von **Verena Eckert**

Markeninhaber aufgepasst: Google ermöglicht unkomplizierte AdWord-Sperrung

Ende vergangenen Jahres häuften sich noch die Abmahnungen wegen vermeintlicher Rechtsverletzungen durch die Verwendung fremder Marken als Google AdWords. Gespannt warten die Parteien dieser Streitigkeiten auf die vom Europäischen Gerichtshof hierzu angekündigten Entscheidungen. Doch es gibt noch einen anderen wirksamen Weg, um AdWord-Werbung zu verhindern.

Hintergrund

Gemäß Nr. 7 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Google-Werbevereinbarung müssen die AdWords-Kunden bei Schaltung einer AdWords-Werbeanzeige sicherstellen, dass sie durch das von ihnen als Keyword genutzte Zeichen keine geistigen Eigentumsrechte, gewerbliche Schutzrechte (insbesondere Markenrechte) Dritter verletzen. Dieser Grundsatz wird aber nicht immer eingehalten, was auch die steigende Zahl der Gerichtsentscheidungen zum Thema AdWords beweist.

Voraussetzungen

Stellt ein Inhaber einer geschützten Marke fest, dass jemand seine Marke als Keyword angegeben hat oder es im Text einer Werbeanzeige nutzt, dann steht ihm neben einem Gerichtsverfahren aber auch die Möglichkeit offen, sein Recht mittels einer Beschwerde direkt bei Google geltend zu machen. Hierbei sind zwei Dinge besonders zu beachten: zum einen muss der Markeninhaber als Beschwerdeführer selbst kein AdWords-Kunde sein und zum anderen ist Google nur für solche Verletzungen Ansprechpartner ist, bei denen die Anzeige bei Google direkt geschaltet und als solche kenntlich gemacht ist („Anzeige“) – jedoch keinesfalls für Suchergebnisse, die mittels Google erzielt wurden.

Für die Überprüfung der Beschwerde benötigt Google vom Markeninhaber nur Informationen zum Geltungsbereich seiner Marke und zu den durch sie geschützten Waren oder Dienstleistungen. Da das Werbesystem bei Google textbasiert ist, werden im Beschwerdeverfahren Bildmarken, d.h. Marken, die Design- oder Formatierungselemente enthalten, nicht berücksichtigt. Nicht vom Schutz durch das Google-Beschwerdesystem sind solche Anzeigen umfasst, die aufgerufen werden, wenn neben einem Markenbegriff noch ein allgemeiner Suchbegriff verwendet wird. Da Google ein System der „weitgehend passenden Keywords“ verwendet.

Das bedeutet, dass wenn die Anzeige auch dann auftauchen kann und darf, selbst wenn ein Markenname eingegeben wird, solange dies über die „weite Suche“ geschehen ist und nur systemintern die Marke mit umfasst ist. Beispiel (von Google selbst): wenn „Schuhe“ als Suchwort eingegeben wird, erscheint eine Anzeige, die möglicherweise auch bei der Eingabe der Suchwörter „Tennisschuhe“ „Nike

Schuhe“ etc. erscheinen würde. Dies allein ist also noch kein Hinweis auf eine Verwendung der Marke als AdWord.

Vorgehensweise

Die Vorgehensweisen für Markenbeschwerden bei Google unterscheiden sich je nach den Regionen, in denen die Marke ihren Geltungsbereich hat:

a) Markenrechte außerhalb der USA, UK, Irland, und Kanada

Die Überprüfung von Google beschränkt sich allein auf die Inhalt der Anzeigen und der Keywords. Der AdWords-Kunde wird dann von Google aufgefordert, die möglichweise irrtümlich verwendeten Marken aus dem Anzeigentext und/oder aus der Keyword-Liste zu entfernen. Hierbei wird von Google sichergestellt, dass der Kunde die geschützten Begriffe auch künftig nicht mehr verwendet.

Das Formular für deutsche Rechteinhaber findet sich hier.

b) Markenrechte in den USA, UK, Irland, und Kanada

Bei Beschwerden innerhalb dieser Länder, beschränkt sich die Untersuchung von Google auf den reinen Anzeigentext. Verwendet der Kunde die Marke im Text, so wird er aufgefordert, diese Marke zu entfernen und Google unterbindet die erneute Verwendung im Anzeigentext. Wichtig ist hier, dass Google keine Keywords deaktiviert.

Die Beschwerde des Beschwerdeführers kann nur gegen eine Anzeige eines bestimmten AdWords-Kunden oder gegen mehrere Anzeigen verschiedener AdWords-Kunden gerichtet sein. In dem ersten Fall wählt der betroffene Markeninhaber die Option "für bestimmte AdWords-Kunden" und gibt in seiner Beschwerde die genaue Anzeige-URL an. Im zweiten Fall muss der betroffene Markeninhaber nur die Option "für alle AdWords-Kunden" wählen; die Anzeigen-URLs muss er nicht angeben. Aufgrund dieser Beschwerde wird Google die Verwendung der Marke in allen relevanten Anzeigen prüfen. Möchte sich der Beschwerdeführer, der selbst ein AdWords-Kunde ist, zur Verwendung der Marke autorisieren, dann sollte er in der Beschwerde zusätzlich seine AdWords-Kundennummer oder Login-Email-Adresse angeben. Zudem können im Rahmen der Beschwerde diejenigen Anzeigenkunden ausgenommen werden, die berechtigt sind, die Marke zu nutzen.

Stellt Google bei der Überprüfung der Beschwerde eines Markeninhabers fest, dass die Beschwerde begründet ist und dass die Rechte des Markeninhabers durch die Nutzung seiner Marke als Keyword durch einen Dritten verletzt wurden, dann wird das benutzte Keyword von Google gesperrt.

Ein weiteres Verfahren zur Sperrung von AdWord-Werbung bietet Google auch im Zusammenhang mit Anzeigen, die Werbung für gefälschte Produkte machen. Möchte ein Markeninhaber die Werbung für gefälschte Produkte in AdWords-Anzeigen beanstanden, dann kann er direkt das auf der Google-Webseite in englischer Sprache veröffentlichte Beschwerdeformular nutzen.

Rechtliche Bedenken

Wer seine Marke als AdWord sperren lässt, sollte stets bedenken, dass damit auch berechtigte Nutzer "ausgesperrt" werden könnten. Wer beispielsweise von dem Markeninhaber das Recht erworben hat, mit der Marke zu werben, der könnte bei einer Sperrung seiner AdWord-Werbung Schadenersatzansprüche gegen den Markenrechtsinhaber geltend machen. Es ist also dringend erforderlich, dass der Rechteinhaber überprüft, ob er gezielt gegen einzelne Anzeigen vorgeht oder eine allgemeine Sperre erwirken möchte, mit der Gefahr, bei der Überprüfung berechtigte Nutzer auszusperren. Damit ist grundsätzlich die individuelle Sperrung von Werbeanzeigen der allgemeinen Sperre vorzuziehen.

Fazit

Das aktuell noch recht unbekannte Markenbeschwerdeverfahren von Google im Zusammenhang mit der AdWord-Werbung stellt eine sehr wirksame Methode dar, wie sich Markenrechtsinhaber gegen unrechtmäßige AdWord-Werbung wehren können. Welche Auswirkungen jedoch die zum Thema AdWord-Werbung noch ausstehenden Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofes auf das Markenbeschwerdeverfahren haben werden, ist ungewiss.

Autor:
Verena Eckert
Rechtsanwältin