von Rechtsanwalt **Felix Barth**

„Ich wars nicht“ – Zur Haftung für markenrechtswidrige Werbung im Rahmen von Affiliate-Marketingsystemen

So viele Werbemöglichkeiten das Internet bietet, so viele rechtliche Stolperfallen birgt es. Immer wieder müssen Gerichte entscheiden, wer für Markenrechtsverstöße verantwortlich gemacht werden kann. Das LG Düsseldorf hat sich nun zu den Haftungsverhältnissen bei Affiliate-Marketingsysteme geäußert, innerhalb derer Werbeanzeigen eines Produktanbieters (sogenannter Merchant) auf „fremden“ Internetseiten sogenannter Affiliates platziert werden. (Beschluss vom 21.3.2012, Az. 2a O 323/11). Das Ergebnis: Der Affiliate ist für markenrechtswidrige Werbung des Merchants nicht verantwortlich, wenn er sich dessen Werbung nicht zu Eigen macht.

Fall

Geklagt hatte der Betreiber einer Internetseite, der dort Produktreklame eines ihm fremden niederländischen Händlers eingebunden hatte. Die Werbung – das stand außer Frage – war markenrechtlich unzulässig. Der Kläger, der nun Schadensersatzansprüche fürchtete, wollte daher gerichtlich festgestellt haben, dass er als bloßer Affiliate für den Inhalt der Anzeige nicht hafte.

Entscheidung

Im konkreten Fall gaben die Richter dem Kläger Recht. Was die Grundsatzfrage nach der Haftung eines Affiliates anbelangt, machten sie jedoch eine entscheidende Einschränkung: Eine Markenrechtsverletzung scheide nicht generell aus, heißt es dazu in der Entscheidung. Der Affiliate sei vielmehr nur dann aus dem Schneider, wenn er sich im Hinblick auf die Anzeige fremde Informationen nicht zu Eigen gemacht hat.

Ein Zueigenmachen liege dabei vor, „wenn sich ein Diensteanbieter nach den Umständen des Einzelfalls, insbesondere der Art der Datenübernahme, ihrem Zweck und der konkreten Präsentation der Inhalte derart mit fremden Inhalten identifiziert, dass er die Verantwortung für diese oder Teile davon übernimmt“.

Kriterien hierfür seien

- a)Die gestalterische Integration durch Kennzeichnung als Inhalt des Betreibers
- b)Die wirtschaftliche Zuordnung durch Einräumung umfassender Nutzungs- und Verwertungsrechte seitens der Nutzer

- c)Die Übernahme inhaltlicher Verantwortung durch redaktionelle Kontrolle des Betreibers (untergeordnete Bedeutung)

Im zu entscheidenden Sachverhalt waren diese Kriterien nach Ansicht der Richter nicht erfüllt.

Fazit

Bei der Frage danach, ob ein Affiliate für eine auf seiner Internetseite eingebundene, markenrechtswidrige Werbeanzeige haften muss, ist stets eine kritische Einzelfallprüfung vorzunehmen:Sobald man sich fremde Werbung in irgendeiner Weise zu Eigen macht, muss dafür auch Verantwortung übernommen werden.

Autor:
RA Felix Barth
Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement