

RS OGH 2017/11/21 17Ob10/11m, 17Ob6/11y, 17Ob26/11i, 17Ob28/11h, 17Ob22/11a, 4Ob227/12d, 4Ob141/13h,

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 21.11.2017

Norm

UWG §2 Abs3 Z1 A4

1. UWG § 2 heute
2. UWG § 2 gültig ab 20.07.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 110/2022
3. UWG § 2 gültig von 23.04.2015 bis 19.07.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 49/2015
4. UWG § 2 gültig von 12.12.2007 bis 22.04.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 79/2007
5. UWG § 2 gültig von 01.04.2000 bis 11.12.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 185/1999
6. UWG § 2 gültig von 30.07.1988 bis 31.03.2000 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 422/1988

Rechtssatz

Die Irreführung durch die Verwendung verwechslungsfähiger Zeichen ist nach den tatsächlichen Marktverhältnissen zu beurteilen. Sie setzt voraus, dass die Marken tatsächlich benutzt werden und zumindest eine gewisse Verkehrsbekanntheit erlangt haben, weil sonst eine Irreführung der angesprochenen Kunden durch Verwendung eines gleichartigen Zeichens ausscheidet.

Entscheidungstexte

- RS0126781">17 Ob 10/11m
Entscheidungstext OGH 10.05.2011 17 Ob 10/11m
- RS0126781">17 Ob 6/11y
Entscheidungstext OGH 09.08.2011 17 Ob 6/11y
Vgl auch; Beisatz: Hier: Firma. (T1)
Veröff: SZ 2011/104
- RS0126781">17 Ob 26/11i
Entscheidungstext OGH 18.10.2011 17 Ob 26/11i
Vgl; Beisatz: Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr im Bereich des Imitationsmarketings ist zu fragen, ob der maßgebliche Durchschnittsverbraucher aufgrund der konkreten Aufmachung annehmen könnte, dass das Produkt aus einem anderen Unternehmen stammt, was wiederum voraussetzt, dass ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise die nachgeahmte Verpackung kennt und als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen versteht. (T2)

Veröff: SZ 2011/126

- RS0126781">17 Ob 28/11h

Entscheidungstext OGH 22.11.2011 17 Ob 28/11h

Vgl; Beis ähnlich wie T2

- RS0126781">17 Ob 22/11a

Entscheidungstext OGH 20.12.2011 17 Ob 22/11a

Vgl; Beis ähnlich wie T2; Beisatz: Hier: Website. (T3)

- RS0126781">4 Ob 227/12d

Entscheidungstext OGH 12.02.2013 4 Ob 227/12d

Vgl; Beis wie T2; Beisatz: Während eine Marke schon aufgrund ihrer Registrierung kennzeichenrechtliche Ansprüche begründet, die (jedenfalls während der Benutzungsschonfrist) auch dann bestehen, wenn die Marke gar nicht verwendet wird, und die Verwechslungsgefahr zunächst ausgehend vom Registerstand, also abstrakt zu prüfen ist, besteht beim Imitationsmarketing nach § 2 Abs 3 Z 1 UWG nur Schutz vor konkreter Verwechslungsgefahr, die eine durch Benutzung bewirkte tatsächliche Zuordnung des Zeichens (der Ausstattung) zu einem bestimmten Produkt voraussetzt. (T4)

- RS0126781">4 Ob 141/13h

Entscheidungstext OGH 23.09.2013 4 Ob 141/13h

Vgl auch; Beis ähnlich wie T2

- RS0126781">4 Ob 152/17g

Entscheidungstext OGH 21.11.2017 4 Ob 152/17g

Vgl aber; Beis ähnlich wie T2; Beisatz: Erforderlich ist die Verkehrsgeltung der Ausstattung bzw des zur Kennzeichnung der Waren oder Dienstleistungen verwendeten Kennzeichens. (T5)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2011:RS0126781

Im RIS seit

17.06.2011

Zuletzt aktualisiert am

23.01.2018

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