

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

OLG Frankfurt: Verwendung einer fremden Marke als Keyword für eine Internet-Suchmaschine zulässig

Der für Rechtsstreitigkeiten aus dem Markenrecht zuständige 6. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Frankfurt am Main hat in einem Beschluss vom 26.2.2008 entschieden, dass die Verwendung einer fremden Marke als Keyword für eine sogenannte "AdWord-Werbung" in einer Internet-Suchmaschine keine kennzeichenrechtliche relevante Benutzerhandlung darstellt. Voraussetzung ist jedoch, dass bei Eingabe der Marke in die Suchmaschine die durch das Keyword angesteuerte Werbeanzeige als solche klar und eindeutig erkennbar und von der Trefferliste getrennt dargestellt wird.

Der Vertreter eines auf "probiotischen Mikroorganismen" basierenden Erfrischungsgetränks, der auch Lizenznehmer der eingetragenen Marke ist, hatte sich im Wege eines Antrags auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gegen den Vertreter eines anderen Erfrischungsgetränkes gewandt. Er hatte beanstandet, dass der Antragsgegner die Marke dadurch benutze, dass er auf der Internetseite www.google.de eine Werbeanzeige geschaltet hatte, die dann erscheine, wenn man die Marke als Suchbegriff in die Google-Suchmaschine eingebe und über einen Link dann zur Seite des Antragsgegners führe. Die Platzierung der Anzeige neben den Ergebnissen der Suchmaschine erfolge, weil der Antragsgegner bei Google eine Vielzahl von sogenannten "AdWords" angegeben habe, die eine inhaltliche Verbindung zur Marke aufwiesen.

Wie das Landgericht in erster Instanz entschied nun auch der 6. Zivilsenat, dass das beanstandete Verhalten der Antragsgegner nicht unzulässig sei (**Beschluss vom 26.2.2008, Aktenzeichen 6 W 17/08**).

Eine kennzeichenrechtlich relevante Benutzung einer Marke als sogenanntes "Metatag" sei nur dann gegeben, wenn der Betreiber der Internetseite im für den Benutzer nicht ohne weiteres sichtbaren Quelltext ein fremdes Kennzeichen als Suchwort verwende, um auf diese Weise bei der Benutzung von Suchmaschinen die Trefferhäufigkeit seines Internetauftritts zu erhöhen. Hiervon unterscheide sich die Benutzung eines Kennzeichens - also auch einer Marke - als AdWord dadurch, dass in diesem Fall nicht das Suchergebnis an sich und damit die Trefferliste, sondern lediglich die Platzierung der Werbeanzeige beeinflusst werde. Die in der Rechtsprechung teilweise vertretene Gleichbehandlung von Metatag und AdWord werde nach Auffassung des 6. Zivilsenats der unterschiedlichen Funktion beider Instrumente nicht gerecht. Durch die Verwendung einer fremden Marke als AdWord werde das Kennzeichen nicht in seiner Hauptfunktion genutzt, die darin liege, die beworbene Ware dem Markeninhaber zuzuordnen. Die "Lotsenfunktion" des Zeichens werde hier vielmehr nur zur Präsentation einer als solcher erkennbaren Eigenwerbung genutzt. Damit werde gerade nicht der Eindruck erweckt, es bestehe eine Verbindung

zwischen der beworbenen Ware und dem Geschäftsbetrieb des Markeninhabers.

Diese Vorgehensweise stelle nach Auffassung des Senats auch keinen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht in Form einer unlauteren Rufausbeutung oder Abfangens von Kunden dar.

(Die Entscheidung ist rechtskräftig.)

Quelle: PM des OLG Frankfurt am Main

Anmerkung: Die deutschen Gerichte haben in der Vergangenheit unterschiedlich entschieden, so dass die Rechtslage nicht vollkommen geklärt ist. Gerne machen wir Sie in dem Zusammenhang auf unseren Beitrag "[Adword Selling als Markenverletzung oder unlautere Wettbewerbshandlung?]([google-adwords-markenverletzung.html](#))" aufmerksam.

Veröffentlicht von:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt