

RS OGH 2022/11/22 17Ob3/10f, 17Ob8/10s, 17Ob2/11k, 4Ob30/20w, 4Ob152/20m, 4Ob97/22a, 4Ob134/22t

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 22.11.2022

Norm

MSchG §10 Abs1

EWG-RL 89/104/EWG - Markenrichtlinie Art5 Abs1

1. MSchG § 10 heute
2. MSchG § 10 gültig ab 01.01.2016 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 149/2015
3. MSchG § 10 gültig von 23.06.2004 bis 31.12.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 64/2004
4. MSchG § 10 gültig von 01.01.2002 bis 22.06.2004 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 103/2001
5. MSchG § 10 gültig von 01.01.1993 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 833/1992

Rechtssatz

Die durch die Verwendung einer Marke (eines Markenbestandteils) als Keyword generierte Werbung eines Dritten greift in die Rechte des Markeninhabers nur dann nicht ein, wenn aus dieser Werbung für einen normal informierten und angemessen aufmerksamen Internetnutzer leicht zu erkennen ist, dass die in der Anzeige beworbenen Waren oder Dienstleistungen weder vom Inhaber der Marke noch von einem mit ihm wirtschaftlich verbundenen Unternehmen stammen.

Entscheidungstexte

- RS0126119">17 Ob 3/10f
Entscheidungstext OGH 21.06.2010 17 Ob 3/10f
Veröff: SZ 2010/71
- RS0126119">17 Ob 8/10s
Entscheidungstext OGH 05.10.2010 17 Ob 8/10s
Vgl auch
- RS0126119">17 Ob 2/11k
Entscheidungstext OGH 23.03.2011 17 Ob 2/11k
Vgl; Beisatz: Für die (bloße) markenmäßige Benutzung genügt es, dass die Marke in der Werbung für eigene Produkte verwendet wird. Hingegen kommt es nicht darauf an, dass das Publikum irrtümlich meint, die Marke bezeichne Produkte des Werbenden. (T1)
Beisatz: Hier: Vergleichende Werbung. (T2)

- RS0126119">4 Ob 30/20w
Entscheidungstext OGH 21.02.2020 4 Ob 30/20w
Vgl; Beisatz: Frage der leichten Erkennbarkeit hängt von den Umständen des Einzelfalls ab und begründet in der Regel keine erhebliche Rechtsfrage. (T3)
- RS0126119">4 Ob 152/20m
Entscheidungstext OGH 20.10.2020 4 Ob 152/20m
Beis wie T3; Beisatz: Für die Unzulässigkeit der Verwendung einer fremden Marke als Keyword reicht es nach der eindeutigen Rechtsprechung des EuGH aus, dass der Verbraucher nicht erkennen kann, ob es sich um eine Anzeige des Markeninhabers handelt und ob die Waren vom Markeninhaber oder von einem Dritten stammen. Dass die Gestaltung darüber hinaus auch geradezu darüber täuschen müsse, dass die Werbung vom Markeninhaber stamme, ist nicht der Fall. (T4)
- RS0126119">4 Ob 97/22a
Entscheidungstext OGH 30.06.2022 4 Ob 97/22a
Vgl
- RS0126119">4 Ob 134/22t
Entscheidungstext OGH 22.11.2022 4 Ob 134/22t
Beisatz: Hier: Google Dynamische Suchanzeigen. (T5)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2010:RS0126119

Im RIS seit

09.09.2010

Zuletzt aktualisiert am

11.01.2023

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

© 2026 JUSLINE

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

www.jusline.at