

# ÄNDERUNG DER GOOGLE-PRAXIS BEZÜGLICH NUTZUNG FREMDER MARKEN ALS ADWORDS-SUCHBEGRIFFE

## Newsletter

### 1. Umfang der von Google angekündigten Änderungen

Wie Google am 4. August 2010 ankündigte, wird das Unternehmen zum 14. September 2010 seine Vorgaben für den Online-Anzeigendienst AdWords bezüglich der Verwendung von Marken anpassen. Hiernach wird es dann möglich sein, dass ein Unternehmen bei Google in Deutschland Anzeigen schaltet und hierfür geschützte Begriffe (z.B. auch Marken Dritter) als Werbe-Keywords verwendet.

Werbe-Keywords sind Begriffe, bei deren Eingabe als Suchbegriff bei Google auf der Ergebnisseite oberhalb und neben den eigentlichen Suchergebnissen Werbeanzeigen eingeblendet werden. Dabei kann der Werbetreibende die Werbe-Keywords auswählen, bei denen seine Anzeige erscheinen soll. Bislang wurden von Google in Deutschland solche Keywords nicht akzeptiert, die mit einer geschützten Marke identisch oder verwechslungsfähig ähnlich waren, sofern die Anzeige nicht durch den Markeninhaber selbst geschaltet wurde.

Diese Zurückhaltung gibt Google nunmehr auf. Anlass für Google hierfür sind mehrere Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs vom 23. März 2010 (Az. C 236/08 bis C 238/08) zur markenrechtlichen Zulässigkeit der Nutzung fremder Marken als Keywords für die Einblendung von Anzeigen. Darin entschied das Gericht insbesondere, dass Google grundsätzlich keine Markenrechte verletzt, wenn Dritten die Nutzung fremder Marken im Rahmen von AdWords ermöglicht wird. Erst wenn Google Kenntnis von einer Rechtsverletzung erlangt, ist Google verpflichtet, die fragliche Werbung unverzüglich zu löschen bzw. zu blockieren.

### 2. Auswirkungen für Markeninhaber

Die angekündigte Änderung bedeutet für den Inhaber einer Marke zukünftig, dass Google Anzeigen veröffentlichen wird, die eingeblendet werden, sobald ein Nutzer bei Google die Marke als Suchbegriff eingibt. Es wäre also beispielsweise möglich, dass BMW Werbung bei Google schaltet, die bei Eingabe des Suchworts "Mercedes Benz" oder "Daimler" angezeigt wird.

Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes nicht bedeutet, dass eine Nutzung fremder Marken im Rahmen von AdWords nunmehr uneingeschränkt zulässig ist. Die Richter stellten vielmehr ausdrücklich klar, dass in diesem Zusammenhang eine Markenrechtsverletzung dann gegeben ist, wenn aus der Werbung für einen durchschnittlichen Internetnutzer nicht oder zumindest nur schwer erkennbar ist, ob die in der Anzeige beworbenen Waren oder Dienstleistungen von dem Inhaber der Marke selbst oder von einem Dritten stammen. Gleiches gilt wenn der Anzeigenkunde den falschen Eindruck erweckt, es bestehe eine Verbindung zwischen dem Markeninhaber und ihm.

In der Praxis hat die Änderung der Google-"Markenrichtlinie" zur Folge, dass der Suchmaschinenbetreiber Maßnahmen zum Schutz von Marken im Rahmen von AdWords nun weitgehender als bislang dem einzelnen Markeninhaber überlässt. Für den Markeninhaber bedeutet dies, dass er – unabhängig davon, ob er selbst im Internet wirbt oder nicht – eigenständig überprüfen muss, ob seine Marke im Rahmen von Google Adwords rechtswidrig genutzt wird. Aus den Ankündigungen von Google lässt sich entnehmen, dass es künftig nicht mehr allein ausreichen wird, lediglich die Markeninhaberschaft nachzuweisen, damit Google Anzeigen entfernt oder sperrt. Zu diesem Zweck muss der Markeninhaber nunmehr umfassender als bisher den Inhalt der fraglichen Anzeige und ggf. der Internetseite, auf die diese verweist, dokumentieren.

Neben der Benachrichtigung von Google wird der Markeninhaber im Falle einer Rechtsverletzung auch rasch gegenüber dem Anzeigenkunden vorgehen müssen. Hier ist es von zentraler Bedeutung, das für den individuellen Einzelfall optimale rechtliche Vorgehen zu bestimmen, um die Marke effizient zu verteidigen.

### 3. Fazit

Ab dem 14. September 2010 wird sich das Gefährdungspotential von AdWords für Markeninhaber deutlich erhöhen. Es sollten daher frühzeitig Vorkehrungen getroffen werden, um die Schaltung von AdWords-Anzeigen zu überwachen, auf Markenrechtsverletzungen zu überprüfen und die in einem solchen Falle auf Seiten Google bestehenden Löschungspflichten rasch durchzusetzen.

Bei weiteren Fragen zu diesem Thema steht Ihnen Ihr Ansprechpartner bei BEITEN BURKHARDT gerne zur Verfügung.



Mathias Zimmer-Goertz

#### München

Angelica von der Decken  
Angelica.Decken@bblaw.com

#### Düsseldorf

Mathias Zimmer-Goertz  
Mathias.Zimmer-Goertz@bblaw.com

#### Frankfurt/Main

Joachim Wessel  
Joachim.Wessel@bblaw.com

#### Berlin

Dr. Fedor Seifert  
Fedor.Seifert@bblaw.com

#### BEITEN BURKHARDT · RECHTSANWALTSGESELLSCHAFT MBH

MÜNCHEN · GANGHOFERSTRASSE 33 · 80339 MÜNCHEN · TEL.: +49 89 35065-0 · FAX: +49 89 35065-123

BERLIN · KURFÜRSTENSTRASSE 72-74 · 10787 BERLIN · TEL.: +49 30 26471-0 · FAX: +49 30 26471-123

DÜSSELDORF · UERDINGER STRASSE 90 · 40474 DÜSSELDORF · TEL.: +49 211 518989-0 · FAX: +49 211 518989-29

FRANKFURT · WESTHAFEN TOWER · WESTHAFENPLATZ 1 · 60327 FRANKFURT AM MAIN · TEL.: +49 69 756095-0 · FAX: +49 69 756095-512

WWW.BEITENBURKHARDT.COM