von Rechtsanwalt **Felix Barth**

OLG Frankfurt: Irreführende adwords-Werbung

Das OLG Frankfurt am Main entschied mit Urteil vom 02.02.2017 (Az.: 6 U 209/16), dass es irreführend ist, AdWords für eine fremde Marke zu schalten, wenn die Marke als Subdomain im Link der Werbeanzeige enthalten ist und auf der Landingpage überwiegend Produkte anderer Marken angeboten werden. Damit wies das OLG die Berufung gegen eine vom LG Frankfurt erlassene einstweilige Verfügung zurück und bestätigte in seiner Entscheidung, dass diese Gestaltung als Verstoß gegen § 5 UWG unzulässig ist. In dieser Aufmachung dürfe der Kunde damit rechnen, auf der angegebenen Subdomain jedenfalls überwiegend Artikel dieser Marke zu finden, was im Streitfall nicht gegeben war.

Im konkreten Fall hatte eine Anbieterin von selbstklebenden Notizzetteln die folgende AdWords Anzeige für das Keyword „XY Werbeartikel“ geschaltet:

> *"XY Werbeartikel - XY mit Ihrem Firmenlogo*
> *Anzeige www.(...).de*
> *Jetzt günstig online kalkulieren!*
> *Schnelle Lieferzeiten - Kostenlose Beratung - Top Preise - Große Auswahl"*

Auf der Landingpage wurden neben einzelnen Produkten der Marke „XY“ vor allem zahlreiche Waren anderer Marken angezeigt. Hierin sah das OLG Frankfurt eine wettbewerbswidrige Irreführung gemäß § 5 UWG.

Eigene Subdomain gibt spezielle Internetseite für Markenprodukte wieder

Entscheidend war für das Gericht insbesondere, dass die Händlerin eine Subdomain mit der Bezeichnung „XY-Werbeartikel“ eingerichtet hatte. Daraus schlussfolgere der maßgebliche Verkehr, dass die Händlerin für die Artikelpräsentation eine über den Link in der AdWords Werbeanzeige erreichbare Internetseite erstellt habe, die ausschließlich oder zumindest überwiegend Werbeartikel der Firma „XY“ aufführt. Auf dieser Seite konnte der Verbraucher jedoch zum größten Teile nicht die Produkte des Herstellers "XY" erwerben, sondern die Waren von anderen Unternehmen.

> *"Ein Verbraucher, der über die Google-Suchmaschine einen ihm als solchen bekannten Markennamen eingibt, will naturgemäß Informationen oder Angebote zu diesem spezifischen Produkt finden. Diese Erwartungshaltung wird durch die Gestaltung der streitbefangenen Werbeanzeige verstärkt."*

Mindestens 50 % Werbeartikel der Marke „XY“ erforderlich

Nach Ansicht der Frankfurter Richter hätte die Händlerin aufgrund des Inhalts der Werbeanzeige auf der Landingpage zu mehr als 50 % Werbeartikel der Marke „XY“ anbieten müssen, was sie ausweislich nicht tat. Tatsächlich wurden auf der Landingpage nur für fünf Produkte der Marke „XY“, aber für 55 Produkte anderer Hersteller geworben.

> *"Maßgeblich ist vor allem, dass die Bezeichnung "XY-Werbeartikel" innerhalb der sog. "Subdomain" - getrennt durch einen sog. "Backslash" - der Bezeichnung der Internet-Seite der Antragstellerin angefügt ist (www.(...).de). Dies lässt sich bei verständiger Lesart ohne weiteres so interpretieren, dass die Antragsgegnerin für die Präsentation ihres Warensortiments eine über diesen Link erreichbare Internet-Seite eingerichtet hat, die ausschließlich oder mindestens überwiegend Werbeartikel der Fa. XY aufführt."*

Da dies jedoch objektiv nicht der Fall sei, werde der Kunde wettbewerbswidrig in die Irre geführt. Eine solche Irreführung ist nach § 5 UWG unzulässig und begründet neben Unterlassungs- auch Schadensersatzansprüche der Mitbewerber.

Anwaltliche Beratung im Vorfeld sinnvoll

An der Grenze des Wettbewerbs- zum Markenrecht macht die Frankfurter Entscheidung deutlich, dass sich bei Werbung im Internet die Hinzuziehung eines Fachanwalts durchaus als sinnvoll erweisen kann, um kostspielige Konsequenzen und gerichtliche Auseinandersetzungen zu vermeiden.

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

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360