

Abstrakt v českém jazyce

Užití ochranných známek jako klíčových slov při vyhledávání na internetu

Cílem této diplomové práce je komplexní analýza používání ochranných známek jako klíčových slov při vyhledávání na internetu pro zobrazení reklamy na stránkách internetových vyhledávačů s výsledky vyhledávání. Hlavní část práce je věnována legislativě a judikatuře v USA. Nicméně za účelem vzájemného srovnání se zabývám též vývojem judikatury týkající se reklamy na internetu v EU. Toto téma jsem si vybral, neboť propojuje tradiční právní institut s moderními technologiemi a navzdory jeho významným ekonomickým a právním dopadům ho považuji v České republice za nedostatečně prozkoumané.

Tato práce se skládá ze šesti kapitol. První kapitola je věnována uvedení čtenáře do problematiky ochranných známek, a to včetně jejich historie, současné zákonné definice, jakož i právního rámce vymezujícího právo ochranných známek. Tato kapitola se rovněž zaměřuje na prvek rozlišovací způsobilosti ochranných známek a analyzuje jejich funkce. V neposlední řadě také přibližuje základní dělení ochranných známek a poskytuje jejich praktické příklady.

Druhá kapitola představuje problematiku reklamy prostřednictvím klíčových slov. Zaměřuje se na popis fungování internetových vyhledávačů, programů zajišťujících reklamu pomocí klíčových slov a současné zásady pro užívání služby AdWords.

Třetí kapitola se zaměřuje na vývoj judikatury týkající reklamy prostřednictvím klíčových slov v USA. Vývoj je znázorněn na dvou klíčových případech porušení ochranné známky v USA, tj. „užívání ochranné známky v obchodním styku“ způsobem, který je „způsobilý vyvolat nebezpečí záměny“.

Čtvrtá kapitola je věnována vývoji judikatury týkající reklamy prostřednictvím klíčových slov v EU. Analýza se zaměřuje především na rozhodnutí o předběžných otázkách Soudního dvora a následných rozhodnutí vnitrostátních soudů členských států EU.

Pátá kapitola obsahuje stručné srovnání obou transatlantických přístupů.

Šestá a zároveň poslední kapitola přibližuje nedávné průlomové rozhodnutí týkající se reklamy prostřednictvím klíčových slov v České republice a stručně

představuje ochranu práv k ochranným známkám poskytovanou prostřednictvím práva proti nekalé soutěži.