

Google AdWords sind wie Meta-Tags zu behandeln

Ist die Verwendung fremder Marken in einer AdWord-Kampagne eine Markenrechtsverletzung? Mit dieser Frage befassten sich unter anderem die Gerichte in Braunschweig.

Funktionsweise von Google AdWords:

Google bietet seinen Kunden mit Google AdWords an, dass die Seiten der Kunden als Anzeigen bei Eingabe bestimmter Begriffe („Keywords“) neben den normalen Suchergebnissen von Google angezeigt werden. Die Suchbegriffe wählt der Kunde selbst aus, wobei ihm verschiedene Optionen zur Verfügung stehen. Der Kunde kann sich ausschließlich auf die von ihm hinterlegten Keywords beschränken oder die Option "weitgehend passende Keywords" auswählen, bei der Google ähnliche Begriffe selbst auswählt. Der Kunde hat jedoch auch bei der Option "weitgehend passende Keywords" die Möglichkeit, bestimmte Begriffe auszuschließen.

Wählt jemand im Rahmen einer AdWord-Kampagne nun fremde geschützte Kennzeichen so stellt dies in aller Regel eine kennzeichenmäßige Benutzung und damit eine Markenrechtsverletzung dar. Zu diesem Ergebnis kommen sowohl das Landgericht Braunschweig (Beschluss vom 27.07.2006 – Az. 9 O 1778/06) als auch das Oberlandesgericht Braunschweig (Urteil vom 05.12.2006 – Az. 2 W 23/06 und Urteil vom 12.07.2007 – Az. 2 U24/07).

Die Braunschweiger stellen AdWords dabei mit Meta-Tags gleich, in denen ebenfalls für den User in der Regel nicht sichtbare „Keywords“ enthalten sind. Werden fremde Kennzeichen in Meta-Tags verwendet, so stellt dies nach einem Urteil des Bundesgerichtshofes (Versäumnisurteil vom 18.05.2006 - I ZR 183/03 – „Impuls“) eine Verletzung von Markenrechten dar. So überrascht es nicht, wenn die Richter des LG und des OLG Braunschweig zum gleichen Ergebnis kommen.

Fazit

Die Verwendung fremder Kennzeichen bei Google AdWords ist riskant. Auch wenn andere Gerichte zu einem anderen Ergebnis kommen sollten, besteht nicht zuletzt aufgrund des fliegenden Gerichtsstandes das Risiko, dass der eigene Fall in Braunschweig verhandelt wird.