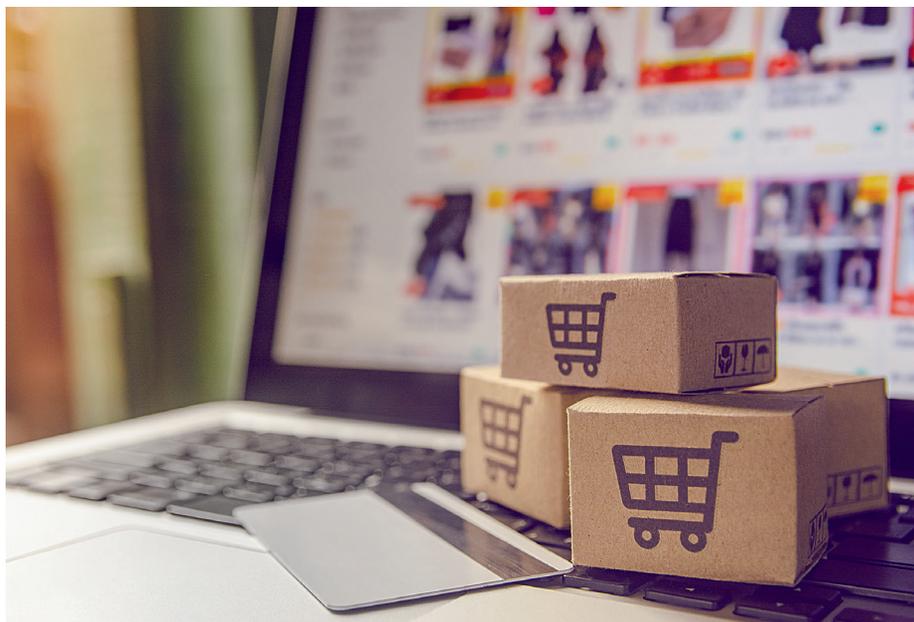


Gekaperte Produktseiten

Die „Kaperung“ von Amazon-Produktseiten kann zu erheblichen Umsatzeinbußen führen, warnen Arthur Stadler und Tamino Chochola, STADLER VÖLKELE Rechtsanwälte.

TEXT: ANDRE EXNER



E-Commerce boomt – gerade in Pandemiezeiten. Für Händler ist es jedoch oft schwierig, eine unabhängige Onlinepräsenz mit eigenem Shop aufzubauen.

Kunden nutzen überwiegend große Plattformen – allen voran den Amazon-Marktplatz, der sich als Branchenführer etabliert hat. Dort können auch kleine Unternehmen im Amazon-Seller-Programm an der bewährten Infrastruktur partizipieren und Kunden ansprechen. Fast zwangsläufig zieht ein derartiges System harten Konkurrenzkampf und teils unlautere Praktiken nach sich, warnen STADLER VÖLKELE Rechtsanwälte.

Eine häufig zu beobachtende Praktik ist die „Kaperung“ von Amazon-Produktdetailseiten, in deren Rahmen eigene Produktangebote schleichend von der Konkurrenz übernommen werden, indem etwa Produktbezeichnungen oder -beschreibungen eine ungewollte Anpassung erfahren, sagt Arthur Stadler, Partner und Rechtsanwalt bei STADLER VÖLKELE Rechtsanwälte: „Dies kann zu beachtlichen Umsatzeinbußen führen und hängt damit zusammen, dass Amazon zur eindeutigen Kennzeichnung von Produkten so-

Eine Möglichkeit, sich „anhängende“ Mitbewerber von den eigenen Produktdetailseiten auf Amazon fernzuhalten, bietet die Amazon-Markenregistrierung, sagen die Experten von STADLER VÖLKELE Rechtsanwälte.

genannte Amazon Standard-Identifikationsnummern (ASIN) vergibt.“ Die Richtlinie zur ASIN-Erstellung von Amazon sieht nämlich vor, dass ASIN bei gleichen Produkten identisch sein müssen. Dadurch ist ein „Anhängen“ an bestehende Angebotsseiten beim Verkauf von Drittherstellerprodukten vielfach erforderlich. „Eine Möglichkeit, solche Mitbewerber von den eigenen Produktdetailseiten auf Amazon fernzuhalten, bietet die Amazon-Markenregistrierung – vorausgesetzt, man ist Inhaber einer internationalen Registrierung, Unionsmarke oder einer nationalen Marke“, sagt Tamino Chochola, Rechtsanwaltsanwärter bei STADLER VÖLKELE Rechtsanwälte. Amazon akzeptiert freilich nur Marken von ausgewählten nationalen Markenämtern und Österreich ist derzeit nicht vorgesehen. „Daher kann eine lediglich beim österreichischen Patentamt eingetragene Marke oder deren Ausdehnung als internationale Registrierung nicht zur Produktkennzeichnung auf Amazon verwendet werden. Amazon-Markeninhabern werden über das allgemeine Formular zur Meldung von Verletzungen gewerblicher Schutzrechte hinaus technische Tools bereitgestellt, die unter anderem auch automatisierte Funktionen bieten.“

PROMINENTER STREITFALL IN DEUTSCHLAND

Dass im Streitfall jedoch nicht immer der Markeninhaber recht behalten muss, zeigt ein aktuelles Urteil des OLG Köln (6 U 11/21), das aufgrund der vergleichbaren Rechtslage auch für Österreich relevant ist. Im Ausgangsfall hatte das zuständige LG Köln die Verwendung der auf Amazon registrierten Marke „lifestyledrinkz“ und die dadurch bedingte Irreführung untersagt; die (angebliche) Markenverletzerin wandte sich im Wege der Berufung an das OLG Köln. Letzteres Gericht gab der Vorinstanz zwar dahingehend recht, dass ein markenrechtlicher Unterlassungsanspruch (in Österreich: § 51 Markenschutzgesetz [MSchG]) bestünde; die Geltendmachung desselben sei aber rechtsmissbräuchlich. Ein markenmäßiger Gebrauch durch die Markeninhaberin liege zwar vor – jedoch veräußerte sie Originalprodukte Dritter im eigenen Namen, ohne Produkte bzw. deren Verpackung mit „lifestyledrinkz“ zu kennzeichnen. Dies stellt einen ausdrücklichen Verstoß gegen die relevante Amazon-Richtlinie für Markennamen dar. Die Geltendmachung des markenrechtlichen Schutzes sei laut dem OLG als unlautere Behinderung anzusehen, da die Markeninhaberin die Entfaltung von Mitbewerbern verhindern wolle.