Sammlung der Rechtsprechung

SCHLUSSANTRÄGE DES GENERALANWALTS
MANUEL CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA
vom 20. Juli 2017[1]

Rechtssache C-393/16

Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne
gegen
Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co. OHG, vertreten durch **Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH, vormals Aldi Einkauf GmbH & Co. OHG Süd,**
Streithelferin: **Galana NV**

(Vorabentscheidungsersuchen des Bundesgerichtshofs [Deutschland])

„Vorlagefrage – Gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse – Schutz geschützter Ursprungsbezeichnungen – Begriff der Ausnutzung des Ansehens einer Ursprungsbezeichnung, der widerrechtlichen Aneignung, Nachahmung oder Anspielung und der falschen oder irreführenden Angaben – Lebensmittel, dessen Bezeichnung mit der Praxis der maßgebenden Verkehrskreise übereinstimmt – Möglichkeit, die maßgebenden Verkehrskreise über den geografischen Ursprung eines Erzeugnisses irrezuführen“

1. Eine deutsche Supermarktkette verkauft ein Sorbet, das Champagner enthält und unter dem Namen „Champagner Sorbet“ vertrieben wird. Ist diese Vorgehensweise rechtmäßig, oder nutzen der Hersteller und der Vertreiber des Sorbets in Wirklichkeit das Ansehen des französischen Schaumweins aus, für den eine geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) besteht?

2. Dies ist zusammengefasst die Frage, die der Bundesgerichtshof (Deutschland) mit seinem Vorabentscheidungsersuchen stellt, auf dessen Grundlage zu entscheiden ist, ob das Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC), das die Interessen dieser g.U. verteidigt, zu Recht die Unterlassung des Verkaufs des Sorbets begehrt.

3. Vor Kurzem habe ich in Schlussanträgen[2] darauf hingewiesen, dass es eine umfangreiche Rechtsprechung des Gerichtshofs zu den geschützten Ursprungsbezeichnungen (g.U.) und den geschützten geografischen Angaben (g.g.A.) gibt. Diese Rechtssache bietet ihm die Gelegenheit, sie auf Fälle zu erweitern, in denen ein durch eine g.U. geschützter Schaumwein (Champagner) als Zutat eines Lebensmittels verwendet – und in seine Aufmachung aufgenommen – wird.

4. Wenn der Gerichtshof dem vorlegenden Gericht antwortet, muss er beachten, dass nach dessen Angaben „Champagner Sorbet“ der Name ist, der in Deutschland üblicherweise zur Bezeichnung einer halbgefrorenen Süßspeise mit Champagnerzusatz verwendet wird. Zudem muss er heterogene Vorschriften (über die g.U. auf der einen und die Kennzeichnung von Lebensmitteln auf der anderen Seite) auslegen, um ein Gleichgewicht zwischen den Rechten der Inhaber der g.U. und denen der Hersteller des Lebensmittels zu schaffen, die seine Zusammensetzung auf der Verpackung angeben wollen.

1 Originalsprache: Spanisch.

2 Verlesen am 18. Mai 2017 in der Rechtssache EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

I. Rechtlicher Rahmen

5. Der Bundesgerichtshof nimmt sowohl auf die Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 [3] als auch auf die Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 [4], mit der Erstere aufgehoben wurde, Bezug, obwohl Letztere auf den Rechtsstreit zeitlich nicht anwendbar ist. Die Auslegung der Verordnung Nr. 1308/2013 sei notwendig, weil der geltend gemachte Unterlassungsanspruch Wirkungen für die Zukunft entfalten könne und die tatsächlichen Umstände dann anhand von ihr zu beurteilen wären.

6. Auch wenn ich diesen Standpunkt nicht in Frage stelle, werde ich nur die Bestimmungen der Verordnung Nr. 1234/2007 anführen, da sie im maßgebenden Zeitraum anwendbar war und weil die beiden im vorliegenden Fall einschlägigen Artikel (Art. 118m der Verordnung Nr. 1234/2007 und Art. 103 der Verordnung Nr. 1308/2013) einander ähneln. Ich habe keine Bedenken, die Auslegung des ersten *mutatis mutandis* auf den zweiten zu übertragen.

A. Verordnung Nr. 1234/2007

7. Art. 118m („Schutz“) der Verordnung sieht vor:

„(1) Geschützte Ursprungsbezeichnungen und geschützte geografische Angaben dürfen von jedem Marktteilnehmer verwendet werden, der einen Wein vermarktet, der der betreffenden Produktspezifikation entspricht.

(2) Geschützte Ursprungsbezeichnungen und geschützte geografische Angaben sowie die diese geschützten Namen in Übereinstimmung mit der Produktspezifikation verwendenden Weine werden geschützt gegen

a) jede direkte oder indirekte kommerzielle Verwendung eines geschützten Namens

i) durch vergleichbare Erzeugnisse, die der Produktspezifikation des geschützten Namens nicht entsprechen, oder

ii) soweit durch diese Verwendung das Ansehen einer Ursprungsbezeichnung oder geografischen Angabe ausgenutzt wird;

b) jede widerrechtliche Aneignung, Nachahmung oder Anspielung, selbst wenn der tatsächliche Ursprung des Erzeugnisses oder der Dienstleistung angegeben ist oder wenn der geschützte Name in Übersetzung oder zusammen mit Ausdrücken wie ‚Art‘, ‚Typ‘, ‚Verfahren‘, ‚Fasson‘, ‚Nachahmung‘ oder dergleichen verwendet wird;

c) alle sonstigen falschen oder irreführenden Angaben, die sich auf Herkunft, Ursprung, Natur oder wesentliche Eigenschaften der Erzeugnisse beziehen und auf der Aufmachung oder der äußeren Verpackung, in der Werbung oder in Unterlagen zu den betreffenden Weinerzeugnissen erscheinen, sowie die Verwendung von Behältnissen, die geeignet sind, einen falschen Eindruck hinsichtlich des Ursprungs zu erwecken;

d) alle sonstigen Praktiken, die geeignet sind, den Verbraucher in Bezug auf den tatsächlichen Ursprung des Erzeugnisses irrezuführen.

3 Verordnung des Rates vom 22. Oktober 2007 über eine gemeinsame Organisation der Agrarmärkte und mit Sondervorschriften für bestimmte landwirtschaftliche Erzeugnisse (Verordnung über die einheitliche GMO) (ABl. 2007, L 299, S. 1).

4 Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17. Dezember 2013 über eine gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse und zur Aufhebung der Verordnungen (EWG) Nr. 922/72, (EWG) Nr. 234/79, (EG) Nr. 1037/2001 und (EG) Nr. 1234/2007 (ABl. 2013, L 347, S. 671).

(3) Geschützte Ursprungsbezeichnungen und geschützte geografische Angaben dürfen nicht zu Gattungsbezeichnungen in der Gemeinschaft im Sinne von Artikel 118k Absatz 1 werden.

…“

8. Der 97. Erwägungsgrund der Verordnung Nr. 1308/2013, der dem 32. Erwägungsgrund der Verordnung Nr. 479/2008[5] entspricht, mit der die durch die Verordnung Nr. 491/2009[6] in die Verordnung Nr. 1234/2007 eingeführten Bestimmungen zum Schutz der Ursprungsbezeichnungen erlassen wurden, lautet:

„Eingetragene Ursprungsbezeichnungen und geografische Angaben sollten vor Verwendungen geschützt werden, die sich den Ruf zunutze machen, den vorschriftskonforme Erzeugnisse genießen. Um einen fairen Wettbewerb zu fördern und die Verbraucher nicht irrezuführen, sollte sich dieser Schutz auch auf nicht unter diese Verordnung fallende Erzeugnisse und Dienstleistungen erstrecken, einschließlich solcher, die nicht in Anhang I der Verträge aufgeführt sind.“

B. Richtlinie 2000/13/EG[7]

9. Im Bereich der Etikettierung von Lebensmitteln galt im maßgebenden Zeitraum die in der Überschrift genannte Richtlinie[8]. Ihr Art. 3 Abs. 1 sieht, soweit hier erheblich, vor:

„Die Etikettierung der Lebensmittel enthält nach Maßgabe der Artikel 4 bis 17 und vorbehaltlich der dort vorgesehenen Ausnahmen nur folgende zwingende Angaben:

1. die Verkehrsbezeichnung,

2. das Verzeichnis der Zutaten,

3. die Menge bestimmter Zutaten oder Zutatenklassen gemäß Artikel 7,

…“

10. Art. 5 Abs. 1 bestimmt:

„Die Verkehrsbezeichnung eines Lebensmittels ist die Bezeichnung, die in den für dieses Lebensmittel geltenden gemeinschaftlichen Rechtsvorschriften vorgesehen ist.

a) Beim Fehlen gemeinschaftlicher Vorschriften ist die Verkehrsbezeichnung die Bezeichnung, die in den Rechts- und Verwaltungsvorschriften des Mitgliedstaats vorgesehen ist, in dem die Abgabe an den Endverbraucher oder an gemeinschaftliche Einrichtungen erfolgt.

5 Verordnung des Rates vom 29. April 2008 über die gemeinsame Marktorganisation für Wein, zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 1493/1999, (EG) Nr. 1782/2003, (EG) Nr. 1290/2005, (EG) Nr. 3/2008 und zur Aufhebung der Verordnungen (EWG) Nr. 2392/86 und (EG) Nr. 1493/1999 (ABl. 2008, L 148, S. 1).

6 Verordnung des Rates vom 25. Mai 2009 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 über eine gemeinsame Organisation der Agrarmärkte und mit Sondervorschriften für bestimmte landwirtschaftliche Erzeugnisse (ABl. 2009, L 154, S. 1).

7 Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. März 2000 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln sowie die Werbung hierfür (ABl. 2000, L 109, S. 29).

8 Sie wurde erst mit Wirkung vom 13. Dezember 2014, also mehr als zwei Jahre nach dem Zeitraum, um den es im Ausgangsverfahren geht, durch die Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 1924/2006 und (EG) Nr. 1925/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates und zur Aufhebung der Richtlinie 87/250/EWG der Kommission, der Richtlinie 90/496/EWG des Rates, der Richtlinie 1999/10/EG der Kommission, der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, der Richtlinien 2002/67/EG und 2008/5/EG der Kommission und der Verordnung (EG) Nr. 608/2004 der Kommission (ABl. 2011, L 304, S. 18) aufgehoben.

Beim Fehlen einer solchen Bezeichnung ist die Verkehrsbezeichnung die verkehrsübliche Bezeichnung in dem Mitgliedstaat, in dem die Abgabe an den Endverbraucher oder an gemeinschaftliche Einrichtungen erfolgt, oder eine Beschreibung des Lebensmittels und erforderlichenfalls seiner Verwendung, die hinreichend genau ist, um es dem Käufer zu ermöglichen, die tatsächliche Art des Lebensmittels zu erkennen und es von Erzeugnissen zu unterscheiden, mit denen es verwechselt werden könnte.

…“

11. In Art. 6 Abs. 5 heißt es:

„Das Verzeichnis der Zutaten besteht in einer Aufzählung sämtlicher Zutaten des Lebensmittels in absteigender Reihenfolge ihres Gewichtsanteils zum Zeitpunkt der Verarbeitung. Ihm wird eine geeignete Bezeichnung vorangestellt, in der das Wort ‚Zutaten‘ erscheint.

…“

12. Art. 7 Abs. 1 und 5 sieht vor:

„(1) Die Angabe der bei der Herstellung oder Zubereitung eines Lebensmittels verwandten Menge einer Zutat oder Zutatenklasse erfolgt gemäß diesem Artikel.

…

(5) Die Angabe gemäß Absatz 1 ist entweder in der Verkehrsbezeichnung selbst oder in ihrer unmittelbaren Nähe oder in der Liste der Zutaten zusammen mit der betreffenden Zutat oder Zutatenklasse aufzuführen.“

C. Leitlinien für die Kennzeichnung von Lebensmitteln, die Zutaten mit geschützten Ursprungsbezeichnungen (g.U.) und geschützten geografischen Angaben (g.g.A.) enthalten[9]

13. In Abschnitt 2.1 („Empfehlungen bezüglich der Verwendung des eingetragenen Namens“) der Leitlinien heißt es:

„1. Nach Auffassung der Kommission könnte ein als g.U. oder g.g.A. eingetragener Name berechtigterweise in der Zutatenliste eines Lebensmittels aufgeführt werden.

2. Darüber hinaus vertritt die Kommission die Ansicht, dass ein als g.U. oder g.g.A. eingetragener Name auch in der oder in der Nähe der Verkehrsbezeichnung eines Lebensmittels, dem Erzeugnisse zugesetzt wurden, welche den eingetragenen Namen führen, sowie bei der Kennzeichnung und Aufmachung von diesem Lebensmittel und der Werbung hierfür erwähnt werden könnte, sofern die folgenden Bedingungen erfüllt sind.

   – So erscheint es angemessen, dass besagtes Lebensmittel keine weitere ‚vergleichbare Zutat‘, also keine weitere Zutat, welche die die Bezeichnung g.U. oder g.g.A. führende Zutat ganz oder teilweise ersetzen könnte, enthält. Lediglich zur Erläuterung des Begriffs ‚vergleichbare Zutat‘ und nicht etwa abschließend führt die Kommission hier an, dass ein Käse mit Schimmelbildung (bzw. ‚Blauschimmelkäse‘) mit einem ‚Roquefort‘ vergleichbar wäre.

9 Mitteilung der Kommission (ABl. 2010, C 341, S. 3, im Folgenden: Leitlinien).

– Darüber hinaus müsste diese Zutat in ausreichender Menge verwendet werden, um dem betreffenden Lebensmittel eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen. Die Kommission kann allerdings in Anbetracht der Heterogenität der möglicherweise auftretenden Fälle keinen einheitlich geltenden Mindestanteil vorschlagen. So könnte zum Beispiel die Beimischung einer minimalen Menge eines Gewürzes, das die Bezeichnung g.U. oder g.g.A. führt, in einem Lebensmittel gegebenenfalls ausreichen, um besagtem Lebensmittel eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen. Dagegen würde die Beimischung einer minimalen Menge Fleisch, welches die Bezeichnung g.U. oder g.g.A. führt, in einem Lebensmittel diesem nicht von vornherein eine wesentliche Eigenschaft verleihen.

– Schließlich sollte der Anteil der beigemischten Zutat, welche die Bezeichnung g.U. oder g.g.A. führt, möglichst in der oder in unmittelbarer Nähe der Verkehrsbezeichnung des betreffenden Lebensmittels, oder behelfsweise auf der Zutatenliste in direktem Zusammenhang mit der betreffenden Zutat, angegeben werden.“

II. Sachverhalt und Vorlagefragen

14. Ende 2012 bot Aldi Süd, eine Gesellschaft, die Lebensmittel und andere Verbrauchsgüter in Supermärkten vertreibt, ein von der Galana NV[10] hergestelltes Erzeugnis mit der Bezeichnung „Champagner Sorbet“, dem als Zutat 12 % Champagner beigemischt waren, zum Verkauf an. Seine Verpackung wird nachstehend abgebildet:



15. Das CIVC erhob beim Landgericht München (Deutschland) gegen Aldi Süd Klage auf Unterlassung der Verwendung der g.U. Champagne für ihr Tiefkühlprodukt, da diese g.U. verletzt werde.

16. Dem auf Art. 118m der Verordnung Nr. 1234/2007 gestützten Antrag wurde im ersten Rechtszug stattgegeben, aber in der Berufung wurde er vom Oberlandesgericht München (Deutschland) zurückgewiesen.

17. Das CIVC focht das in der Berufung ergangene Urteil beim vorlegenden Gericht an, das dazu neigt, die Anwendbarkeit von Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1234/2007 auf die Verwendung der g.U. Champagne für ein Tiefkühlprodukt zu bejahen, da der Begriff Champagner kommerziell zur Bezeichnung einer Süßspeise verwendet werde, die nicht den Produktspezifikationen der durch die g.U. Champagne geschützten Weine entspreche.

18. Zudem weist es darauf hin, dass der Begriff „Champagner Sorbet“ vom Ansehen der g.U. Champagne profitieren könne. Es fragt sich aber, ob die g.U. im Sinne von Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1234/2007 ausgenutzt werde, da dieser Begriff den Gewohnheiten der Verkehrskreise bei der Bezeichnung der Süßspeise entspreche, die Champagner in ausreichender Menge enthalte, um ihr eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen. Eine Ausnutzung des Rufes der g.U. könnte daher ausgeschlossen sein, wenn, wie das Berufungsgericht angenommen habe, ein berechtigtes Interesse ihre Verwendung rechtfertige.

10 Die Galana NV ist am Ausgangsverfahren als Streithelferin von Aldi Süd beteiligt.

19. In Anbetracht dessen, dass der Anspruch des CIVC auf Art. 118m Abs. 2 Buchst. b der Verordnung Nr. 1234/2007 gestützt werden könnte, hat das vorlegende Gericht auch Zweifel, ob die Verwendung der g.U. eine widerrechtliche Aneignung, Nachahmung oder Anspielung darstelle. Die Nutzung müsse rechtswidrig sein, so dass bei Vorliegen eines sie rechtfertigenden berechtigten Interesses eine Verletzung der g.U. ausgeschlossen sei.

20. Schließlich möchte das vorlegende Gericht im Hinblick auf das vom CIVC vorgebrachte Argument, Aldi Süd verwende die Bezeichnung „Champagner Sorbet“ irreführend im Sinne von Art. 118m Abs. 2 Buchst. c der Verordnung Nr. 1234/2007, wissen, ob sich diese Vorschrift nur auf Fälle beziehe, in denen die irreführende Angabe beim Publikum einen unzutreffenden Eindruck in Bezug auf die geografische Herkunft des Erzeugnisses hervorrufe, oder ob sie auch irreführende Angaben zu den wesentlichen Eigenschaften des Erzeugnisses erfasse.

21. Vor diesem Hintergrund legt der Bundesgerichtshof dem Gerichtshof folgende Fragen vor:

1. Sind Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1234/2007 sowie Art. 103 Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1308/2013 dahin auszulegen, dass ihr Anwendungsbereich auch dann eröffnet ist, wenn die geschützte Ursprungsbezeichnung als Teil einer Bezeichnung für ein nicht den Produktspezifikationen entsprechendes Lebensmittel verwendet wird, dem eine den Produktspezifikationen entsprechende Zutat beigefügt wurde?

2. Falls die Frage 1 zu bejahen ist:

Sind Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1234/2007 sowie Art. 103 Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1308/2013 dahin auszulegen, dass die Verwendung einer geschützten Ursprungsbezeichnung als Teil einer Bezeichnung für ein nicht den Produktspezifikationen entsprechendes Lebensmittel, dem eine den Produktspezifikationen entsprechende Zutat beigefügt wurde, ein Ausnutzen des Ansehens der Ursprungsbezeichnung darstellt, wenn die Bezeichnung des Lebensmittels den Bezeichnungsgewohnheiten der angesprochenen Verkehrskreise entspricht und die Zutat in ausreichender Menge beigefügt worden ist, um dem Produkt eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen?

3. Sind Art. 118m Abs. 2 Buchst. b der Verordnung Nr. 1234/2007 sowie Art. 103 Abs. 2 Buchst. b der Verordnung Nr. 1308/2013 dahin auszulegen, dass die Verwendung einer geschützten Ursprungsbezeichnung unter den in Vorlagefrage 2 beschriebenen Umständen eine widerrechtliche Aneignung, Nachahmung oder Anspielung darstellt?

4. Sind Art. 118m Abs. 2 Buchst. c der Verordnung Nr. 1234/2007 sowie Art. 103 Abs. 2 Buchst. c der Verordnung Nr. 1308/2013 dahin auszulegen, dass sie nur auf falsche oder irreführende Angaben anwendbar sind, die bei den angesprochenen Verkehrskreisen einen unzutreffenden Eindruck über die geografische Herkunft eines Erzeugnisses hervorzurufen geeignet sind?

III. Verfahren vor dem Gerichtshof

22. Der Vorlagebeschluss ist am 14. Juli 2016 bei der Kanzlei des Gerichtshofs eingegangen.

23. Das CIVC, die Galana NV, die französische und die portugiesische Regierung sowie die Europäische Kommission haben schriftliche Erklärungen eingereicht.

24. Am 18. Mai 2017 hat eine mündliche Verhandlung stattgefunden, an der Vertreter des CIVC, der Galana NV, der französischen Regierung sowie der Europäischen Kommission teilgenommen haben.

IV. Zusammenfassung der Erklärungen der Parteien

A. Zur ersten Frage

25. Alle Parteien stimmen darin überein, dass die erste Vorlagefrage zu bejahen sei. Das CIVC meint, die Unionsvorschriften schützten die g.U. vor jeder direkten oder indirekten kommerziellen Verwendung, mit der ihr Ruf ausgenutzt werden solle. Dieser Schutz erstrecke sich auf die Verwendung der g.U. sowohl als Teil einer Produktbezeichnung als auch für ein nicht den Produktspezifikationen entsprechendes Lebensmittel. Wie sich aus dem Urteil Bureau National Interprofessionnel du Cognac [11] ergebe, werde die g.U. Champagne direkt kommerziell verwendet, wenn sie selbst oder ihre Übersetzung als Teil von „Champagner Sorbet“ benutzt werde.

26. Die französische Regierung führt aus, zwar werde in den einschlägigen Verordnungen die Verwendung einer g.U. für Zutaten nicht ausdrücklich erwähnt, doch sprächen ihr Schutz sowie die Kohärenz der Bestimmungen im Weinsektor und der Bestimmungen für landwirtschaftliche Erzeugnisse und Lebensmittel dafür, dass die Verordnungen auch für diese Verwendung gälten.

27. Die portugiesische Regierung fügt hinzu, „Champagner“ sei in dieser Rechtssache der wichtigste Wortbestandteil des Erzeugnisses, während der Begriff „Sorbet“ Gattungscharakter habe und daher auf die Beurteilung der Verwendung der g.U. ohne Einfluss sei.

B. Zur zweiten Frage

28. Das CIVC spricht sich dafür aus, die zweite Frage ebenfalls zu bejahen. Es weist ebenso wie die portugiesische Regierung darauf hin, dass der Begriff „ausnutzen“ bedeute, aus etwas Nutzen zu ziehen oder von etwas Gebrauch zu machen. Dafür reiche es aus, einen Vorteil aus dem Ansehen der g.U. zu ziehen. Bei dem Sorbet sei dies der Fall, da es durch die Aufnahme des Begriffs Champagne von dem Qualitätsimage oder dem Prestige dieses durch die g.U. geschützten Schaumweins profitiere. Eine entsprechende Anwendung von Art. 10 Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 110/2008 [12], der nur für Spirituosen gelte und den der Gesetzgeber nicht auf Weine habe erstrecken wollen, scheide aus, aber in den Leitlinien der Kommission seien relevante Anhaltspunkte zu finden.

29. Wie die Galana NV und die französische Regierung hält es das CIVC für unerheblich, dass die eine g.U. enthaltende Bezeichnung eines Lebensmittels den Bezeichnungsgewohnheiten der Verkehrskreise entspreche. Die gegenteilige Ansicht würde die Gefahr in sich bergen, dass die g.U. entgegen ihres Schutzzwecks zur Gattungsbezeichnung werde.

30. Das CIVC hält es für angebracht, zu prüfen, ob die dem Sorbet beigefügte Menge an Champagner ausreiche, um ihm eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen. Dies sei hier nicht der Fall, denn das Sorbet weise die wesentlichen Merkmale von Champagner (seine feine und langanhaltende Perlage und seinen leichten, frischen und fruchtigen, säurehaltigen Geschmack) nicht auf. Auch der Champagneranteil (12 %) bei der Herstellung des Lebensmittels rechtfertige die Verwendung der g.U. nicht.

11 Urteil vom 14. Juli 2011 (C-4/10 und C-27/10, EU:C:2011:484, Rn. 55).

12 Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Januar 2008 zur Begriffsbestimmung, Bezeichnung, Aufmachung und Etikettierung von Spirituosen sowie zum Schutz geografischer Angaben für Spirituosen und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) Nr. 1576/89 (ABl. 2008, L 39, S. 16, berichtigt im ABl. 2009, L 228, S. 47).

31. Die Galana NV hält Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1234/2007 nicht für einschlägig, da der Name des Sorbets wahrheitsgemäß, eindeutig und nicht irreführend sei. Die Menge des als Zutat beigefügten Champagners reiche aus, um dem Sorbet eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen. Zudem stehe das Lebensmittel im Einklang mit den Leitlinien, die ihren Standpunkt bestätigten.

32. Die französische Regierung führt aus, die Verwendung einer g.U. als Teil der Bezeichnung eines Lebensmittels sei grundsätzlich nicht verboten, da sie nicht schon als solche eine Ausnutzung ihres Ansehens darstelle. Der Kommission sei beizupflichten, dass „ausnutzen" nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs Fälle erfasse, in denen die Verwendung es einem Wirtschaftsteilnehmer ermögliche, in unberechtigter Weise vom Ansehen einer geografischen Angabe zu profitieren [13].

33. Es sei Sache des nationalen Gerichts, zu beurteilen, ob die Voraussetzungen der Leitlinien vorlägen, und gegebenenfalls andere Beurteilungskriterien zu erwägen, wie z. B. die Prüfung, ob ein Wirtschaftsteilnehmer mittels Bildern, Bezugnahmen oder der verwendeten Schriftart auf der Verpackung eines Produkts oder in der Werbung hierfür in unverhältnismäßiger Weise von der g.U. Gebrauch mache.

34. Die portugiesische Regierung meint, „Champagner Sorbet" nutze in unzulässiger Weise das Ansehen der g.U. Champagne aus. Die g.U. müssten vor jeder Art der Verwendung schützen und die Ausnutzung ihres Ansehens unterbinden; insbesondere müsse die Verwässerung oder Beeinträchtigung ihrer Unterscheidungskraft vermieden werden.

35. Die Kommission schlägt vor, die zweite Frage zu verneinen. Sie spricht sich für eine kohärente Auslegung der Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 [14] (die auf die Leitlinien Bezug nimmt) und der Verordnungen Nr. 1169/2011 und Nr. 110/2008, insbesondere ihres Art. 10 Abs. 1, in Bezug auf die Angabe einer Spirituose im Namen eines Lebensmittels aus. Die Verwendung der g.U. Champagne erfülle im vorliegenden Fall diese Voraussetzungen und sei mit Art. 9 Abs. 1 Buchst. a und b sowie den Art. 17 Abs. 1, 18 und 22 der Verordnung Nr. 1169/2011 vereinbar.

C. Zur dritten Frage

36. Das CIVC schlägt vor, auch diese Frage zu bejahen. Seiner Ansicht nach, die im Wesentlichen mit der der portugiesischen Regierung übereinstimmt, spielt „Champagner Sorbet" im Sinne von Art. 118m Abs. 2 Buchst. b der Verordnung Nr. 1234/2007 widerrechtlich auf die g.U. Champagne an, auch wenn diese Bezeichnung den Gewohnheiten der Verkehrskreise entspreche und die Zutat in ausreichender Menge beigefügt worden sei, um dem Sorbet eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen. Der Begriff „Anspielung" erfasse den Fall, dass die Bezeichnung des Lebensmittels eine g.U. in einer Weise einschließe, die den Verbraucher veranlasse, gedanklich einen Bezug zu der durch sie geschützten Zutat herzustellen.

37. Die Galana NV und die französische Regierung meinen, dass die Verwendung der g.U. Champagne in diesem Fall keine widerrechtliche Aneignung, Nachahmung oder Anspielung darstelle. Diese Begriffe implizierten eine Kopie des Erzeugnisses oder von der g.U. abgeleiteter Begriffe oder eine Bezugnahme auf die g.U., während hier die g.U. direkt verwendet werde.

13 Urteile vom 14. Juli 2011, Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 und C-27/10, EU:C:2011:484, Rn. 46), und vom 21. Januar 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, Rn. 45).

14 Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. November 2012 über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel (ABl. 2012, L 343, S. 1).

38. Die Kommission führt aus, „Champagner Sorbet“ stelle eine bewusste und direkte Beschreibung des Inhalts dar, was eine Anspielung, Nachahmung oder anderweitige widerrechtliche Aneignung der g.U. ausschließe. Der Verbraucher werde auch nicht über die Herkunft des Sorbets irregeführt, denn es werde klargestellt, dass es einen substanziellen Anteil an Champagner enthalte, der aus dieser französischen Region stamme.

D. Zur vierten Frage

39. Das CIVC meint, diese Frage sei zu verneinen. Seiner Ansicht nach und nach Ansicht der französischen Regierung betrifft Art. 118m Abs. 2 Buchst. c der Verordnung Nr. 1234/2007 falsche Angaben zur Natur des Erzeugnisses sowie zu seinen wesentlichen Eigenschaften.

40. Die Galana NV und die Kommission halten Art. 118m Abs. 2 Buchst. c der Verordnung Nr. 1234/2007 nicht für anwendbar, da er sich nur auf Weinbauerzeugnisse beziehe. Hilfsweise vertreten sie die Auffassung, dass er nur auf falsche oder irreführende Angaben anwendbar sei, die geeignet seien, bei den angesprochenen Verkehrskreisen einen unzutreffenden Eindruck in Bezug auf die geografische Herkunft eines Erzeugnisses hervorzurufen.

41. Die portugiesische Regierung führt aus, falsche oder irreführende Angaben könnten bei den angesprochenen Verkehrskreisen einen unzutreffenden Eindruck in Bezug auf die geografische Herkunft des Erzeugnisses hervorrufen. Sie meint, dass Namen, die derartige Angaben enthielten, nicht genehmigt werden dürften.

V. Rechtliche Würdigung

A. Zur ersten Frage

42. Das vorlegende Gericht ersucht darum, vorab den Anwendungsbereich von Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1234/2007 klarzustellen. Konkret möchte es wissen, ob er Fälle wie den vorliegenden erfasst, in dem die g.U. Champagne *Teil* des Namens eines Sorbets ist, das einen bestimmten Anteil dieses Schaumweins erhält.

43. Alle, die im Vorabentscheidungsverfahren Erklärungen eingereicht haben, stimmen mit dem vorlegenden Gericht darin überein, dass seine erste Frage zu bejahen sei. Die im Vorlagebeschluss dargelegten Zweifel entstanden aufgrund der von einem Teil der deutschen Lehre vertretenen Ansicht, nach der diese Vorschrift nur anwendbar sei, wenn die g.U. in *identischer* Form benutzt werde. Eine Verwendung in *ähnlicher* Form falle hingegen unter Buchst. b von Art. 118m Abs. 2 der Verordnung Nr. 1234/2007.

44. Meines Erachtens kann dieser These [15] aus verschiedenen Gründen nicht gefolgt werden. Erstens ist, worauf die französische Regierung hinweist, nach diesem Artikel der Anwendungsbereich für den Schutz der g.U. sehr weit. Eine z. B. die Verwendung der Übersetzung einer g.U., die gegen das Verbot jeder direkten oder indirekten Verwendung verstieße, ausschließende Auslegung wäre unangebracht.

15 Wenn ich sie richtig verstehe, wird eine Auslegung von Art. 118m Abs. 2 der Verordnung Nr. 1234/2007 vorgeschlagen, nach der Buchst. a für Verwendungen der g.U. in einer mit ihrer Eintragung identischen Weise einschlägig ist, während sich Buchst. b auf die Verwendung ähnlicher Bezeichnungen bezieht, die in starkem oder weniger starkem Maß von der eingetragenen g.U. abweichen. Vgl. Rn. 29 des Vorlagebeschlusses.

45. Zweitens hat der Gerichtshof, worauf die Kommission hinweist, im Urteil Bureau National Interprofessionnel du Cognac [16] bereits festgestellt, dass die Verwendung einer geografischen Angabe oder einer ihr entsprechenden Angabe und ihrer Übersetzung im Rahmen einer Marke für bestimmte Erzeugnisse (im dortigen Fall Spirituosen), die nicht den jeweiligen Spezifikationen entsprechen, als *direkte* gewerbliche Verwendung dieser geografischen Angabe anzusehen ist.

46. Schließlich regelt Buchst. a von Art. 118m Abs. 2 der Verordnung Nr. 1234/2007 die Modalitäten der Verwendung (direkt oder indirekt) und der Erzeugnisse (vergleichbar oder unterschiedlich) [17], denen der durch die g.U. gewährte Schutz entgegengehalten werden kann. Vergleichbaren Erzeugnissen kann die g.U. entgegengehalten werden, soweit sie von den Produktspezifikationen abweichen, während bei nicht vergleichbaren Erzeugnissen der Nachweis zu erbringen ist, dass sie das Ansehen der g.U. ausnutzen. Buchst. b – und wahrscheinlich auch die Buchst. c und d – bezieht sich hingegen auf bestimmte unlautere Praktiken, gegen die sich die Inhaber der g.U. im Einklang mit den Pflichten aufgrund von internationalen Abkommen, denen die Union und die Mitgliedstaaten angehören, zur Wehr setzen können [18]. Bei diesen Verwendungen wird die Absicht, das Ansehen auszunutzen, vermutet.

47. Ich bin daher der Ansicht, dass Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1234/2007 anwendbar ist, so dass die erste Frage zu bejahen ist.

B. Zur zweiten Vorlagefrage

48. Das vorlegende Gericht möchte wissen, ob die Verwendung einer g.U. als Teil einer Bezeichnung für ein nicht den Produktspezifikationen entsprechendes Lebensmittel, dem eine den Produktspezifikationen entsprechende Zutat (in diesem Fall Champagner) beigefügt wurde, unter das Verbot in Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1234/2007 fällt, wenn

– die Bezeichnung des Lebensmittels den Bezeichnungsgewohnheiten der angesprochenen Verkehrskreise entspricht und

– die Zutat in ausreichender Menge beigefügt wurde, um dem Produkt eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen.

49. Das Berufungsgericht hatte angenommen, dass sich der Vertreiber aus den beiden folgenden Gründen auf ein *berechtigtes Interesse* an der Verwendung der g.U. Champagne berufen könne: a) Der Begriff „Champagner Sorbet“ sei in der deutschen Sprache und Kochliteratur eine feststehende Bezeichnung für eine gefrorene Süßspeise, bei deren Herstellung der französische Schaumwein verwendet werden müsse, und b) das Erzeugnis der Galana NV enthalte einen Champagneranteil von 12 %, der ausreiche, um dem Sorbet eine wesentliche Eigenschaft dieses Schaumweins (konkret seinen Geschmack) zu verleihen.

16 Urteil vom 14. Juli 2011 (C-4/10 und C-27/10, EU:C:2011:484, Rn. 55). Obwohl dieses Urteil im Zusammenhang mit der Verordnung Nr. 110/2008 ergangen ist, bestehen angesichts der sowohl grammatikalischen als auch teleologischen Ähnlichkeit von Art. 16 dieser Verordnung und Art. 118m der Verordnung Nr. 1234/2007 keine Zweifel daran, dass es auf den vorliegenden Fall im Wege der Analogie übertragbar ist.

17 Le Goffic, C., *La protection des indications géographiques*, Ed. LITEC, Paris, 2010, S. 137.

18 Man vergleiche Art. 118m Abs. 2 Buchst. b, c und d der Verordnung Nr. 1234/2007 mit Art. 3 des Lissabonner Abkommens zum Schutz der Ursprungsbezeichnungen und ihrer internationalen Registrierung (geändert am 28. September 1979) und mit Art. 22 Abs. 2 Buchst. b des Übereinkommens über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums (TRIPS) vom 15. April 1994 (ABl. 1994, L 336, S. 214) in Anhang 1 C des Übereinkommens zur Errichtung der Welthandelsorganisation (WTO) (ABl. 1994, L 336, S. 3), der auf Art. 10a der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums in seiner 1967 in Stockholm geänderten Fassung verweist.

50. Der Bundesgerichtshof teilt offenbar nicht die Ansicht des Berufungsgerichts, dem er vorwirft, von dem vorstehend unter den Buchst. a und b dargestellten Sachverhalt ausgegangen zu sein, ohne die erforderlichen tatsächlichen Feststellungen getroffen zu haben. Er weist jedoch darauf hin, dass sich ein solches *berechtigtes Interesse* aus den Unionsvorschriften über die Etikettierung [19] in Verbindung mit den Vorschriften über die Qualität von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln [20] ergeben könnte.

51. Um die zweite Vorlagefrage beantworten zu können, müssen somit sowohl die Bestimmungen über den Schutz der g.U. als auch die Bestimmungen für die Kennzeichnung von Lebensmitteln geprüft werden.

1. Zur Ausnutzung des Ansehens der g.U.

52. Für den Fall, dass (in Beantwortung der ersten Frage) eine direkte kommerzielle Nutzung bejaht wird, geht das vorlegende Gericht davon aus, dass die Verwendung der g.U. Champagne die Voraussetzung von Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1234/2007 erfüllt (also das Ansehen der g.U. ausnutzt), sofern die Beklagte über kein berechtigtes Interesse verfügt.

53. Der Gerichtshof hat seit der Rechtssache „Sekt-Weinbrand“ [21] die Aufgaben der g.U. wie folgt definiert: zu informieren und zu gewährleisten, dass das Erzeugnis, das sie bezeichnen, tatsächlich Eigenschaften und Wesensmerkmale aufweist, die es seinem geografischen Ursprung verdankt. Schon in den Siebzigerjahren wurde ein doppelter räumlicher und qualitativer Zusammenhang verlangt, der später in die Bestimmungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel [22] sowie die Bestimmungen für den Weinsektor [23] übernommen wurde.

54. Der Zweck der Verordnung Nr. 1234/2007 besteht in Bezug auf die g.U. für Weine darin, dem Verbraucher – und aus einem anderen Blickwinkel auch den Inhabern der jeweiligen Bezeichnungen – zu gewährleisten, dass die Erzeugnisse, die sie tragen, aufgrund ihrer geografischen Herkunft ein hohes Qualitätsniveau aufweisen [24].

55. Die Aufnahme des *vollständigen* Namens einer g.U. in die Bezeichnung eines Lebensmittels ist, wenn sie im Hinblick auf seine Vermarktung erfolgt, aus ihrer eigenen Logik heraus darauf gerichtet, den Ruf und das Ansehen der geschützten Eigenschaft auszunutzen. Ein solches Verhalten ist daher grundsätzlich als rechtswidrig einzustufen.

56. Man kann sich jedoch darauf verständigen, dass derjenige, der ein berechtigtes Interesse nachweist, im Handel mit verarbeiteten Waren eine g.U. als Teil des Namens seines Erzeugnisses benutzen kann. Das vorlegende Gericht formuliert seine Frage, die sich im Zusammenhang mit einer direkten kommerziellen Verwendung stellt, gerade auf der Grundlage der Dichotomie „Verwendung, durch die das Ansehen der g.U. ausgenutzt wird/berechtigtes Interesse“, so dass, wenn Letzteres fehlt, eine Ausnutzung des Ansehens gegeben ist.

19 Er verweist insbesondere auf die Art. 5 und 7 der Richtlinie 2000/13, die im maßgebenden Zeitraum in Kraft war (siehe Nrn. 9 ff. der vorliegenden Schlussanträge), unbeschadet des Stellenwerts der Auslegung der Art. 9 Abs. 1 Buchst. a und 17 der Verordnung Nr. 1169/2011. Durch Letztere wurde die Richtlinie 2000/13 mit Wirkung vom 13. Dezember 2014 aufgehoben, und sie ist daher in zeitlicher Hinsicht nicht auf den vorliegenden Fall anwendbar.

20 Konkret Art. 13 Abs. 1 Buchst. a und b der Verordnung Nr. 1151/2012, deren 32. Erwägungsgrund auf die Leitlinien Bezug nimmt.

21 Urteil vom 20. Februar 1975, Kommission/Deutschland (12/74, EU:C:1975:23).

22 Vgl. die Erläuterungen zum Ursprung der g.U. in den Schlussanträgen des Generalanwalts Ruiz-Jarabo Colomer in der Rechtssache Deutschland und Dänemark/Kommission (C-465/02 und C-466/02, EU:C:2005:636, Nrn. 5 ff.).

23 So z. B. in die Erwägungsgründe 27 und 32 der in Fn. 5 angeführten Verordnung Nr. 479/2008. Sie wurde zwar bereits aufgehoben, doch ist der Wortlaut dieser beiden Erwägungsgründe mit leichten Abweichungen auch in der Verordnung Nr. 1308/2013 zu finden.

24 Insoweit verweise ich auf Nr. 63 meiner Schlussanträge in der Rechtssache EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

57. Das berechtigte Interesse kann entweder auf die Inhaberschaft eines älteren Rechts zurückgehen (z. B. einer anderen Art geistigen Eigentums) oder auf die Erfüllung eines gesetzlichen Gebots. Auch abgesehen von diesen Hypothesen und außerhalb des *direkten* kommerziellen Umfelds stimme ich mit der französischen Regierung darin überein, dass es Bereiche geben muss, in denen die Verwendung der g.U. durch Dritte rechtmäßig ist [25], d. h. Situationen, in denen die Verwendung der g.U. unter Berufung auf eine Art von *ius usus inocui* erfolgen kann.

58. Der Gerichtshof hat für andere Arten des geistigen Eigentums Freiräume anerkannt, in denen die Rechte seiner Inhaber durch die Benutzung geschützter Zeichen oder Werke durch Dritte nicht verletzt werden. So hat er im Markenrecht Bezugnahmen zu Kennzeichnungszwecken zugelassen, um über die Merkmale der Ware zu informieren, die dem potenziellen Kunden, der die Merkmale der Waren kennt, die die Marke tragen, zum Kauf angeboten wird [26]. Desgleichen hat er Verwendungen gestattet, bei denen der Verbraucher das Zeichen nicht als Angabe versteht, dass die Waren, auf denen es abgebildet ist, von dem Unternehmen stammen, das Inhaber der Marke ist [27].

59. Im Bereich des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte wurde im Licht von Art. 5 Abs. 1 und 5 der Richtlinie 2001/29/EG [28] die Zulässigkeit von Cachekopien und Bildschirmkopien urheberrechtlich geschützter Werke [29], von kurzzeitigen Vervielfältigungshandlungen, die den ordnungsgemäßen Betrieb des Satellitendecoders und des Fernsehbildschirms sowie den Empfang von Sendungen ermöglichen, die geschützte Werke enthalten [30], sowie der Erstellung einer Zusammenfassung von Zeitungsartikeln, die von den Inhabern der Urheberrechte an diesen Artikeln nicht gestattet worden war [31], bejaht.

60. Dieser Ansatz steht zudem im Einklang mit mehreren Entscheidungen des Gerichtshofs, nach denen vom Ansehen einer geografischen Angabe „in unberechtigter Weise“ profitiert worden sein muss [32]. Auch wenn diese Entscheidungen zu Art. 16 der Verordnung Nr. 110/2008 (über geografische Angaben für Spirituosen) ergangen sind, spricht die Ähnlichkeit dieser Bestimmung mit Art. 118m Abs. 2 Buchst. a der Verordnung Nr. 1234/2007 dafür, diese Auslegung auf den Weinsektor zu übertragen [33]. Besteht ein berechtigtes Interesse, kann die Verwendung der g.U. also nicht als *unzulässig* angesehen werden.

61. In der vorliegenden Rechtssache ist in Anbetracht dessen, dass die Galana NV kein älteres Recht geltend gemacht hat, zu prüfen, ob die Verwendung der g.U. Champagne im Namen des von ihr hergestellten Sorbets einem gesetzlichen Gebot entspricht oder als unschädlich eingestuft werden kann.

25 Ich denke an die Speisekarte eines Restaurants, auf der als Nachtisch Champagnersorbet angeboten wird, oder die Veröffentlichung eines Rezepts für seine Zubereitung. In der mündlichen Verhandlung hat der Vertreter von Galana als Beispiel angeführt, dass bei der Werbung für Champagnergläser (Flöten) dieser Begriff verwendet wird.

26 Urteil vom 14. Mai 2002, Hölterhoff (C-2/00, EU:C:2002:287, Rn. 16). Darin ging es um ein Verkaufsgespräch, bei dem Herr Hölterhoff einem Kunden Halb- und Farbedelsteine zum Kauf anbot, deren Schliff er mit „Spirit Sun“ und „Context Cut“ – auf den Namen eines Wettbewerbers eingetragene Marken – bezeichnete.

27 Urteil vom 25. Januar 2007, Adam Opel (C-48/05, EU:C:2007:55, Rn. 24), und Schlussanträge des Generalanwalts Ruiz-Jarabo Colomer in dieser Rechtssache (EU:C:2006:154, Nrn. 35 ff.). Es betraf die Verwendung des Logos der Marke Opel auf dem Kühlergrill von Modellfahrzeugen, die von Autec, einem nicht mit Opel verbundenen Unternehmen, verkauft wurden.

28 Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft (ABl. 2001, L 167, S. 10).

29 Urteil vom 5. Juni 2014, Public Relations Consultants Association (C-360/13, EU:C:2014:1195, Rn. 26 und 27).

30 Urteil vom 4. Oktober 2011, Football Association Premier League u. a. (C-403/08 und C-429/08, EU:C:2011:631, Rn. 170 bis 172).

31 Beschluss vom 17. Januar 2012, Infopaq International (C-302/10, EU:C:2012:16, Rn. 44 und 45).

32 Urteile vom 14. Juli 2011, Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 und C-27/10, EU:C:2011:484, Rn. 46), und vom 21. Januar 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, Rn. 45).

33 In diesem Sinne wird der 32. Erwägungsgrund der Verordnung Nr. 479/2008, durch deren Art. 45 die geltende Fassung des hier in Rede stehenden Art. 118m geschaffen wurde, mit den Worten eingeleitet, dass „Ursprungsbezeichnungen … vor Verwendungen geschützt werden [sollten], die sich *unzulässigerweise* den Ruf zu Nutze machen, den vorschriftskonforme Erzeugnisse genießen“ (Hervorhebung nur hier).

2. Zum berechtigten Interesse an der Verwendung der g.U.

62. Wie ich bereits ausgeführt habe, fragt das vorlegende Gericht, ob zwei spezielle Elemente einschlägig sind, die jeweils ein berechtigtes Interesse begründen können: a) Der Name des Erzeugnisses entspricht den Gewohnheiten der angesprochenen Verkehrskreise, und b) das Sorbet enthält Champagner in einer Menge, die ausreicht, um ihm eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen.

63. Beide Elemente sind getrennt zu prüfen, ungeachtet dessen, dass sie meiner Ansicht nach unter Umständen nicht als einzige für die Feststellung relevant sind, ob eine unzulässige Ausnutzung der g.U. vorliegt.

a) Der Name des Erzeugnisses, der die g.U. enthält, und die Gewohnheiten der Verkehrskreise

64. Alle Parteien mit Ausnahme der Kommission stimmen darin überein, dass die Gewohnheiten des deutschen Verbrauchers die Benutzung der g.U. Champagne in der kommerziellen Präsentation des Sorbets nicht rechtfertigen. Andernfalls würde diese g.U. nämlich zu einer Gattungsbezeichnung, deren Verwendung jedem Wirtschaftsteilnehmer offen steht.

65. Ich teile diese Ansicht, denn eines der Hauptziele des Schutzes der g.U. für Weine besteht darin, zu verhindern, dass sie zu Gattungsbezeichnungen werden [34]. Die wahllose Verwendung der g.U. bei Erzeugnissen, die nichts mit ihr zu tun haben, könnte die Verkehrskreise zu der Annahme veranlassen, dass die charakteristischen Namen der g.U. auf Erzeugnisse erstreckt werden können, die außerhalb des Gebiets hergestellt wurden, auf das sich die g.U. bezieht. Dadurch würde die Verwendung der g.U. als reine Gattungsbezeichnung begünstigt, selbst wenn dieses Phänomen auf ein konkretes Land beschränkt bliebe. Es darf nicht vergessen werden, dass der Schutz der g.U. in allen Mitgliedstaaten identisch sein muss und nicht aufgrund der Gewohnheiten der Verbraucher in einigen dieser Staaten fragmentiert werden darf [35].

66. Aus gesetzgeberischer Sicht genießen die g.U. für Weine nach ihrer Eintragung fortwährenden Schutz gemäß Art. 118m Abs. 3 der Verordnung Nr. 1234/2007, wenngleich er entfallen kann. Ihr Schutz wäre, auch in Drittstaaten [36], gefährdet, wenn die Namen der g.U. zu Gattungsbezeichnungen und dadurch in Wirklichkeit jedermann zur Verfügung stehen würden, da Bezeichnungen, die Gattungscharakter erworben haben, nicht eintragbar sind [37]. Daher handelt es sich bei dem Schutz vor Verwendungen, die darauf gerichtet sind, die Bezeichnungen zu popularisieren, eher um eine zwingende Notwendigkeit als um ein bloßes Bestreben der Hersteller von Weinen, die durch eine g.U. geschützt sind.

67. Der Umstand, dass der Begriff „Champagner Sorbet“ in einem oder mehreren Mitgliedstaaten gewöhnlich zur Bezeichnung eines Sorbets dient, reicht daher nicht aus, um dem Vertreiber ein *berechtigtes Interesse* zu verschaffen, das es ihm erlaubt, den Namen der g.U. Champagne in die kommerzielle Präsentation dieses Erzeugnisses aufzunehmen.

34 Ich verweise auf die Nrn. 87 bis 89 meiner Schlussanträge in der Rechtssache EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

35 In der mündlichen Verhandlung ist angesprochen worden, wie die in bestimmten Mitgliedstaaten, in denen Namen, die bis dahin als Gattungsbezeichnung verwendet wurden, nach dem Erlass der Unionsvorschriften zu g.U. für Wein wurden (der Fall des Champagners ist paradigmatisch), verbreiteten Gewohnheiten geändert werden sollten. Dies gilt auch für den außergemeinschaftlichen Schutz europäischer g.U. durch bilaterale oder multilaterale Verträge.

36 Art. 12 der Genfer Akte zum Lissabonner Abkommen über Ursprungsbezeichnungen und geografische Angaben (unterzeichnet am 20. Mai 2015) sieht zwar ebenfalls einen unbefristeten Schutz vor, aber dieser Rechtsakt ist noch nicht in Kraft getreten.

37 Dies bestimmt Art. 118k Abs. 1 der Verordnung Nr. 1234/2007, nunmehr übernommen in Art. 101 Abs. 1 der Verordnung Nr. 1308/2013.

b) Erlangung der wesentlichen Eigenschaft der Zutat mit g.U. durch Verwendung einer ausreichenden Menge

68. Ich stimme der Kommission zu, dass in dieser Rechtssache die allgemeinen Vorschriften der Union über die Etikettierung von Lebensmitteln auszulegen sind (die vor allem in der Richtlinie 2000/13 und ihrer Ausnahmeregelung, der Verordnung Nr. 1169/2011, enthalten sind), denn Sorbet – bei dem es sich offenkundig um ein solches Erzeugnis handelt – fällt nicht unter eine g.U. [38].

69. Nach der Richtlinie 2000/13 enthält die Etikettierung der Lebensmittel „die Verkehrsbezeichnung, das Verzeichnis der Zutaten und die Menge bestimmter Zutaten oder Zutatenklassen …“ [39]. Unter „Verkehrsbezeichnung“ [40] ist die Bezeichnung zu verstehen, die in den geltenden Unionsvorschriften oder, in Ermangelung solcher Vorschriften, den nationalen Vorschriften vorgesehen ist. Fehlt eine solche Bezeichnung, gilt „die verkehrsübliche Bezeichnung in dem Mitgliedstaat, in dem die Abgabe an den Endverbraucher … erfolgt“.

70. Auf den ersten Blick scheint „Champagner Sorbet“ die Etikettierungsvorschriften zu erfüllen, so dass die Galana NV ein berechtigtes Interesse hätte, ihr Lebensmittel so zu bezeichnen. Eingetragene g.U. sind jedoch gemäß Art. 13 Abs. 1 Buchst. a und b der Verordnung Nr. 1151/2012 auch dann geschützt, wenn sie als Zutaten verwendet werden. Daher ist der Umfang dieses Schutzes zu prüfen.

71. Nach Art. 6 Abs. 5 der Richtlinie 2000/13 [41] ist der Erzeuger verpflichtet, auf dem Etikett sämtliche Zutaten anzugeben. Erscheint die Zutat (wie im vorliegenden Fall) in der „Verkehrsbezeichnung“ des Lebensmittels, ist sie gemäß Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie als Prozentsatz anzugeben [42].

72. Weder die Richtlinie 2000/13 noch die Verordnung Nr. 1169/2011 nimmt unmittelbar auf Zutaten Bezug, die unter eine g.U. fallen. Um dieser Situation abzuhelfen und zu ihrer Klärung beizutragen, veröffentlichte die Kommission im Jahr 2010 die Leitlinien (auf die der 32. Erwägungsgrund der Verordnung Nr. 1151/2012 verweist). Auch wenn sie rechtlich nicht bindend sind [43], müssen sie berücksichtigt werden, denn in ihnen kommt der Standpunkt dieses Organs zum Ausdruck.

73. Nach den Leitlinien kann der charakteristische Name einer g.U. außer in der Zutatenliste auch „in der oder in der Nähe der Verkehrsbezeichnung eines Lebensmittels, dem Erzeugnisse zugesetzt wurden, welche den eingetragenen Namen führen, sowie bei der Kennzeichnung und Aufmachung von diesem Lebensmittel und der Werbung hierfür“ aufgeführt werden, sofern die in Nr. 13 der vorliegenden Schlussanträge genannten Bedingungen erfüllt sind.

74. Es ist Sache der nationalen Gerichte, die am besten in der Lage sind, den Sachverhalt des Rechtsstreits zu beurteilen und ihn rechtlich zu würdigen, darüber zu entscheiden, ob diese drei Bedingungen hier vorliegen. Ich werde mich daher darauf beschränken, einige Überlegungen anzustellen, die ihnen bei dieser Aufgabe hilfreich sein können.

38 Die Etikettierung von Weinbauerzeugnissen unterliegt hingegen den Art. 117 bis 123 der Verordnung Nr. 1308/2013 und die geografischer Angaben für Spirituosen der Verordnung Nr. 110/2008. Beide sind *lex specialis* gegenüber der allgemeinen Regelung für Lebensmittel.

39 Art. 3 Abs. 1 Nrn. 1, 2 und 3. Die entsprechende Bestimmung in der Verordnung Nr. 1169/2011, die seit dem 13. Dezember 2014 in Kraft ist, ist Art. 9 Abs. 1 Buchst. a, b und d.

40 Art. 5 Abs. 1 Buchst. a der Richtlinie 2000/13, der Art. 17 der Verordnung Nr. 1169/2011 entspricht.

41 Ihr späteres Äquivalent ist Art. 18 Abs. 1 der Verordnung Nr. 1169/2011. Die Richtlinie 2000/13 ist in diesem Punkt im Weinbausektor anwendbar, wie sich aus Art. 118 der Verordnung Nr. 1308/2013 ergibt.

42 Der Gesetzgeber hat den Hersteller des Lebensmittels damit betraut, die Stelle zu wählen, an der der prozentuale Anteil der Zutat angegeben wird: a) in der Verkehrsbezeichnung selbst, b) in ihrer unmittelbaren Nähe oder c) in der Liste der Zutaten. Im vorliegenden Fall befindet sich die Liste im unteren Teil der Verpackung.

43 Darin heißt es, dass ihre Anwendung freiwillig ist und dass sie „keine rechtsverbindliche Auslegung der EU-Vorschriften zu g.U. oder g.g.A. oder der ‚Etikettierungsrichtlinie‘ dar[stellen]“.

75. Die erste Bedingung (dass keine weiteren, mit der durch eine g.U. geschützte „vergleichbare Zutaten“ enthalten sind) ist leicht feststellbar und hinreichend objektiv. Nichts scheint darauf hinzudeuten, dass das „Champagner Sorbet“ andere Zutaten enthält, die mit dem durch die g.U. geschützten Schaumwein vergleichbar sind und ihn ersetzen könnten.

76. Die zweite Bedingung (dass die Zutat in ausreichender Menge verwendet wird, um dem Lebensmittel eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen) ist vielschichtiger. Entgegen der Auffassung des CIVC geht es nicht darum, in dem Lebensmittel die wesentlichen Eigenschaften der geschützten Zutat wiederzufinden, sondern darum, dass dieses Lebensmittel eine wesentliche Eigenschaft aufweist, die mit der g.U. in Verbindung steht [44].

77. Aber auch diese Regel ist nicht sicher genug. Der quantitative Faktor wird nicht immer der relevanteste sein, um dem Lebensmittel eine wesentliche Eigenschaft beizumessen [45]. Normalerweise wird sie, da es sich um Lebensmittel handelt, dadurch verliehen, dass ihnen die durch die g.U. geschützte Zutat Aroma und Geschmack liefert, doch können auch andere bedeutende Faktoren vorliegen [46]. Es wird wiederum Sache des nationalen Gerichts sein, auf der Grundlage der erhobenen Beweise [47] und seiner eigenen Würdigung des Sachverhalts festzustellen, ob der Champagnerzusatz dem Sorbet eine wesentliche Eigenschaft im soeben dargelegten Sinne verleiht.

78. Die dritte Bedingung stellt den Auslegenden vor größere Probleme. Zunächst ist zweifelhaft, ob sie mit Art. 7 Abs. 5 der Richtlinie 2000/13 vereinbar ist [48]. Jedenfalls wird ihr durch die Verwendung des Adverbs „möglichst“ die Wirkung, selbst als Orientierungshilfe, genommen. Die Spezifizierung des Prozentsatzes der Zutat im Lebensmittel wird folglich zu einem Faktor, dessen Relevanz im Licht der Richtlinie 2000/13 selbst zu prüfen ist.

79. Unter diesen Prämissen werden daher die nationalen Gerichte zu klären haben, ob die Zutat mit g.U., die einem Lebensmittel beigefügt wird, diesem eine wesentliche Eigenschaft verleiht und daher auf seinem Etikett anzugeben ist.

c) Vorliegen anderer Bestandteile, die zur Ausnutzung des Ansehens der g.U. beitragen

80. Die Antwort, die dem vorlegenden Gericht gegeben wird, wäre unvollständig, wenn sie sich auf das bloße Vorliegen eines berechtigten Interesses des Vertreibers beschränken würde, das sich daraus ergibt, dass er die Leitlinien beachtet hat, die es ihm gestatten, in das Etikett seiner Lebensmittel durch g.U. geschützte Zutaten aufzunehmen.

44 Aus gutem Grund hat die Kommission davon abgesehen, in den Leitlinien einen einheitlichen Prozentsatz der Verwendung vorzuschlagen. Allerdings gilt ersichtlich die Regel, dass die Wahrscheinlichkeit der Verleihung dieser wesentlichen Eigenschaft umso höher ist, je größer die Menge der Zutat mit g.U. ist.

45 Es gibt z. B. durch eine g.U. geschützte Erzeugnisse – etwa bestimmte Trüffelsorten –, die, wenn sie einem Lebensmittel in kleinen Mengen beigegeben werden, sofort anhand des Geruchs erkennbar sind und beim Verzehr einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen.

46 Die Angabe der Zutat auf dem Etikett des Lebensmittels, inner- oder außerhalb seiner „Verkehrsbezeichnung“, wäre daher möglich, wenn das Erzeugnis das Aroma und/oder den Geschmack der durch die g.U. geschützten Zutat aufweist. Andere Faktoren wie die Textur oder die Farbe, die ich im Bereich der Lebensmittel für nicht so entscheidend halte wie die beiden soeben genannten, dürfen jedoch nicht außer Acht gelassen werden.

47 Bei dieser Art von Rechtsstreitigkeiten kann der Gutachterbeweis durch Gastronomieexperten nützlich sein, die die Eigenschaften eines Champagnersorbets erläutern, oder die Einholung von Gutachten auf der Grundlage von Verbraucherumfragen zum Beleg dafür, dass der Geschmack des Schaumweins in das Sorbet selbst einfließt. Die Verfahrenspraxis der Mitgliedstaaten ist insoweit sehr vielfältig: vgl., gerade in Bezug auf Champagner, das Urteil der Cour d’appel (Appellationsgericht) Paris vom 15. März 2013 in der Rechtssache SAS Euralis Gastronomie/CIVC, das von der Cour de cassation (Kassationsgerichtshof, Frankreich) am 25. November 2013 bestätigt wurde.

48 Dieser Artikel gibt dem Hersteller, der eine Zutat mit g.U. verwendet, drei Möglichkeiten, die Menge dieser Zutat in seinem Lebensmittel als Prozentsatz anzugeben (vgl. Nr. 12 der vorliegenden Schlussanträge). Die Leitlinien beschränken die Möglichkeit, diesen Prozentsatz zu nennen, aber offenbar auf die Fälle, in denen die Zutat nicht in der Verkehrsbezeichnung selbst oder in ihrer unmittelbaren Nähe angegeben wird (so verstehe ich den Zusatz „behelfsweise“). Der Hersteller ist an die Richtlinie 2000/13 und nicht an die Leitlinien gebunden, so dass er die Optionen, die sie ihm bietet, behält.

81. Die drei in diesen Leitlinien aufgestellten Bedingungen sind nämlich untrennbar mit bestimmten vorangestellten Begriffen (bestes Wissen und Gewissen und keine Irreführung des Verbrauchers) verbunden, auf die in Abschnitt 1.1 bei der Darstellung ihres Kontexts Bezug genommen wird.

82. Bei der Prüfung, ob ein unberechtigtes Ausnutzen (ein unzulässiges Ausnutzen des Ansehens) der g.U. vorliegt, ist natürlich davon auszugehen, dass eine ausreichende Menge einer durch diese g.U. geschützten Zutat vorhanden ist, die dem Lebensmittel eine wesentliche Eigenschaft verleiht. Aber dieser Umstand legitimiert die Verwendung der g.U. für das streitgegenständliche Sorbet nicht, wenn andere Elemente vorliegen (insbesondere bei der Aufmachung des Etiketts), an denen der Wille erkennbar wird, durch die Zueigenmachung ihres Ansehens den Ruf der g.U. auszunutzen.

83. In der vorliegenden Rechtssache zeigt das für den Verbraucher, dem die Verpackungen von „Champagner Sorbet“ angeboten werden, sichtbare Etikett im Vordergrund einen Korken mit dem zu seiner Befestigung an der Flasche dienenden Draht, ein halbvolles Glas und ein Getränk, vermutlich Champagner. Im Hintergrund, aber gut erkennbar, befindet sich eine Flasche französischen Schaumweins.

84. Ich glaube nicht, dass die Bedeutung dieser Elemente bei der Beurteilung, ob der Hersteller oder der Vertreiber des Lebensmittels das Ansehen der durch die g.U. Champagne geschützten Zutat ausnutzt, außer Acht gelassen werden kann [49]. Das nationale Gericht kann und muss diese Faktoren bei der Entscheidung über die unzulässige Ausnutzung der g.U. berücksichtigen.

85. Mit der Verordnung Nr. 1308/2013 und der Richtlinie 2000/13 [50] soll die Irreführung des Verbrauchers verhindert werden, und der Gerichtshof hat klargestellt, dass die Liste der Zutaten auf der Verpackung für sich allein nicht ausschließen kann, dass die Etikettierung dieses Erzeugnisses und die Art und Weise, in der sie erfolgt, geeignet sein könnten, den Käufer irrezuführen [51].

86. Tatsächlich hat der Gerichtshof bereits entschieden, dass das nationale Gericht bei der Beurteilung der Frage, ob eine Etikettierung den Käufer irreführen kann, in erster Linie auf die mutmaßliche Erwartung des betreffenden Verbrauchers abstellen muss, die dieser im Licht der Etikettierung in Bezug auf den Ursprung, die Herkunft und die Qualität des Lebensmittels hegt, wobei es hauptsächlich darauf ankommt, dass der Verbraucher nicht irregeführt und nicht zu der irrtümlichen Annahme verleitet wird, dass das Erzeugnis einen anderen Ursprung, eine andere Herkunft oder andere Eigenschaften hat, als es in Wirklichkeit der Fall ist [52].

87. Das zuständige Gericht muss entscheiden, ob in der Verwendung der genannten grafischen Elemente auf dem Etikett des „Champagner Sorbet“ nicht das Bestreben zum Ausdruck kommt, eine übermäßige Verbindung zu dem durch die g.U. geschützten Schaumwein herzustellen. Mit anderen Worten, ob hinter der kommerziellen Präsentation des Lebensmittels in Wirklichkeit die Absicht steht, eine gedankliche Verbindung zu dem Ansehen des Schaumweins aus der Champagne herzustellen, dessen Qualität auf das Sorbet selbst erstreckt werden soll.

C. Zur dritten Frage

88. Die Beantwortung der dritten und der vierten Frage ist möglicherweise überflüssig, falls der Bundesgerichtshof ausgehend von der Antwort auf die zweite Frage zu dem Ergebnis gelangt, dass eine unzulässige Ausnutzung der g.U. Champagne vorlag. Für alle Fälle werde ich beide prüfen.

49 In der mündlichen Verhandlung haben die Parteien eingeräumt, dass sich der Ausgangsrechtsstreit nicht auf die Verwendung der g.U. bei der Bezeichnung des Sorbets beschränkte.

50 Art. 2 Abs. 1 Buchst. a Ziff. i.

51 Urteil vom 4. Juni 2015, Teekanne (C-195/14, EU:C:2015:361, Rn. 38).

52 Ebd. (Rn. 36 und die dort angeführte Rechtsprechung).

89. Mit der dritten Frage wird zusammengefasst danach gefragt, ob die Verwendung des charakteristischen Namens einer g.U. unter den Umständen dieses Falles eine widerrechtliche Aneignung, Nachahmung oder Anspielung in Bezug auf die g.U. selbst darstellt.

90. In Buchst. b von Art. 118m Abs. 2 der Verordnung Nr. 1234/2007 wird eine Reihe durch ihre Unlauterkeit im Geschäftsverkehr gekennzeichneter Verhaltensweisen aufgezählt, die mit einer Verwendung der g.U. von abnehmender Intensität einhergehen, von der Aneignung über die Nachahmung bis hin zur Anspielung.

91. Die *Aneignung* zielt auf die Verwendung des vollständigen Namens der g.U. für ähnliche Erzeugnisse ab. Ich glaube nicht, dass dies hier der Fall ist, denn das Sorbet wird gefroren verkauft, was bei Wein nicht denkbar ist[53]. Ich glaube auch nicht, dass eine *Nachahmung* im eigentlichen Sinne vorliegt, denn in der Bezeichnung „Champagner Sorbet“ ist die g.U. vollständig enthalten.

92. Komplexer ist die Klärung der Frage, ob von einer *Anspielung* gesprochen werden kann. Dazu ist die Rechtsprechung des Gerichtshofs heranzuziehen, der bereits einige der rechtlichen Grundzüge dieses dritten Typs unlauterer Handlungsweisen herausgearbeitet hat[54].

93. Nach dieser Rechtsprechung erfasst der Begriff „Anspielung“ eine Fallgestaltung, in der der zur Bezeichnung eines Erzeugnisses verwendete Ausdruck *einen Teil* einer g.U. in der Weise einschließt, dass der Verbraucher durch den Namen des Erzeugnisses veranlasst wird, gedanklich einen Bezug zu der Ware herzustellen, die die Bezeichnung trägt[55].

94. Die Bezugnahme auf die *teilweise* Verwendung der g.U. ergab sich aus dem Sachverhalt der Rechtssachen, die Gegenstand der verschiedenen Urteile waren. Dort war die Anspielung auf die g.U. auf eine nicht vollständige Überschneidung der Namen oder der Marken der streitigen Erzeugnisse zurückzuführen („Gorgonzola/Cambozola“[56], „Parmigiano Reggiano/Parmesan“[57] und „Verlados/Calvados“[58]).

95. Bei der Prüfung des Falles einer Marke, die vollständig das Element „Cognac“ enthielt, anhand der Verordnung Nr. 110/2008 hat der Gerichtshof die Einstufung als „Anspielung“ der als „Aneignung“ vorgezogen, obgleich es um Spirituosen ging, die nicht den Produktspezifikationen der g.U. entsprachen[59].

96. Die in Bezug auf die g.U. für Spirituosen entwickelten Grundsätze können entsprechend auf die Anspielung im Sinne von Art. 118m Abs. 2 Buchst. b der Verordnung Nr. 1234/2007 übertragen werden[60]. In den Erwägungsgründen 92 und 97 der Verordnung Nr. 1308/2013 wird dargelegt, dass der Schutz der g.U. nicht nur darauf gerichtet ist, irreführende Praktiken zu verhindern sowie die Markttransparenz und einen fairen Wettbewerb zu fördern, sondern auch darauf, ein hohes Verbraucherschutzniveau zu gewährleisten.

53 Eine andere Beurteilung könnte sich allerdings ergeben, wenn das Erzeugnis in einer anderen Weise bezeichnet worden wäre, die dem Verbraucher suggeriert, dass es sich um gefrorenen Champagner handelt, der als Sorbet genossen werden kann.

54 In meinen Schlussanträgen in der Rechtssache EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394, Nrn. 94 ff.) gehe ich ebenfalls auf den Begriff der Anspielung ein, dort im Zusammenhang mit der Verwendung der g.U. Porto/Port durch die Unionsmarke „Port Charlotte“.

55 Urteil vom 21. Januar 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, Rn. 21 und die dort angeführte Rechtsprechung), im Zusammenhang mit Art. 16 Buchst. b der Verordnung Nr. 110/2008.

56 Urteil vom 4. März 1999, Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, Rn. 25).

57 Urteil vom 26. Februar 2008, Kommission/Deutschland (C-132/05, EU:C:2008:117, Rn. 44).

58 Urteil vom 21. Januar 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35).

59 Urteil vom 14. Juli 2011, Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 und C-27/10, EU:C:2011:484, Rn. 58).

60 Ebd. (Rn. 22 bis 27).

97. In gleicher Weise sind auch die Rechtsprechungskriterien zu berücksichtigen, nach denen bei der Beurteilung, ob eine Anspielung vorliegt, auf die Wahrnehmung eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen europäischen Durchschnittsverbrauchers abzustellen ist, wobei darin der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit zum Ausdruck kommt [61].

98. Wiederum wird es Sache des vorlegenden Gerichts (oder gegebenenfalls der Instanzgerichte) sein, auf der Grundlage dieser Rechtsprechung zu entscheiden, ob im vorliegenden Fall eine Anspielung auf die g.U. Champagne gegeben ist [62]. Bei der Begründung seines Urteils kann es nicht nur auf den Namen des Sorbets abstellen, sondern auch auf die übrigen von mir bereits genannten Elemente, mit denen dieses Erzeugnis kommerziell angeboten wird.

99. Ohne in die Zuständigkeit des vorlegenden Gerichts eingreifen zu wollen und unter dem Vorbehalt, dass nur dieses in der Lage ist, den streitigen Sachverhalt umfassend zu beurteilen, bin ich der Ansicht, dass das Vorhandensein dieser grafischen Elemente auf der Verpackung des Erzeugnisses dazu beiträgt, die Anspielung auf die g.U. Champagne zu verstärken. Mit ihrer Verwendung sowie mit dem Namen „Champagner Sorbet“ wollen Hersteller und Vertreiber erreichen, dass der Verbraucher die Qualität und den Ruf dieser g.U. im Kopf hat, die auf das Sorbet erstreckt werden sollen.

D. Zur vierten Frage

100. Der Bundesgerichtshof möchte wissen, ob Art. 118m Abs. 2 Buchst. c der Verordnung Nr. 1234/2007 nur auf falsche oder irreführende Angaben anwendbar ist, die geeignet sind, bei den angesprochenen Verkehrskreisen einen unzutreffenden Eindruck in Bezug auf die geografische Herkunft eines Erzeugnisses hervorzurufen.

101. Zum besseren Verständnis der Frage sind die Rn. 62 ff. des Vorlagebeschlusses heranzuziehen. Ihnen lässt sich entnehmen, dass der Zweifel auf dem vom CIVC angeführten Argument beruht, wonach das Verbot solcher Angaben als *allgemein* aufzufassen sei und nicht nur Angaben erfasse, die bei den Verkehrskreisen einen falschen Eindruck in Bezug auf die geografische Herkunft des Erzeugnisses hervorriefen.

102. Das vorlegende Gericht scheint einer engeren Auslegung der Vorschrift zuzuneigen und sie auf die Fälle beschränken zu wollen, in denen die Verkehrskreise durch die Benutzung der g.U. in Bezug auf die Herkunft des Erzeugnisses irregeführt oder getäuscht werden.

103. Ich bin jedoch der Ansicht, dass der Gemeinschaftsgesetzgeber den g.U. einen weiten Schutz verleihen wollte und über die Irreführung hinsichtlich der Herkunft der Erzeugnisse hinaus auch der Gefahr der Verallgemeinerung durch Verwässerung der g.U. durch ihre wahllose Verwendung begegnen wollte.

104. Art. 118m Abs. 2 der Verordnung Nr. 1234/2007 enthält eine Abstufung unlauterer Verhaltensweisen, auf die ich weiter oben Bezug genommen habe. Während Buchst. a die Ausnutzung des Ansehens der g.U. betrifft und sich Buchst. b auf die widerrechtliche Aneignung, Nachahmung oder Anspielung bezieht, erweitert Buchst. c den geschützten Bereich auf „Angaben“ (d. h. Informationen, die den Verbrauchern gegeben werden) auf der Aufmachung oder der äußeren Verpackung oder in der Werbung für das Erzeugnis, die zwar nicht direkt auf die g.U. anspielen, aber hinsichtlich der Verbindungen zwischen dem Erzeugnis und der g.U. täuschen oder irreführen.

61 Urteil vom 21. Januar 2016, Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, Rn. 26 bis 28).

62 In Rn. 31 des Urteils Viiniverla wies der Gerichtshof darauf hin, dass es Sache des vorlegenden Gerichts ist, „darüber zu entscheiden, ob die Bezeichnung ‚Verlados‘ für einen Brand aus Apfelwein im Sinne von Art. 16 Buchst. b der Verordnung Nr. 110/2008 eine ‚Anspielung‘ auf die geschützte geografische Angabe ‚Calvados‘ darstellt“.

105. Ich glaube, die *ratio* dieses Buchst. c wird nicht in Frage gestellt, wenn die kommerziellen Informationen zu dem mit der g.U. *in Verbindung gebrachten* Lebensmittel, die den Verbraucher direkt erreichen, geeignet sind, ihn glauben zu machen, dass dieses Erzeugnis denselben Schutz genießt und dieselbe Qualität aufweist wie die g.U., während dies in Wirklichkeit nicht der Fall ist. Eine falsche oder irreführende Bezeichnung kann natürlich die Herkunft des Erzeugnisses betreffen, aber auch seine wesentlichen Eigenschaften (z. B. seinen Geschmack).

106. Zusammengefasst ist der Schutz, den die in der vierten Frage angeführte Bestimmung gewährt, nicht auf die Fälle beschränkt, in denen der Verbraucher über die geografische Herkunft eines Erzeugnisses getäuscht wird.

VI. Ergebnis

107. Aus den oben dargelegten Erwägungen schlage ich dem Gerichtshof vor, die Vorlagefragen des Bundesgerichtshofs (Deutschland) wie folgt zu beantworten:

1. Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 des Rates vom 22. Oktober 2007 über eine gemeinsame Organisation der Agrarmärkte und mit Sondervorschriften für bestimmte landwirtschaftliche Erzeugnisse ist anwendbar, wenn die g.U. Champagne unter Umständen wie denen des Ausgangsrechtsstreits verwendet wird, um ein unter dem Namen „Champagner Sorbet“ vermarktetes Lebensmittel zu bezeichnen.

2. Art. 118m Abs. 2 Buchst. a Ziff. ii der Verordnung Nr. 1234/2007 ist dahin auszulegen, dass das vorlegende Gericht, um zu klären, ob das Lebensmittel „Champagner Sorbet“, das 12 % Champagner enthält, in unberechtigter Weise das Ansehen der g.U. Champagne ausnutzt, beurteilen muss, ob ein berechtigtes Interesse vorliegt, das die Verwendung dieser g.U. in seiner kommerziellen Präsentation rechtfertigt. Als Faktoren bei der Abwägung, ob eine unzulässige Ausnutzung vorliegt, können herangezogen werden, dass die durch die g.U. Champagne geschützte und dem Lebensmittel beigefügte Zutat ihm eine wesentliche Eigenschaft verleiht, sowie die Elemente der Verpackung und der Etikettierung, die den Verbraucher dazu veranlassen, dieses Erzeugnis gedanklich mit der g.U. Champagne in Verbindung zu bringen.

3. Art. 118m Abs. 2 Buchst. b der Verordnung Nr. 1234/2007 ist dahin auszulegen, dass das vorlegende Gericht, um zu beurteilen, ob das Erzeugnis „Champagner Sorbet“ im Sinne dieser Bestimmung auf die g.U. Champagne anspielt, prüfen muss, ob angesichts seiner Bezeichnung und seiner kommerziellen Präsentation ein normal informierter, angemessen aufmerksamer und verständiger europäischer Durchschnittsverbraucher zu der Annahme veranlasst wird, dass dieses Erzeugnis die Qualität aufweist und den Ruf genießt, die der geschützten Bezeichnung innewohnen.

4. Art. 118m Abs. 2 Buchst. c der Verordnung Nr. 1234/2007 ist nicht nur auf falsche oder irreführende Angaben anwendbar, die geeignet sind, bei den angesprochenen Verkehrskreisen einen unzutreffenden Eindruck in Bezug auf die geografische Herkunft eines Erzeugnisses hervorzurufen.