

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Darf man das? Zur Verwendung von fremden Markennamen auf Internetseiten

Die Nutzung von Marken ist eine sehr diffizile Angelegenheit - denn grds. ist dies nur dem Markeninhaber vorbehalten. Darf ich als Händler fremde Markennamen auf meiner Homepage verwenden? Und wenn ja: Was ist dabei zu beachten? Wir haben uns die Rechtsprechung hierzu mal angesehen und geben einige Praxistipps.

Grundsätzlich kann der Inhaber einer Marke nach § 14 Abs. 2, Abs. 4 und Abs. 5 MarkenG vom unberechtigten Verwender Unterlassung der Markennutzung verlangen, wenn folgende Voraussetzungen vorliegen:

- ein mit der Marke identisches oder ähnliches Zeichen wird
- durch einen Dritten
- ohne Zustimmung
- im geschäftlichen Verkehr
- markenmäßig verwendet

Bei einer rein privaten Verwendung einer Marke kann also niemals eine Verletzung vorliegen.

Knackpunkt ist die „markenmäßige Verwendung“ eines Zeichens. Nach dem [BGH \(vgl. Urteil vom 25.01.2007, Az. I ZR 22/04\)](#) liegt diese vor, wenn die Bezeichnung „im Rahmen des Produktabsatzes jedenfalls auch der Unterscheidung der Ware eines Unternehmens von denen anderer dient“ (sogenannte Herkunftsfunktion).

Nach dem EuGH ist entscheidend, „ob die Marke zur Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen als solchen eines bestimmten Unternehmens, also als Marke, benutzt wird, oder ob die Benutzung zu anderen Zwecken erfolgt“ (Urteil vom 23.02.1999, Rs. C-63/97).

Liegt keine markenmäßige Verwendung vor, wird oftmals von einer erlaubten bloßen Markennennung gesprochen. Was nun im Einzelfall als „markenmäßige Verwendung“ einzustufen ist, war bereits mehrfach Gegenstand von Gerichtsentscheidungen. Diese werden im Folgenden kurz zusammengefasst, um anschließend einen Leitfaden zu entwickeln wie fremde Marken auf einer geschäftlichen Internetseite genutzt werden dürfen.

I. Ausgewählte Gerichtsentscheidungen

1. „Meta-Tags“ und „Weiß-auf-Weiß-Schrift“ (BGH Urteil vom 8.2.2007, Az. I ZR 77/04)

Der Bundesgerichtshof hat entschieden, dass eine fremde Marke (die keinen beschreibenden Inhalt hat) nicht in den sogenannten Meta-Tags einer Webseite verwendet werden darf. Auch darf eine fremde Marke nicht in weißer Schrift auf weißem Grund abgebildet werden. Beides verstößt gegen § 14 Abs. 2 und 5 MarkenG. Zwar nimmt ein normaler Internetnutzer die Meta-Tags beziehungsweise die weiße Schrift gar nicht wahr; eine kennzeichenmäßige Benutzung liegt dennoch vor, da der BGH davon ausging, dass es durch das Verwenden der fremden Marke zu einer Beeinflussung des Suchmaschinenrankings gekommen war. Der suchende Internetnutzer wurde also bei einer Suche nach der fremden Marke auf die Internetseite der Beklagten gelockt.

In diesem [Beitrag](#) haben wir uns mit Meta-Tags und Markenrecht nochmal genauer auseinandergesetzt.

2. „Power-Ball“-Entscheidung (BGH Urteil vom 04.02.2010, Az. I ZR 51/08)

Die Beklagte verkaufte auf ihrer Internetseite einen Ball zum Training der Hand und des Armes und bezeichnete diesen als „RotaDyn Fitness-Ball“. Die Klägerin ist Inhaberin der Marke Powerball und vertreibt unter dieser Bezeichnung ein ähnliches Fitnessgerät. Die Angebotsseite der Beklagten war so ausgestaltet, dass sowohl im Titel der Seite als auch in der Nähe der Navigation das Wort „Powerball“ sowie „power ball“ eingebunden war. Dies hatte zur Folge, dass bei einer internen Suche auf der Seite der Beklagten nach „Powerball“ der „RotaDyn Fitness-Ball“ als Produkt gefunden wurde. Außerdem wurde die Produktseite der Beklagten bei einer Google-Suche nach „power ball“ an der zweiten Position aufgeführt. Darin hat der BGH wiederum eine Markenrechtsverletzung gesehen, da das Ranking bei Google beeinflusst worden ein Verstoß gegen § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG vorliege. Der BGH führt dazu aus:

„Für eine markenmäßige Verwendung reicht es, dass ein als Suchwort verwendetes Zeichen dazu benutzt wird, das Ergebnis des Auswahlverfahrens in der Trefferliste einer Internetsuchmaschine zu beeinflussen und den Nutzer zu der Internetseite des Verwenders zu führen“

Einen ähnlichen Fall hatte der [BGH bereits am 07.10.2009 \(Az. I ZR 109/06\)](#) zu entscheiden. Dort hatte ein Webseitenbetreiber durch Aufnahme einer Marke in Titel und Seiteninhalt gute Rankingergebnisse bei Eingabe dieser Marke erzielt. Dies wurde nicht mehr als beschreibende Angabe, sondern als Herkunftshinweis eingestuft und somit im Ergebnis ebenfalls ein Verstoß angenommen.

3. Marke im Pfad (URL) einer Webseite

Das [OLG Hamburg \(Beschluss vom 02.03.2010, Az.:5 W 17/10\)](#), hat entschieden, dass ein markenrechtlicher Verstoß (gegen §§ 5 II, 15 II, IV MarkenG) auch dann vorliegt, wenn ein Dritter den Firmennamen eines anderen in einer URL seiner Webseite verwendet oder den Firmennamen im Titel der Webseite verwendet, da dann der Anschein erweckt werde, dass die Firmeninhaberin diese Webseite führe.

4. "Verlinkung"

Durch die bloße Verlinkung einer anderen – markenrechtlich geschützten – Webseite wird kein Verstoß gegen § 14 Abs. 2 MarkenG begründet. In diesem Falle fehlt es an einer „markenmäßigen Verwendung“. Das Gericht führt dazu aus:

“

"Eine solche markenmäßige Verwendung fehlt, soweit das Drittzeichen nicht als Herkunftshinweis eingesetzt wird, sondern nur rein dekorativ, redaktionell, vergleichend oder unter Bezugnahme auf fremde Waren benutzt wird [...]."

”

Details zu dieser Entscheidung finden Sie [hier](#).

5. Markenbestandteil im „Body-Teil“ einer Internetseite

Das [OLG Jena \(Urteil vom 8.4.2009, Az. 2 U 901/08\)](#) hat entschieden, dass die Verwendung eines Markenbestandteiles im sogenannten Body-Bereich einer Webseite keine markenmäßige Benutzung darstellt. In diesem Teil der Webseite werden lediglich die sichtbaren Seiteninhalte wie Texte und Bilder – unter Verwendung bestimmter Formatierungsangaben – abgelegt. Es besteht also kein Unterschied zu einem normalen redaktionellen bzw. meinungsbildenden Text.

6. Hinweis auf Abmahnung ([Beschluss des OLG Frankfurt a. M. vom 03.03.2009 - 6 W 29/09](#))

Die Nennung einer Marke X auf einer Internetseite verbunden mit dem Hinweis, dass der Markeninhaber X an einer Abmahnung beteiligt war, stellt keinen Markenrechtsverstoß gegen §§ 14 oder 15 MarkenG dar wenn klar ist, dass es sich nicht um das Produkt X dreht, sondern lediglich von der Abmahnung berichtet wird. Allerdings ist hier Vorsicht geboten, da öffentliche Äußerungen eines Unternehmens über eine Abmahnung durch einen Konkurrenten unter Umständen wettbewerbswidrig sein können.

7. „Dildoparty“ (LG Hamburg, Urteil vom 15. 7. 2010 - 315 O 70/10 (nicht rechtskräftig))

Die Beklagte bewarb auf ihrer Internetseite Veranstaltungen als „Dildoparties“. Dagegen wollte die Klägerin vorgehen und es als Inhaberin der Gemeinschaftsmarke „Dildoparty“ verbieten, dass die Beklagte das entsprechende Wort verwenden darf. Dem ist das Landgericht Hamburg nicht gefolgt: Es liege keine kennzeichenmäßige Benutzung der Marke vor, da die angesprochenen Verkehrskreise das Zeichen nicht als Herkunftshinweis verstünden, sondern lediglich als beschreibende Angabe.

II. Grundsätze

1. Das darf man nicht: Verbotene Benutzung von Marken

1. Meta-Tags / Weiße Schrift auf weißem Grund

Problematisch ist die Verwendung von Markennamen in Meta-Tags sowie in einem weißen Text auf weißem Grund einer Internetseite. Dadurch wird (zumindest versucht) unter Ausnutzung der fremden Marke ein besseres Ranking in Suchmaschinen zu erzielen.

2. Ranking-Beeinflussung

Wird durch die Kombination einer Marke im Titel sowie im Textteil ein gutes Ranking erreicht und auf dieser Seite dann aber auf ein Konkurrenzprodukt verwiesen oder sogar direkt verkauft, stellt dies einen markenrechtlichen Verstoß dar.

3. Marke in URL

Auch die Benutzung einer Marke in einer URL führt zu markenrechtlichen Ansprüchen des Markeninhabers. Zwar wurde bisher nur für einen Firmennamen und nicht für eine Marke entschieden, dass dieser nicht in einer Webseitenadresse (URL) verwendet werden dürfe. Diese Entscheidung ist aber auch auf eine geschützte Marke zu übertragen: Da die URL immer eine kennzeichenrechtliche Funktion erfüllt und daher den Anschein beim Internetnutzer erweckt, dass der Markeninhaber die Markennutzung zumindest autorisiert hat, steht immer eine Verwechslungsgefahr im Raum.

2. Das darf man: Erlaubte Verwendung von Marken

Fremde Marken dürfen immer dann verwendet werden, wenn sie nicht als Herkunftshinweis eingesetzt werden. Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn die Marke

- rein dekorativ
- redaktionell oder
- vergleichend

eingesetzt wird.

III. Fazit

Problematisch ist die Nutzung einer fremden Marke immer dann, wenn diese – oftmals durch eine verbesserte Position in Google & Co. – dazu genutzt wird den eigenen Absatz anzukurbeln. Kein Verstoß wird begangen, wenn die fremde Marke nicht als Herkunftshinweis missbraucht wird, sondern lediglich rein beschreibend genutzt wird. Klar ist jedenfalls eines: Vor Verwendung geschützter Markenzeichen sollte unbedingt Rechtsrat eingeholt werden.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement