

Rechtssache C-104/22
Vorabentscheidungsersuchen

Eingangsdatum:

15. Februar 2022

Vorlegendes Gericht:

Markkinaoikeus (Finnland)

Datum der Vorlageentscheidung:

14. Februar 2022

Klägerin:

Lännen MCE Oy

Beklagte:

Berky GmbH

Senwatec GmbH & Co. KG

MARKKINAOIKEUS**BESCHLUSS**...[nicht
übersetzt]

14. Februar 2022

...[nicht
übersetzt]**KLÄGERIN**

Lännen MCE Oy

BEKLAGTE

Berky GmbH

Senwatec GmbH & Co. KG

GEGENSTAND

Verletzung einer Unionsmarke;
Vorabentscheidungsersuchen an den Gerichtshof der
Europäischen Union gemäß Art. 267 des Vertrags über die
Arbeitsweise der Europäischen Union

GEGENSTAND DES RECHTSSTREITS

- 1 In der beim Markkinaoikeus (Marktgericht, Finnland) anhängigen Klage der Lännen MCE Oy geht es darum, ob die Beklagten Berky GmbH (im Folgenden: Berky) und Senwatec GmbH & Co. KG (im Folgenden: Senwatec), die beide ihren Sitz in Deutschland haben, die Unionsmarke Nr. 003185758 WATERMASTER verletzt haben.
- 2 In dem Vorabentscheidungsersuchen geht es darum, unter welchen Voraussetzungen angenommen werden kann, dass die behaupteten Verletzungshandlungen im Sinne von Art. 125 Abs. 5 der Verordnung (EU) 2017/1001 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. Juni 2017 über die Unionsmarke (im Folgenden: Unionsmarkenverordnung) in Finnland begangen worden sind, und somit um die internationale Zuständigkeit des Markkinaoikeus für die Prüfung der Klage.
- 3 Insbesondere wird die Frage aufgeworfen, unter welchen Voraussetzungen gegebenenfalls angenommen werden kann, dass die elektronisch veröffentlichte [Or. 2] Werbung, um die es bei den behaupteten Verletzungshandlungen geht, sich an eine finnische Zielgruppe gerichtet hat, unabhängig davon, ob das geografische Liefergebiet der fraglichen Produkte zusammen oder in Verbindung mit der Werbung ausdrücklich gesondert präzisiert wurde.

MAßGEBLICHER SACHVERHALT

Hintergrund des Rechtsstreits

- 4 Die Lännen MCE Oy, die ihren Sitz in Finnland hat, ist Inhaberin der Unionsmarke Nr. 003185758 WATERMASTER.
- 5 Die beklagten Gesellschaften Berky und Senwatec gehören dem selben Konzern an. Bei den beiden Gesellschaften geht es jeweils um unterschiedliche behauptete Verletzungshandlungen, die jeweiligen Klagen werden jedoch zusammen in einem Verfahren verhandelt. Da sich die behaupteten Verletzungshandlungen voneinander unterscheiden, werden sie nachfolgend separat behandelt.
- 6 Hinsichtlich Senwatec beruht die Behauptung einer Verletzung der Unionsmarke WATERMASTER auf einer Werbung, die im August 2016 als Suchergebnis einer mit dem Suchwort „watermaster“ auf der Google.fi-Website vorgenommenen Suche angezeigt wurde.
- 7 Aus dem im Rechtsstreit vorgelegten Urkundenbeweis geht hervor, dass das erste Suchergebnis der Google-Suche ein sich auf Mehrzweck-Bagger der Senwatec beziehender Werbelink mit dem Titel „Watermaster – Multipurpose amphibian dredgers -senwatec.de“ war. In Verbindung mit dem vorstehend genannten Suchergebnis stand das Wort „Werbung“ und das Suchergebnis war durch eine

Linie von den übrigen Suchergebnissen abgetrennt. Aus dem Ausdruck der vorstehend genannten Suche ergibt sich anhand der IP-Adresse des Suchenden, dass dessen Standort Helsinki/Finnland war. Aus dem als Suchergebnis angezeigten Werbelink beziehungsweise dem damit verbundenen Text ergeben sich keinerlei speziell auf Finnland oder überhaupt das geografische Liefergebiet der Produkte hinweisende Anhaltspunkte. [Or. 3]

- 8 Der vorstehend genannte Werbelink führte auf die Website www.senwatec.de von Senwatec. Auf dieser Website befand sich u. a. ein englischsprachiger Text, dem zufolge die Produkte von Senwatec weltweit benutzt würden: „The machines and solutions from the company Senwatec are worldwide in use. To give you an overview of the area of operations we created for you an own Senwatec-world map“. In Verbindung mit dem Text befand sich das Bild einer Weltkarte, auf der dunkel eingefärbt die Länder hervorgehoben waren, in denen Senwatec nach eigenen Angaben Tätigkeiten unterhielt. Auf der Karte waren der größte Teil Westeuropas, ganz Nordamerika und mehrere asiatische und afrikanische Länder dunkel eingefärbt. Finnland jedoch war nicht dunkel eingefärbt. Zusätzlich zu den vorstehenden Ausführungen erfolgten in dem Rechtsstreit keine weiteren Darlegungen zum Inhalt der Website in Bezug auf das Tätigkeitsgebiet von Senwatec beziehungsweise das Liefergebiet der Produkte.
- 9 Hinsichtlich Berky beruht die Behauptung der Lännen MCE Oy, die Unionsmarke WATERMASTER sei verletzt worden, darauf, dass in dem Foto-Sharing-Dienst Flickr.com in den Jahren 2005 bis 2019 in Verbindung mit Bildern, die verschiedene Maschinen von Berky präsentierten, ein aus einem Schlüsselwort gebildeter, sog. Megatag „watermaster“ benutzt worden war. Lännen MCE Oy zufolge wurde auf der Google.fi -Seite als Suchergebnis einer Suche mit den Suchbegriffen „watermaster amphibious dredger“ ein Link zu dem File-Sharing-Dienst Flickr.com angezeigt, in dem es Bilder von Berkys Maschinen gab. Der als Suchergebnis angezeigte Link war kein Werbelink, sondern ein sog. organisches Suchergebnis.
- 10 In den Bildtexten der im Flickr.com-Onlinedienst befindlichen Bilder waren in englischer Sprache die Namen der Maschinen und zusätzlich Modellnummern angegeben. In Verbindung mit den Bildern erschien außerdem das Logo von Berky. Mit jedem der Bilder waren auf Englisch und in anderen Sprachen zahlreiche aus Schlüsselwörtern gebildete Megatags verbunden. Unter anderen lautete eines dieser Tags „watermaster“. Außerdem bestand [Or. 4] die Möglichkeit, sich in dem fraglichen Service als Follower der Inhalte von Berky zu registrieren.
- 11 In Verbindung mit dem als Suchergebnis der Google.fi-Internetsuche angezeigten Link oder den Bildern im Foto-Sharing-Dienst Flickr.com wurden keine speziell auf Finnland hinweisenden Angaben angezeigt. In Verbindung zu den Bildern gab es auch keine weiteren Informationen, in denen das geografische Liefergebiet der in den Bildern dargestellten Maschinen von Berky ausdrücklich angegeben worden wäre.

Verhandlung des Rechtsstreits vor dem Markkinaoikeus

- 12 Die Klägerin, Lännen MCE Oy, hat vorgetragen, dass die behaupteten Verletzungshandlungen in Finnland erfolgt seien und dass das Markkinaoikeus somit aufgrund von Art. 125 Abs. 5 der Unionsmarkenverordnung als Unionsmarkengericht für die Verhandlung der Verletzungsklage zuständig sei.
- 13 Nach Ansicht von Lännen MCE Oy handelte es sich um Marketingaktivitäten beider Beklagter im Internet, die sich auf finnisches Gebiet bezogen hätten und für finnische Verbraucher und Händler sichtbar gewesen seien. Die Produkte von Berky und Senwatec würden in der ganzen Welt verkauft. Die englischsprachige Werbung sei nicht nur an die deutsche Zielgruppe gerichtet gewesen, sondern einschränkungslos an eine internationale Zielgruppe, d. h. in alle Länder, in denen die fragliche Werbung sichtbar gewesen sei. Da sich die Werbung nicht an ein einzelnes Land gerichtet habe, habe sie sich an jedes Land gerichtet, in dem sie sichtbar gewesen sei. Entscheidend sei bereits, dass die verletzende Benutzung für finnische Internetnutzer sichtbar gewesen sei.
- 14 Die Beklagten Berky und Senwatec haben mit ihrer Klagebeantwortung die internationale Zuständigkeit des Markkinaoikeus in diesem Rechtsstreit bestritten. Ihnen zufolge sind die behaupteten Verletzungshandlungen nicht in Finnland erfolgt. Die Beklagten haben aus diesem Grunde vorrangig beantragt, dass das Markkinaoikeus die Klage als unzulässig abweist. **[Or. 5]**
- 15 Berky und Senwatec haben geltend gemacht, dass sie ihr Marketing weder auf Finnland ausgerichtet noch ihre Produkte zum Verkauf in Finnland angeboten hätten und dass Finnland auch nicht ihr Marktgebiet sei. Das Google-Suchergebnis und das darin vorkommende Wort „watermaster“ zeugten von keinem Marketing der Produkte, das sich auf Finnland beziehe, und das Marketing habe sich auch ansonsten nicht auf Finnland bezogen. Auf die Bewertung wirke sich in keiner Weise aus, dass die Suche über die Google.fi-Seite vorgenommen worden sei. Die auf der Flickr.com-Website befindlichen Bilder von Berky hätten noch nicht einmal Werbung oder Verkaufsangebote dargestellt. Somit hätten sich die behaupteten Verletzungshandlungen nicht auf Finnland bezogen. Insofern komme es nicht darauf an, ob der Internetinhalt, der eine Verletzungshandlung darstellen soll, in Finnland sichtbar gewesen sei, sondern darauf, ob ein derartiger Inhalt eine relevante Verbindung zu Finnland aufweise.
- 16 Die Parteien sind unterschiedlicher Auffassung darüber, ob die auf der Website von Senwatec bildlich wiedergegebene Karte zeigt, dass die Gesellschaft das geografische Liefergebiet ihrer Produkte dahin eingegrenzt hat, dass Produkte nicht nach Finnland geliefert werden. Senwatec zufolge ist die Karte ein Beweis dafür, dass Finnland nicht zum Marktgebiet für die Produkte der Gesellschaft gehört, und die Gesellschaft hat nach ihren eigenen Angaben in Finnland weder Vertragshändler noch Vertrieb. Lännen MCE Oy zufolge sind die Märkte für die Produkte der Senwatec weltweit und diese sei auch in Ländern tätig gewesen, die auf der vorstehend genannten Karte nicht hervorgehoben gewesen seien. In dem

Rechtsstreit wurde zudem Zeugenbeweis dafür beigebracht, dass die oben genannte Weltkarte nicht nur das Tätigkeitsgebiet von Senwatec, sondern auch das von Berky betreffe.

RECHTSVORSCHRIFTEN UND RECHTSPRECHUNG

Unionsmarkenverordnung

- 17 Die Unionsmarkenverordnung wird seit dem 1. Oktober 2017 angewandt. Insoweit, als die der Klage zugrunde liegenden behaupteten Verletzungen vor diesem Zeitpunkt erfolgt sind, kommt nach Auffassung des Markkinaoikeus die zu den Zeitpunkten der behaupteten Verletzungshandlungen bis zum 30. September 2017 in Kraft gewesene Verordnung (EG) Nr. 207/2009 des Rates über die Gemeinschaftsmarke, [Or. 6] geändert u. a. durch die am 23. März 2016 in Kraft getretene Verordnung (EU) 2015/2424 (beide im Folgenden zusammen: frühere Unionsmarkenverordnung), zur Anwendung.
- 18 Die Verletzungsklage der Lännen MCE Oy wurde am 28. Januar 2020 beim Markkinaoikeus anhängig. Nach Auffassung des Markkinaoikeus findet auf die Frage seiner Zuständigkeit abweichend von den vorstehenden Ausführungen die geltende Unionsmarkenverordnung Anwendung, die in nachstehend ausgeführter Hinsicht denselben Inhalt hat wie die frühere Unionsmarkenverordnung.
- 19 Gemäß Art. 124 Buchst. a der Unionsmarkenverordnung sind die Unionsmarkengerichte ausschließlich zuständig für alle Klagen wegen Verletzung einer Unionsmarke.
- 20 Nach Art. 125 Abs. 5 der Unionsmarkenverordnung können die Verfahren, welche durch die in Art. 124 genannten Klagen und Widerklagen anhängig gemacht werden – ausgenommen Klagen auf Feststellung der Nichtverletzung einer Unionsmarke –, auch bei den Gerichten des Mitgliedstaats anhängig gemacht werden, in dem eine Verletzungshandlung begangen worden ist oder droht oder in dem eine Handlung im Sinne des Art. 11 Abs. 2 begangen worden ist.
- 21 Gemäß Art. 126 Abs. 2 der Unionsmarkenverordnung ist ein nach Art. 125 Abs. 5 zuständiges Unionsmarkengericht nur für die Handlungen zuständig, die in dem Mitgliedstaat begangen worden sind oder drohen, in dem das Gericht seinen Sitz hat.

Rechtsprechung des Gerichtshofs

- 22 Der Gerichtshof hat in dem Urteil vom 5. September 2019, AMS Neve u. a. (C-172/18, EU:C:2019:674), das die Auslegung von Art. 97 Abs. 5 der früheren Unionsmarkenverordnung betraf, der inhaltlich Art. 125 [Or. 7] Abs. 5 der

geltenden Unionsmarkenverordnung entspricht, die Frage geprüft, in welchem Mitgliedstaat im Falle von elektronisch veröffentlichten Werbungen und Verkaufsangeboten für Waren, die mit einer als verletzt behaupteten Marke versehen waren, die Verletzung erfolgt ist.

- 23 Gemäß Rn. 47 des Urteils sind die behaupteten Verletzungshandlungen in dem Hoheitsgebiet begangen worden, in dem sich die Verbraucher und Händler befinden, an die sich diese Werbung und diese Verkaufsangebote richten, und zwar ungeachtet dessen, dass der Beklagte in einem anderen Hoheitsgebiet niedergelassen ist, dass sich der von ihm benutzte Server des elektronischen Netzes in einem anderen Hoheitsgebiet befindet oder dass sich die Waren, die den Gegenstand der Werbung und Verkaufsangebote bilden, in einem anderen Hoheitsgebiet befinden.
- 24 Nach Rn. 54 des Urteils sind die eine Unionsmarke betreffenden Verletzungshandlungen als in dem Hoheitsgebiet „begangen“ anzusehen, in dem sie zu einer Werbung und zu einem Verkaufsangebot geworden sind, nämlich in dem Gebiet, in dem der geschäftliche Inhalt den Verbrauchern und Händlern, an die er gerichtet war, tatsächlich zugänglich gemacht worden ist. Ob diese Werbung und diese Angebote anschließend zum Kauf der Waren des Beklagten geführt haben, ist dagegen unerheblich.
- 25 Aus Rn. 56 des Urteils geht hervor, dass das Gericht die Frage zu prüfen hat, in welchem Mitgliedstaat sich die Verbraucher oder Händler befinden, an die sich die Werbung und die Verkaufsangebote richten, die auf der Website oder den Plattformen enthalten sind, und zwar insbesondere anhand der Angaben auf dieser Website und diesen Plattformen hinsichtlich der geografischen Liefergebiete der betreffenden Waren.
- 26 In der zuletzt genannten Rn. 56 des Urteils wird auf die Rn. 64 und 65 des Urteils vom 12. Juli 2011, L’Oreal u. a. (C-324/09, EU:C: 2011:474), Bezug genommen, in denen die Voraussetzungen geprüft wurden, unter denen der Inhaber einer Unionsmarke das Recht hat, das Feilbieten von mit der Marke versehenen Produkten **[Or. 8]** auf einem Online-Marktplatz zu untersagen.
- 27 Gemäß Rn. 64 des Urteils L’Oreal lässt sich allerdings nicht schon aus der bloßen Zugänglichkeit einer Website in dem durch die Marke erfassten Gebiet darauf schließen, dass sich die auf ihr angezeigten Verkaufsangebote an Verbraucher in diesem Gebiet richteten. Würde nämlich die Zugänglichkeit zu einem Online-Marktplatz in diesem Gebiet dafür ausreichen, dass die dort eingeblendeten Anzeigen in den Anwendungsbereich der Rechtsvorschriften über die Unionsmarke fallen, unterlägen Websites und Anzeigen, die zwar offensichtlich ausschließlich an Verbraucher in Drittstaaten gerichtet, aber gleichwohl im Gebiet der Union des Urteils technisch zugänglich sind, ungerechtfertigterweise dem Unionsrecht.

- 28 Nach Rn. 65 des Urteils L'Oréal ist es daher Sache der nationalen Gerichte, im Einzelfall zu prüfen, ob relevante Indizien vorliegen, die darauf schließen lassen, dass sich ein Verkaufsangebot, das auf einem Online-Marktplatz angezeigt wird, der in dem durch die Marke erfassten Gebiet zugänglich ist, an dort ansässige Verbraucher richtet. Gehen mit dem Verkaufsangebot Angaben der geografischen Gebiete einher, in die der Verkäufer bereit ist, die Ware zu liefern, kommt derartigen Angaben im Rahmen dieser Prüfung eine besondere Bedeutung zu.
- 29 Gemäß Rn. 58 des Urteils AMS Neve ist die dem Art. 125 Abs. 5 der Unionsmarkenverordnung entsprechende frühere Bestimmung zwar gegenüber der Auslegung von Art. 5 Nr. 3 der Verordnung (EG) Nr. 44/2001 des Rates vom 22. Dezember 2000 über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen, die der Gerichtshof in Bezug auf Klagen wegen Verletzung nationaler Marken vorgenommen hat, autonom auszulegen. Dennoch muss die Auslegung der in diesen Vorschriften enthaltenen Wendungen „[Mitgliedstaat], in dem eine Verletzungshandlung begangen worden ist“ und „Ort, an dem das schädigende Ereignis eingetreten ist“ eine gewisse Kohärenz aufweisen. [Or. 9]
- 30 Nach Rn. 39 des Urteils vom 19. April 2012, Wintersteiger (C-523/10, EU:C:2012:220), ist Art. 5 Nr. 3 der Verordnung Nr. 44/2001 dahin auszulegen, dass in einem Rechtsstreit über die Verletzung einer in einem Mitgliedstaat eingetragenen Marke, die dadurch begangen worden sein soll, dass ein Werbender auf der Website einer Suchmaschine, die unter der Top-Level-Domain eines anderen Mitgliedstaats betrieben wird, ein mit dieser Marke identisches Schlüsselwort verwendet hat, die Gerichte des Mitgliedstaats, in dem die Marke eingetragen ist, oder die Gerichte des Mitgliedstaats, in dem der Werbende niedergelassen ist, angerufen werden können.

ERFORDERLICHKEIT DES VORABENTSCHEIDUNGSSERSUCHENS

- 31 Aufgrund der oben dargelegten Rechtsprechung des Gerichtshofs sind bei der Prüfung der Frage, welcher der Mitgliedstaat ist, in dem sich die Verbraucher oder Händler befinden, an die sich auf einer Website elektronisch veröffentlichte Werbung oder Verkaufsangebote richten, insbesondere die Angaben hinsichtlich der geografischen Liefergebiete der Waren zu beachten.
- 32 Aus der Rechtsprechung lässt sich folgern, dass bei der Prüfung zusätzlich zu den Angaben hinsichtlich der geografischen Liefergebiete der Waren auch andere Umstände berücksichtigt werden können. Dies kann insbesondere in dem Fall von Bedeutung sein, dass ein geografisches Liefergebiet entweder überhaupt nicht konkretisiert ist oder dass es sich nur mittelbar aus anderen Umständen ableiten lässt. Unklar bleibt jedoch, was diese anderen Umstände sein könnten.
- 33 Aus den Schlussanträgen des Generalanwalts in der Rechtssache AMS Neve (EU:C:2010:276, Nr. 89) geht hervor, dass im Rahmen der Überprüfung der Zuständigkeit in Anknüpfung an den Ort der Verletzung auch andere Elemente als

die Angaben hinsichtlich der geografischen Liefergebiete der Waren besonders wichtig sein können. Den Schlussanträgen zufolge können dies u. a. folgende Elemente sein: die Tatsache, dass ein Angebot und eine Werbung ausdrücklich auf das **[Or. 10]** Publikum in einem Mitgliedstaat bezogen sind, dass sie auf einer Website mit einer nationalen Top-Level-Domain dieses Mitgliedstaats verfügbar sind, dass die Preise in Landeswährung angegeben werden oder dass auf einer solchen Website Telefonnummern mit der nationalen Vorwahlnummer des betreffenden Staats angezeigt werden. Diese Liste von Elementen ist den Schlussanträgen zufolge weder erschöpfend noch ausschließlich. Der Gerichtshof hat in der Vorabentscheidung AMS Neve keine Ausführungen zur Bedeutung dieser anderen Elemente gemacht.

- 34 Unklar ist zunächst, ob die Art der von der Werbung erfassten Produkte bei der Prüfung der Frage berücksichtigt werden kann, welcher der Mitgliedstaat ist, in dem sich die Verbraucher oder Händler befinden, an die sich eine Werbung oder ein Verkaufsangebot richtet und in welchem Mitgliedstaat somit die behauptete Verletzungshandlung gemäß Art. 125 Abs. 5 der Unionsmarkenverordnung begangen worden ist. Im vorliegenden Rechtsstreit hat Lännen MCE Oy u. a. dargelegt, dass das Marktgebiet der Produkte von Berky und Senwatec die ganze Welt sei und dass die diesbezügliche Werbung in alle diejenigen Länder gerichtet gewesen sei, in denen die Werbung sichtbar gewesen sei.
- 35 Für den Fall, dass angenommen wird, dass die Werbung sich auf die ganze Welt und somit auch auf das gesamte Gebiet der Europäischen Union bezog, ist unklar, ob angenommen werden kann, dass sich die Werbung auf einen einzelnen Mitgliedstaat bezogen hat. Hinsichtlich Berky ist in dem Rechtsstreit vorher noch die Frage zu entscheiden, ob die Präsentation der Bilder der Maschinen von Berky im Foto-Sharing-Dienst Flickr.com im Lichte der Fakten, die sich im Rechtsstreit ergeben haben, Werbung darstellt.
- 36 Aus Nr. 90 der Schlussanträge des Generalanwalts in der Rechtssache AMS Neve (EU:C:2019:276) geht hervor, dass eine allgemeine, die gesamte Union betreffende Angabe des geografischen Liefergebietes es nicht ermöglicht, die spezifische(n) Zielgruppe(n) zu identifizieren. Einer solchen allgemeinen Angabe Bedeutung beizumessen, würde bedeuten, dass der Urheber einer angeblichen Verletzung vor den Gerichten aller Mitgliedstaaten verklagt werden könnte. Der Gerichtshof **[Or. 11]** hat in seiner Vorabentscheidung AMS Neve zu dieser Frage keine Stellung bezogen.
- 37 Im oben genannten Urteil Wintersteiger wurde in Bezug auf den Gerichtsstand der Top-Level-Domain der Suchmaschinen-Website Bedeutung beigemessen. In dem Urteil geht es jedoch um eine nationale Marke und es unterscheidet sich auch im Übrigen von dem vorliegenden Rechtsstreit.
- 38 Nach den vorstehenden Ausführungen bleibt unklar, ob bei Entscheidung der Frage des Gerichtsstandes nach Art. 125 Abs. 5 der Unionsmarkenverordnung von Bedeutung sein kann, welcher der Mitgliedstaat ist, unter dessen Top-Level-

Domain die Suchmaschinen-Website, auf der die Werbung abrufbar ist, betrieben wird.

- 39 Insbesondere ist unklar, ob angenommen werden kann, dass von einem im Mitgliedstaat X niedergelassenen Unternehmen A elektronisch veröffentlichte Werbung an Verbraucher oder Händler im Mitgliedstaat Y gerichtet ist, wenn A in einer Werbung oder als Schlüsselwort auf einer Suchmaschinen-Website, die unter der Top-Level-Domain des Mitgliedstaats Y betrieben wird, ein mit einer Unionsmarke identisches Zeichen benutzt hat.
- 40 Sofern es im vorliegenden Rechtsstreit auf die oben genannten Umstände ankommt, ist auch unklar, ob die Unionsmarkengerichte des Mitgliedstaats Y für die Entscheidung einer Verletzungsklage schon ausschließlich aufgrund dieser Umstände zuständig sind oder ob es für eine Zuständigkeit noch weitere Erfordernisse gibt.
- 41 Die Antworten auf die genannten Auslegungsfragen sind für die Entscheidung des beim Markkinaoikeus anhängigen Ausgangsverfahrens unerlässlich.

VORLAGEFRAGEN

Das Markkinaoikeus hat, nachdem es den Parteien Gelegenheit eingeräumt hatte, zum Inhalt des Vorabentscheidungsersuchens Stellung zu beziehen, beschlossen, das weitere [Or. 12] Verfahren auszusetzen und dem Gerichtshof der Europäischen Union gemäß Art. 267 AEUV folgende Fragen zur Vorabentscheidung vorzulegen:

Das Unternehmen A ist im Mitgliedstaat X niedergelassen, in dem es seinen Sitz hat, und hat auf einer Website in der Werbung oder als Schlüsselwort ein Zeichen benutzt, das mit einer Unionsmarke des Unternehmens B identisch ist.

1. Kann in dem vorstehend genannten Fall angenommen werden, dass die Werbung sich an Verbraucher oder Händler im Mitgliedstaat Y richtet, in dem das Unternehmen B seinen Sitz hat, und ist ein Unionsmarkengericht im Mitgliedstaat Y dafür zuständig, gemäß Art. 125 Abs. 5 der Unionsmarkenverordnung eine Klage wegen Verletzung einer Unionsmarke zu prüfen, wenn in der elektronisch veröffentlichten Werbung oder auf einer damit verlinkten Website eines Werbenden das geografische Liefergebiet der Waren zumindest nicht ausdrücklich präzisiert ist oder kein einzelner Mitgliedstaat ausdrücklich vom Liefergebiet ausgenommen ist? Können dabei die Art der Waren, auf die sich die Werbung bezieht, und der Umstand berücksichtigt werden, dass das Marktgebiet der Produkte des Unternehmens A, wie behauptet, weltweit ist und somit das gesamte Gebiet der Europäischen Union einschließlich des Mitgliedstaats Y umfasst?
2. Kann angenommen werden, dass sich die oben genannte Werbung an Verbraucher oder Händler im Mitgliedstaat Y richtet, wenn die Werbung auf

einer Suchmaschinen-Website angezeigt wird, die unter der nationalen Top-Level-Domain des Mitgliedstaats Y betrieben wird?

3. Wenn Frage 1 oder 2 bejaht wird: Welche sonstigen Umstände sind gegebenenfalls bei der Entscheidung zu berücksichtigen, ob sich die Werbung an Verbraucher oder Händler im Mitgliedstaat Y richtet? **[Or. 13]**

...[nicht übersetzt] [Verfahrenshinweise]

RECHTSMITTEL

Gegen diesen Beschluss kann kein Rechtsmittel gesondert eingelegt werden.

...[nicht übersetzt] [Besetzung des Gerichts] [nicht übersetzt] [Verteiler]

ARBEITSDOKUMENT