

## ECC-Rechtstipp

von RA Rolf Becker ([rbecker@kanzlei-wbk.de](mailto:rbecker@kanzlei-wbk.de))

# Händler haftet für Fehler von Amazon



In gleich zwei Verfahren hatte es der BGH aktuell mit Angeboten auf Amazon-Marketplace zu tun. (Urt. v. 03.03.2016, Az. I ZR 110/15 und I ZR 140/14). Es ging jeweils um falsche Angebotsangaben bzw. Markenverletzungen, die der verklagte Händler nicht selbst verursacht hatte.

Bei Amazon gibt es bekanntlich für jeden Artikel möglichst nur eine Angebotsbeschreibung. Händler, die den gleichen Artikel anbieten, hängen sich dort heran. Diese Beschreibung wird aus Daten generiert, die die Händler zur Verfügung stellen. Amazon nutzt meist das Angebot des ersten Händlers, der dann auch Änderungen vornehmen kann. Nach den Feststellungen im BGH-Urteil hatte in dem ersten Fall Amazon zu einem Angebot einer Armbanduhr eine unverbindliche Preisempfehlung mit angegeben:

Casio Collection Herren-Armbanduhr Solar-Kollektion Digital Quarz AL-190WD-1AVEF  
von Casio  
★★★★☆ (17 Kundenrezensionen)

Unverb. Preisempf.: ~~EUR 39,00~~  
Preis: EUR 19,90 Kostenlose Lieferung ab EUR 20  
(Bücher und Blu-ray-Filme immer versandkostenfrei, auch bei allen Verkäufern, die "Versand durch Amazon" nutzen. [Details](#))  
Sie sparen: EUR 20,00 (50%)  
Alle Preisangaben inkl. MwSt.

**Auf Lager.**  
Verkauf durch **K** und [Versand durch Amazon](#). Für weitere Informationen, Impressum, AGB und Widerrufsrecht klicken Sie bitte auf den Verkäufernamen. Geschenkverpackung verfügbar.

Lieferung bis **Mittwoch, 3. Juli**: Bestellen Sie innerhalb 2 Stunden und 42 Minuten per **Morning-Express**. [Siehe Details](#).

Zwar darf man nach den Urteilsgründen des BGH natürlich noch nach wie vor mit unverbindlichen Preisempfehlungen werben, auch wenn die Spezialregelung dazu in den §§ 22, 23 GWB zwischenzeitlich abgeschafft wurden. Aber die genannten Referenzpreise müssen noch gültig sein.

Das war bei der Uhr nicht der Fall. Die Uhr war zwar noch lieferbar, wurde aber in den Fachhandelspreislisten nicht mehr angeboten. Der BGH sah die Bestätigung des Herstellers, die UVP sei noch gültig, bei dieser Sachlage nicht als relevant an.

### **Händler haftet für Angaben**

Damit war die Preisangabe falsch und irreführend. Der BGH sah den verklagten Händler in der Pflicht, denn er müsse sich die falschen Angaben zurechnen lassen, auch wenn er die inhaltliche Gestaltung des Angebots nicht vollständig beherrsche:

*Bei wertender Betrachtung liegt es aber keinesfalls außerhalb der Lebenserfahrung, dass es zur Einstellung falscher Herstellerpreisempfehlungen kommt, so dass ein entsprechender Fehler des Plattformbetreibers nicht als völlig ungewöhnliche und unsachgemäße Handlungsweise angesehen werden kann, die die Adäquanz entfallen ließe. Dass der Plattformbetreiber selbst fehlerhafte Angaben für möglich hält, folgt nicht zuletzt daraus, dass er den Händlern ... im Wege Allgemeiner Geschäftsbedingungen die Pflicht auferlegt, die für sein Angebot angezeigten Produktinformationen und deren Rechtmäßigkeit regelmäßig zu kontrollieren.*

Die Zurechnung der Haftung bei Auftreten falscher Angaben sei daher angemessen und die Kehrseite der einfachen Angebotsmöglichkeiten.

Entscheidungs- und Kontrollrechte soll sich der Händler bei Amazon vorbehalten:

*Die Beklagte hat, indem sie dem Plattformbetreiber die Möglichkeit der Einflussnahme auf das Erscheinungsbild ihres Angebots eingeräumt hat, ohne sich ein vertragliches Entscheidungs- oder Kontrollrecht vorzubehalten, die Gewähr für die Richtigkeit der vom Plattformbetreiber vorgenommenen Angaben übernommen.*

Das dürfte bei betroffenen Händlern eher ein müdes Lächeln hervorzaubern.

### **Überprüfungs- und Überwachungspflicht**

Im zweiten Fall (BGH, Urteil vom 3. März 2016 - I ZR 140/14) bot ein Händler auf Amazon eine „Finger Maus“ für „PC Notebook“ an. Dieses Angebot konnte im November 2011 mit Angabe einer geschützten Marke in der Überschrift („MARKENNAME-Fingermouse“) aufgerufen werden. Das Gerät stammte aber nicht vom Markeninhaber.

Der BGH beschreibt die Vorgänge, die zur Angabe der Marke führen konnten wie folgt:

*Um eine Ware über Amazon-Marketplace anzubieten, gibt der erste Anbieter eines Produkts seine Produktinformationen (etwa Produktnamen, Hersteller, Marke) in eine von Amazon bereitgestellte Maske ein, die dann als digitale Katalogseite für Kaufinteressenten mit einem Foto des Produkts abrufbar ist. Stellen danach andere Händler das gleiche Produkt bei Amazon-Marketplace zum Verkauf ein, werden sie regelmäßig auf der bereits erstellten Katalogseite des ersten Anbieters gelistet, auf der dann die Gesamtzahl der Angebote für das Produkt – aufgeteilt in neu und gebraucht – genannt wird. Die anderen Verkäufer können die bei Amazon eingegebene Produktbeschreibung ohne Zustimmung oder Einflussmöglichkeit des ursprünglichen Erstellers nachträglich uneingeschränkt ändern.*

Nach den Feststellungen des BGH haftete der Händler, der sich an dieses Angebot angehängt hatte zumindest als sog. Störer, da er Prüfpflichten verletzt habe.

*Händler, die auf der Internet-Verkaufsplattform Amazon-Marketplace Produkte zum Verkauf anbieten, trifft eine Überwachungs- und Prüfungspflicht auf mögliche Veränderungen der Produktbeschreibungen ihrer Angebote, die selbständig von Dritten vorgenommen werden, wenn der Plattformbetreiber derartige Angebotsänderungen zulässt.*

**Fazit**

Mit diesen Entscheidungen hat der BGH eines klargestellt; Händler haften bei Angebotsplattformen, auch wenn Sie keinen Einfluss auf die Gestaltung haben. Damit werden Angebote nicht nur auf Amazon für Händler mehr als gefährlich. Wer Unterlassungserklärungen abgibt, läuft Gefahr, hohe Vertragsstrafen zu zahlen, wenn das nächste Angebot wieder die angegriffene Information enthält. Ob selbst eine tägliche Prüfung ausreichen würde, ist zweifelhaft. Sie wäre bei mehreren 100 oder 1.000 Angeboten letztlich auch nicht leistbar und müsste zudem beweiskräftig festgehalten werden. Hier besteht die Gefahr, dass Gläubiger einer Unterlassungserklärung sogar mit Dritten, die Zugriff auf die Angebote haben, zusammenwirken könnten. Zurzeit werden übrigens gerne fehlende Angaben zu Garantien bei Amazon abgemahnt, wenn etwa im Angebotstext Hinweise auftauchen, wie „2 Jahre Garantie“. Es wird Zeit, dass auch Amazon in Haftung genommen wird. Nach Kenntnis des Autors geschieht dies auch in wenigen Fällen. Man mag hoffen, dass sich etwas ändert. Allein es fehlt der Glaube.

**Über den Autor**

Rechtsanwalt Rolf Becker ([www.rolfbecker.de](http://www.rolfbecker.de)) ist Partner der Rechtsanwälte WIENKE & BECKER ([www.kanzlei-wbk.de](http://www.kanzlei-wbk.de)) in Köln und Autor von Fachbüchern und Fachartikeln zum Wettbewerbsrecht, Markenrecht und Vertriebsrecht insbesondere im Fernabsatz. Als Mitglied im ECC-Club kommentiert Rechtsanwalt Becker für das ECC Köln regelmäßig aktuelle Urteile zum Online-Handel und gibt Händlern praktische Tipps, wie sie mit den gesetzlichen Vorgaben umgehen sollen.

RA Becker auf Twitter: <http://twitter.com/rolfbecker>

Er ist auch Autor auf den Informationsdiensten [www.Versandhandelsrecht.de](http://www.Versandhandelsrecht.de) und [www.fernabsatz-gesetz.de](http://www.fernabsatz-gesetz.de).

Dieser Rechtstipp ist Teil des Informationsangebots des E-Commerce-Center Köln (ECC Köln) an der IFH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln.

**Kontakt:**

ECC Köln  
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH  
Dürener Str. 401 b  
50858 Köln

Telefon: +49 (0) 221 943607-70

Telefax: +49 (0) 221 943607-59

[info@ecckoeln.de](mailto:info@ecckoeln.de)

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

Erscheinungsdatum: August 2016