

Legal Update

Medien, Technologie, Wettbewerb & Handel

Keyword Advertising in Werbeblocks

Dr. Elisabeth Strüwer
Köln, 08.08.2013

(BGH, Urteil vom 13.12.2012, GRUR 2013, 290) In seinem neuesten Urteil zum Thema „Keyword-Advertising“ bleibt der Bundesgerichtshof seiner bisherigen Linie, dass die Verwendung von Marken als Keywords grundsätzlich keine Markenverletzung darstellt, treu.

Hintergrund

„Keyword-Advertising“ bezeichnet eine Werbung im Internet, die Internetusern angezeigt wird, wenn diese in Suchmaschinen ein bestimmtes Schlüsselwort (Keyword) als Suchbegriff eingeben. Ist dieser Begriff mit einer Marke identisch oder verwechselbar, stellt sich die Frage einer Markenverletzung.

Entscheidung

Der Bundesgerichtshof hat hierzu entschieden, dass keine Markenverletzung vorliegt, solange die Werbung in einem von der Trefferliste der Suchergebnisse

getrennten und entsprechend gekennzeichneten Werbeblock erscheint und weder die Markenbezeichnung noch sonst einen Hinweis auf den Markeninhaber oder die unter der Marke angebotenen Produkte enthält. In diesem Fall bestehe keine Gefahr, dass Internetnutzer von bestehenden Geschäftsverbindungen zwischen dem Markeninhaber und dem Anzeigenbetreiber ausgehen könnten. Die Anzeige müsse deshalb nicht extra einen Hinweis darauf enthalten, dass wirtschaftlichen Beziehungen zum Markeninhaber nicht bestünden. In der Entscheidung ging es um die Marke „MOST“. Diese hatte ein Hersteller ausschließlich für seine hochwertigen Konfiserie- und Schokoladenprodukte lizenziert und klagte gegen einen Onlineshop für Feinkost und Geschenke, der bei der Suchmaschine Google eine Adword-Anzeige geschaltet hatte. Bei der Freischaltung der Anzeige hatte der Onlineshop-Betreiber als Schlüsselwort, dessen Eingabe bei Google das Erscheinen der Anzeige auslösen sollte, die Gattungsbezeichnung „Pralinen“ und zusätzlich noch die Kategorie „weitgehend passende Keywords“ ausgewählt, worunter auch das Schlüsselwort „MOST Pralinen“ aufgelistet war. Bei Eingabe des

Suchbegriffes „most pralinen“ bei Google wurde daraufhin neben der Trefferliste rechts außen die Anzeige für die Website des Feinkost- und Geschenkeshops („www.feinkost-geschenke.de“) angezeigt. Die Anzeige selbst enthielt allerdings weder selbst den Begriff „Most“ noch einen anderen Hinweis auf den Markeninhaber noch wurden über die beworbene Website „MOST“-Produkte angeboten oder vertrieben.

Fazit

Der Bundesgerichtshof setzt damit seine bisherige Rechtsprechung fort. Österreich und Frankreich haben in vergleichbaren Fällen jedoch anders entschieden. Es bleibt deshalb abzuwarten, wie im Hinblick auf eine Gemeinschaftsmarke zu verfahren wäre.

Hinweis

Dieser Überblick dient ausschließlich der allgemeinen Information und kann konkreten Rechtsrat im einzelnen Fall nicht ersetzen. Sprechen Sie bei Fragen bitte Ihren gewohnten Ansprechpartner bei GÖRG bzw. die Autorin Frau Dr. Elisabeth Strüwer unter +49 221 33660-264 oder estruewer@goerg.de an. Informationen zur Autorin finden Sie auf unserer Homepage www.goerg.de.

Unsere Standorte

GÖRG Partnerschaft von Rechtsanwälten

BERLIN

Klingelhöferstraße 5, 10785 Berlin
Tel +49 30 884503-0, Fax +49 30 882715-0

ESSEN

Alfredstraße 220, 45131 Essen
Tel +49 201 38444-0, Fax +49 201 38444-20

FRANKFURT AM MAIN

Neue Mainzer Straße 69 – 75, 60311 Frankfurt am Main
Tel +49 69 170000-17, Fax +49 69 170000-27

HAMBURG

Dammtorstraße 12, 20354 Hamburg
Tel +49 40 500360-0, Fax +49 40 500360-99

KÖLN

Kennedyplatz 2, 50679 Köln
Tel +49 221 33660-0, Fax +49 221 33660-80

MÜNCHEN

Prinzregentenstraße 22, 80538 München
Tel +49 89 3090667-0, Fax +49 89 3090667-90