

Online-Werbung und Kennzeichenstreitigkeiten: Hierauf sollten Händler bei Werbung mittels „GoogleAds“ achten

Der EuGH hatte kürzlich Gelegenheit, seine Rechtsprechung zur internationalen Gerichtszuständigkeit bei Kennzeichenrechtsverletzungen im Internet zu konkretisieren.

Die Entscheidung „Lännen MCE“ (EuGH vom 27. April 2023, Az.: C-104/22) erging auf die Vorlagefrage eines finnischen Gerichts, bei dem Klage erhoben und über dessen internationale Zuständigkeit gestritten wurde.

Um was ging es konkret?

Die Klägerin (Lännen MCE Oy), eine Gesellschaft mit Sitz in Finnland, erhob Klage in Finnland gegen u.a. die Beklagte (Senwatec GmbH & Co. KG) mit Sitz in Deutschland. Die finnische Klägerin machte geltend, die deutsche Beklagte verletze ihre Wortmarke WATERMASTER u.a. eingetragen für schwimmfähige Bagger, indem sie WATERMASTER als Keyword bei dem zahlungspflichtigen Werbedienst GoogleAds von Google verwendete. Tippete man WATERMASTER bei Google ein, erschien die Werbeanzeige der Beklagten. Der Link in der Anzeige führte zur Website (senwatec.de) der Beklagten, auf der sie ähnliche Produkte vertrieb wie die Klägerin.



**Madelaine
Trennheuser, LL.M.**

Rechtsanwältin

**Neussel KPA
Partnerschaft von
Rechtsanwälten mbB**

Kaufmannshof 1
55120 Mainz
Telefon +49 6131 62608-0
Telefax +49 6131 62608-13

Dr.-Karl-Aschoff-Straße 9
55543 Bad Kreuznach
Telefon +49 671 84140-0
Telefax +49 671 84140-19

kanzlei@neusselkpa.de
www.neusselkpa.de

Der Titel der GoogleAds-Anzeige sah wie folgt aus:

“Watermaster - Multipurpose amphibian dredgers - senwatec.de”

Dreh- und Angelpunkt war die Frage, ob der Rechtsstreit von der Klägerin nach Finnland und vor die dortigen Gerichte gezogen werden konnte. Die Beklagte verneinte dies, denn sie habe Finnland nicht einmal als Liefergebiet auf ihrer Website oder der Werbeanzeige angegeben und die mit der Anzeige verlinkte Website sei eine „de“-Top-Level-Domain. Ihr Angebot richte sich also nicht an den finnischen Verkehr.

Die Klägerin meinte, für die finnische Gerichtszuständigkeit sei die Tatsache ausreichend, dass die Werbeanzeige der Beklagten auch unter der Top-Level-Domain „fi“ von Google, also auf www.google.fi, erscheine und deshalb für den finnischen Verbraucher sichtbar sei. Er verstehe die Werbeanzeige und die Website aufgrund der englischen Texte auch.

Wie entschied der EuGH?

Der EuGH bestätigte die Klägerin: Wird für eine Werbeanzeige gezahlt, wie bei GoogleAds und erscheint diese kostenpflichtige Anzeige auf der Top-Level-Domain (hier: google.fi) eines anderen Mitgliedsstaats als des Sitzstaats des Werbenden, kann in diesem Staat eine internationale Zuständigkeit der dortigen Gerichte liegen.

Rechtsrahmen:

Nach Art. 125 V der Unionsmarkenverordnung (UMV) liegt die Zuständigkeit „bei den Gerichten des Mitgliedsstaats, (...) in dem eine Verletzungshandlung begangen worden ist oder droht (...)“.

Das *Begehen einer Verletzungshandlung* erfordert nach der Rechtsprechung ein „aktives Verhalten“ (so EuGH GRUR 2019, 1047 Rn. 44-AMS Neve u.a./Heritage Audio u.a.). Die Frage, die es nach der Rechtsprechung im zu beantworten gilt, lautet (EuGH GRUR 2019, 1047 Rn. 46f.-AMS Neve u.a./Heritage Audio u.a.):

Richtet sich das Online-Angebot und die Online-Werbung des Händlers an den Verkehr des Mitgliedsstaats, in dem sich auch das angerufene Gericht befindet?

Zu Beantwortung dieser Frage liefert die Rechtsprechung Beurteilungskriterien (s. nachfolgend), deren Liste mit vorliegendem Urteil nun fortgeschrieben wurde und die als Indizien für eine „Ausrichtung“ herangezogen werden können.

Was sind die Kriterien dafür, dass das Verhalten eines Online-Händlers als „Ausrichtung“ auf einen anderen Mitgliedstaat gewertet wird und eine internationale Gerichtszuständigkeit in diesem Mitgliedstaat begründen kann?

- Ein besonders gewichtiges Indiz: Die Angabe bestimmter Länder als geographisches Liefergebiet der angebotenen Ware (EuGH GRUR 2019, 1047 Rn. 56-AMS Neve u.a./Heritage Audio u.a.; GRUR-RS 2023, 8408 Rn. 42-Lännen MCE)
- Das Schalten kostenpflichtiger Suchmaschinen-Anzeigen, die unter der Top-Level-Domain eines anderen Mitgliedstaats erscheinen (so nun EuGH GRUR-RS 2023, 8408 Rn. 56-Lännen MCE)

Weitere Kriterien nach der neuen EuGH-Entscheidung, die, je nach Einzelfall relevant sein können (GRUR-RS 2023, 8408 Rn. 46, 53-Lännen MCE):

- Der internationale Charakter einer Tätigkeit
- Die Verwendung einer anderen Sprache oder Währung als der in dem Mitgliedstaat des Sitzes des Händlers üblicherweise verwendeten Sprache oder Währung
- Die Angabe von Telefonnummern mit internationaler Vorwahl
- Die Erwähnung einer Kundschaft, mit Wohnsitz in verschiedenen Mitgliedstaaten
- Die Art der betreffenden Waren und der Umfang des räumlichen Marktes

Keine Indizien für eine „Ausrichtung“ sind:

- Die bloße Abrufbarkeit einer Website (EuGH GRUR-RS 2023, 8408 Rn. 48, 51-Lännen MCE) oder
- unbezahlte (sog. organische) Suchmaschinenverweise, die zu (ausschließlich) Produktbildern des Werbenden führen und erscheinen, weil der Werbende Meta-Tags auf Webseiten mit generischer Top-Level-Domain (z.B. .com, .org, .net) setzte (so nun EuGH GRUR-RS 2023, 8408 Rn. 48, 51-Lännen MCE)

Was folgt daraus nun für Online-Händler?

1. Händler, die auf ihre eigenen Angebote per kostenpflichtigem Adword-Advertising in Suchmaschinen aufmerksam machen, müssen darauf achten, unter welchen Top-Level-Domains des Suchmaschinenbetreibers die Werbeanzeige geschaltet wird.
2. Es gilt zu vermeiden, dass Anzeigen in Suchmaschinen auch auf Top-Level-Domains von Staaten erscheinen, in denen tatsächlich keine Ware vertrieben wird. Zwischen den Mitgliedstaaten, in denen Handel betrieben wird und der geographischen Ausdehnung und den Marketingmaßnahmen sollte ein Gleichlauf bestehen. Ansonsten droht, sich im Ausland gegen (unberechtigte) Behauptungen einer Markenverletzungen verteidigen zu müssen, was meist mit hohen Prozesskosten und rechtlichen Unsicherheiten verbunden ist.
3. Die gleichen Grundsätze gelten für grenzüberschreitende Designstreitigkeiten. Die Geschmacksmusterverordnung hält identische Regelungen zur Zuständigkeit vor, wie die EU-Markenverordnung. Die EuGH-Entscheidung hat daher in besonderem Maß Geltung über den hier entschiedenen Sachverhalt hinaus.

Stand: Juni 2023

Neussel KPA Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB

Kaufmannshof 1
55120 Mainz
Telefon +49 6131 6260-80
Telefax +49 6131 6260-813

Dr.-Karl-Aschoff-Straße 9
55543 Bad Kreuznach
Telefon +49 671 84140-0
Telefax +49 671 84140-19

kanzlei@neusselkpa.de
www.neusselkpa.de

