



**LANDGERICHT BRAUNSCHWEIG**

**IM NAMEN DES VOLKES**

**URTEIL**

Aktenzeichen: 9 O 2852/05 (388)  
Entscheidung vom 28. Dezember 2005

In dem einstweiligen Verfügungsverfahren

...

Antragstellerinnen

Prozessbevollmächtigte zu 1, 2: Withöft und Terhaag Rechtsanwaltspartnerschaft, RA Michael Terhaag,  
Stresemannstraße 26, 40210 Düsseldorf

gegen

...

Antragsgegner

Prozessbevollmächtigte zu 1, 2, 3: ...

hat die 9. Zivilkammer des Landgerichts Braunschweig am 28.12.2005 durch ... **beschlossen:**

1. Die Antragsgegner tragen die Kosten des Rechtsstreits.
2. Der Antrag auf vorläufige Einstellung der Vollstreckung wird zurückgewiesen.
3. Der Streitwert wird bis zum 8.12.2005 auf 50.000 ? und für die Zeit danach auf eine Wertstufe bis 5.000 ? festgesetzt.

**Gründe**

Die Antragstellerinnen nehmen die Antragsgegner auf Unterlassung in Anspruch.

Die Antragstellerinnen bieten unter anderem über das Internet (www. ... .de) eine Informationsplattform für Versicherungs- und Finanzdienstleistungen an. Neben den entsprechenden Firmennamen verfügen die Antragstellerinnen über mehrere beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragene Wort-/Bildmarken , die jeweils den Bestandteil "... " enthalten.

Die Antragsgegner betreiben unter der Internetseite "www. ... .de" ein Internetangebot zum Preisvergleich verschiedener Krankenversicherungen. Die Antragsgegner haben in der Suchmaschine Google eine Anzeige geschaltet. Dabei haben sie als sogenanntes Adword auch "..." eingegeben. Dies führt dazu, dass bei Eingabe des Suchbegriffes "..." in der Suchmaschine Google rechts die Anzeige der Antragsgegner erscheint. Über den angezeigten Link gelangt man unmittelbar auf die Homepage der Antragsgegner. Es wird insoweit auf den Bildschirmausdruck (S. 5 des Antrages Bezug genommen).

Auf Antrag der Antragstellerinnen hat das Gericht am 6.10.2005 folgende einstweilige Verfügung erlassen:

1. Den Antragsgegner wird untersagt,

im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken die Bezeichnung "... " für Versicherungsdienstleistungen oder ?vergleich zu verwenden und/oder hiermit ihre Dienstleistungen im Zusammenhang mit Versicherungsvergleichen zu kennzeichnen und/oder kennzeichnen zu lassen oder diese hiermit zu bewerben und/oder bewerben zu lassen.

2. Für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung wird den Antragsgegnern Ordnungshaft von bis zu 6 Monaten oder ein Ordnungsgeld von bis zu 250.000,00 Euro angedroht, an die Stelle des Ordnungsgeldes tritt bei Nichtbeitreibbarkeit Ordnungshaft.

3. Die Antragsgegnern tragen die Kosten des Verfahrens.

4. Der Streitwert wird auf 50.000,- EUR festgesetzt.

Hiergegen haben die Antragsgegner Widerspruch eingelegt und gleichzeitig eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben.

Die Parteien haben den Rechtsstreit daraufhin übereinstimmend für erledigt erklärt und stellen widerstreitende Kostenanträge.

II.

Nachdem die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend für erledigt erklärt haben, war gemäß § 91 a ZPO nach billigem Ermessen unter Berücksichtigung des bisherigen Sach- und Streitstandes über die Kosten zu entscheiden.

Der zulässige Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung war bis zur Beseitigung der Wiederholungsgefahr durch die strafbewehrte Unterlassungserklärung begründet, so dass den Antragsgegnern die Kosten aufzuerlegen waren.

Die Beklagten haben das geschützte Zeichen der Klägerin unstreitig als sog. "adword" (advertising word = Werbewort) verwendet. Der Suchmaschinenbetreiber ermöglicht dem Werbenden, selbst gewählte Keywords mit einer auf der Plattform der Suchmaschine erscheinenden kostenpflichtigen Werbeanzeige zu verknüpfen. Dadurch wird dem Nutzer nach Eingabe des entsprechenden Keywords als Suchbegriff automatisch die Werbeanzeige (in der Regel neben der Trefferliste als Anzeige kenntlich gemacht) präsentiert, die Werbung wird ihm somit kontext-sensitiv angezeigt (vgl. Schaefer, MMR, 2005, 807).

Nach Auffassung der Kammer sind die adwords wie Metatags zu behandeln. Metatags stehen im Header eines HTML Dokuments und werden vom Browser nicht angezeigt. Je nach dem definierten Umfang der Metatags finden sich darin Angaben über die verwendete Sprache, die Keywords, eine kurze Beschreibung der Webseite usw..

Entscheidend ist, dass Adwords und Metatags jeweils für den Internetnutzer nicht unmittelbar sichtbar sind, ihre Verwendung innerhalb der Suchmaschinen aber zu Treffern bzw. Anzeigen führt.

In der Rspr. und in der Lit. ist es umstritten, ob die Verwendung fremder Zeichen als Metatag bzw. als Adword überhaupt einen kennzeichnenden Gebrauch i.S.d. Verletzungstatbestände des MarkenG darstellt.

Grundvoraussetzung für die Annahme einer Markenverletzung im Sinne von § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, ist die Verwendung der angegriffenen Bezeichnung als Marke, nämlich zur Unterscheidung der in Frage stehenden Waren / Dienstleistungen von denen anderer Unternehmen (BGH WRP 2002, 987 Festspielhaus; BGH WRP 2002, 985 ?Frühstücksdrink II; BGH GRUR 2005, 583 ? Lila Postkarte).

Die Kammer folgt für Metatags bzw. Adwords der Auffassung des OLG Hamburg (MMR 2005, 186) nach der von einer differenzierten Betrachtung des Einzelfalls auszugehen ist, die dabei anzusetzen hat, welche Vorstellungen der Verbraucher bei Eingabe / Aufruf des konkreten Zeichens und der ihm sodann gezeigten Trefferliste hat (ausführliche Nachweise zum Streitstand bei OLG Hamburg a.a.O.).

Bei dem Zeichen ?Impuls" handelt es sich um eine typische Markenbezeichnung, die keinen beschreibenden Inhalt erkennen lässt. Das Wort mag im sonstigen Sprachgebrauch vorkommen. Im Zusammenhang mit Versicherungen hat es keinen beschreibenden Gehalt. Die Bezeichnung ist nahe liegend nur dazu geeignet, eine darunter angebotene Leistung von dem Angebot eines anderen Unternehmers zu unterscheiden und muss daher vom Verkehr als Herkunftshinweis verstanden werden. Bei der Eingabe des Begriffs ?Impuls" als Suchwort in eine Suchmaschine wird der Suchmaschinennutzer, der nach Versicherungsdienstleistungen sucht, vernünftigerweise nur erwarten können, dort Angebote der Antragstellerinnen angezeigt zu bekommen.

Die Verwendung der klägerischen Geschäftsbezeichnung bzw. der Zeichen als Adword stellt deshalb eine kennzeichenrechtliche Benutzungshandlung dar, welche die Antragstellerinnen in ihren Ausschließlichkeitsrechten verletzt. Insofern ist nicht zu fordern, dass dieser Begriff für den Internetnutzer in sichtbarer Weise mit den Antragsgegnern verknüpft wird (vgl. BGH GRUR 1994, 841, 842 ? ?Suchwort"). Vielmehr reicht es aus, dass der Begriff ?Impuls" dazu verwandt wird, auf die Internetseiten der Antragsgegner hinzuweisen. Durch die Unterbringung im Quellcode bzw. die Nutzung als Keyword sollen die Suchmaschinen dazu veranlasst werden, bei Eingabe des Wortzeichens durch den Internetnutzer die Homepage des Verletzers auf der Trefferliste bzw. dessen Werbung anzuzeigen, obwohl dieses Wortzeichen als Marke oder Geschäftsbezeichnung einem anderen Inhaber zugeordnet ist.

Indem der Internetnutzer von einer Suchmaschine nach Eingabe des Wortes ?Impuls" auf die Internetseiten der Beklagten hingewiesen wird, erfolgt eine gedankliche Verknüpfung, die den Eindruck entstehen lässt, dass dort Waren der Klägerin angeboten würden. Die Antragsgegner machen sich auf diese Weise die von den Antragstellerinnen aufgebaute Kraft der Marke zu Nutzen und benutzen gerade die für Marken spezifische ?Lotsenfunktion" die darin besteht, in einem großem Angebot gezielt zu den eigenen Waren / Dienstleistungen hinzulenken. Im Ergebnis handelt es sich nur um eine moderne Form der Kennzeichnung eines Produktes. Statt im Laden den Verkäufer nach ?XY" zu fragen, wird jetzt die Suchmaschine im Internet befragt. Daher verletzen jedenfalls auf individuellen Kennzeichnungen beruhende Metatags bzw. Adwords die Zeichenrechte des Inhabers. (vgl. zur Kennzeichenverletzung durch Metatags a. Ingerl/Rohnke, MarkenG, 2. Aufl., nach § 15 Rdnr. 83; Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl., § 14 Rdnr. 118, 119; OLG Karlsruhe MMR 2004, 256; LG Braunschweig 9 O 2406/03 Urteil v. 10.12.03; sowie zu dem Adword ?impuls" LG München wtrp MMR 2004, 689 ? Impuls mit zust. Anm. Pankoke MMR 2004, 690).

Da den Antragsgegnern die Kosten aufzuerlegen waren, war auch der Antrag auf vorläufige Einstellung der Zwangsvollstreckung zurückzuweisen.

Der Streitwert war nach der übereinstimmenden Erledigungserklärung nur noch in der Höhe des Kosteninteresses zu bemessen.

(Unterschriften)