Amazon App: Chance oder Risiko für Shopbetreiber?

Im letzten Beitrag zum Thema Mobile-Commerce haben wir die eBay App für mobile Endgeräte von Apple unter die Lupe genommen. Dieser stichprobenartige Test offenbarte noch einige Mängel. Nachfolgend wird die Amazon App für das iPhone genauer untersucht. Erfüllt diese die Anforderungen des E-Commerce-Rechts?

iPhone, Blackberry und andere internetfähige mobile Endgeräte erfreuen sich immer größerer Beliebtheit und Marktplätze wie Amazon oder eBay bieten seit einiger Zeit eigene Shopping Apps an, die Händler nutzen können.

Verwendung fremder Shopping Apps

Bieten auch Sie Ihre Waren über Shopping Portale (z. B. Amazon Marketplace) oder Online-Auktionshäuser (z. B. eBay) an? Dann landen auch Ihre Angebote Ihre Angebote automatisch in den Shopping Apps der Portale und Verbraucher können auch unterwegs in Ihrem Sortiment stöbern.

Aber wie schneiden diese Shopping Apps im Lichte des E-Commerce Rechts ab?

Ihre Haftung als Verkäufer

Müssen Sie sich als Verkäufer überhaupt Gedanken über diese Frage machen?

Ja, denn jeder Händler haftet selbst für seine Angebote innerhalb fremder Shopping Apps.

Der Händler bietet objektiv rechtswidrig Waren an Endverbraucher an, wenn erforderliche Informationspflichten innerhalb der App nicht erfüllt werden.

Im Folgenden werden drei Bereiche der Amazon App für das iPhone einmal genauer untersucht: Anbieterkennzeichnung, Preisangaben und Hinweise auf das Widerrufsrecht.

Shopping Apps und das Impressum

Gemäß § 5 Abs. 1 Nr. 1 ff. TMG ist in den Shopping Apps die Integration der Anbieterkennzeichnung (Impressum) des Verkäufers erforderlich. Die gesetzlichen Anforderungen sind dabei recht hoch:

> *Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:*

Das Impressum des einzelnen Anbieters des Angebots muss leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar sein.

Hierfür können "sprechende Links" verwendet werden. Folgende Kriterien muss ein sprechender Link erfüllen:

> *1. Der Link ist als solcher deutlich erkennbar.*
> *2. Der Link ist so bezeichnet, dass der Verbraucher sofort erkennt, was sich dahinter verbirgt.*
> *3. Der Link ist dort platziert, wo der Verbraucher in typischerweise erwartet.*

Das Impressum in der Amazon App

In der Shopping App von Amazon ist ein Link auf die Anbieterkennzeichnung nicht auf den ersten Blick erkennbar. Erst nach ein wenig Ausprobieren kommt man darauf, dass sich unter dem Hinweis "Versand/Verkauf von xyz (inkl. Verkäuferinformationen & Widerrufsbelehrung" ein Link verbirgt. Die Bezeichnung des Links an sich wäre durch den Zusatz "inkl. Verkäuferinformationen" wohl noch ausreichend. Dadurch, dass der Link aber überhaupt nicht als solcher erkennbar ist, wird die **leichte Erkennbarkeit** und unmittelbare Erreichbarkeit der Anbieterkennzeichnung **nicht gewährleistet**. Dies für sich genommen stellt bereits einen Verstoß gegen § 5 Abs. 1 Nr. 1 ff. TMG dar.

Falls man diesen Link doch entdeckt, gelangt man auf die nächste Seite, auf welcher ein Link Verkäuferinfo vorhanden ist.

Auf der Seite "Verkäuferinfo" finden sich aber standardmäßig keinerlei Informationen zum Anbieter.
Es konnte zumindest ein Angebot gefunden werden, bei dem der Händler an dieser Stelle seine Anbieterkennzeichnung hinterlegt hat.

Bieten Sie Ihre Waren über Amazon an? Dann sollten Sie überprüfen, ob Sie Ihre vollständige Anbieterkennzeichnung auf dieser Seite hinterlegt haben.
Dies ändert allerdings nichts an der Tatsache, dass – wie oben dargelegt – bereits ein deutlich erkennbarer Link auf das Impressum fehlt.

Shopping Apps und Preisangaben

Nach § 1 Abs. 2 PAngV muss der gewerbs- oder geschäftsmäßig handelnde Anbieter bei sämtlichen Preisangaben in Verbindung mit dem Angebot von Waren oder Dienstleistungen unter anderem darauf hinweisen,

> *1. dass die für Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten und*
>
> *2. ob zusätzlich Liefer- und Versandkosten anfallen.*

Nach § 2 Abs. 1 PAngV ist zudem der

> *… (Grundpreis) in unmittelbarer Nähe des Endpreises … anzugeben. Dies gilt auch für denjenigen, der als Anbieter dieser Waren gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt. …*

Preisangaben in der Amazon App

Die Shopping App von Amazon offenbart auch hier noch Schwächen. Der Hinweis auf die enthaltene Mehrwertsteuer fehlt gänzlich. Dies verstößt gegen § 1 Abs. 2 Nr. 1 PAngV.

Zugutehalten kann man der App hier nur, dass der Hinweis zu den zusätzlichen Versandkoten näher am Preis steht und somit eine noch sicherere Variante gewählt wurde.

In der Amazon App wird zudem auf die Angabe von Grundpreisen verzichtet, womit ein Verstoß gegen § 2 Abs. 1 PAngV vorliegt.

Shopping Apps und die Widerrufsbelehrung

Der Verbraucher muss vor dem Absenden der Bestellung auf das Bestehen oder Nichtbestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts sowie die Bedingungen und Einzelheiten der Ausübung hingewiesen werden.

Nach der Rechtsprechung des BGH genügt es, durch einen „sprechenden Link“ auf die Informationen zum Widerrufsrecht hinzuweisen. Die oben genannten Anforderungen an einen “sprechenden Link” (Erkennbarkeit als Link, eindeutige Bezeichnung, Positionierung) gelten insoweit auch hier. Der Link sollte nach unserer Ansicht dabei unbedingt über dem Bestellbutton positioniert werden.

Widerrufsbelehrung in der Amazon App

Auch hier besteht das Problem, dass der Link auf die Widerrufsbelehrung oberhalb des Bestellbuttons nicht als solcher erkennbar ist.

Der Verweis führt zudem lediglich auf eine Seite mit weiteren Links, nicht aber zur Widerrufsbelehrung.

Selbst wenn der Anbieter im folgenden Bereich “Rücksendungen” seine Widerrufsbelehrung “versteckt”, würde dies nicht den Anforderungen der Rechtsprechung genügen.

Der Verkäufer verletzt hiermit also bei “Verwendung” der Shopping App von Amazon eine gesetzliche Informationspflicht, da der Verbraucher nicht auf sein Widerrufsrecht hingewiesen wird.

Es gibt noch viel zu tun

Wie der stichprobenartige Test der Amazon App zeigt, gibt es noch viel Nachbesserungsbedarf.

Zum Zeitpunkt des Tests fehlte es an einem “sprechenden Link” sowohl auf die Anbieterkennzeichnung als auch auf die Widerrufsbelehrung. Die Anbieterkennzeichnung ist zudem standardmäßig überhaupt nicht verfügbar.

Auch im Hinblick auf die Preisangaben zeigen sich Mängel: Es fehlen Hinweise auf die enthaltene Mehrwertsteuer und Grundpreise werden nicht angegeben.

In fast allen Fällen ist das Fehlen der Pflichtinformationen direkt auf Unzulänglichkeiten der Amazon App zurückzuführen, auf die der Händler keinen Einfluss nehmen kann.

Folgen für den Händler

Wie bereits einleitend bemerkt, haftet der Händler für seine Angebote, auch wenn er sich zum Vertrieb eines Portals bedient und dieses wiederum eine Shopping App zum Einkauf in diesem Portal anbietet. Allen Händlern, die diese Portale nutzen, ist also anzuraten, auf die Anbieter solcher Shopping Apps einzuwirken und eine Anpassung zu bewirken, oder sich vorerst von diesen Plattformen zurückzuziehen, wie es das OLG Hamm in seinem Urteil zur Haftung des Händlers für Fehler in fremden Shopping Apps empfohlen hat.

Die Anbieter der Shopping Apps müssen zur Reaktion bewegt werden, zum Wohl der Verbraucher und zum Schutz der anbietenden Händler.

Lesen Sie auch unseren Test der eBay App.

Lesen Sie mehr zu Ihren Informationspflichten

Was in einem Impressum stehen sollte
Worauf Sie auf Ihrer Bestellseite hinweisen sollten
BGH: Hinweis auf Mwst und Versandkosten im Warenkorb zu spät
Der perfekte Online-Shop: Einzelheiten zu Zahlung und Lieferung
Wie weist man korrekt auf anfallende Versandkosten hin?
OLG Hamm: Auslandsversandkosten müssen angegeben werden