

Gericht

OGH

Rechtssatznummer

RS0126548

Entscheidungsdatum

16.02.2011

Geschäftszahl

17Ob19/10h; 4Ob40/11b; 4Ob171/11t; 4Ob165/11k; 4Ob38/12k; 4Ob76/12y; 4Ob204/12x; 4Ob94/14y; 4Ob7/15f; 4Ob74/15h; 4Ob129/15x

Norm

MSchG §10; UWG §1 Abs1 Z1 C5b

Rechtssatz

Eine Markenverletzung setzt Handeln im geschäftlichen Verkehr voraus. Diese Bedingung ist erfüllt, wenn das beanstandete Verhalten objektiv geeignet ist, den eigenen oder fremden Wettbewerb zu fördern und nicht eine andere Zielsetzung bei objektiver Betrachtung eindeutig überwiegt.

Entscheidungstexte

TE OGH 2011-02-16 17 Ob 19/10h

Veröff: SZ 2011/18

TE OGH 2011-06-21 4 Ob 40/11b

Vgl; Beisatz: Hier: Förderung fremden Wettbewerbs iSd § 1 Abs 1 Z 1 UWG durch die öffentliche Hand verneint. (T1); Veröff: SZ 2011/75

TE OGH 2011-11-22 4 Ob 171/11t

Vgl auch; Beisatz: Hier: Vergleich von Produkten Dritter durch einen selbst nicht wirtschaftlich tätigen Verband zwecks Information seiner Mitglieder – Förderung fremden Wettbewerbs verneint. (T2)

TE OGH 2012-02-28 4 Ob 165/11k

Vgl auch; Beisatz: Ein Produktvergleich mit dem Ziel, am Abschluss von Verträgen über einzelne Produkte zu verdienen, dient in aller Regel der Förderung des eigenen und fremden Wettbewerbs. (T3)

Beisatz: Hier: Vergleich von Versicherungsleistungen durch einen Versicherungsmakler - wirtschaftliches Eigeninteresse und Eignung zur Förderung fremden Wettbewerbs bejaht. (T4)

TE OGH 2012-05-11 4 Ob 38/12k

Beisatz: Die „Benutzung“ eines mit der Marke des Inhabers identischen oder ihr ähnlichen Zeichens setzt voraus, dass das Zeichen im Rahmen einer eigenen auf einen wirtschaftlichen Vorteil gerichteten kommerziellen Tätigkeit und nicht im privaten Bereich benutzt wird. (T5)

Beisatz: Verkauft eine natürliche Person ein Markenprodukt mittels eines Online-Marktplatzes, ohne dass diese Transaktion im Rahmen einer gewerblichen Tätigkeit dieser Person stattfindet, kann sich der Inhaber der Marke nicht auf sein ausschließliches Recht berufen. Weisen hingegen die auf einem solchen Marktplatz getätigten Verkäufe aufgrund ihres Umfangs, ihrer Häufigkeit oder anderer Merkmale über die Sphäre einer privaten Tätigkeit hinaus, bewegt sich der Verkäufer im Rahmen des „geschäftlichen Verkehrs“. (T6)

TE OGH 2012-07-10 4 Ob 76/12y

Vgl auch; Beisatz: Hier: Förderung fremden Wettbewerbs durch die Herausgabe der Media-Analyse durch den beklagten Verein bejaht. (T7)

TE OGH 2013-01-15 4 Ob 204/12x

Vgl; Vgl auch Beis wie T6; Beisatz: Hier: Unternehmerisches Handeln auf eBay. (T8); Veröff: SZ 2013/1

TE OGH 2014-06-24 4 Ob 94/14y

Vgl auch; Beisatz: Hier: Förderung eigenen und fremden Wettbewerbs durch die Veröffentlichung eines Artikels eines Rechtsanwalts in einer Werbebroschüre, der darauf gerichtet war, die Adressaten zur Inanspruchnahme einer schriftlichen Abhandlungspflege zu bewegen. (T9)

TE OGH 2015-02-17 4 Ob 7/15f

Vgl auch; Beisatz: Hier: Förderung fremden Wettbewerbs durch den Verein für Konsumenteninformation aufgrund dessen Energieanbieterwechselkampagne verneint. Die aus einem Produktvergleich resultierende faktische Förderung des Testsiegers ist durchaus mit den positiven Effekten der Energieanbieterwechselkampagne für den Bestbieter zu vergleichen. (T10)

TE OGH 2015-05-19 4 Ob 74/15h

Vgl auch; Beisatz: Hier: "PR-Ethik-Rat" zeigt mit seiner Rüge seiner Meinung nach bedenkliche PR-Aktivitäten auf - wettbewerbsfremde Zielsetzungen überwiegen. (T11)

TE OGH 2015-11-17 4 Ob 129/15x

Vgl; Beisatz: Hier: Förderung fremden Wettbewerbs durch Werbung des beklagten Fachverbandes für seine Mitgliedsunternehmen bejaht. (T12)

European Case Law Identifier

ECLI:AT:OGH0002:2011:RS0126548