

RS OGH 2004/1/20 4Ob259/03x

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 20.01.2004

Norm

UWG §2 A4

Rechtssatz

Der unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden erhobene und damit auch nachprüfbare Markenwert kann Meinungsumfragen über ein Produkt nicht gleichgehalten werden. Bezogen auf den Markenwert ist das Produkt nicht bloß Reflexions- oder Projektionsfläche von Vorstellungen und subjektiven Einstellungen der Umwelt, sondern die materielle Basis, an die die Marke als Kommunikationsmittel und Kürzel für die werbliche Botschaft des Benutzers anknüpft.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 259/03x
Entscheidungstext OGH 20.01.2004 4 Ob 259/03x

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2004:RS0118393

Zuletzt aktualisiert am

18.08.2009

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