



VERWENDUNG FREMDER MARKEN BEI ADWORDS-WERBUNG

Nach einem Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH – „Bananabay II“) wird man davon ausgehen dürfen, dass Keyword-Advertising unter Ausnutzung fremder Marken in vielen Fällen sowohl marken- als auch wettbewerbsrechtlich als unbedenklich einzustufen ist.

Zwar sind in Deutschland mehrere Urteile unterer Instanzen ergangen, die im Keyword-Advertising eine Markenverletzung sehen. Deren Einschätzung teilt der BGH als oberstes deutsches Zivilgericht so aber nicht. Der BGH geht davon aus, dass die Benutzung fremder Markennamen als bloße Keywords im Rahmen der Google AdWords-Werbung grundsätzlich keine Kennzeichenverletzung darstellt. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn in der Anzeige selbst durch den angegebenen Domainnamen auf eine andere Herkunft des beworbenen Produktes hingewiesen wird und die fremden Kennzeichen nicht im sichtbaren Teil der Anzeige erscheinen, sie also für den Anzeigenbetrachter unsichtbar sind. Enthält die in einem deutlich von der Trefferliste abgegrenzten Werbeblock dargestellte Anzeige auch sonst keinerlei Hinweise auf den Markeninhaber oder dessen Produkte, so fehlt nach Ansicht der Richter des BGH jeder Anhaltspunkt, der für einen Internetnutzer den Schluss nahelegen könnte, die Anzeige stamme vom Markeninhaber, oder zwischen dem Werbenden und dem Markeninhaber bestünden wirtschaftliche Verbindungen.

Neben der markenrechtlichen Problematik stellt sich zudem die Frage der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung des Keyword-Advertisings. Hierzu hat der BGH in demselben Urteil seine bisherige Einschätzung bestätigt, dass die Nutzung von Keywords im Rahmen der AdWords-Werbung auch unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten nicht generell zu beanstanden ist.

Insoweit wird eine Vielzahl dahingehender Abmahnungen unberechtigt sein.

Das Urteil des BGH bezieht sich allerdings auf einen Einzelfall und ist daher nicht unverändert auf andere oder ähnlich erscheinende Fälle anwendbar