

Art—Lawyer Magazin

BGH-ENTSCHEIDUNG ZU GOOGLE-ADWORDS

Autor: Art Lawyer RA Jens O. Brelle
Datum: 20.02.2009

Worum es geht

Bei den Google-Adwords handelt es sich um eine sehr erfolgreiche Werbeform im Internet. Sobald Google Suchergebnisse des Internetnutzers anzeigt, erscheinen in farblich abgesetzten Spalten über und rechts neben der Ergebnisliste Werbeanzeigen, die zum gesuchten Begriff passen. Diese so genannten Adwords können Kunden direkt bei Google mieten.

Da auch mit verwandten Begriffen geworben werden kann, besteht die Möglichkeit, dass ein Unternehmen neben der Ergebnisliste auftaucht, obwohl der Nutzer nach einem anderen beziehungsweise ähnlichem Unternehmen gesucht hat. Der BGH hatte in drei Fällen über die Zulässigkeit der Verwendung fremder Kennzeichen bei der Google-Adwords-Werbung zu entscheiden. Vereinfacht gesagt: Darf man sich mit fremden Federn schmücken, wenn man für sein eigenes Produkt wirbt?

Die Entwicklung der Rechtsstreitigkeiten

Ein Anbieter hat bei Google das Schlüsselwort „pcb“ als Adword angemeldet (Az.: I ZR 139/07). Grundsätzlich wird in Fachkreisen unter diesem Begriff „printed circuit board“ (Leiterplatte) verstanden. Sucht man bei Google nach der Marke „PCB-POOL“, erscheint hier neben der Ergebnisliste „pcb“ als Werbung.

Ein anderer Anbieter hat als Schlüsselwort „Beta Layout“ als Adword angemeldet (Az.: I ZR 30/07). Sucht man bei Google nach der „Beta Layout GmbH“, erscheint im Werbeblock neben der Trefferliste die Werbung für den Anmelder des Adwords „Beta Layout“. Bei dem Anmelder handelt es sich um einen Konkurrenten der „Beta Layout GmbH“.

Im dritten Fall handelt es sich um das Adword „bananabay“, der Inhaber des Adwords hat bei Google für Erotikartikel geworben. Hier hat er aber die Rechnung ohne den Wirt gemacht, denn der Inhaber der geschützten Marke „Bananabay“ hat gegen diese Verwendung geklagt. Immerhin handelt es sich bei beiden um identische Waren und Dienstleistungen. Nun steht die Frage

BGH-Entscheidung zu Google-Adwords (Anfang)

Art—Lawyer Magazin

im Raum, ob in der Angabe des Schlüsselwortes eine Benutzung der geschützten Bezeichnung im Sinne des Markengesetzes vorliegt.

Die Ansicht des BGH

Im Fall von „banabay“ hat der BGH nicht entschieden, sondern die Sache an den Europäischen Gerichtshof weitergegeben. Hier handelt es sich um eine Streitigkeit, die auf der Markenrichtlinie der EU beruht. Der EuGH ist nun aufgefordert, die zugrunde liegende Vorschrift verbindlich auszulegen. Auf eine endgültige Entscheidung muss also gewartet werden.

In den anderen beiden Fällen hat der BGH markenrechtliche Ansprüche abgelehnt. In der Nutzung des Adwords „pcb“ sah der BGH eine erlaubte beschreibende Benutzung der Marke, eben weil es sich hier um eine gängige Abkürzung von „printed circuit board“ handelt, die auch in der Fachwelt so genutzt wird. Auch in der Benutzung des Adwords „Beta Layout“ sah der BGH keine Verwechslungsgefahr mit dem Unternehmenskennzeichen „Beta Layout GmbH“. Der BGH bestätigte damit die Ansicht des OLG Düsseldorf.

Begründet hat der BGH seine Ansicht wie folgt: „Der Internetnutzer nimmt nicht an, dass die getrennt von den Suchergebnissen erscheinende Werbung von der „Beta Layout GmbH“ stamme“. Die Urteile des BGH sind bislang noch nicht veröffentlicht.

Mögliche Folgen der Urteile

Offen bleibt noch immer, ob Werbung mit Adwords eine markenmäßige Benutzung darstellt. Eine Lösung ist erst dann zu erwarten, wenn die Grundsatzentscheidung des EuGH gefallen ist.

Erstmals veröffentlicht in:
Redbox-News 20.02.2009

Art—Lawyer Magazin

KONTAKT:

Art Lawyer
RA Jens O. Brelle

Auf dem Sande 1, Block E / 2.Etage
20457 Hamburg-Speicherstadt
Telefon +49 (0)40 24 42 18 46
Telefon +49 (0)40 24 42 18 48
E-Mail info@art-lawyer.de
Internet <http://www.art-lawyer.de>

BGH-Entscheidung zu Google-Adwords (Fortsetzung)

© 2001 - 2009 Art Lawyer
Seite (3/3)