jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

RS OGH 2004/1/20 4Ob222/03f, 4Ob158/06y, 17Ob3/08b, 17Ob8/08p, 17Ob20/08b, 17Ob20/10f, 17Ob7/11w, 17

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 20.01.2004

Norm

MSchG §4 Abs1 Z3
MSchG §10
UWG §9 B5
UWG §9 C3a

Rechtssatz

Die Herkunftsfunktion der Marke ist nach ständiger Rechtsprechung des EuGH ihre Hauptfunktion; die Marke soll dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung garantieren, indem sie es ihm ermöglicht, diese Ware oder Dienstleistung ohne Verwechslungsgefahr von Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden. Zeichen, die mit dem Erscheinungsbild der Ware verschmelzen, werden nicht zwingend als Herkunftshinweis aufgefasst. Verwechslungsgefahr kann nur entstehen, wenn das geschützte Zeichen als Herkunftshinweis verwendet wird.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 222/03f
  Entscheidungstext OGH 20.01.2004 4 Ob 222/03f
- 4 Ob 158/06y
  Entscheidungstext OGH 28.09.2006 4 Ob 158/06y
  Auch; Beisatz: Hauptfunktion der Marke ist es nach der Rechtsprechung des EuGH, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung zu garantieren, indem sie ihm ermöglicht, die Ware oder Dienstleistung ohne Verwechslungsgefahr von Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden. (T1) Beisatz: Kein durch das Ausschließlichkeitsrecht des Markeninhabers geschütztes Interesse wird auch beeinträchtigt, wenn die Benutzung keine Außenwirkung hat und die Marke deshalb nicht als Herkunftshinweis wahrgenommen wird. (T2)
  Beisatz: Befüllung eines stationären Flüssiggastanks der Markeninhaberin, der von ihrem Kunden für 10 Jahre gemietet wird und auf der Tankdeckelinnenseite mit ihrer Marke gekennzeichnet ist, durch einen anderen Anbieter von Flüssiggas. (T3)
- 17 Ob 3/08b

Entscheidungstext OGH 20.05.2008 17 Ob 3/08b
nur: Die Herkunftsfunktion der Marke ist nach ständiger Rechtsprechung des EuGH ihre Hauptfunktion. (T4)

- 17 Ob 8/08p
  Entscheidungstext OGH 09.06.2008 17 Ob 8/08p
  Auch; nur T4
- 17 Ob 20/08b
  Entscheidungstext OGH 23.09.2008 17 Ob 20/08b
  nur T4; Veröff: SZ 2008/136
- 17 Ob 20/10f
  Entscheidungstext OGH 16.02.2011 17 Ob 20/10f
  Vgl
- 17 Ob 7/11w
  Entscheidungstext OGH 23.03.2011 17 Ob 7/11w
  Vgl; Beisatz: Die Ausübung des Markenrechts ist auf Fälle zu beschränken, in denen die Benützung des Zeichens durch einen Dritten die Funktion der Marke – insbesondere als Herkunftshinweis – beeinträchtigt bzw beeinträchtigen könnte. (T5)
- 17 Ob 2/11k
  Entscheidungstext OGH 23.03.2011 17 Ob 2/11k
  Vgl; Beisatz: Hier: EG-RL 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung. (T6)
- 4 Ob 11/14t
  Entscheidungstext OGH 17.02.2014 4 Ob 11/14t
  Vgl auch; Beisatz: Fehlt die Unterscheidungskraft, kann das Zeichen die Hauptfunktion der Marke als betrieblicher Herkunftshinweis nicht erfüllen. (T7)
- 4 Ob 10/14w
  Entscheidungstext OGH 17.02.2014 4 Ob 10/14w
  Vgl auch
- 4 Ob 9/14y
  Entscheidungstext OGH 25.03.2014 4 Ob 9/14y
  Vgl auch
- 4 Ob 36/14v
  Entscheidungstext OGH 23.04.2014 4 Ob 36/14v
  Auch
- 4 Ob 49/14f
  Entscheidungstext OGH 23.04.2014 4 Ob 49/14f
  Auch
- 4 Ob 180/16y
  Entscheidungstext OGH 25.10.2016 4 Ob 180/16y
  Auch
- 4 Ob 237/17g
  Entscheidungstext OGH 29.05.2018 4 Ob 237/17g
  Vgl
- 4 Ob 46/18w
  Entscheidungstext OGH 23.08.2018 4 Ob 46/18w
  Auch; Beisatz: Die Tatsache allein, dass eine Marke von den angesprochenen Verkehrskreisen als Werbeslogan wahrgenommen wird und dass andere Unternehmen sie sich im Hinblick auf ihren lobenden Charakter zu eigen machen könnten, begründet nicht automatisch das Fehlen der Unterscheidungskraft dieser Marke. Eine solche Marke kann daher von den angesprochenen Verkehrskreisen gleichzeitig als Werbeslogan und als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der fraglichen Waren oder Dienstleistungen wahrgenommen werden. (T8)
- 4 Ob 198/20a
  Entscheidungstext OGH 22.12.2020 4 Ob 198/20a
  Vgl; Beis wie T8

- 4 Ob 153/21k
  Entscheidungstext OGH 28.09.2021 4 Ob 153/21k
  Vgl; Beisatz: Hier: Wortmarke und Wort?Bild?Marke „MYFLAT“. (T9)
- 4 Ob 72/22z
  Entscheidungstext OGH 24.05.2022 4 Ob 72/22z
  Vgl

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2004:RS0118396

Im RIS seit

19.02.2004

Zuletzt aktualisiert am

08.07.2022

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

© 2025 JUSLINE
JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.
www.jusline.at