

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

RS OGH 2013/2/12 4Ob174/12k

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 12.02.2013

Norm

ABGB §1002

ABGB §1151 IV

ABGB §1168a

ABGB §1299 E

MSchG §10

1. ABGB § 1002 heute
 2. ABGB § 1002 gültig ab 01.01.1812
-
1. ABGB § 1151 heute
 2. ABGB § 1151 gültig ab 01.01.1917 zuletzt geändert durch RGBl. Nr. 69/1916
-
1. ABGB § 1168a heute
 2. ABGB § 1168a gültig ab 01.01.1917 zuletzt geändert durch RGBl. Nr. 69/1916
-
1. ABGB § 1299 heute
 2. ABGB § 1299 gültig ab 01.01.1812
-
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

Ob und in welchem Umfang eine mit der Erstellung eines Logos beauftragte Werbeagentur selbst eine kennzeichenrechtliche Kollisionsrecherche durchführen muss, ist eine Frage der (ausdrücklichen oder konkludenten) Vertragsgestaltung.

Entscheidungstexte

- RS0128618" >4 Ob 174/12k

Entscheidungstext OGH 12.02.2013 4 Ob 174/12k

Beisatz: Zwar ist in der Regel auch ohne gesonderte Parteienabrede davon auszugehen, dass die von einer Werbeagentur vorgeschlagene oder umgesetzte Werbemaßnahme rechtmäßig zu sein hat; die grundsätzliche Verpflichtung einer Werbeagentur, dem Auftraggeber ein nicht mit Rechten Dritter kollidierendes Logo zur Verfügung zu stellen, wird allerdings durch die Zumutbarkeit der Prüfung im konkreten Einzelfall begrenzt.

(T1)Beisatz: Zu berücksichtigen ist dabei, dass neben einer Identitätsrecherche auch eine aufwendige und kostenintensive Ähnlichkeitsrecherche samt fachkundiger Auswertung durch Spezialisten erforderlich ist.

(T2)Beisatz: Auch ohne besondere Vertragsabrede hat die Werbeagentur, die ein Logo zu entwerfen hat, aufgrund ihrer Sachkunde, für die sie gemäß § 1299 ABGB einzustehen hat, sowie im Rahmen ihrer Warnpflicht nach § 1168a ABGB als Ausfluss der allgemeinen Schutz- und Sorgfaltspflicht des Schuldners den Auftraggeber auf die

Notwendigkeit einer wettbewerbsrechtlichen Überprüfung möglicher Kollisionsfälle mit älteren Zeichenrechten hinzuweisen. (T3)Beisatz: Hier wurde eine Klausel in den AGB (die inhaltlich vom Verband der österreichischen Werbeagenturen stammten), wonach der Kunde sinngemäß für die Einhaltung der kennzeichenrechtlichen Vorschriften selbst verantwortlich sei, als ausreichender Hinweis angesehen und die Klausel als nicht

ungewöhnlich iSd § 864a ABGB beurteilt. (T4)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2013:RS0128618

Im RIS seit

15.04.2013

Zuletzt aktualisiert am

15.04.2013

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