

Beeinflussung der Suchfunktion als Markenverletzung?

Das Oberlandesgericht Frankfurt a.M. positionierte sich zu Frage, ob es eine Markenverletzung darstellt, wenn bei Eingabe einer fremden Marke in ein Suchfeld und Betätigung der Suchfunktion mehrere, nicht vom Markeninhaber stammende Produkte angeboten werden.

Eine Markeninhaberin störte sich daran, dass die Suchfunktion auf einer Verkaufsplattform nach Eingabe seiner Marke auch Angebote von Dritten auflistete.

Konkret erschien nach Eingabe des Suchbegriffs in das Suchfeld zwar als erster Treffer das Produkt der Markeninhaberin, jedoch folgten danach weitere Treffer mit Wettbewerbsprodukten. Die Markeninhaberin mahnte u.a. den Betreiber der Verkaufsplattform erfolglos ab und erhob Klage auf Unterlassung sowie Ersatz der Abmahnkosten gegen die Darstellungen der Suchergebnisliste.

Die Entscheidung des Gerichts zur Markenverletzung

Das Gericht urteilte (OLG Frankfurt a.M., Urt. v. 21.02.2019, Az. 6 U 16/18), dass eine Beeinflussung der Suchfunktion nicht das Markenrecht verletzt, wenn ohne weiteres offensichtlich ist, dass es sich bei den aufgelisteten Produkten um Produkte Dritter handelt.

Das Gericht verwies auf die sog. Keyword-Advertising-Rechtsprechung des EuGH. Diese nimmt eine Markenverletzung an, wenn bei einem normal informierten und angemessen aufmerksamen Internetnutzer aufgrund der allgemein bekannten Marktmerkmale das Wissen zu unterstellen ist, dass der Werbende und der Markeninhaber nicht miteinander wirtschaftlich verbunden sind, sondern miteinander im Wettbewerb stehen.

Diese vom EuGH entwickelten Grundsätze zum Keyword-Advertising seien auch in der vorliegenden Konstellation anwendbar, wenn die Anzeige der Drittprodukte nicht auf das Verhalten der Drittanbieter, sondern auf die Auswertung des Kundenverhaltens durch den Betreiber der Plattform zurückzuführen ist.

Das Gericht verneinte eine Markenrechtsverletzung, da Nutzer unschwer erkennen konnten, dass es sich um Produkte Dritter handelte. Dadurch, dass die Treffer der Wettbewerbsprodukte mit herausgehobener Überschrift "von ..." (ergänzt um unterschiedliche Bezeichnungen anderer Anbieter) versehen waren, sei ausgeschlossen, dass Nutzer diese Bezeichnungen den Angeboten der Klägerin zuordneten.

Fazit

Listet die Suchfunktion eines Verkaufsportals bei Eingabe einer Marke mehrere nicht vom Markeninhaber stammende Produkte auf, scheidet eine Markenverletzung aus, wenn ein



KURZ PFITZER WOLF
& PARTNER

Kurz Pfitzer Wolf & Partner

Rechtsanwälte und Fachanwälte, Spezialisten für
Wettbewerbsrecht, Markenrecht, Urheberrecht, IT-Recht,
Medienrecht, Patentrecht, Designrecht und Datenschutzrecht
<https://www.kpw-law.de>

durchschnittlicher Nutzer unschwer erkennt, dass es sich dabei um Produkte Dritter handelt.