

# Abmahnungen stellen Affiliate-Marketing in Frage

Pressemitteilung der internetstores GmbH: Die internetstores GmbH und ihre Affiliates aus den Partnerprogramm-Netzwerken zanox und affilinet sehen sich mit einer zunehmenden Anzahl von Abmahnungen und Unterlassungserklärungen konfrontiert. Mitstörerhaftung, kaum erläuterte Eigenheiten des Google-AdWords-Algorithmus und mangelnde Bereitschaft der abmahrenden Parteien zu einer effektiven Unterbindung von Markenrechtsverletzungen bergen nach Meinung der internetstores GmbH kaum kalkulierbare Gefahren und stellen das Affiliate-Marketing in der derzeit vorhandenen Form in Deutschland grundsätzlich in Frage.

Im jüngsten Fall wurde die internetstores GmbH für die Einblendung einer Textanzeige im Google-AdWords-Programm für ihren Shop [fahrrad.de](http://fahrrad.de) abgemahnt. Diese Anzeige erschien bei der Eingabe eines markenschutzrechtlich geschützten Begriffs in der Google-Suchmaske. Pikant ist, dass der geschützte Begriff gar nicht gebucht worden war. Vielmehr stellte der AdWords-Algorithmus von Google eine sachliche Nähe des beanstandeten Begriffs zu der tatsächlich gebuchten Begriffskombination „fahrrad billig“ her und lieferte die auf dieser Kombination gebuchte Textanzeige aus. Schuld ist die Buchungsoption „erweitert weitgehend passend“, die als Standardoption für neue Keywords von fast allen AdWords-Kunden genutzt wird. Zwar wird die Auswirkung dieser Buchungsoption in der Hilfe erläutert, auf die Gefahr einer Rechtsverletzung weist Google aber nirgendwo hin. Zwar attestiert die Rechtsabteilung von Google auf Nachfrage des Kunden, dass dieser besagte Begriffe nicht gebucht hat, doch kann die internetstores GmbH den Nachweis der Rechtsabteilung nicht für andere AdWords-Kunden einholen, insbesondere nicht für Ihre Affiliates in Partnerprogrammen. Diese müssen den Nachweis jeweils gesondert über ihren AdWords-Kundenberater anfordern.

Um die Auslieferung von Anzeigen bei der Eingabe von markenschutzrechtlich geschützten Begriffen zu unterbinden, müssen diese als sogenannte ausschließende Keywords gebucht werden, wenn man die Standard-Buchungsoption beibehält. Die einzige Alternative bestünde darin, eben nicht die Standard-Option, sondern eine der beiden anderen Buchungsoptionen zu wählen, was allerdings zu einer Verringerung der Performance führt und auch kaum praktiziert wird. Bleibt man beim vorgegebenen Standard, müsste jeder einzelne Affiliate eine Markenschutzrecherche in Auftrag geben, um alle Markennamen als ausschließende Keywords einzubuchen. Dass diese „Negatives“ ebenso wie die „normalen“ Suchbegriffe mit drei verschiedenen Optionen gebucht werden können, macht die Sache extrem komplex und undurchsichtig.

Trotz intensiver Kommunikation mit den Affiliates und technischer Unterstützung in Form von Positivlisten und technischen Ansprechpartnern kann ein Online-Händler nie ausschließen, dass seine Affiliates Markenrechte verletzen. Denn ein einziger von tausenden Affiliates kann, sei es aus Unwissenheit oder sogar aus der Absicht heraus, dem Händler zu schaden, dafür sorgen, dass der Händler dank Mitstörerhaftung gegen eine unterzeichnete Unterlassungserklärung verstößt- das Affiliate-Marketing erweist sich somit als ein Pulverfass ohnegleichen.

Dabei wäre es für Markeninhaber ein Leichtes, die algorithmisch generierten Rechtsverletzungen auf der AdWords-Plattform effektiv auszuschließen. Die Rechtsabteilung von Google sperrt die Schaltung von Markenbegriffen, sobald Ihr ein entsprechender Antrag vom Markeninhaber vorliegt. Dieser Schutz kann jedoch nur von den Markeninhabern beantragt werden, die internetstores GmbH kann dies ebenso wenig initiieren wie Sie im Namen ihrer Affiliates die Erklärung von Google über die Nichtbuchung von geschützten Begriffen einholen kann.

Die technische Komplexität des AdWords-Algorithmus in Verbindung mit der Tatsache, dass es ohne Nachweis entsprechender Systemkenntnisse jedem möglich ist, innerhalb von Minuten ein AdWords-Konto zu eröffnen, in dem die - meist beibehaltene - Grundeinstellung zu solchen Resultaten führen kann, bringt Google in Zugzwang, stärker auf diese Gefahren hinzuweisen oder die Standard-Buchungsoption zu ändern. Die jetzige Konstellation stellt aus Sicht der internetstores GmbH das Affiliate-Marketing in der jetzigen Form in Frage- nicht nur für die internetstores GmbH, sondern für alle dem deutschen Markenrecht unterworfenen Online-Händler.

Weiterführende Information erhalten Sie auf einer Plattform der internetstores GmbH.