

OGH Beschluss vom 24.3.2015, 4 Ob 29/15s –
Blutzuckermessgeräte/Calla



Fundstellen: ecolex 2015/240, 582 (*Zemann*) = wbl 2015/146, 421 = ZIIR 2015, 314 (*Thiele*)

- 1. Die einem Unternehmen verliehenen Auszeichnungen für eines seiner Produkte dürfen auch bei der Anpreisung eines anderen, gleichfalls von ihm erzeugten und gleichartigen Produkts verwendet werden.**
- 2. Ein Hinweis auf die Auszeichnung bei anderen Produkten ist nur dann nicht als irreführend zu qualifizieren, wenn die Auszeichnung für eine bestimmte Eigenschaft oder Funktion des Produkts erlangt wurde, die auch bei anderen Modellen vorliegt.**
- 3. Nicht jeder Gebrauch eines Landessymbols (hier: des burgenländischen Landeswappens) ist bewilligungspflichtig; die Abgrenzung bleibt aber eine Frage des Einzelfalls.**
- 4. Die Benutzung des burgenländischen Landeswappens auf Produktverpackungen stellt kein bewilligungspflichtiges Führung nach § 6 Bgld LandessymboleG dar, sondern eine bloße Verwendung iS des § 9 Bgld LandessymboleG, die als bloß illustrativer Hinweis auf die Auszeichnung eines Unternehmens des Landes Burgenland nicht den Tatbestand einer unlauteren Geschäftspraktik erfüllt.**

Leitsätze verfasst von Hon.-Prof. Dr. *Clemens Thiele*, LL.M.

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten Dr. Vogel als Vorsitzenden und durch die Hofräte Dr. Jensik, Dr. Musger, Dr. Schwarzenbacher und Dr. Rassi als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei R***** GmbH, *****, vertreten durch KNIRSCH GSCHAIDER & CERHA Rechtsanwälte OG in Wien, gegen die beklagte Partei M*****gesmbH, *****, vertreten durch Mag. Harald Schuster, Rechtsanwalt in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Sicherungsverfahren 36.000 EUR), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der klagenden Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Wien als Rekursgericht vom 22. Dezember 2014, GZ 3 R 16/14s-14, in nichtöffentlicher Sitzung den

Beschluss

gefasst: Der außerordentliche Revisionsrekurs wird gemäß §§ 78, 402 EO iVm § 526 Abs 2 Satz 1 ZPO mangels der Voraussetzungen des § 528 Abs 1 ZPO zurückgewiesen.

Begründung:

Beide Parteien vertreiben Blutzuckermessgeräte. Die beklagte Partei wurde 2011 für ihr Blutzuckermessgerät „wellion CALLA premium“ mit dem von der deutschen iF International Forum Design GmbH verliehenen „iF Product Design Award“ ausgezeichnet. Für das gleiche Modell erhielt sie im Rahmen des vom Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend verliehenen „Staatspreises Design 2011“ die Auszeichnung „für den Staatspreis nominiert“. Für „wellion CALLA dialog“, ein Blutzuckermessgerät der gleichen Produktserie, wurde ihr im Rahmen des von der Wirtschaftsservice Burgenland AG (WiBAG) veranstalteten Wettbewerbs „Burgenländischer Innovationspreis 2010“ eine Auszeichnung verliehen. Auf der Verleihungsurkunde befinden sich ua die Unterschriften des Landeshauptmanns und des Landeshauptmannstellvertreters des Landes Burgenland sowie das burgenländische Landeswappen.

Die beklagte Partei weist auf den Verpackungen ihrer Blutzuckermessgeräte auf die Auszeichnungen hin. Mit diesen Hinweisen bewirbt sie auch Modelle der Produktserie, die nicht ausgezeichnet wurden, wobei das tatsächlich ausgezeichnete Modell nur im Kleindruck in einer schwer lesbaren Schrift zu lesen ist. Beim Modell „wellion CALLA classic“ wird auf den Burgenländischen Innovationspreis und den iF Product Design Award, bei den Modellen „wellion CALLA dialog“, „wellion CALLA premium“ und „wellion CALLA light“ jeweils auf alle drei Auszeichnungen hingewiesen.

Das *Rekursgericht* verbot mit einstweiliger Verfügung der beklagten Partei, beim Vertrieb des Blutzuckermessgeräts „wellion CALLA dialog“ die Aussage, dieses habe den iF Product Design Award oder den Staatspreis Design 2011 erhalten. Es wies das Mehrbegehren, die beklagte Partei dürfe das Landeswappen des Bundeslandes Burgenland nicht verwenden oder mit Hinweisen werben, wonach auch andere Modelle als das Gerät „wellion CALLA dialog“ den iF Product Design Award bzw dass alle vier Blutzuckermessgeräte den Burgenländischen Innovationspreis erhalten hätten oder das Blutzuckermessgerät „wellion CALLA light“ den Staatspreis Design 2011 erhalten habe.

Das *Rekursgericht* ging im Wesentlichen davon aus, dass die Modelle mit Ausnahme des „wellion CALLA dialog“ ein gleichartiges Design aufwiesen, sodass zwar nicht beim Letzteren, sehr wohl aber bei den anderen Modellen auf die im Rahmen der Designerwettbewerbe erlangten Auszeichnungen hingewiesen werden dürfte, dies unabhängig davon, ob das jeweils beworbene Modell die Auszeichnung erlangt hat. Für die Frage der Gleichartigkeit sei bei der Werbung mit Designerpreisen nicht auf die technischen Details, sondern auf das Design abzustellen. Beim „Burgenländischen Innovationspreis“ hielt das *Rekursgericht* fest, dass die beklagte Partei alle vier Modelle mit der Auszeichnung bewerben dürfe, weil für die Auszeichnung eine „no code“-Funktion maßgebend gewesen sei, die alle Modelle aufwiesen. Die Art der Benutzung des burgenländischen Landeswappens sei wegen der engen Verknüpfung der WiBAG mit dem Land Burgenland keine unlautere Geschäftspraktik, weil die beklagte Partei das Wappen weder führe noch einen falschen Eindruck erwecke, sondern damit nur illustrativ darauf hinweise, dass sie im Rahmen des Burgenländischen Innovationspreises eine Auszeichnung erhalten habe.

In ihrem *außerordentlichen Revisionsrekurs* macht die klagende Partei als erhebliche Rechtsfrage geltend, dass das *Rekursgericht* zu Unrecht davon ausgegangen sei, der beklagten Partei sei die Bewerbung von Produkten mit Auszeichnungen anderer Produkte und - ohne Bewilligung - mit einem Landeswappen erlaubt. Damit zeigt das Rechtsmittel keine erhebliche Rechtsfrage auf.

1. Die behauptete Mangelhaftigkeit des Rekursverfahrens wurde geprüft, liegt aber nicht vor (§ 510 Abs 3 ZPO iVm § 528a ZPO, § 78 EO).

2.1 Der Oberste Gerichtshof hat bereits in der lauterkeitsrechtlichen Entscheidung 4 Ob 346/62 (JBl 1963, 482 = RIS-Justiz RS0078551) im Rahmen einer Prüfung nach § 2 UWG die umfassend begründete Ansicht vertreten, dass die einem Unternehmen verliehenen Auszeichnungen für eines seiner Produkte auch bei der Anpreisung eines anderen, gleichfalls von ihm erzeugten und gleichartigen Produkts verwendet werden dürfen, wobei in dieser Entscheidung die Gleichartigkeit zweier alkoholischer Getränke (Wermut, Likör) bejaht wurde.

2.2 Die vom *Rekursgericht* vertretene Rechtsansicht, die beklagte Partei sei bei einer Auszeichnung für ein von ihr hergestelltes Blutzuckermessgerät berechtigt, auch andere Modelle der Produktserie von Blutzuckermessgeräten mit gleichartigen Funktionen bzw gleichartigem Design zu bewerben, hält sich im Rahmen dieser Judikatur. Die klagende Partei

erweckt mit keinen neuen Argumenten erhebliche Zweifel an der Richtigkeit dieser Entscheidung (vgl RIS-Justiz RS0103384 [T4]).

2.3 Der Hinweis, dass sich das Rekursgericht nur auf eine einzige Entscheidung stützen kann, begründet nicht das Vorliegen einer erheblichen Rechtsfrage. Eine Entscheidung, die zwar bisher die einzige ist, die aber ausführlich begründet und auch vom Schrifttum ohne Kritik übernommen wurde (vgl zB *Anderl/Appl* in *Wiebe/Kodek*, UWG² § 2 Rz 440 oder *Duursma* in *Gumpoldsberger/Baumann*, UWG § 2 Rz 126) und zu der gegenteilige Entscheidungen nicht vorliegen, reicht für das Vorliegen einer gesicherten Rechtsprechung aus (RIS-Justiz RS0103384). Ob die oberstgerichtliche Judikatur älteren oder jüngeren Datums ist, spielt jedenfalls dann keine Rolle, wenn sich, wie im vorliegenden Fall, die maßgeblichen rechtlichen Beurteilungskriterien nicht geändert haben und auch nicht etwa im Schrifttum inzwischen beachtliche Kritik geäußert wurde (vgl RIS-Justiz RS0103384 [T2]).

2.4 Insoweit das Rekursgericht von der Gleichartigkeit beworbener Modelle mit dem ausgezeichneten Modell ausgegangen ist, liegt schon wegen der damit verbundenen Einzelfallbezogenheit keine erhebliche Rechtsfrage vor; eine unvertretbare Fehlbeurteilung, die einer Korrektur durch den Obersten Gerichtshof bedürfte, ist dem Rekursgericht im konkreten Einzelfall jedenfalls nicht vorwerfbar. Dies auch deshalb, weil in der Rekursentscheidung nicht - wie das Rechtsmittel unterstellt - vertreten wird, dass sich eine Auszeichnung für ein bestimmtes Modell pauschal auf alle anderen Modelle der gleichen Serie erstreckt. Vielmehr hat das Rekursgericht einen Hinweis auf die Auszeichnung bei anderen Produkten nur dann nicht als irreführend qualifiziert, wenn die Auszeichnung für eine bestimmte Eigenschaft oder Funktion des Produkts erlangt wurde, die auch bei anderen Modellen vorliegt.

3.1 Nach dem klaren Wortlaut des Gesetzes über die burgenländischen Landessymbole (LGBI 1991/36) bedeutet nicht jeder Gebrauch des Wappens bereits eine bewilligungspflichtige Führung (vgl VwGH 1368/65 zur vergleichbaren alten Rechtslage). Trotz Fehlens einer ausdrücklichen Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofs zu einer konkreten Fallgestaltung liegt dann keine erhebliche Rechtsfrage vor, wenn das Gesetz selbst eine eindeutige Regelung trifft (RIS-Justiz RS0042656), zumal darüber hinaus das Fehlen von Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofs zu Bestimmungen des Verwaltungsrechts, deren Verletzung einen Mitbewerber vorgeworfen wird, für sich allein keine erhebliche Rechtsfrage begründet (RIS-Justiz RS0123321).

3.2 Die konkrete Abgrenzung der bewilligungspflichtigen Führung von der sonstigen Verwendung des Landeswappens ist von den Umständen des Einzelfalls abhängig und bedarf hier keiner höchstgerichtlichen Klarstellung.

3.3 Die Beurteilung der Vorinstanzen, die Art der Benutzung des burgenländischen Landeswappens auf den Verpackungen der Produkte der beklagten Partei sei keine bewilligungspflichtige Führung des Landeswappens nach § 6 Bgld LandessymboleG, sondern eine Verwendung iSd § 9 leg cit und erfülle als bloß illustrativer Hinweis auf die Auszeichnung eines Unternehmens des Landes Burgenland nicht den Tatbestand einer unlauteren Geschäftspraktik, ist jedenfalls vertretbar.

Anmerkung*

I. Das Problem

Beide Parteien verkauften Blutzuckermessgeräte. Die beklagte Partei wurde für eines ihrer Geräte mit dem „iF Product Design Award“ ausgezeichnet. Für das gleiche Modell erhielt sie im Rahmen des „Staatspreises Design 2011“ die Auszeichnung „für den Staatspreis nominiert“. Für ein zweites Gerät der gleichen Produktserie wurde ihr im Rahmen des „Burgenländischen Innovationspreis 2010“ eine Auszeichnung verliehen.

Die beklagte Partei weist auf den Verpackungen all ihrer Blutzuckermessgeräte auf die Auszeichnungen hin. Mit diesen Hinweisen bewirbt sie auch Modelle der Produktserie, die nicht ausgezeichnet wurden, wobei das tatsächlich ausgezeichnete Modell nur im Kleindruck in einer schwer lesbaren Schrift zu lesen ist. Sie bewirbt diese auch auf ihrer Website unter <http://www.wellion.at> gleichermaßen:



The screenshot shows the Wellion website's product page for the Wellion CALLA Premium. The page is structured as follows:

- Navigation:** 'HUMAN' and 'VET' tabs at the top, with a search bar and 'Log out' button.
- Product Line:** 'Produkte', 'Diabetes', 'Service', and 'Wellion CLUB Österreich'.
- Header:** 'Wellion CALLA Premium' and 'PERFEKTION TRIFFT DESIGN'.
- Image:** A couple sitting together, with a large image of the Wellion CALLA Premium device showing a blood sugar reading of 258.
- Product List:**
 - Blutzuckermessgeräte
 - Wellion CALLA Light
 - Wellion CALLA Mini
 - Wellion CALLA Classic
 - Wellion CALLA Premium**
 - Wellion CALLA Design
 - Wellion LUNA Duo
 - Wellion LUNA Duo Style
 - Wellion SmartSystem2
 - Wellion LINGO
 - Teststreifen
 - Stechhilfen
 - Lanzetten
 - Nahrungsergänzung
 - Invertzuckersirup
 - Pflegeprodukte
 - Kühlflaschen
- Wellion CALLA Premium - Perfektion trifft Design**
 - die wohl treffendsten drei Worte für das Wellion CALLA Premium.
 - Modernes Design & Vollfarb-Display**
 - Ein brillantes Farbdisplay das alles Bisherige übertrifft, eine kleine außergewöhnliche Form, schnelle und genaue Ergebnisse und Zusatzfunktionen, die ein perfektes Diabetes Management ermöglichen. Es ist klein, handlich und hat eine rutschfeste Beschichtung. Trotz der kleinen Größe des Wellion CALLA Premium bietet es ein großes Display mit gut lesbaren Zahlen, auf dem menügesteuert durch eine Vielzahl von Informationen geschaltet werden kann.
 - Das Wellion CALLA Premium besticht nicht nur durch sein perfektes Design sondern auch durch ein brillantes Farbdisplay, das alles Bisherige übertrifft. Das Vollfarbe - OLED Display leuchtet in vielen Farben und hinterlegt die Messergebnisse, nach individuell einstellbaren Blutzuckergrenzwerten, je nach Höhe oder Tiefe mit entsprechenden Farben. Dieser Alarm bei Hypo- oder Hyperglykämiewerten führt zu einer Erhöhung der Wahrnehmung und stellt somit sicher, dass die richtigen Maßnahmen zur Behandlung getroffen werden. Außerdem können
- Eigenschaften**
 - Technische Daten
 - Farben
 - Set Inhalt
- Image:** A stack of Wellion CALLA Premium devices in different colors.

Die Klägerin sah darin eine irreführende Geschäftspraktik iSd § 2 UWG und beantragte im Sicherungsverfahren die Unterlassung. Das Rekursgericht erließ eine einstweilige Verfügung und verbot der beklagten Partei, beim Vertrieb des zweiten Blutzuckermessgeräts die Aussage, dieses habe den iF Product Design Award oder den Staatspreis Design 2011 erhalten. Das Mehrbegehren, wonach die beklagte Partei das Landeswappen des Bundeslandes Burgenland nicht verwenden oder mit Hinweisen werben dürfe, wonach auch andere Modelle als das zweite Gerät den iF Product Design Award bzw dass alle vier Blutzuckermessgeräte den Burgenländischen Innovationspreis erhalten hätten, wurde jedoch abgewiesen.

* RA Hon.-Prof. Dr. Clemens Thiele, LL.M. Tax (GGU), Anwalt.Thiele@eurolawyer.at; Näheres unter <http://www.eurolawyer.at>.

II. Die Entscheidung des Gerichts

Der OGH bestätigte diese Entscheidung und betonte, die einem Unternehmen verliehenen Auszeichnungen für eines seiner Produkte auch bei der Anpreisung eines anderen, gleichfalls von ihm erzeugten und gleichartigen Produkts verwendet werden dürfen. Entscheidend war allerdings das nahezu idente Aussehen der Produkte. Da alle Modelle mit Ausnahme des zweiten Geräts ein gleichartiges Design aufwiesen, konnte jedes mit dem Designpreis beworben werden, unabhängig davon, ob das jeweils beworbene Modell die Auszeichnung tatsächlich erlangt hat. Für die Frage der Gleichartigkeit sei bei der Werbung mit Designerpreisen nicht auf die technischen Details, sondern auf das Design abzustellen.

Die Bezeichnung „Burgenländischer Innovationspreis“ hingegen durfte die Beklagte für alle vier Modelle verwenden, weil dafür eine Funktion maßgebend gewesen wäre, die alle Modelle aufwiesen.

III. Kritische Würdigung und Ausblick

Der vorliegenden Entscheidung ist im Ergebnis zuzustimmen. Ihre Begründung lässt jedoch eine unionsrechtliche Durchdringung vermissen.

Im zehnten Jahr nach Schaffung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (RL-UGP)¹ befindet sich die österr Praxis des Lauterkeitsrechts nach wie vor im Umbruch. Grundlegende Anpassungsschwierigkeiten, vertraute Sachverhalte unionsrechtlich neu zu durchdenken und zu bewerten, schaffen eine gewisse Unruhe. Ein Unbehagen im (vermeintlich) rechtssicheren Umgang mit zahllosen (autonomen) Rechtsbegriffen und neuen Tatbestandselementen macht sich breit. Eine Zaghaftigkeit steigt aus dem Nicht-Mehr und Noch-Nicht empor, die es letztlich – dogmatisch fundiert – zu überwinden gilt.

Der Anlassfall behandelt zwei grundsätzlich unterschiedliche Bereiche des UWG 2007. Ausgangspunkt einer raschen Klärung bildet dabei das Unionsrecht, denn jedes österreichische Gericht ist heutzutage Unionsgericht und Grundrechtsgericht.

3.1. Die Beklagte ist (verdiente) Preisträgerin eines Design-Awards für ihre besonders marktgängig gestalteten Blutzuckermessgeräte. Allein sie bewirbt auch jene Produkte mit dem "Staatspreis Design 2011", deren Aussehen weder tatsächlich prämiert noch Ähnlichkeiten mit dem herausragenden Design aufweist. Ihre auch im WWW geschaltete Werbung wendet sich an Verbraucher, sodass der Anwendungsbereich der RL-UGP eröffnet ist, die im Wege der Vollharmonisierung² ein hohes Verbraucherschutzniveau³ gewährleistet. Die Bewerbung eines Produktes mit unzutreffenden Angaben stellt Geschäftspraktik iS des § 1 Abs 4 Z 1 UWG 2007 dar, denn sie erfüllt das einzige von der Unions-Rsp⁴ geforderte Kriterium, im Zusammenhang mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung einer Ware oder einer Dienstleistung an Verbraucher in unmittelbarem Zusammenhang zu stehen.

Eine an Art 5 Abs 5 RL-UGP ansetzende Prüfung führt aus dem Anh UWG 2007 heraus und ordnet Art 5 Abs 4 RL-UGP die vorliegende Geschäftspraktik einer näheren Prüfung nach § 2 UWG als "irreführende Geschäftspraktik" zu. Dabei muss das beanstandete Verhalten den

¹ Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates, AB I L 149 vom 11.6.2005, 22 ff.

² EuGH 9.11.2010, C-540/08 (Fußballer des Jahres III) Rz 27 = RdW 2010/776, 775 = MR 2010, 347 (Heidinger) = wbl 2010/230, 627 = ÖBI-LS 2011/30 = ÖBI 2011/21, 91 = ecolex 2011/62, 142 (Horak).

³ EuGH 12.5.2011, C-122/10 (Ving Sverige) Rz 21 = RdW 2011/417, 402.

⁴ EuGH 14.1.2010, C-304/08 (Plus-Warenhandels-gesellschaft) Rz 39 = RdW 2010/67, 65 = ÖBI-LS 2010/65, 62 (Gamerith) = MR 2009, 378 (Heidinger) = ZfRV-LS 2010/2, 16.

Durchschnittsverbraucher zumindest potenziell zu einer geschäftlichen Handlung veranlassen (sog. geschäftliches Relevanzkriterium oder Spürbarkeitserfordernis).⁵ Für den Konsumenten ist eine staatliche Auszeichnung des beworbenen Produkts fraglos relevant, verbindet er damit möglicherweise eine höhere Qualität oder eine gesteigerte Benutzerfreundlichkeit der Blutzuckermessgeräte.

Wie sich unmittelbar aus dem Wortlaut von Art 6 Abs 1 RL-UGP ergibt, gilt eine Geschäftspraxis als irreführend, wenn sie falsche Angaben enthält und somit unwahr ist oder wenn sie in irgendeiner Weise den Durchschnittsverbraucher insbesondere in Bezug auf die wesentlichen Merkmale der Ware oder der Dienstleistung, einschließlich des Kundendienstes, den Preis, die Art der Preisberechnung sowie die Rechte des Verbrauchers täuscht oder ihn zu täuschen geeignet ist, und wenn sie den Verbraucher tatsächlich oder voraussichtlich zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst, die er ansonsten nicht getroffen hätte.⁶ Wendet man diese Vorschrift auf den vorliegenden Sachverhalt an, so hat die Beklagte eine irreführende und damit unlautere Geschäftspraktik für die Bewerbung von Produkten mit Auszeichnungen anderer Produkte insoweit zu verantworten, als die äußere Gestaltung dieser Produkte von den prämierten abweicht. Der Unterlassungstenor lautet daher mit Recht: "Die beklagte Partei ist schuldig, es im geschäftlichen Verkehr zu unterlassen, beim Vertrieb des Blutzuckermessgeräts „wellion CALLA dialog“ die Aussage, zu tätigen, dieses habe den iF Product Design Award oder den Staatspreis Design 2011 erhalten."⁷

3.2. Darüber hinaus hält der Ausgangssachverhalt noch eine weitere, typische Fragestellung des österreichischen Lauterkeitsrechts bereit: Hat die Beklagte das Burgenländische Landeswappen gesetzwidrig benutzt und sich dadurch einen unlauteren Vorsprung durch Rechtsbrauch gegenüber der Klägerin verschafft?

Diese durchaus außerhalb des Anwendungsbereichs⁸ der RL-UGP liegende Frage kann lediglich durch Prüfung der einschlägigen Verwaltungsvorschriften beantwortet werden. Erforderlich, aber auch ausreichend sind ein Verstoß gegen jede – nicht dem Lauterkeitsrecht *ieS* zuzurechnende – generelle Norm, sofern die Auslegung nicht vertretbar ist. Ein solcher Verstoß muss geeignet sein, Wettbewerb zum Nachteil von Unternehmen nicht nur unerheblich zu beeinflussen. Eine Prüfung nach § 1 Abs 1 Z 1 UWG führt daher, wie dies das Höchstgericht vorgenommen hat, sehr rasch zur vom Landesgesetzgeber des Bgld LandessymboleG getroffenen Unterscheidung zwischen der "Führung des Landeswappens" nach § 6 *leg.cit.* und der bloßen "Verwendung des Landeswappens" *iS* des § 9 *leg.cit.* Die Strafbestimmung des § 13 Z 3 Bgld LandessymboleG macht deutlich, dass eine Verwendung des Landeswappens immer dann zulässig erscheint, wenn dadurch weder das Ansehen des Wappens selbst noch das des Burgenlandes öffentlich herabgesetzt wird. Die vom OGH gebilligte Beurteilung der Vorinstanzen, der bloß illustrative Hinweis auf die (tatsächlich erhaltene) Auszeichnung des beklagten Unternehmens mit dem Landeswappen sei weder ein Führen nach § 6 Bgld LandessymboleG noch ein herabsetzendes Verwenden, bedarf keiner Korrektur.

Ausblick: Die vorliegende Entscheidung macht es deutlich: Der vom Höchstgericht gepflogene Verweis auf (ältere) Vorjudikatur⁹ und im Übrigen – gebetsmühlenartig – darauf, dass "für sich allein keine erhebliche Rechtsfrage begründet" wird, genügen den modernen Erfordernissen eines unionsrechtlich determinierten Lauterkeitsrechts nicht mehr. Der Begründungsaufwand wächst – die Rechtssicherheit mit ihm. Soviel sind die Gerichte den justiziellen Grundrechten nach Art 47 GRC schuldig.

⁵ Vgl. EuGH 19.9.2013, C-435/11 (CHS Tour Services ./ Team4 Travel) Rz 43 = wbl 2013/226, 636.

⁶ EuGH 16.4.2015, C-388/13 (UPC Magyarország Kft) Rz 39 = *ecolex* 2015/200, 494 (Horak).

⁷ So zutreffend OLG Wien 22.12.2014, 3 R 16/14s.

⁸ Vgl. EuGH 17.10.2013, C-391/12 (RLvS Verlagsgesellschaft mbH ./ Stuttgarter Wochenblatt GmbH) = *ecolex* 2013, 1134 = wbl 2014/3, 28 = ÖBI-LS 2014/1 (Musger).

⁹ OGH 18.12.1962, 4 Ob 346/62 (Wermut-Medaille) = JBl 1963, 482 = ÖBI 1963, 88.

IV. Zusammenfassung

Nach Ansicht der Gerichte besteht (noch) keine irreführende Geschäftspraktik darin, die einem Unternehmen verliehenen Auszeichnungen für eines seiner Produkte auch bei der Anpreisung eines anderen, gleichfalls von ihm erzeugten und gleichartigen Produkts zu verwenden. Ein Hinweis auf die Auszeichnung bei anderen Produkten ist aber dann als irreführend zu qualifizieren, wenn die Auszeichnung für eine bestimmte Eigenschaft oder Funktion des Produkts erlangt wurde, die bei den anderen Modellen nicht vorliegt.