

# SCHIEDERMAIR RECHTSANWÄLTE

## Newsletter Gewerblicher Rechtsschutz

Nr. 7 – März 2007

### **Rechtsverstöße durch Google AdWords**

Das gezielte Lenken von potentiellen Kunden hin zu bestimmten Angeboten ist eine wichtige Aufgabe von Werbung. Zur Erreichung dieses Ziels ersinnen Werbemacher nicht nur einprägsame Werbebotschaften, sondern auch immer wieder neue Werbemethoden. Im Internet bedienen sich Werbende beispielsweise besonders gerne unsichtbarer Werbehelfer in unterschiedlichster Form. Diese sind originell und sehr effektiv, allerdings nicht immer erlaubt. Gemeinsam ist diesen Methoden häufig, dass der Werbende versucht, von erfolgreichen Marken, Unternehmensnamen oder Produkten seiner Wettbewerber zu profitieren, ohne dass der Internetnutzer dies merkt.

#### **Problem:**

Besonders einfach umsetzbar und deshalb sehr beliebt sind sogenannte AdWord Werben. Der Werbende muss dafür lediglich bei Internetsuchmaschinen wie Google ein bestimmtes Stichwort festlegen und schon erscheint bei Eingabe des Stichwortes in die Suchfunktion seine Werbung in Form einer kurzen Werbebotschaft mit einer Verlinkung zu seiner eigenen Internetseite. Kosten entstehen dem Werbenden in der Regel erst dann, wenn ein Internetnutzer seine Werbung anklickt, um sich das Angebot näher anzusehen.

Besonders attraktiv kann es für den Werbenden sein, wenn er als AdWord bekannte Marken oder Produktnamen seiner Wettbewerber bucht. Jedes Mal wenn ein Internetnutzer dann nach dem bekannten Namen sucht, erscheint seine Werbeanzeige auf dem Bildschirm. Bucht beispielsweise eine kleine unbekannte Autovermietung den

Namen „Sixt“ bei Google als AdWord, erscheint deren Werbung jedes Mal automatisch, wenn ein Internetnutzer den Namen „Sixt“ in die Suchfunktion von Google eingibt.

Die Gerichte beurteilen diese Form der Werbung unterschiedlich. Im vorstehend geschilderten Beispiel kann sowohl eine Markenverletzung als auch eine Wettbewerbsverletzung vorliegen.

### **Entscheidung:**

Das OLG Düsseldorf hatte kürzlich über einen Fall zu entscheiden, in dem ein Unternehmen die geschützte Marke eines Wettbewerbers als Google AdWord angemeldet hatte. Bei Eingabe des AdWords als Suchbegriff erschien nach dem oben beschriebenen Muster am rechten Bildschirmrand deutlich als „Anzeige“ gekennzeichnet die Werbung des Google-Kunden einschließlich einer Verlinkung auf dessen eigenen Internetauftritt. Das OLG Düsseldorf vertrat die Auffassung, dass die Verwendung der Marke in diesem Falle mangels Verwechslungsgefahr keine Markenverletzung darstelle. Wörtlich heißt es in dem Urteil vom 23.01.2007 (Az. I-20 U 79/06):

*„Eine Verwechslungsgefahr wird im Streitfall aber dadurch ausgeschlossen, dass die als solche klar erkennbare Anzeige der Klägerin deutlich auf sie als werbendes Unternehmen und Anbieterin der von ihr hergestellten Waren verweist, indem sie in der Anzeige ihr eigenes Unternehmenskennzeichen als Internetadresse verwendet. Anders als bei der Verwendung eines Zeichens als Metatag wird durch die Eingabe des AdWords nicht als Suchergebnis in der Trefferliste auf das Angebot der Klägerin hingewiesen, sondern in einer optisch deutlich von der Trefferliste getrennten Rubrik „Anzeigen““.*

Auch einen Verstoß gegen die Vorschriften §§ 3, 4 Nr. 10 UWG unter dem Gesichtspunkt der Rufausbeutung, des Behinderungswettbewerbs und des unlauteren Kundenfangs verneinten die Düsseldorfer Richter. Der bloße Umstand, dass bei Eingabe eines fremden Unternehmenskennzeichens als Suchwort auch eine Anzeige eines Mitbewerbers erscheine, stelle für sich genommen keine unlautere Beeinflussung potentieller Kunden dar.

**Kommentar:**

Das Urteil des OLG Düsseldorf ist nicht überzeugend. Ähnlich wie im Fall der Metatag-Werbung (siehe SCHIEDERMAIR Newsletter Nr. 1 - November 2006) stellt die Nutzung der geschützten Marke eines Dritten als AdWord eine unzulässige Markenverletzung dar. Auch wenn der Werbende in seiner Anzeige die Marke nicht nochmals verwendet und zudem seine Identität deutlich bekannt gibt, so hat er diese dennoch durch das Buchen als AdWord für seine eigene Unternehmenswerbung genutzt und damit eine Verwechslungsgefahr begründet. Es besteht kein Anlass, diesen Sachverhalt anders zu beurteilen als die Nutzung geschützter Marken im unsichtbaren Quelltext einer Internetseite als Metatag, was der BGH bereits als Markenverletzung beurteilt hat. Anders als das OLG Düsseldorf sehen das OLG Braunschweig und neuerdings auch das OLG Dresden deshalb in der Nutzung geschützter Marken als AdWord eine Markenverletzung.

Zudem ist die Nutzung von geschützten Marken und Namen Dritter für die eigene Unternehmenswerbung wettbewerbsrechtlich zu beanstanden, wie das OLG Köln bereits im Jahr 2004 festgestellt hat. Es ist stets unlauter, wenn ein werbendes Unternehmen sich an den guten Namen eines Wettbewerbers in der Form anhängt, dass es Internetnutzer, die auf der Suche nach diesem Namen oder Produkt sind und ohne dass für diese der Zusammenhang erkennbar ist, mit der eigenen Werbung konfrontiert und zu sich umzuleiten versucht.

Auch wenn das OLG Düsseldorf die Nutzung eines fremden Markennamens als AdWord für zulässig erachtet hat, bleibt aufgrund der widersprechenden gerichtlichen Entscheidungen anderer Gerichte für jeden Werbenden mit geschützte Markennamen so lange ein erhebliches rechtliches Risiko, auf Unterlassung, Auskunft und Schadenersatz in Anspruch genommen zu werden, bis der BGH diese Frage verbindlich geklärt hat.

<p>Für weitere Informationen stehen Ihnen Dr. Ulf Heil (<a href="mailto:heil@schiedermair.com">heil@schiedermair.com</a>) und Dr. Swen Vykydal (<a href="mailto:vykydal@schiedermair.com">vykydal@schiedermair.com</a>) gerne zur Verfügung. Wir möchten an dieser Stelle darauf hinweisen, dass die allgemeinen Informationen in unserem Newsletter eine Rechtsberatung im Einzelfall nicht ersetzen können. Sie können alle Newsletter auf unserer Homepage <a href="http://www.schiedermair.com">www.schiedermair.com</a> (Arbeitsgebiete/Gewerblicher Rechtsschutz) einsehen.</p>
---