

## **Markenverletzung auf eBay bei Kombinationsangebot?**

**Während der EuGH in seinem Urteil vom 23.03.2010 (C 236/08 bis C 238/08) im Falle von Google Adwords wegen der räumlich-visuellen Absetzung der dadurch generierten Werbeanzeigen von der eigentlichen Suchergebnisse eine werbliche Funktionsbeeinträchtigung der als Keyword gebuchten Markenbezeichnung verneinte, gelangte das Landgericht Stuttgart bei einer Verwendung auf eBay zum gegenteiligen Ergebnis und nimmt die zunächst durch Abmahnung abgemahnte markenmäßige Verwendung und damit eine Markenverletzung an.**

Die klagende ANDREAS STIHL AG & Co. KG ist Herstellerin der bekannten "Stihl"-Kettensägen und vertreibt diese exklusiv über speziell geschulte, autorisierte Fachhändler. Als Weltmarktführer im Motorsägensegment beansprucht STIHL für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland auf Grund zahlreicher nationaler und europäischer "Stihl"-Wort-/Bildmarken Kennzeichenschutz nicht nur für Kettensägen, sondern auch für Ersatzteile und Zubehörartikel.

Der beklagte Konkurrent vertreibt über die Internetplattform eBay Motorsägen eines anderen Herstellers samt Zubehör. Dabei bietet er auf Internetverkaufsplattform eBay die Sägen in der Kombination mit Zubehör der Firma STIHL an. Entsprechend gestaltete der Konkurrent auch seine Artikelbezeichnungen (Kurzbeschreibung) bei eBay wie folgt:

Motorsäge Benzin Kettensägen 58 cc Stihl öl Koffer,  
oder  
Kettensäge 25 cc Motorsäge von [Namenszusatz] Stihl 2-Taktöl.

Dadurch wird der Konkurrent bei der Suche nach "STIHL Sägen" auf der Trefferliste bei eBay angezeigt. Dies hängt damit zusammen, dass die Funktionalität der Suchmaschine nicht danach differenziert, an welcher Stelle der jeweiligen Angebotsbeschreibung der Markenname STIHL erscheint.

Gegen diese Verwendung setzte sich die Firma STIHL nun zur Wehr und verlangte Unterlassung.

### **Entscheidung des Gerichts**

Das Landgericht Stuttgart entschied in seiner [Entscheidung vom 22.06.2010 \(17 O 41/10\)](#), dass die konkrete Ausgestaltung der streitgegenständlichen Kombinationsangebote der Zielsetzung diene, den für eine sehr hohe Qualität bekannten Markennamen "Stihl" für das Angebot der vom Wettbewerber auf eBay vertriebenen Motorsägen auszunützen. So sei es die gewünschte Folge des eBay Angebots des Konkurrenten, potentielle Kunden die über den Suchbegriff "Motorsäge Stihl" im Internet nach Motorsägen der Marke "Stihl" suchen, das eigene Angebot ans Herz zu legen.

Neben dem rufausbeutenden Charakter sah das LG hierin zugleich eine rechtsverletzende Beeinträchtigung der mit bekannten Marken einhergehenden Assoziationsfunktion. Den

hiergegen von dem Konkurrenten zur Verteidigung vorgetragene Einwand, dass sie sich mit Blick auf das in Kombination zu ihren Motorsägen mit angebotene Original Stihl-öl doch zurecht unter dem Markennamen angeboten wurde und damit die sogenannte eine Erschöpfung eingetreten sei, ließ das LG Stuttgart nicht gelten. Die Firma STIHL habe berechtigte Gründe sich gegen die konkreten Verwendung der Marke STIHL im Kontext des streitgegenständlichen Kombinationsangebots zu wehren, da ihre Marke im konkreten Fall mit qualitativ minderwertigen Kettensägen in Verbindung gebracht werde und diese billigeren Produkte auf Kosten der Produkte des Markeninhabers verkauft werden sollen.

### **Fazit**

Inhaber bekannter Marken müssen es nicht dulden, dass bei bestehender Branchennähe Konkurrenzprodukte anderer Hersteller ohne vorherige Erlaubnis mit Zubehörteilen aus dem Hause des jeweiligen Markenartiklers kombiniert werden, wenn dabei unter Ausnutzung der internetspezifischen Suchfunktionalitäten der mit der bekannten Marke verbundene Ruf ausgenutzt wird. Trotz der Google Adwords Entscheidung des EuGH (Urteil vom 23.03.2010 - C 236/08). Sollte man genau aufpassen, ob es sich bei der Verwendung eines bekannten Markennamens im Internet im konkreten Fall nicht um eine Markenverletzung handelt. Das ist wahrscheinlich der Fall, wenn das Suchergebnis Zweifel über die Herkunft der beworbenen Produkte erlaubt.