Hand, da sich der Kläger durch seine Vorgehensweise (= eigenes irreführendes Angebot) rechtsmissbräuchlich (§ 242 BGB) verhalte:

“

"Das Ziel des Klägers, durch diese Vorgehensweise von vorneherein das auf der Internetplattform P systemimmanente Anhängen von Wettbewerbern an das eigene (Erst-)Angebot zu unterbinden, ist wettbewerbsrechtlich inakzeptabel. Denn hiermit würde ein Wettbewerb hinsichtlich des jeweiligen Produktes auf der Internetplattform P [Anmerkung des Zitierenden: gemeint ist die Plattform Amazon] tatsächlich behindert, wenn nicht gar vereitelt. Wettbewerbern würde das Angebot gleicher Artikel letztlich unmöglich gemacht wird, da sie diese nicht unter einer anderen ASIN anbieten könnten, ohne sich dem Vorwurf ausgesetzt zu sehen, solchermaßen irreführend eine „Dublette“ anzubieten (...)."

”

Im letzten Satz nimmt das OLG Hamm seine Dubletten-Rechtsprechung wieder auf und weist darauf hin, dass in konsequenter Befolgung dieser Rechtsprechung ein Anbieten für andere Händler auf Amazon unmöglich wäre, wenn eine „Monopolisierung“ in diesem Sinne möglich wäre.

3. Auswirkungen des Urteils

Zieht man die vom OLG Hamm aufgestellten Grundsätze heran, hat diese Rechtsprechung die folgenden Auswirkungen für das Anbieten auf Amazon:

- Das Erstellen von mehreren identischen Artikelanlagen auf Amazon ist unzulässig.
- Es liegt eine Irreführung vor, wenn ein Amazon-Händler eine Amazon-Artikel-Anlage erstellt, es sich hierbei um eine No-Name-(Massen-)Ware handelt und im Rahmen der Angabe „von“ seinen Händlernamen angibt ohne (!) hierbei Hersteller der betreffenden Ware zu sein.
- Ob eine Irreführung vorliegt, wenn der Amazon-Händler die Ware selbst aus dem Ausland importiert hat, kann nach der Rechtsprechung des OLG Hamm nicht eindeutig beurteilt werden.
- Eine Irreführung bei der Angabe „von“ mit einem Hinweis auf den (Betrieb des) Amazon-Händler(s) ist (wohl) ausgeschlossen, wenn es sich nicht um No-Name-(Massen-)Ware, sondern um Markenware handelt, denn: Der Bekanntheitsgrad der jeweiligen Marke wirke einer etwaigen Täuschung entgegen. Nicht geklärt ist der Fall, wenn eine No-Name-Ware nachträglich von einem Amazon-Händler mit einer Marke versehen wird, um die Ware sodann als „Markenware“ weiter zu vertreiben.

Update vom 25.09.2020: Das LG Mannheim (Urteil vom 27.08.2020, Az.: 22 O 11/20) entschied, dass ein Online-Händler unzulässig handelt, sofern dieser eine von einem Dritten hergestellte No-Name-Ware mit seiner eigenen Marke brandet, um damit den Eindruck zu vermitteln, das Produkt stamme aus seiner eigenen Produktion (und der Online-Händler wäre damit als Hersteller anzusehen).

4. Fazit

Die Angabe „von“ bei Amazon-Artikeln ist dann irreführend und unzulässig, wenn sich der Amazon-Händler selbst benannt, eine sog. No-Name-(Massen-)Ware vorliegt und der benannte Amazon-Händler diesbezüglich nicht Hersteller oder zumindest Quasi-Hersteller (= exklusive Herstellung eines Produkts im Auftrag des Händlers) ist.

Die Angabe „von“ auf der Plattform Amazon ist damit ein großes Stück gefährlicher geworden. Amazon-Händler, die No-Name-(Massen-)Ware auf Amazon verkaufen möchten und sich mit der Angabe „von“ konfrontiert sehen, sollten hier keinen Hinweis auf den eigenen Betrieb angeben, sondern den eigentlichen Hersteller der Ware.

Was für den Fall gilt, dass eine No-Name-Ware nachträglich unter einer eigenen Marke (weiter-)vertrieben werden soll, hatte das OLG Hamm nicht explizit geklärt, es kann hierbei nicht ausgeschlossen werden, dass ein solcher Vertrieb ebenfalls unzulässig sein könnte.

ABER Achtung: Auch Amazon-Händler, die einen Amazon-Artikel nicht angelegt haben müssen kontrollieren, was im Feld „von“ bei Amazon steht. Ist im betreffenden Feld ein falscher (und damit irreführender) Hinweis vorhanden, sollte von einem Anhängen an diesem Artikel abgesehen werden!

Es bleibt abzuwarten, wie sich andere Gerichte dieser Frage um die Angabe „von“ auf der Plattform Amazon annehmen werden, zudem könnte auch Amazon selbst die Gefahr um die „von“-Angabe selbst entschärfen. Wir werden Sie betreffend der weiteren Entwicklungen auf dem Laufenden halten!

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt