von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Amazon unhurt: Amazon verletzt keine fremden Marken bei Anzeige von Mitbewerber-Suchergebnissen

Da schau her: Mit Urteil vom 02.06.2015 (Az.: 91 O 47/15) hat das Landgericht Berlin entschieden, dass Amazon keine fremden Marken verletzt, wenn ein Suchergebnis auch Mitbewerber-Produkte anzeigt.

Sachverhalt:

In dem zugrunde liegenden Rechtsstreit sah sich eine Vertreterin von Parfüms aus dem Luxussegment in Ihren Markenrechten verletzt, wenn Amazon abweichende Produkte in der Ergebnisliste anzeigt, die nicht exakt der Eingabe im Suchfeld entsprechen, sondern den Produkten ähneln und dem selben Konsumbereich zuzuordnen sind. Auch sah sie hierin einen Wettbewerbsverstoß in Form der unlauteren vergleichenden Werbung.

Mit Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung begehrte sie daher von Amazon, es zu unterlassen, bei Eingabe im Suchfeld der Onlineplattform, auch die von ihr markenrechtlich geschützten Parfums in der Ergebnisliste anzuzeigen, wenn nicht gezielt danach gesucht wird. Ferner verlangte die Antragsstellerin, dass die Suchfunktion unter „amazon.de“ so eingerichtet wird, dass bei der Eingabe ihres Parfümproduktes ausschließlich auch nur dieses angezeigt wird, und nicht auch andere, abweichende Markenware von Mitbewerbern.

Die Antragsstellerin vertreibt Parfüms einer bestimmten Marke, die sowohl als solche geschützt ist, wie auch die unter der Marke jeweilig vertriebenen Parfüms mit entsprechenden Namen. Sie stellte bei einer Suche auf amazon.de nach ihrem Originalparfüm fest, dass in den Suchergebnissen auch Nachahmungen enthalten waren. Die Antragsstellerin sah sich aufgrund dessen in ihren Rechten verletzt und rügte sowohl eine Markenrechtsverletzung als auch einen Wettbewerbsverstoß.

Entscheidung:

Das LG Berlin erkannte jedoch für Recht, dass es dem Antrag auf Unterlassung der Anzeige anderer Markenwaren schon an einem Verfügungsgrund fehlt. Da die Antragsstellerin über längere Zeit das nach ihrer Auffassung markenverletzende Verhalten hingenommen hat, muss die besondere Dringlichkeit, die ein Verfügungsgrund voraussetzt, abgelehnt werden. Die Antragsstellerin hat nach eigenem Vortrag bereits seit Ende August 2014 Kenntnis von den Ergebnissen in der Suchmaschine, macht den Unterlassungsanspruch jedoch fast erst ein Jahr später, namentlich am 02.06.2015 geltend.

Auch erkannte das Gericht, dass der Antragsstellerin kein Unterlassungsanspruch gegen Amazon dahingehend zusteht, die Suchmaschine derart zu gestalten, keine Produkte abweichender Marken anzuzeigen. In diesem Fall besteht bereits keine markenmäßige Verwendung der Marken der

Antragstellerin, da die Suchmaschine nur die Ergebnisse unter Berücksichtigung des Kundenverhaltens generiert.

Dass die Marke der Antragsstellerin in der Ergebnisliste vorangestellt wird, gibt lediglich die Sucheingabe des Kunden zutreffend wieder und verknüpft nicht dieses Suchergebnis mit der eingegebenen Marke. Da Amazon nur die Suchmaschine mit ihrem Algorithmus zur Verfügung stellt, liegt keine der in § 14 Abs. 3 MarkenG genannten Nutzungen der Marken vor. Weder hat Amazon die Marke auf Waren angebracht, noch unter diesem Zeichen Waren angeboten, diese aus- oder eingeführt oder in der Werbung benutzt.

Auch Kunden der Onlineplattform gehen nicht davon aus, dass die angezeigten Ergebnisse ausschließlich Markenprodukte der Antragsstellerin wiedergeben. Insbesondere sind die Kunden daran gewöhnt, dass auf Suchanfragen auch abweichende Produkte angezeigt werden. Darüber hinaus sind die angezeigten Produkte im Einzelnen ohnehin zutreffend gekennzeichnet.

Fazit:

Es ist also zu dulden, dass Mitbewerber-Produkte angezeigt werden, wenn nach einer bestimmten Marke gesucht wird. Amazon verletzt hierbei keine fremden Markenrechte - schlecht für den Markeninhaber, gut für die Konkurrenz. Aber ferner sind die Amazon-Kunden ohnehin daran gewöhnt, dass auf Suchanfragen auch abweichende Produkte angezeigt werden.

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