



Google har ikke tilsidesat varemærkeretten ved at gøre det muligt for annoncørerne at købe søgeord, som svarer til deres konkurrenters varemærker

Hvad angår annoncørerne kan disse ikke ved hjælp af sådanne søgeord gennem Google få vist annoncer, som ikke giver internetbrugerne mulighed for let at gøre sig bekendt med, fra hvilken virksomhed de af annoncen omfattede varer eller tjenesteydelser hidrører

EF-varemærkeretten¹ giver under visse betingelser varemærkeindehaverne ret til at forbyde tredjemænd at gøre brug af tegn, der er identiske med eller ligner deres varemærker, for varer eller tjenesteydelser af samme art som dem, for hvilke varemærkerne er registreret.

Google driver en søgemaskine på internettet. Når en internetbruger foretager en søgning ved hjælp af et eller flere ord, viser søgemaskinen de websteder, som svarer bedst til disse ord i en faldende rækkefølge i forhold til relevansen. Der er tale om såkaldte »naturlige« resultater af søgningen.

Google udbyder endvidere en søge- og annonceringsydelse mod betaling med navnet »AdWords«. Denne ydelse gør det muligt for erhvervsdrivende ved hjælp af et eller flere søgeord at få vist et salgsfremmende link til deres websider, ledsaget af en annonce, når der er overensstemmelse mellem dette eller disse ord og det eller de ord, som indgår i den søgning, som internetbrugeren foretager i søgemaskinen. Denne annonce vises i rubrikken »erhvervsmæssige link«, som enten vises i højre side af skærmen, til højre for de naturlige resultater, eller øverst på skærmen, ovenover de pågældende resultater.

Vuitton, indehaver af EF-varemærket »Vuitton« samt de nationale franske varemærker »Louis Vuitton« og »LV«, Viaticum, indehaver af de nationale franske varemærker »Bourse des Vols«, »Bourse des Voyages« og »BDV« samt Pierre-Alexis Thonet, indehaver af det franske varemærke »Eurochallenges«, blev opmærksom på, at når internetbrugere i forbindelse med brug af Googles søgemaskine foretog indtastning af det ord, som svarede til de ovennævnte varemærker, blev der i rubrikken »erhvervsmæssige link« vist link henholdsvis til websteder, som udbød kopier af Vuittons varer, samt til websteder, som tilhørte Viaticums og Centre national de recherche en relations humaines' konkurrenter. De stævtede således Google med henblik på at få fastslået, at Google havde krænket dets varemærker.

Den franske Cour de cassation, som træffer afgørelse i sidste instans i den sag, som varemærkeindehaverne har anlagt mod Google, har forelagt Domstolen et spørgsmål om lovligheden af anvendelsen som søgeord i forbindelse med en søge- og annonceringsydelse på internettet af tegn, som svarer til varemærker, uden at indehaverne af disse varemærker havde givet deres samtykke.

Om anvendelsen af søgeord, som svarer til en andens varemærke, i forbindelse med en søge- og annonceringsydelse på internettet

¹ Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21.12.1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (EFT 1989 L 40, s. 1), Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20.12.1993 om EF-varemærker (EFT 1994 L 11, s. 1).

Domstolen bemærker, at annoncøren ved at købe en søge- og annonceringsydelse og ved som søgeord at vælge et tegn, der svarer til en andens varemærke, med det formål at tilbyde internetbrugere et alternativ til den pågældende indehavers varer eller tjenesteydelser, gør brug af dette tegn for varer eller tjenesteydelser. Dette er imidlertid ikke tilfældet for så vidt angår udbyderen af søge- og annonceringsydelsens vedkommende, når denne gør det muligt for annoncører som søgeord at vælge tegn, der er identiske med varemærker, lagrer disse tegn samt viser sine klienters annoncer på grundlag af disse.

Domstolen præciserer, at tredjemands brug af et tegn, der er identisk med eller ligner en indehavers varemærke, i det mindste forudsætter, at denne sidstnævnte gør brug af tegnet i forbindelse med sin egen kommercielle kommunikation. I forhold til udbyderen af en søge- og annonceringsydelse er der tale om, at denne giver sine klienter, dvs. annoncørerne, mulighed for at gøre brug af tegn, som er identiske med eller ligner varemærker, uden at han selv gør brug af tegnene.

Såfremt et varemærke er blevet anvendt som søgeord, kan indehaveren af varemærket ikke påberåbe sig eneretten over for Google. Han kan derimod påberåbe sig denne ret over for de annoncører, som ved hjælp af søgeord, som svarer til hans varemærke, gennem Google lader vise annoncer, som ikke eller kun med vanskelighed giver den gennemsnitlige internetbruger mulighed for at gøre sig bekendt med fra hvilken virksomhed de af annoncen omfattede varer eller tjenesteydelser hidrører.

I en sådan situation, som i øvrigt kendetegnes ved den omstændighed, at den pågældende annonce kommer frem straks efter den pågældende internetbrugers indtastning af varemærket som søgeord og vises på et tidspunkt, hvor varemærket i sin egenskab af søgeord ligeledes vises på skærmen, vil internetbrugeren kunne tage fejl af oprindelsen af de pågældende varer eller tjenesteydelser. Der foreligger således et indgreb i den funktion ved varemærket, der består i over for forbrugerne at sikre varernes eller tjenesteydelsernes oprindelse (varemærkets »funktion som oprindelsesangivelse«).

Det påhviler den nationale ret i hvert enkelt tilfælde at vurdere, om de faktiske omstændigheder i den tvist, der indbringes for den, udgør et indgreb eller en risiko for indgreb i funktionen som oprindelsesangivelse.

Hvad angår internetannoncørers brug som søgeord af et tegn, der svarer til en andens varemærke, bemærker Domstolen endvidere, at denne brug kan have visse virkninger på varemærkeindehaverens reklameanvendelse af det pågældende varemærke samt på indehaverens forretningsstrategi. Disse virkninger af tredjemands brug af det tegn, der er identisk med varemærket, udgør imidlertid ikke i sig selv et indgreb i varemærkets »reklamefunktion«.

Om ansvaret for udbyderen af søge- og annonceringsydelsen

Domstolen er ligeledes blevet forelagt et spørgsmål om ansvaret for en operatør såsom Google vedrørende de oplysninger fra operatørens klienter, som operatøren lagrer på dens server.

Spørgsmålet om ansvar reguleres af national ret. EU-retten indeholder imidlertid bestemmelser om ansvarsbegrænsning for udbydere af informationssamfundstjenesteydelser ².

Hvad angår spørgsmålet om, hvorvidt en søge- og annonceringsydelse på internettet såsom »AdWords« udgør en informationssamfundstjeneste, som består i at lagre oplysninger, som leveres af annoncøren, og at udbyderen af søge- og annonceringsydelsen derfor er omfattet af ansvarsbegrænsning, bemærker Domstolen, at det tilkommer den forelæggende ret at undersøge, om den rolle, som udbyderen har spillet, er neutral, for så vidt som den udøvede aktivitet udelukkende er teknisk, automatisk og passiv, således at udbyderen ikke har kendskab til eller kontrol over de informationer, han lagrer.

² Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF af 8.6.2000 om visse retlige aspekter af informationssamfundstjenester, navnlig elektronisk handel i det indre marked (»direktivet om elektronisk handel«) (EUT L 178, s. 1).

Såfremt udbyderen ikke har spillet en sådan aktiv rolle, kan han ikke gøres ansvarlig for de oplysninger, han har lagret på en annoncørs anmodning, medmindre udbyderen efter at have fået kendskab til den ulovlige karakter af denne annoncørs oplysninger eller adfærd ikke straks har fjernet oplysningerne eller gjort dem utilgængelige.

BEMÆRKNING: Gennem en præjudiciel forelæggelse kan retterne i medlemsstaterne i forbindelse med retssager, der verserer for dem, forelægge Domstolen spørgsmål vedrørende fortolkningen af EU-retten eller gyldigheden af en EU-retsakt. Domstolen træffer ikke afgørelse i den nationale retsvist. Det tilkommer den nationale ret at afgøre sagen i overensstemmelse med Domstolens afgørelse, der på tilsvarende måde er bindende for andre nationale retter i sager vedrørende en tilsvarende problemstilling.

Dette er et ikke-officielt dokument til mediernes brug og forpligter ikke Domstolen.

[Dommen](#) offentliggøres på webstedet CURIA på afsigelsesdagen.

Kontakt i Presse- og Informationsafdelingen: Gitte Stadler ☎ (+352) 4303 3127

Billeder fra domsafsigelsen er tilgængelige via »[Europe by Satellite](#)« ☎ (+32) 2 2964106