

Markenverletzung durch Google AdWords Anzeige?

Das Thema der Verwendung von markenrechtlich geschützten Keywords bei Google AdWords war abermals Thema einer obergerichtlichen Entscheidung. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat zwar in seinem Louis Vuitton Urteil (Az. C?236/08 bis C?238/08) entschieden, dass die Benutzung fremder Marken als Keyword zulässig ist, wenn erkennbar ist, dass die Google-Anzeige offensichtlich nicht vom Markeninhaber stammt. Der EuGH überließ aber die Beurteilung des Einzelfalls ausdrücklich den nationalen Gerichten.

Der Lizenznehmer einer Marke nahm den Betreiber eines Onlineshop für Geschenkartikel und Pralinen nach einem vorausgegangenem außergerichtlichen Abmahnung und einstweiligen Verfügungsverfahren (LG Braunschweig, Az. 9 O 310/07) wegen Verletzung von Markenrechten an der für die Warenklasse 30 eingetragenen deutschen Wort-/ Bildmarke „M...“ durch eine Google AdWords Anzeige in Anspruch. Der Lizenznehmer rügte dabei, dass die Eingabe des Suchbegriffs „M...Pralinen“ bei Google rechts neben den Suchergebnissen die Anzeige der Beklagten wie folgt erschien:

Pralinen

Weine, Pralinen, Feinkost, Präsente

Genießen und schenken!

www.f...geschenke.de

Mittels des Links in der Anzeige gelangte man zum Shop der Beklagten. Produkte der streitgegenständlichen Marke „M...“ wurden dort jedoch nicht vertrieben.

Der Shop Betreiber wendete ein, er habe das streitgegenständliche Schlüsselwort nicht selbst eingegeben. Dass seine AdWords Anzeige auch bei Eingabe des Suchbegriffs „M...Pralinen“ erschien, sei auf die Google Funktion „Weitgehend passende Keywords“ zurückzuführen und dem Shop Betreiber deshalb auch nicht zuzurechnen.

Entscheidung des Gerichts

Das Oberlandesgericht Braunschweig hat durch [Urteil vom 24.11.2010 - Az. 2 U 113/08](#) entschieden, dass eine Markenrechtsverletzung trotz der EuGH-Rechtsprechung vorliegt, wenn AdWords-Anzeigen mit der Option „Weitgehend passende Keywords“ geschaltet werden und die Anzeige dadurch neben den Suchergebnissen einer fremden Marke erscheint.

Aus den Entscheidungen des EuGH gehe zwar hervor, dass die Benutzung fremder Marken als Schlüsselwort zulässig ist, wenn keine Zuordnungsverwirrung vorläge. Im vorliegenden Fall erwarte der Internetnutzer aber, dass er nach Eingabe des Suchbegriffs „M...“ auch ein Angebot von Produkten dieses Suchbegriffs erhalte. Das Oberlandesgericht Braunschweig gehe gar davon aus, dass der Internet User eine wirtschaftliche Verbindung zwischen dem Markeninhaber und dem bei AdWords Werbenden erwarte, sei diese auch nur vertrieblicher Natur.

Unbeachtlich nach Ansicht des OLG sei, dass der Onlineshop Betreiber den Umfang der Funktion „Weitgehend passende Keywords“ nicht gekannt habe. Der Betreiber habe die Möglichkeit gehabt sich von Google diesbezüglich beraten zu lassen.

Fazit

Nach unserer Einschätzung hält sich das OLG Braunschweig nicht an die vom EuGH vorgegebene Entscheidung. Im vorliegenden Fall hat der vermeintliche Verletzer das markenrechtlich geschützte Keyword weder selbst angegeben, noch in seiner AdWords Anzeige verwendet. Das sollte nicht für einen Zuordnungsirrtum ausreichen. Es bleibt abzuwarten, ob diese Entscheidung vom BGH aufrecht erhalten wird.

Wir halten es nach diesem Urteil in der Zwischenzeit für problematisch, die Google AdWords Funktion „Weitgehend passende Keywords“ zu verwenden. Zumindest sollte man sich im Einzelfall vorher rechtlich beraten lassen.