

EuGH entscheidet zu Google Adwords

☒ Derzeit sind gleich mehrere Verfahren zu Google-AdWords beim EuGH anhängig. Unter anderem auch die Frage, ob es rechtmäßig ist, wenn als Schlüsselwörter Zeichen verwendet werden, die Marken entsprechen, deren Inhaber dieser Verwendung nicht zugestimmt haben.

Lesen Sie hier mehr zur Antwort des EuGH.

Kläger im Ausgangsverfahren war Louis Vuitton und Viaticum. Diese stellen fest, dass die Suchmaschine von Google bei der Eingabe von Wörtern, aus denen deren Marken bestehen, in der Rubrik "Anzeigen" Links zu Websites gezeigt habe, auf denen Nachahmungen von Waren von Vuitton dargeboten worden seien, bzw. zu Websites von Mitbewerbern von Viaticum und des Centre national de recherche en relations humaines.

Die Kläger wollten daher gerichtlich feststellen lassen, dass Google deren Marken verletzt habe.

Vorlagefrage an den EuGH

Die Cour de cassation legte daher die Frage dem EuGH vor, ob es rechtmäßig ist, wenn im Rahmen eines Internetreferenzierungsdienstes als Schlüsselwörter Zeichen verwendet werden, die Marken entsprechen, deren Inhaber dieser Verwendung nicht zugestimmt haben.

Benutzung der Marke

Zunächst führt der EuGH (Rechtssache C-236/08 bis C-238/08) aus, dass derjenige, der die Referenzierungsdienstleistung kauft und als Schlüsselwort ein einer Marke eines anderen entsprechendes Zeichen auswählt, um Nutzern eine Alternative anzubieten, die Marke benutzt. Allerdings benutzt der Anbieter des Referenzierungsdienstes (hier: Google) diese Marke nicht.

"Benutzung eines mit einer Marke identischen oder ihr ähnlichen Zeichens durch einen Dritten bedeutet jedenfalls, dass der Dritte das Zeichen im Rahmen seiner eigenen kommerziellen Kommunikation benutzt. Im Fall eines Referenzierungsdienstes lässt dessen Anbieter zu, dass seine Kunden, d.h. die Werbenden, Zeichen benutzen, die mit Marken identisch oder ihnen ähnlich sind, benutzt diese Zeichen jedoch nicht selbst."

Daher kann kein ausschließliches Recht gegen Google geltend gemacht werden.

Ansprüche gegen den Werbenden

Allerdings kann der Markeninhaber seine Rechte gegenüber den Werbenden geltend machen, welche anhand eines der Marke entsprechenden Schlüsselwortes Anzeigen einblenden lassen, aus denen für einen Durchschnittsverbraucher nur schwer erkennbar ist, von welchem Unternehmen die Anzeige stammt.

Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion

Eine Marke dient grundsätzlich auch der Kennzeichnung der Herkunft eines Produktes oder einer Dienstleistung. Ob diese Herkunftsfunktion durch die Verwendung als AdWord beeinträchtigt ist, muss im Einzelfall das nationale Gericht prüfen, entschied der EuGH. Allerdings sagte der Gerichtshof auch:

"Benutzen Werbende im Internet ein mit einer Marke eines anderen identischen Zeichens als Schlüsselwort für die Anzeige von Werbebotschaften, ist es offensichtlich, dass diese Benutzung geeignet ist, auf die Möglichkeit für den Inhaber der Marke, sie für Werbung

einzusetzen, und auf seine Handelsstrategie Auswirkungen zu entfalten. Diese Auswirkungen der Benutzung eines mit der Marke identischen Zeichens durch Dritte stellen jedoch für sich allein keine Beeinträchtigung der Werbefunktion der Marke dar.“

Verantwortung von Google?

Der EuGH entschied, dass die Verantwortlichkeit jeweils im nationalen Recht geregelt ist und es daher Sache der nationalen Gerichte ist, diese zu prüfen.

“Hat dieser Anbieter keine aktive Rolle gespielt, kann er für die Daten, die er auf Anfrage eines Werbenden gespeichert hat, nicht zur Verantwortung gezogen werden, es sei denn, er hat die Informationen nicht unverzüglich entfernt oder den Zugang zu ihnen gesperrt, nachdem er von der Rechtswidrigkeit dieser Informationen oder Tätigkeiten des Werbenden Kenntnis erlangt hat.“

Fazit

Überprüfen Sie nochmals Ihre AdWords-Kampagne. Nutzen Sie markenrechtlich geschützte Begriffe und kann der Verbraucher durch die eingeblendeten Werbeanzeigen nicht leicht erkennen, von welchem Unternehmen die beworbenen Waren oder Dienstleistungen stammen, sollten Sie die Kampagne ändern. (mr)

Quelle: Pressemitteilung des EuGH Nr. 23/10 v. 23.03.2010

Lesen Sie hier mehr dazu:

Google AdWords - Die Revolution des Online Werbemarktes wird immer wahrscheinlicher
BGH legt Frage zu Google AdWords dem EuGH vor
BGH legt AdWords-Frage dem EuGH vor - Gastbeitrag eines Verfahrensbeteiligten