

## Amazon: Hilfe, die Dash Buttons kommen!

Nie wieder Wäsche waschen ohne Waschmittel, Rasieren ohne Rasierklingen oder Sex ohne Kondom – Amazon möchte uns den Alltag erleichtern und hat die „Dash Buttons“ auf den Markt gebracht. Damit ist der Produkt-Nachschub immer gesichert. Doch das Gadget hat seine Tücken.

### **DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE**

1. Amazon bietet Bestellungen von Waren über einen sogenannten Dash Button an.
2. Menge sowie Preise der geordneten Ware sind für Verbraucher nicht mehr ohne Weiteres transparent.
3. Dickes Minus in Bezug auf Warenvelfalt, Datenschutz sowie Umweltverträglichkeit.
4. Die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen hat Amazon erfolgreich verklagt, weil die Dash Buttons nicht mit den Gesetzen zum Verbraucherschutz vereinbar sind.

Stand: 21.01.2019

Waschmittel, Rasierklingen und sogar Kondome – wenn's nach Amazon geht, sollen uns Waren des täglichen Bedarfs nie wieder ausgehen. Per Knopfdruck auf einen sogenannten Dash Button ist der Nachschub immer und zu jeder Zeit gesichert. Übers WLAN mit dem Internet und einem Amazon-Account verbunden löst ein Druck auf den

Knopf die Bestellung aus.

Jeder Dash Button ist mit dem Markennamen eines Herstellers beschriftet. Welches konkrete Produkt bestellt werden soll, müssen die Button-Besitzer vorab in einer Liste aller lieferbaren Artikel der entsprechenden Marke auswählen. Auf jeden Fall benötigt jedes einzelne Produkt genau einen Dash Button – und der kostet jeweils 4,99 Euro.

**Einkaufslisten und den Weg zum Supermarkt können wir uns nun dank Amazon sparen. Doch was so super-komfortabel und bequem daherkommt, hat seine Tücken:**



© Verbraucherzentrale Hamburg (vzhh)

## 1. Preise und Mengen unbekannt

Welcher Betrag tatsächlich für die Bestellung fällig wird, wissen Verbraucher nicht, denn auf dem Knopf selbst ist der Preis des Produkts natürlich nicht zu finden. Jede Bestellung unterliegt den zum jeweiligen Zeitpunkt geltenden Angebotsdetails. Diese wiederum können ausschließlich über die Amazon Shopping App eingesehen werden. Von den aktuellen rechtlichen Vorgaben im Online-Handel ist Amazon mit dem Dash Button also weit entfernt. Wir meinen: Ein anderer Preis als beim Einrichten des Buttons sollte unter diesen Umständen nicht erlaubt sein, da der Kunde ansonsten nicht weiß, was er zahlen wird.

## 2. Marken- und Produktwechsel erschwert

Große Markenartikler können sich die Hände reiben, denn die Konkurrenz schalten sie mit dem Button im Wesentlichen aus. Obendrein haben Verbraucher ihr Logo nun gut

sichtbar jeden Tag im Blick. Wer seine Waschmittelmarke aber hin und wieder auch einmal wechseln möchte, hat das Nachsehen. Dafür braucht es erst einen neuen Button. Wir vermuten: Über kurz oder lang wird die Produktvielfalt leiden. Große Hersteller werden präsenter sein als kleinere, häufiger nachgefragte Produkte eher im Angebot als Underdogs.

### **3. Weniger Produkte im Angebot**

Die Produktauswahl ist eingeschränkt. Nicht jeder Artikel eines Herstellers kann über die Dash Buttons bezogen werden. In Deutschland sind bislang nur 32 Marken mit ausgewählten Produkten in diesem Amazon-Programm vertreten. In einem normalen Supermarkt hingegen stehen über 10.000 Artikel in den Regalen. Verbraucher müssen also Kompromisse eingehen. Am Ende landen vielleicht sogar Produkte im virtuellen Warenkorb, die es im Supermarkt niemals bis zur Kasse geschafft hätten.

### **4. Schlecht für Umwelt und Klima**

Eine Packung Rasierklingen hier. Vier Dosen Katzenfutter da. Zwei Kartons mit Kaffee kapseln dort. Jede Nachbestellung macht sich einzeln auf den Weg zum Besteller. Umwelt und Klima kommen angesichts der vielen einzelnen Transporte und der großen Mengen an Papier, Karton und Füllmaterial fürs Verpacken der Ware besonders schlecht weg. Außerdem benötigen die kleinen Helfer natürlich Batterien, um überhaupt zu funktionieren.

### **5. Konsumverhalten analysiert**

Jede noch so kleine Bestellung über den Dash Button wird für Jahre gespeichert. Dieses Wissen behält Amazon natürlich nicht für sich, sondern gibt es an seine Kooperationspartner weiter, die dafür schließlich auch gut bezahlen. Anhand der Bestellvorgänge können die Hersteller Rückschlüsse darauf ziehen, welche Sortimente und Verpackungen im Online-Handel besonders gut funktionieren und ihr Marketing entsprechend ausrichten.

---

## **Dash Buttons vor Gericht**

Die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen hat die Amazon EU S.a.r.l. wegen seiner Dash Buttons verklagt. Das Oberlandesgericht München bestätigte, dass die Knöpfe nicht mit den Gesetzen zum Verbraucherschutz vereinbar sind

(Urteil vom 10. Januar 2019, Az. 29 U 1091/18). Die Richter stellten klar, dass Amazon den Kunden unmittelbar vor Absenden der Bestellung über den Preis und die tatsächlich bestellte Ware informieren muss. Bisher werden diese Informationen erst nach dem Drücken des Buttons an die Amazon App gesendet, also nach der Bestellung. Auch wenn das Urteil des OLG München noch nicht rechtskräftig ist, hat das Gericht es für vorläufig vollstreckbar erklärt.

Bevor die Buttons gänzlich vom Markt verschwinden, könnte man den Bestellprozess auch einfach verbraucherfreundlicher gestalten: Denkbar wäre zum Beispiel, dass man den Kauf eines Produktes per App bestätigen muss – es also zunächst in einen virtuellen Warenkorb legt. Oder es wird aus einer in die Buttons integrierten Tonanlage eine Nachricht mit Informationen zum Preis des Produkts und zur Zahlungspflicht abgespielt, so ähnlich wie es beim Amazon Echo heute schon funktioniert. Oder es werden Lämpchen eingebaut, die bei Preisänderungen verschiedenfarbig leuchten. Bei blauem Licht hat sich der Preis um höchstens 0,50 Euro erhöht, bei grünem Licht um höchstens 1,00 Euro usw.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/einkauf-reise-freizeit/online-shopping/amazon-hilfe-die-dash-buttons-kommen>