

von Yanina Bloch

Besser nicht - der Markenname als Produktkategorie ohne Angebot

Wird ein Markenname als Produktkategorie auf einer Internetseite benutzt, kann dies eine Markenverletzung bedeuten, wenn der Betreiber der Internetseite mit einem sogenannten „Nicht-Angebot“ die Suchmaschinenauswahl ausnutzt um Internetbenutzer bewusst auf seine Seite zu führen. Das Oberlandesgericht Hamburg entschied in seinem [Urteil vom 21. Juni 2007 \(Az.: 3 U 302/06\)](#), dass ein solches „Nicht-Angebot“ vorliegt, wenn der Markenname als Produktkategorie verwendet wird ohne dass die entsprechenden Markenprodukte auf der Internetseite tatsächlich angeboten werde.

Das Problem

Will eine Internetseite gezielt Kaufinteressenten für bestimmte Produkte online auf sich aufmerksam machen, bietet es sich an ein Kategoriensystem mit Markennamen zu verwenden, so dass Internetnutzer bei Benutzung einer Online-Suchmaschine durch die Sogwirkung der Marke auf die jeweilige Seite gelockt werden.

Diese Ausnutzung der Sogwirkung bekannter Marken wird offensichtlich dadurch kompensiert, dass Produkte dieser Marke auf der jeweiligen Seite in welcher Form auch immer veräußert werden. Wie sieht es jedoch aus, wenn eine Internetseite zwar eine Produktkategorie nach einer bekannten Marke benennt, Produkte dieser Marke jedoch gar nicht anbietet?

Mit einem derartigen Fall hatte sich das Oberlandesgericht Hamburg in seinem Urteil vom 21. 6. 2007 (Az.: 3 U 302/06) auseinanderzusetzen. Dabei ging es um eine Unterlassungsverfügung der Jette GmbH gegen die Versteigerungsplattform „Versteigerungen4U.de“, welche auf ihrer Webseite eine Unterkategorie namens „Jette“ verwendete. Da sich die Versteigerungsplattform erst noch in den Anfängen befand, lagen jedoch mangels Bekanntheitsgrades noch keine Versteigerungsangebote zu „Jette“-Produkten vor.

Die Jette GmbH sah darin eine Markenrechtsverletzung und erlangte eine einstweilige Verfügung gegen das Startup-Unternehmen „Versteigerungen4U.de“. Mit dieser wurde diesem vom Gericht verboten, die Bezeichnung „Jette“ auf der Webseite „ohne sachliche Verbindung zwischen dem Angebot, auf das er von seiner Webseite aus verweist und der Marke Jette“ zu verwenden. Dagegen legte „Versteigerungen4U“ als Antragsgegner Berufung ein.

Die Entscheidung

Das OLG Hamburg wies die Berufung des Antragsgegners jedoch zurück. Die Inhaberin der Marke „Jette“ sei ermächtigt ihre Rechte aus der Klagemarke geltend zu machen, sodass ein Unterlassungsanspruch aus § 14 MarkenG gegen den Antragsgegner besteht.

Das Gericht entschied, dass die beanstandete Verwendung der Bezeichnung „Jette“ eine Markenverletzung in Form einer „Doppel-Identverletzung“ (identische Bezeichnungen für jeweils identische Waren) darstelle. Indem der Antragsgegner den Markennamen als Kategorie benutzt hat, obwohl in dieser Kategorie dann letztendlich aber gar keine Produkte dieser Marke zu finden waren, sei ein sogenanntes „Nicht-Angebot“ dazu benutzt worden den Internetbenutzer auf die Seite des Antragsgegners zu locken.

Den Einwand des Antragsgegners, er habe mit der Benennung der Kategorie nur ausdrücken wollen, dass er an Versteigerungsangeboten von „Jette“-Produkten interessiert sei, ließ das Gericht nicht gelten.

“

"Für ein Internetversteigerungsunternehmen ist es ausreichend, diejenigen Waren anzugeben, an deren Versteigerungsangeboten es interessiert ist, das lässt sich ohne weiteres verallgemeinert treffend und ansprechend (z.B. mit "Markenschmuck") umschreiben und in den Aufnahmeformularen mit einzutragenden Feldern (etwa "Markenbezeichnung") erläutern. Entsprechendes gilt für die Versteigerungsangebote selbst, wenn ein bestimmter Marken-Artikel gerade nicht im Angebot ist."

”

Der Antragsgegner könne nämlich genauso gut verallgemeinert darauf hinweisen, dass zukünftig auch andere entsprechende Markenprodukte zur Versteigerung zur Verfügung gestellt werden sollen. So jedoch stehe bei der streitgegenständlichen Verwendung der Bezeichnung „Jette“ auf den Internetseiten nur das Ausnutzen der Suchmaschinenauswahl, das heißt die Hinführung des Internetbenutzers auf die Internetseite des Antragsgegners, im Vordergrund.

Unser Fazit

Vorsicht also bei der Benennung von Markennamen als Produktkategorien. Für den Fall, dass ein Angebot des Markenprodukts tatsächlich besteht, ergeben sich keinerlei Probleme. Besteht ein solches Angebot nicht, dann darf der spezifische Markenname auch nicht als Produktkategorie verwendet werden. Wichtig ist es dann sicherzustellen, dass ein verallgemeinerter Oberbegriff, wie beispielsweise „Modeschmuck“ anstatt der konkreten Markenbezeichnung „Jette“ als Produktkategorie verwendet wird.

Autor:

Yanina Bloch

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)