



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

VERSÄUMNISURTEIL

I ZR 183/03

Verkündet am:
18. Mai 2006
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : ja
BGHR : ja

Impuls

MarkenG § 5 Abs. 2 Satz 1, § 15 Abs. 1, 2 und 4

- a) Im geschäftlichen Verkehr stellt die Verwendung eines fremden Kennzeichens als verstecktes Suchwort (Metatag) eine kennzeichenmäßige Benutzung dar. Wird das fremde Zeichen dazu eingesetzt, den Nutzer zu einer Internetseite des Verwenders zu führen, weist es – auch wenn es für den Nutzer nicht wahrnehmbar ist – auf das dort werbende Unternehmen und sein Angebot hin.
- b) Eine Verwechslungsgefahr kann sich in diesem Fall – je nach Branchennähe – bereits daraus ergeben, dass sich unter den Treffern ein Hinweis auf eine Internetseite des Verwenders findet, nachdem das fremde Zeichen als Suchwort in eine Suchmaschine eingegeben worden ist.

BGH, (Vers.-)Urteil v. 18. Mai 2006 – I ZR 183/03 – OLG Düsseldorf
LG Düsseldorf

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 18. Mai 2006 durch die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Prof. Dr. Bornkamm, Dr. Büscher, Dr. Schaffert und Dr. Bergmann

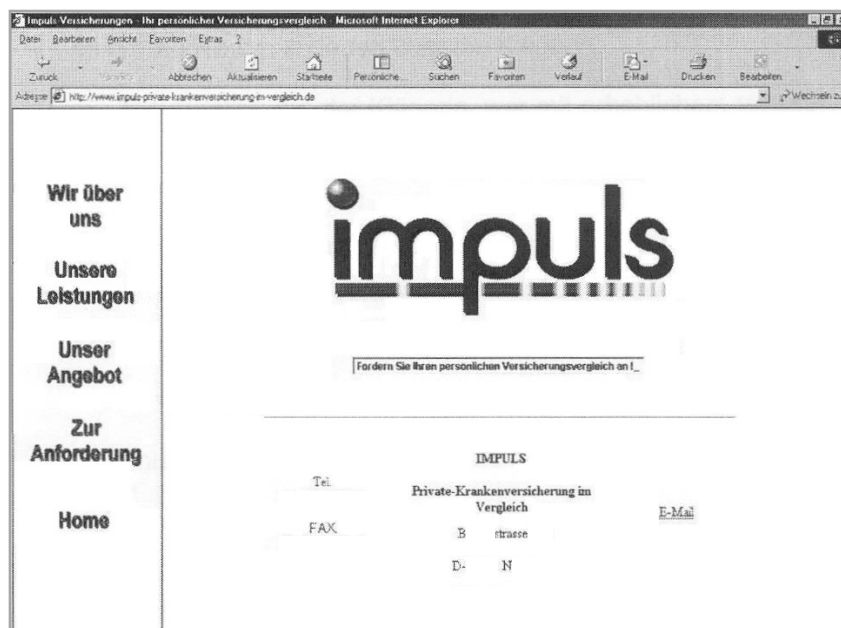
für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 20. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 15. Juli 2003 im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als zu Lasten der Klägerin erkannt worden ist.

Auf die Berufung der Klägerin wird das Urteil der 12. Zivilkammer des Landgerichts Düsseldorf vom 4. Dezember 2002 im Umfang der Aufhebung weiter abgeändert und insgesamt wie folgt neu gefasst:

Den Beklagten wird es untersagt,

- a) im Internet Versicherungen, Dienstleistungen zur Vermittlung, Bewerbung oder Vergleich von Versicherungen unter dem Wort „Impuls“ in Form des Domainnamens „impuls-private-krankenversicherung-im-vergleich.de“ und in Form einer isolierten Überschrift, wie nachstehend wiedergegeben, anzubieten:



- b) im HTML-Code von Internetseiten, auf denen Dienstleistungen der unter a) bezeichneten Art angeboten werden, das Wort „impuls“ zu verwenden;
- c) einen Teledienst zu unterhalten, ohne dabei die nach § 6 TDG vorgeschriebene vollständige Anbieterkennzeichnung anzubringen.

Für jeden Fall der Zuwiderhandlung wird den Beklagten ein Ordnungsgeld bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten angedroht.

Die Kosten des Rechtsstreits haben die Beklagten zu tragen.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

- 1 Die Klägerin bietet unter ihrer Firma Impuls Medienmarketing GmbH gemeinsam mit der unter derselben Anschrift ansässigen Impuls Finanzmanagement AG im Internet unter den Domainnamen „impulsonline.de“ und „impuls-private-krankenversicherung.de“ eine für Kunden kostenlose Beratungsdienstleistung an. Dabei geht es vor allem um einen Kostenvergleich von bis zu 35 privaten Krankenversicherungen. Kunden können die Konditionen ihres eigenen Vertrages mit den Angeboten anderer Krankenversicherer vergleichen, um gegebenenfalls zu einem günstigeren Versicherer zu wechseln.
- 2 Die Beklagten waren früher Kooperationspartner und freie Mitarbeiter der Klägerin. Sie bieten im Internet unter der Adresse „impuls-private-krankenver-

sicherung-im-vergleich.de“ ebenfalls eine Beratung an, die es dem Kunden ermöglicht, die Leistungen verschiedener privater Krankenversicherungen zu vergleichen. Sie verwenden die nachfolgend wiedergegebene Internetseite:

- 3 Um zu erreichen, dass Kunden, die das Wort „Impuls“ in eine Suchmaschine eingeben, unabhängig vom Domainnamen auch auf das Angebot der Beklagten hingewiesen werden, verwenden die Beklagten dieses Wort als so genannten Metatag. Metatags sind Informationen im Quelltext der Internetseite, die von Suchmaschinen aufgefunden werden und zu einer entsprechenden Trefferanzeige führen können. Nachstehend sind die von den Beklagten für ihre Internetseite als Schlüsselwörter eingegebenen Metatags in der Form wiedergegeben, wie sie im Quelltext erscheinen:

```
<meta name="keywords" content="Versicherungsvergleich, Versicherung, Versicherungen, Krankenversicherung, Versicherungsvergleiche, Versicherungsmakler, Versicherer, Versicherungsgesellschaft, Versicherungsschutz, Versicherungsvergleich, Versicherungsanalyse, neutral, unabhängig, freier Versicherungsmakler, Computervergleich, [Nachname des Beklagten zu 2], Impuls">
```

- 4 Die Klägerin hat in dem Verhalten der Beklagten eine Verletzung ihres Unternehmenskennzeichens sowie einen Wettbewerbsverstoß gesehen. Sie hat mit ihrer Klage drei Unterlassungsbegehren verfolgt, von denen nur eines in die Revisionsinstanz gelangt ist. Die schon in erster Instanz erfolgte Verurteilung wegen einer Verletzung der Impressumspflicht nach § 6 TDG haben die Beklagten ebenso wie das in zweiter Instanz ausgesprochene Verbot,

im Internet Versicherungen, Dienstleistungen zur Vermittlung, Bewerbung oder Vergleich von Versicherungen unter dem Wort „Impuls“ in Form des Domainnamens „impuls-private-krankenversicherung-im-vergleich.de“ und in Form einer isolierten Überschrift – wie oben wiedergegeben – anzubieten,

nicht angefochten. Gegenstand des Revisionsverfahrens ist daher allein der Antrag der Klägerin,

es den Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu untersagen, das Wort „Impuls“ im HTML-Code von Internetseiten zu verwenden, auf denen Dienstleistungen zur Vermittlung, Bewerbung oder zum Vergleich von Versicherungen angeboten werden.

5 Die Beklagten sind auch insoweit der Klage entgegengetreten.

6 Die durch das Landgericht erfolgte Abweisung der Klage mit diesem Antrag hat das Berufungsgericht bestätigt (OLG Düsseldorf GRUR-RR 2003, 340 = MMR 2004, 257 = CR 2004, 462).

7 Hiergegen richtet sich die (vom Senat zugelassene) Revision, mit der die Klägerin den abgewiesenen Unterlassungsantrag weiterverfolgt.

Entscheidungsgründe:

8 I. Über den Revisionsantrag ist – da die Beklagten trotz ordnungsgemäßer Ladung im Revisionsverhandlungstermin nicht vertreten waren – auf Antrag der Klägerin durch Versäumnisurteil zu entscheiden.

9 II. Das Berufungsgericht hat in der Verwendung des Wortes „Impuls“ als Metatag durch die Beklagten keine Verletzung der Unternehmensbezeichnung der Klägerin gesehen. Zur Begründung hat es ausgeführt:

10 Der Klägerin stehe allerdings an der geschäftlichen Bezeichnung „Impuls Medienmarketing GmbH“, auf die sie ihre Klage gestützt habe, ein Kennzeichenrecht zu. Sie könne auch für den Bestandteil „Impuls“ einen von der vollständigen Firma abgeleiteten Schutz als Kennzeichen i.S. von § 5 Abs. 2 Satz 1 MarkenG beanspruchen, weil es sich um einen unterscheidungskräftigen Firmenbestandteil handele, der im Vergleich zu den übrigen Bestandteilen der Firma seiner Art nach geeignet erscheine, sich im Verkehr als schlagwortartiger Hinweis auf das Unternehmen durchzusetzen. Die Verwendung des Wortes „Impuls“ als Metatag stelle aber keine kennzeichenmäßige Benutzung der Unternehmensbezeichnung der Klägerin dar. Für eine markenrechtlich relevante Benutzungshandlung fehle es dabei an einem wahrnehmbaren Vorgang. Die angesprochenen Verkehrskreise, die sich einer Suchmaschine bedienen, bildeten ihre Vorstellung von der Kennzeichnung der angebotenen Dienstleistungen anhand des für sie wahrnehmbaren Teils der als Treffer aufgeführten Internetseite. Solange diese wahrnehmbare In-

ternetseite kennzeichenrechtlich unbedenklich sei, liege keine Verletzung des Rechts an der Unternehmensbezeichnung vor.

- 11 Im Verhalten der Beklagten liege ein unaufgefordertes Aufdrängen des eigenen Leistungsangebots, das auch wettbewerbsrechtlich weder unter dem Gesichtspunkt einer Irreführung noch unter dem einer Belästigung zu beanstanden sei. Der Nutzer, der ein Internetangebot mit Hilfe eines gebräuchlichen Wortes der deutschen Sprache wie „Impuls“ suche, sei darauf vorbereitet, dass er mit einer Vielzahl von Internetseiten konfrontiert werde, die ihn nicht interessierten und nur entfernt mit dem Suchwort in Zusammenhang stünden.
- 12 III. Diese Beurteilung hält den Angriffen der Revision nicht stand. Der Klägerin steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch zu, weil die Beklagten mit der Verwendung des Wortes „Impuls“ als Metatag das Recht der Klägerin an dem entsprechenden Firmenschlagwort verletzt haben (§ 5 Abs. 2 Satz 1, § 15 Abs. 1, 2 und 4 MarkenG).
- 13 1. Mit Recht hat das Berufungsgericht angenommen, dass die Klägerin für den Firmenbestandteil „Impuls“ einen eigenständigen, neben den Schutz der vollständigen Firma tretenden Kennzeichenschutz in Anspruch nehmen kann. Denn es handelt sich insofern um einen hinreichend unterscheidungskräftigen Bestandteil der Firma, der seiner Art nach und im Vergleich zu den übrigen, rein beschreibenden Firmenbestandteilen geeignet ist, im Verkehr als schlagwortartiger Hinweis auf das Unternehmen verwendet zu werden (BGH, Urt. v. 21.2.2002 – I ZR 230/99, GRUR 2002, 898 = WRP 2002, 1066 – defacto; Urt. v. 9.6.2005 – I ZR 231/01, GRUR 2006, 158 Tz 14 = WRP 2006, 90 – segnitz.de; Urt. v. 23.6.2005 – I ZR 288/02, GRUR 2006, 159 Tz 10 ff. = WRP 2006, 238 – hufeland.de). Ist davon auszugehen, dass sich der Verkehr des Schlagworts „Impuls“ als Bezeichnung für das Unternehmen der Klägerin bedient, braucht nicht darge-

tan zu werden, dass die Klägerin selbst diesen Bestandteil in Alleinstellung als Firmenschlagwort verwendet (vgl. BGH GRUR 2002, 898 – defacto).

14 2. Zu Unrecht hat das Berufungsgericht in der Verwendung des Wortes „Impuls“ als Metatag keine Verletzung des zugunsten der Klägerin geschützten Firmenschlagworts gesehen.

15 Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, dass der Schutz des Unternehmenskennzeichens nach § 5 Abs. 2, § 15 Abs. 2 und 4 MarkenG – ebenso wie der Markenschutz nach § 14 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG – eine kennzeichenmäßige Verwendung der kollidierenden Bezeichnung voraussetzt (vgl. BGHZ 130, 276, 283 – Torres; BGH, Ur. v. 27.9.1995 – I ZR 199/93, GRUR 1996, 68, 70 = WRP 1997, 446 – COTTON LINE; Ur. v. 16.12.2004 – I ZR 177/02, GRUR 2005, 419, 422 = WRP 2005, 605 – Räucherkatze, m.w.N.). Der Auffassung des Berufungsgerichts, im Streitfall scheide eine solche kennzeichenmäßige Benutzung aus, kann indessen nicht beigetreten werden.

16 a) Es ist in der Rechtsprechung und im Schrifttum umstritten, ob es eine kennzeichenmäßige Benutzung darstellen kann, wenn der Betreiber einer Internetseite im für den Benutzer nicht ohne weiteres sichtbaren Quelltext ein fremdes Kennzeichen als Suchwort verwendet, um auf diese Weise die Trefferhäufigkeit seines Internetauftritts zu erhöhen (Metatag). Im Schrifttum wird die Frage inzwischen weitgehend bejaht (Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 2. Aufl., Nach § 15 MarkenG Rdn. 83; Fezer, Markenrecht, 3. Aufl., § 3 Rdn. 342; Ekey in Heidelberger Komm. z. Markenrecht, § 14 MarkenG Rdn. 160; Kur, CR 2000, 448, 451; Heim, CR 2005, 200, 204; Ubbelohde/Jung-Weiser, Markenrecht im Internet, S. 185 f.; Dietrich, K&R 2006, 71, 72; differenzierend Hacker in Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 14 Rdn. 120; a.A. Viefhues, MMR 1999, 336, 338; Kotthoff, K&R 1999, 157, 160; Kaufmann, MMR 2005, 348, 350). Auch in der Rechtsprechung der In-

stanzgerichte wird meist eine kennzeichenmäßige Verwendung angenommen (vgl. OLG München WRP 2000, 775, 778; GRUR-RR 2005, 220; OLG Hamburg GRUR-RR 2005, 118, 119 [nicht rechtskräftig]; OLG Karlsruhe WRP 2004, 507, 508; LG Hamburg MMR 2000, 46; CR 2002, 136; CR 2002, 374; LG Frankfurt a.M. MMR 2000, 493, 494 f.; LG München I NJW-RR 2001, 550; MMR 2004, 689, 690; LG Köln CR 2006, 64; LG Braunschweig MMR 2006, 178; vgl. auch ÖOGH GRUR Int. 2001, 796, 797 – Numtec-Interstahl; LG Mannheim MMR 1998, 217, 218; a.A. OLG Düsseldorf GRUR-RR 2004, 353).

- 17 b) Die Beklagten haben das Wort „Impuls“ zur Kennzeichnung ihrer Dienstleistungen und damit zur Unterscheidung der von ihnen angebotenen Dienstleistungen von denen anderer Unternehmen verwendet (vgl. EuGH, Urt. v. 23.2.1999 – C-63/97, Slg. 1999, I-905 Tz 38 f. = GRUR Int. 1999, 438 – BMW/Deenik; BGH, Urt. v. 6.12.2001 – I ZR 136/99, GRUR 2002, 814 = WRP 2002, 987 – Festspielhaus I, jeweils zum Markenrecht). Entgegen der Auffassung des Berufungsgerechtes und eines Teils des zitierten Schrifttums lässt sich die kennzeichenmäßige Benutzung nicht mit der Begründung verneinen, ein Metatag sei für den durchschnittlichen Internetnutzer nicht wahrnehmbar. Gibt ein Nutzer in eine Suchmaschine das Wort „Impuls“ ein, bedient er sich einer technischen Einrichtung, mit deren Hilfe er in kurzer Zeit eine große Zahl von Internetseiten nach dem eingegebenen Wort durchsucht, um auf ihn interessierende Seiten zugreifen zu können, die dieses Wort enthalten. Schließt die Suchmaschine den normalerweise für den Nutzer nicht sichtbaren Quelltext der Internetseiten in die Suche ein, werden auch Seiten als Suchergebnis aufgelistet, die das Suchwort lediglich im Quelltext enthalten. Dabei ist nicht entscheidend, dass das Suchwort für den Nutzer auf der entsprechenden Internetseite nicht sichtbar wird. Maßgeblich ist vielmehr, dass mit Hilfe des Suchworts das Ergebnis des Auswahlverfahrens beeinflusst und der Nutzer auf diese Weise zu der entsprechenden Internetseite geführt wird. Das

Suchwort dient somit dazu, den Nutzer auf das dort werbende Unternehmen und sein Angebot hinzuweisen.

18 IV. Aufgrund der getroffenen Feststellungen kann der Senat abschließend entscheiden. Mit der Verwendung des Wortes „Impuls“ als Metatag haben die Beklagten das Kennzeichenrecht der Klägerin verletzt. Sie sind deshalb zur Unterlassung verpflichtet.

19 1. Die Beklagten haben das Unternehmenskennzeichen der Klägerin in identischer Form in derselben Branche verwendet. Beide Parteien sind darauf spezialisiert, Kunden die Vor- und Nachteile verschiedener privater Krankenversicherungen im Vergleich darzustellen. Eine Verwechslungsgefahr kann sich bereits daraus ergeben, dass die Internetnutzer, die das Firmenschlagwort der Klägerin kennen und als Suchwort eingeben, um sich über deren Angebot zu informieren, als Treffer auch auf die Leistung der Beklagten hingewiesen werden. Zwar ist der Internetnutzer darauf eingerichtet, dass sich nicht alle Treffer auf das von ihm gesuchte Ziel beziehen. Gerade wenn es sich bei dem als Suchwort eingegebenen Unternehmenskennzeichen um einen gängigen Begriff der deutschen Sprache handelt, rechnet er mit einer Fülle von Treffern, die nichts mit der ihn interessierenden Dienstleistung zu tun haben. Weist aber ein Treffer auf eine Internetseite der Beklagten hin, auf der diese die gleichen Leistungen anbieten wie die Klägerin, besteht die Gefahr, dass der Internetnutzer dieses Angebot aufgrund der Kurzhinweise mit dem Angebot der Klägerin verwechselt und sich näher mit ihm befasst. Dies reicht für die Annahme einer Verwechslungsgefahr aus, ohne dass es darauf ankommt, ob ein Irrtum bei einer näheren Befassung mit der Internetseite der Beklagten ausgeräumt würde.

20 2. Die Beklagten können sich auch nicht auf eine privilegierte Nennung des fremden Kennzeichens berufen (§ 23 Nr. 2 MarkenG).

- 21 Ein fremdes Kennzeichen kann möglicherweise als Suchwort verwendet werden, um auf eine kennzeichenrechtlich zulässige Benutzung des fremden Zeichens hinzuweisen. Dies kommt beispielsweise dann in Betracht, wenn ein Anbieter sein Angebot auf seiner Internetseite mit den Angeboten der Wettbewerber in zulässiger Weise vergleicht (vgl. § 6 UWG) und dabei die Unternehmenskennzeichen oder Marken der Unternehmen anführt, deren Leistungen in den Vergleich einbezogen worden sind. Eine solche privilegierte Benutzung, die im Übrigen in der Regel eine offene Nennung des fremden Kennzeichens einschließen würde, liegt im Streitfall nicht vor.

22 V. Danach ist die angefochtene Entscheidung im Umfang der Anfechtung aufzuheben. Auf die Berufung der Klägerin sind die Beklagten auch insoweit zur Unterlassung zu verurteilen, als es um die Verwendung des Kennzeichens der Klägerin als Metatag geht.

23 Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO.

v. Ungern-Sternberg

Bornkamm

Büscher

Schaffert

Bergmann

Vorinstanzen:

LG Düsseldorf, Entscheidung vom 04.12.2002 - 12 O 86/02 -

OLG Düsseldorf, Entscheidung vom 15.07.2003 - 20 U 21/03 -