

## **Amazon-Händler für Abbildungen verantwortlich**

*Das OLG Frankfurt hat erneut bestätigt, dass Amazon-Händler auch für Änderungen von Angebotsinhalten durch den Programmalgorithmus von Amazon verantwortlich gemacht werden können. ECC CLUB Mitglied Rechtsanwalt Rolf Becker, Partner bei WIENKE & BECKER – KÖLN berichtet über die aktuelle Entscheidung.*

Einmal mehr ging es um einen Rechtsstreit in der Druckertintenbranche. Auf Amazon tummeln sich viele Anbieter, die nicht nur den Wettbewerb, sondern vor allem den Programmalgorithmus von Amazon zu fürchten haben. Der tauscht nämlich nach einer unerfindlichen Logik die Abbildungen zu den angebotenen Produkten aus und wählt dazu aus einem Pool von Bildern, die u.a. von Händlern bereitgestellt werden.

### **Anhängen an Angebote**

Der im einstweiligen Verfügungsverfahren verklagte Wettbewerber hatte sich in der Vergangenheit bei der Bewerbung seines Druckertoners ohne Originalverpackung an ein Angebot des klagenden Antragstellers für ein Original-Toner-Kit mit entsprechender bildlicher Darstellung mit Verpackung „angehängt“. Dies wurde ihm mit einstweiliger Verfügung des Landgerichts Hanau untersagt.

Später stellte der klagende Händler fest, dass das Angebot des Konkurrenten erneut eine irreführende Abbildung eines Toners mit Originalverpackung aufwies. Da dies gegen den Verfügungsbeschluss des LG Hanau verstieß, beantragte der klagende Händler die Festsetzung eines „empfindlichen Ordnungsgeldes“.

### **Hinweis auf Amazon hilft nicht**

Der verklagte Händler wehrte sich. Er würde beim Einstellen seines Angebots auf Amazon das Bild eines Toners ohne Originalkarton mit der richtigen ASIN (Amazon Standard Identification Number) für sein Produkt „Originalware neutral unverpackt“ an Amazon übermitteln. Bei Amazon wechsele aber das Bild, so dass einmal das übermittelte Bild zu sehen sei, zu einem späteren Zeitpunkt dagegen ein Bild eines Toners mit Originalkarton. Dies habe man erst jetzt durch einen Chat mit Amazon erfahren. Die Richter des OLG konnten dem Händler allerdings nachweisen, dass der Programmalgorithmus schon Diskussionsgegenstand in erster Instanz war.

## **Regelmäßige Prüfung ist Händlerpflicht**

Das OLG Frankfurt entschied, der Händler habe mit einem Bildtausch rechnen müssen. Daher sei er verpflichtet gewesen, das Angebot regelmäßig auf rechtsverletzende Änderungen zu prüfen. Dieser Prüfungspflicht sei die Antragsgegnerin hier in vorwerfbarer Weise nicht nachgekommen. Hätte sie ihr Angebot nach dem Einstellen regelmäßig überprüft, hätte sie festgestellt, dass neben ihrem Angebot für unverpackte Ware nicht nur das von ihr selbst hochgeladene, sondern noch die Bilder anderer Händler erscheinen. Dies hätte sie dazu veranlassen müssen, ihr Angebot - jedenfalls unter dieser ASIN - zu löschen (Oberlandesgericht Frankfurt am Main, Beschluss vom 18.03.2021, Az. 6 W 8/18; in erster Instanz Landgericht Hanau, Beschluss vom 04.12.2017, Az. 5 O 17/16).

## **Ordnungsgeld 500 Euro**

Das Gericht verhängte ein Ordnungsgeld von 500 Euro. Die Entscheidungsbegründung wurde noch nicht veröffentlicht, aber der Betrag dürfte mit dem erstmaligen Verstoß zusammenhängen. Allerdings hat das LG Arnsberg in einem vergleichbaren Fall schon einmal 2.500 Euro verhängt (Beschl. v. 14.02.2017, Az. I-8 O 10/15).

## **Faktisches Angebotsverbot**

Defacto kommt die Entscheidung einem Angebotsverbot auf Amazon gleich. Bei weiteren Verstößen drohen deutlich höhere Ordnungsgelder.

Ein Händler, der vielleicht hunderte oder tausende Angebote auf Amazon unterhält ist nicht in der Lage immer wieder neu prüfen, ob z.B. ein Bild oder eine Überschrift gewechselt hat. Zudem scheint auch in diesem Beschluss kein Anhaltspunkt enthalten zu sein, was denn „regelmäßig“ sein soll. Geht es hier um eine Prüfung in der Woche, am Tag oder mehrere pro Stunde?

Schon 2016 hat der Bundesgerichtshof (Urteil vom 03.03.2016 (Az. I ZR 110/15)) entschieden, dass die Zurechnung der Haftung bei Auftreten falscher Angaben (hier falscher UVP) angemessen sei. Es handele sich um die Kehrseite der einfachen und vermeintlich händlerfreundlichen Angebotsmöglichkeiten:

*„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.“*

Im Urteil „Angebotsmanipulation bei Amazon“ (BGH, Urt. v. 03.03.2017, I ZR 140/14) sah der BGH die Prüfungspflicht bei nahezu 2 Wochen ohne Prüfung als verletzt an. Es sei zwar bzgl. des Umfangs der Prüfungspflicht der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit zu beachten. Zwei Wochen waren den Richtern aber zu lange.

Auch das LG Freiburg (Urt. v. 07.08.2017, Az. 12 O 141/15 KfH) rechnete es einem Händler zu, dass sein Angebot in irreführender Weise in einer falschen Rubrik landete.

Die Flucht in die Anlage einer eigenen EAN (European Article Number) ist auch keine Lösung. Nach einer Entscheidung des OLG Hamm handelt ein Verkäufer irreführend, wenn er eine Produktbeschreibung auf der Handelsplattform Amazon neu anlegt, obwohl das Produkt bereits gelistet ist (Urt. v. 12.01.2017, Az. 4 U 80/16) und die EAN nicht existiert.

**Fazit:**

Auf Amazon basierende Geschäftsmodelle bleiben Modelle „auf dünnem Eis“.

Ihr  
Rolf Becker



**Über den Autor**

Rechtsanwalt Rolf Becker 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 Onlinehandel und gibt Händlern praktische Tipps, wie sie mit den gesetzlichen Vorgaben umgehen sollen.

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