

Google Ads (AdWords): Keine Haftung bei mangelnder Kenntnis!

Haftet man für Google Ads (früher Google Adwords) Anzeigen, wenn man von der Rechtsverletzung nichts weiß? Das OLG Frankfurt a. M. hatte darüber zu entscheiden, ob eine automatische Erzeugung eines als Unternehmenskennzeichen geschützten Keywords in Google Ads durch Google zu einer Störerhaftung des betroffenen Ads-Kunden führen kann.

Ein Kieferorthopäde wurde von einem Mitbewerber abgemahnt. Der Streit drehte sich um die [markenrechtliche](#) Zulässigkeit einer Google Ads Anzeige. Bei Google erschien bei Eingabe des Unternehmenskennzeichens des Mitbewerbers der mit "Anzeige" gekennzeichnete Suchtreffer des Angebots des Kieferorthopäden.

Unstreitig war, dass nicht der Kieferorthopäde das Unternehmenskennzeichen des Mitbewerbers als Keyword eingegeben hat, sondern dies von Google automatisiert und ohne Kenntnis des Kieferorthopäden erzeugt worden ist.

Das erfolglose Abmahnverfahren mündete schließlich in einem Rechtsstreit vor dem LG Frankfurt a. M. (Urt. v. 30.10.2019, Az. 2-06 O 255/19), in welchem der Mitbewerber auf Unterlassung klagte. Das Gericht gab dem Antrag des Mitbewerbers jedoch nicht statt. Zur Begründung hat es ausgeführt, der Kieferorthopäde sei für die Anzeige nicht als Täter verantwortlich, da nicht er selbst, sondern Google für die Verknüpfung zwischen Unternehmenskennzeichen des Mitbewerbers (Suchbegriff) und der Anzeige des Kieferorthopäden gesorgt habe.

Keine Störerhaftung für Google Ads Anzeige

Auch das OLG Frankfurt a. M. ([Beschl. v. 19.03.2020, Az. 6 U 240/19](#)) sah in der Anzeige keine Markenrechtsverletzung. Der Kieferorthopäde hafte weder als Täter (wie bereits das LG festgestellt hat) noch als Störer.

In der vorliegen Konstellation könne eine Störerhaftung des Kieferorthopäden erst ab Kenntnis von der Tatsache in Betracht kommen, dass bei Eingabe des Unternehmenskennzeichens des Mitbewerbers als Suchwort eine Anzeige für das Angebot des Kieferorthopäden angezeigt wird.

Da der Arzt nichts von der automatischen Erzeugung des Unternehmenskennzeichens als AdWord gewusst habe, scheidet eine Störerhaftung somit aus.

Grundsätzliche Zulässigkeit von Google Ads Anzeigen

Weiter hat sich das OLG Frankfurt a. M. zur Zulässigkeit von Google Ads Anzeigen geäußert.



Nach der Rechtsprechung des BGH sei die Verwendung von Begriffen in Google Ads, die nach dem Markengesetz (MarkenG) geschützt sind, dann zulässig, soweit die Anzeigen in einem von der Trefferliste eindeutig getrennten und entsprechend gekennzeichneten Werbeblock erscheinen. Weiter ist erforderlich, dass die Anzeige weder die Marke noch sonst einen Hinweis auf den Markeninhaber oder die unter der Marke angebotenen Produkte enthält.

Allerdings sieht der BGH eine Markenverletzung durch das Keyword-Advertising dann als gegeben an, wenn für einen Dritten aufgrund der allgemeinen Bekanntheit eines Vertriebssystems des Markeninhabers die Vermutung einer wirtschaftlichen Verbindung des Markeninhabers und des Anzeigenden naheliegt.

Fazit

Wenn Google automatisch ein markenrechtlich geschütztes Wortzeichen als AdWord zur gebuchten AdWord-Anzeige hinzufügt, haftet der betroffene Google Ads-Kunde im Falle einer Markenrechtsverletzung für seine Anzeige frühestens ab Kenntnis darüber als Störer.