

# 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](http://www.jusline.at)