

RS OGH 2007/3/20 17Ob1/07g, 17Ob3/08b

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 20.03.2007

Norm

MSchG §10 Abs1 Z2

UWG §1 D1a

UWG §1 D2d

UWG §1 D3b

Rechtssatz

Unter „Keyword Advertising“ wird eine Werbemethode verstanden, die das Aufscheinen von Anzeigen in Trefferlisten von Suchmaschinen mit der Eingabe bestimmter Begriffe verknüpft. Es sind dies regelmäßig Begriffe, die im Internet häufig als Suchwort eingegeben werden, darunter oftmals geschützte Kennzeichen eines anderen. Verwechslungsgefahr wird begründet, wenn der Werbende seine Anzeige mit dem fremden geschützten Kennzeichen überschreibt oder wenn bei Eingabe des Suchworts der Hinweis auf die Website des Werbenden in der Trefferliste noch vor dem Hinweis auf die Website des Zeicheninhabers aufscheint oder besonders hervorgehoben wird.

Entscheidungstexte

- 17 Ob 1/07g

Entscheidungstext OGH 20.03.2007 17 Ob 1/07g

Veröff: SZ 2007/43

- 17 Ob 3/08b

Entscheidungstext OGH 20.05.2008 17 Ob 3/08b

Vgl; Bem: Der Oberste Gerichtshof sah sich in diesem Fall veranlasst, dem EuGH die Frage zur Vorabentscheidung vorzulegen, ob die Verwendung der Marke als Keyword in der Werbung auf den Trefferlisten von Suchmaschinen dem Markeninhaber vorbehalten ist (siehe RS0123527). (T1)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2007:RS0121894

Zuletzt aktualisiert am

24.11.2009

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2024 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at