

Suchergebnis bei Amazon - Markenverletzung?

Gibt man bei der Online-Plattform Amazon eine bestimmte Marke in die Suchmaske ein, erscheint das dazu passende Suchergebnis. Angezeigt werden aber auch Alternativprodukte anderer Hersteller. Ob das eine Markenverletzung ist, entschied das Oberlandesgericht Frankfurt a.M.



© Milles Studio - Fotolia.com

#97559683

Vorgegangen wurde gegen die Online-Plattform Amazon und deren Suchfunktion bei Eingabe der Bezeichnung "FATBOY".

Der Inhaber der Marke "FATBOY", der sich insbesondere mit der Herstellung und dem Vertrieb von Sitzsäcken beschäftigt, stufte die Anzeige von Konkurrenzprodukten in derselben Ergebnisliste als Markenverletzung ein.

Er ist der Auffassung, der angesprochene Verkehr könne einer Fehlvorstellung über die Herkunft der angebotenen Produkte unterliegen.

Amazon dagegen meint, es liege keine markenmäßige Benutzung vor. Der durchschnittliche Käufer von Waren, die in Onlineshops angeboten würden, wisse, dass deren Suchfunktionen ein Ergebnis hervorbrächten, bei denen Waren unterschiedlicher Produktgruppen und Herkunft angezeigt würden.

Die Entscheidung des Gerichts zum Amazon Suchergebnis

Das OLG Frankfurt a.M. entschied mit [Urteil vom 11.02.2016 - Az. 6 U 6/15](#), dass eine Markenverletzung vorliegt und bestätigte damit sowohl die Auffassung des Markeninhabers als auch des LG Frankfurt a.M., das bereits in 1. Instanz gegen Amazon urteilte.

Die Zeichennutzung beeinträchtigt die Herkunftsfunktion der Marke, denn es bestünde die Möglichkeit, dass der Nutzer der Verkaufsplattform die Produkte eines Mitbewerbers mit dem von ihm gesuchten Produkt in Verbindung bringe.

Verglichen wurde der Sachverhalt mit der realen Verkaufswelt. Wer den Verkäufer in einem Kaufhaus nach Produkten einer Marke frage, der erwarte, dass ihm der Verkäufer auch diese Markenprodukte und nicht deren Konkurrenzprodukte zeige - insbesondere nicht ungefragt.

Fazit

Ob eine Markenverletzung auch dann vorliegt, wenn die Alternativangebote nicht im Rahmen einer einheitlichen Ergebniszusammenstellung, sondern deutlich abgesetzt hiervon erscheinen, wurde vom OLG Frankfurt a.M. nicht entschieden. Nicht ausreichend ist zumindest eine große Preisdifferenz zwischen den Produkten oder die farbliche Hervorhebung des Markenetiketts.