URTEIL DES GERICHTSHOFES (Fünfte Kammer)

28. Januar 1999 *

In der Rechtssache C-303/97

betreffend ein dem Gerichtshof nach Artikel 177 EG-Vertrag vom Bundesgerichtshof in dem bei diesem anhängigen Rechtsstreit

Verbraucherschutzverein e. V.

gegen

Sektkellerei G. C. Kessler GmbH & Co.

vorgelegtes Ersuchen um Vorabentscheidung über die Auslegung von Artikel 13 Absatz 2 Buchstabe b der Verordnung (EWG) Nr. 2333/92 des Rates vom 13. Juli 1992 zur Festlegung der Grundregeln für die Bezeichnung und Aufmachung von Schaumwein und Schaumwein mit zugesetzter Kohlensäure (ABl. L 231, S. 9)

erläßt

DER GERICHTSHOF (Fünfte Kammer)

unter Mitwirkung des Kammerpräsidenten J.-P. Puissochet sowie der Richter J. C. Moitinho de Almeida, C. Gulmann, D. A. O. Edward und M. Wathelet (Berichterstatter),

* Verfahrenssprache: Deutsch.

Generalanwalt: N. Fennelly
Kanzler: D. Louterman-Hubeau, Hauptverwaltungsrätin

unter Berücksichtigung der schriftlichen Erklärungen

— des Verbraucherschutzvereins e. V., vertreten durch Professor N. Reich, Universität Bremen,

— der Sektkellerei G. C. Kessler GmbH & Co., vertreten durch Rechtsanwalt K. Bauer, Köln,

— der deutschen Regierung, vertreten durch Ministerialrat E. Röder, Bundesministerium für Wirtschaft, als Bevollmächtigten,

— der französischen Regierung, vertreten durch F. Pascal, Attaché der Zentralverwaltung in der Direktion für Rechtsfragen des Ministeriums für Auswärtige Angelegenheiten, und K. Rispal-Bellanger, Abteilungsleiterin in dieser Direktion, als Bevollmächtigte,

— der Kommission der Europäischen Gemeinschaften, vertreten durch K.-D. Borchardt, Juristischer Dienst, als Bevollmächtigten,

aufgrund des Sitzungsberichts,

nach Anhörung der mündlichen Ausführungen des Verbraucherschutzvereins e. V., vertreten durch Professor N. Reich, der Sektkellerei G. C. Kessler GmbH & Co., vertreten durch Rechtsanwalt K. Bauer, der französischen Regierung, vertreten durch C. Vasak, stellvertretende Sekretärin in der Direktion für Rechtsfragen des Ministeriums für Auswärtige Angelegenheiten, als Bevollmächtigte, und der Kommission, vertreten durch K.-D. Borchardt, in der Sitzung vom 9. Juli 1998,

nach Anhörung der Schlußanträge des Generalanwalts in der Sitzung vom 29. September 1998,

folgendes

Urteil

1 Der Bundesgerichtshof hat mit Beschluß vom 26. Juni 1997, beim Gerichtshof eingegangen am 25. August 1997, gemäß Artikel 177 EG-Vertrag zwei Fragen nach der Auslegung von Artikel 13 Absatz 2 Buchstabe b der Verordnung (EWG) Nr. 2333/92 des Rates vom 13. Juli 1992 zur Festlegung der Grundregeln für die Bezeichnung und Aufmachung von Schaumwein und Schaumwein mit zugesetzter Kohlensäure (ABl. L 231, S. 9) zur Vorabentscheidung vorgelegt.

2 Diese Fragen stellen sich in einem Rechtsstreit zwischen dem Verbraucherschutzverein e. V. und der Sektkellerei G. C. Kessler GmbH & Co. (im folgenden: Beklagte), in dem es um die Verwendung der Bezeichnung „Hochgewächs" auf dem Etikett von Flaschen für Sekt geht, den der Beklagte vertreibt.

Das Gemeinschaftsrecht

3 Die Verordnung (EWG) Nr. 2392/89 des Rates vom 24. Juli 1989 stellt allgemeine Regeln für die Bezeichnung und Aufmachung der Weine und der Traubenmoste auf (ABl. L 232, S. 13).

4 In Artikel 11 Absatz 1 der Verordnung sind die Angaben genannt, die die Etikettierung bei Qualitätswein bestimmter Anbaugebiete (b. A.) enthalten muß. Nach Absatz 2 kann diese Etikettierung

„durch folgende Angaben ergänzt werden:

...

c) eine Marke nach Maßgabe des Artikels 40;

...

k) Hinweise auf

— die Herstellungsart,

— die Art des Erzeugnisses,

— eine besondere Farbe des Qualitätsweins b. A.,

sofern diese Angaben in Vorschriften der Gemeinschaft oder des Erzeugermitgliedstaats festgelegt sind. Die Verwendung solcher Angaben kann jedoch für die Bezeichnung von Qualitätswein b. A. aus einem bestimmten Anbaugebiet untersagt werden, wenn sie dort nicht herkömmlich und üblich sind

...“

5 Nach Artikel 40 Absatz 2 der Verordnung Nr. 2392/89 darf die Marke nicht geeignet sein, Verwechslungen oder eine Irreführung der Verbraucher herbeizuführen.

6 In Übereinstimmung mit Artikel 11 Absatz 2 Buchstabe k der Verordnung Nr. 2392/89 darf nach Artikel 14 Absatz 3 Buchstabe a der Verordnung (EWG) Nr. 3201/90 der Kommission vom 16. Oktober 1990 über Durchführungsbestimmungen für die Bezeichnung und Aufmachung der Weine und der Traubenmoste (ABl. L 309, S. 1) der Begriff „Riesling-Hochgewächs“ namentlich für die Bezeichnung eines deutschen Qualitätsweins b. A. verwendet werden.

7 Die Bezeichnung und Aufmachung von Schaumwein und Schaumwein mit zugesetzter Kohlensäure sind in der Verordnung Nr. 2333/92 besonders geregelt.

8 Artikel 3 dieser Verordnung legt fest, welche Angaben die Etikettierung der Flaschen von Schaumwein und Schaumwein mit zugesetzter Kohlensäure zwingend enthalten muß.

9 Nach Artikel 4 Absatz 1 erster Gedankenstrich der Verordnung Nr. 2333/92 kann die Etikettierung durch andere Angaben ergänzt werden, sofern „nicht die Gefahr besteht, daß sie die Personen irreführen können, für die sie bestimmt sind".

10 Hierzu heißt es in der achten Begründungserwägung:

„Um den Handel mit den genannten Erzeugnissen zu erleichtern, ist den Beteiligten die Wahl der nicht zwingend vorgeschriebenen Angaben, die sie verwenden wollen, zu überlassen und also kein erschöpfendes Verzeichnis dieser Angaben aufzustellen. Diese Wahl muß sich jedoch auf Angaben beschränken, die nicht falsch sind und die Endverbraucher oder andere Personen, für die sie bestimmt sind, nicht irreführen können."

11 Artikel 6 erlaubt verschiedene Arten freiwilliger Angaben auf dem Etikett. Insbesondere heißt es in Absatz 8:

„Die Angabe eines Begriffs betreffend eine gehobene Qualität ist nur zulässig für

— einen Qualitätsschaumwein b. A.,

— einen Qualitätsschaumwein ..."

12 In Artikel 13 der Verordnung Nr. 2333/92 heißt es:

„(1) Die Bezeichnung und Aufmachung der in Artikel 1 Absatz 1 genannten Erzeugnisse sowie jegliche Werbung für diese Erzeugnisse dürfen nicht falsch oder geeignet sein, Verwechslungen oder eine Irreführung von Personen, an die sie sich richten, hervorzurufen ...

(2) Wird eine sich auf die in Artikel 1 Absatz 1 genannten Erzeugnisse beziehende Bezeichnung, Aufmachung und Werbung durch Marken ergänzt, so dürfen diese keine Worte, Wortteile, Zeichen oder Abbildungen enthalten, die

a) geeignet sind, Verwechslungen oder eine Irreführung der Personen, an die sie sich richten, im Sinne von Absatz 1 hervorzurufen, oder

b) mit der gesamten oder einem Teil der Bezeichnung eines Tafelweins, eines Qualitätsweins b. A., einschließlich eines Qualitätsschaumweins b. A., oder eines eingeführten Weins, dessen Bezeichnung durch Gemeinschaftsvorschriften geregelt wird, oder mit der Bezeichnung eines anderen in Artikel 1 Absatz 1 genannten Erzeugnisses verwechselt werden können bzw. mit der Bezeichnung eines solchen Erzeugnisses identisch sind, ohne daß die für die Bereitung der Cuvée des betreffenden Schaumweins verwendeten Erzeugnisse eine solche Bezeichnung oder Aufmachung beanspruchen können.

(3) Abweichend von Absatz 2 Buchstabe b) kann der Inhaber einer für ein Erzeugnis im Sinne des Artikels 1 Absatz 1 registrierten und verkehrsüblichen Marke, die Worte enthält, die mit der Bezeichnung eines bestimmten Anbaugebiets oder einer kleineren geographischen Einheit als ein bestimmtes Anbaugebiet iden-

tisch sind, diese Marke auch dann, wenn das Erzeugnis diese Bezeichnung gemäß Absatz 2 nicht führen darf, weiterverwenden, wenn sie der Identität des ursprünglichen Inhabers oder des ursprünglichen Namensgebers entspricht, sofern die Registrierung der Marke bei Qualitätsweinen b. A. mindestens 25 Jahre vor der offiziellen Anerkennung der betreffenden geographischen Bezeichnung gemäß Artikel 1 Absatz 3 der Verordnung (EWG) Nr. 823/87 durch einen Erzeugermitgliedstaat erfolgt ist und die Marke effektiv ohne Unterbrechung verwendet wurde.

Marken, die die Bedingungen des Unterabsatzes 1 erfüllen, können der Verwendung von Namen geographischer Einheiten für die Bezeichnung eines Qualitätsweins b. A. nicht entgegengehalten werden."

13 In der achtzehnten Begründungserwägung heißt es in diesem Zusammenhang, daß es im Hinblick auf die Bedingungen für einen lauteren Wettbewerb bei Schaumwein und Schaumwein mit zugesetzter Kohlensäure angezeigt ist,

„bei der Bezeichnung oder Aufmachung dieser Weine Elemente zu verbieten, die die Personen, für die sie bestimmt sind, irreführen können. Ähnliche Verbote sind insbesondere für die Markenbezeichnungen für Schaumwein oder Schaumwein mit zugesetzter Kohlensäure vorzusehen".

Das Ausgangsverfahren

14 Die Kellerei G. C. Kessler GmbH & Co., Beklagte des Ausgangsverfahrens, stellt unter Verwendung französischen „Chardonnay"-Weins Sekt her und vertreibt diesen seit ca. 60 Jahren unter der Bezeichnung „Kessler Hochgewächs", die in Deutschland seit dem 7. Juni 1950 als Warenzeichen geschützt ist.

15 Seit 1986 ist die Bezeichnung „Riesling-Hochgewächs" in Deutschland geschützt; sie bezeichnet gemäß § 8a der Weinverordnung (WeinVO) — seit 1995 § 34 Absatz 1 WeinVO (BGBl I S. 630) — Weißwein, der bestimmten Qualitätskriterien entspricht und ausschließlich aus Rieslingtrauben hergestellt ist. Letztere Bestimmung lautet:

„Weißer Qualitätswein darf als ‚Riesling-Hochgewächs' nur bezeichnet werden, wenn

1. er ausschließlich aus Weintrauben der Rebsorte Riesling hergestellt worden ist,

2. der zur Herstellung verwendete Most einen natürlichen Alkoholgehalt aufgewiesen hat, der mindestens 1,5 Volumenprozent über dem natürlichen Mindestalkoholgehalt liegt, der für das bestimmte Anbaugebiet oder dessen Teil vorgeschrieben ist, in dem die Weintrauben geerntet worden sind, und

3. er in der amtlichen Qualitätsprüfung eine Qualitätszahl von mindestens 3,0 erreicht hat."

16 Der Verbraucherschutzverein beantragte im Verfahren vor dem Landgericht, der Beklagten zu verbieten, im geschäftlichen Verkehr ihren Sekt weiterhin in Verbindung mit der Bezeichnung „Hochgewächs" zu vertreiben, da diese geeignet sei, den Verbraucher zu der irrigen Annahme zu verleiten, daß dieser Sekt aus Riesling hergestellt sei, und da sie somit gegen Artikel 13 Absatz 2 Buchstabe b der Verordnung Nr. 2333/92 sowie gegen bestimmte Vorschriften des deutschen Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb verstoße.

17 Demgegenüber machte die Beklagte vor dem Landgericht geltend, eine Irreführung der Verbraucher sei ausgeschlossen, da sie nicht das gesamte Begriffspaar „Riesling-Hochgewächs" verwende und der Verbraucher aus einer Bezeichnung für einen Sekt nicht auf den verwendeten Grundwein schließe. Hilfsweise machte sie geltend, sie habe für die Bezeichnung „Kessler Hochgewächs" einen Besitzstand erworben, da sie diese Bezeichnung in Deutschland seit 1950 als geschütztes Warenzeichen führe und da die Auslegung der Verordnung Nr. 2333/92 nicht dazu führen dürfe, daß sie in ihrem Kennzeichnungsrecht beeinträchtigt werde.

18 Das Landgericht wies die Klage des Verbraucherschutzvereins ab; dieser legte Berufung beim Oberlandesgericht Köln ein. Das Oberlandesgericht wies die Berufung mit der Begründung zurück, es sei zwar durchaus denkbar, daß ein nicht unerheblicher Teil der Verbraucher den Eindruck gewinnen könne, die für die Herstellung der Cuvée verwendeten Grundweine entsprächen den Rebsorten- und Qualitätskriterien eines „Riesling-Hochgewächs"-Weines im Sinne der WeinVO, doch sei eine solche Irreführung nur bei denjenigen Verbrauchern denkbar, denen die Existenz der Weinbezeichnung „Riesling-Hochgewächs" bekannt sei; jedenfalls habe der Verbraucherschutzverein keinen Beweisantrag dafür gestellt, daß ein nicht unbeachtlicher Teil dieser Verbraucher irregeführt werde. Für die Anwendung des Artikels 13 Absatz 2 Buchstabe b der Verordnung Nr. 2333/92 reiche es nicht aus, daß die teilweise Identität des Begriffes „Hochgewächs" auf dem Etikett von Sektflaschen mit einem Teil der Bezeichnung eines anderen, nach anderen Kriterien hergestellten Weines, eine abstrakte Verwechslungs-bzw. Irreführungsgefahr hervorrufen könne, sondern es müsse festgestellt werden, daß dieser Begriff geeignet sei, eine konkrete Verwechslungs-bzw. Irreführungsgefahr herbeizuführen.

19 Der Bundesgerichtshof, bei dem der Verbraucherschutzverein Revision eingelegt hat, zweifelt, wie Artikel 13 Absatz 2 Buchstabe b der Verordnung Nr. 2333/92 auszulegen sei. Das Ausgangsverfahren werfe die Frage auf, ob für das Verbot der Verwendung bestimmter Marken nach dieser Bestimmung allein die Verwechslungsfähigkeit genüge, ohne daß festgestellt werden müsse, daß die verwendete Angabe konkret geeignet sei, die Verbraucher irrezuführen und dadurch ihr wirtschaftliches Verhalten zu beeinflußen.

20 Fraglich sei insoweit insbesondere, ob die alternative Verwendung der Begriffe „Verwechslung" und „Irreführung" in Artikel 13 Absätze 1 und 2 Buchstabe a, während Artikel 13 Absatz 2 Buchstabe b nur darauf abstelle, ob die betreffenden Bezeichnungen „verwechselt werden können", darauf hindeute, daß in den ersten beiden Fällen das Verbot voraussetze, daß eine Irreführungsgefahr dargetan sei, während im Fall des Artikels 13 Absatz 2 Buchstabe b die Feststellung genüge, daß die einander gegenüberstehenden Bezeichnungen „verwechslungsfähig" seien.

21 Für den Fall, daß letzteres zutreffe, stelle sich die Frage, ob die sich daraus ergebende Beeinträchtigung des Rechts am geistigen Eigentum aus der Sicht des Grundrechtsschutzes rechtmäßig sei.

22 Daher hat der Bundesgerichtshof das Verfahren ausgesetzt und dem Gerichtshof die folgenden Fragen zur Vorabentscheidung vorgelegt:

1. Genügt für die Anwendung des Verbotes des Artikels 13 Absatz 2 Buchstabe b der genannten Verordnung die Festlegung, daß ein Wort einer zur Bezeichnung des Schaumweins verwendeten Marke (hier: Hochgewächs) mit einem Teil der Bezeichnung eines für die Bereitung der Cuvée des Schaumweins (nicht verwendeten) Weins (hier: Riesling-Hochgewächs) verwechselt werden kann, auch wenn weder irrtümliche, den Kauf beeinflussende Vorstellungen beachtlicher Teile der Verbraucher über die Beschaffenheit der Cuvée noch eine Täuschungsabsicht des Inhabers der Marke festgestellt sind?

2. Falls die erste Frage bejaht werden sollte: Kann der Anwendung des Kennzeichnungsverbots des Artikels 13 Absatz 2 Buchstabe b der genannten Verordnung das gewerbliche Eigentum, das der Markeninhaber aufgrund traditionsreicher ungestörter Verwendung seines Kennzeichens im Inland erworben hat, als höherrangiges schützenswertes Interesse entgegenstehen?

Zur ersten Frage

23 Nach Artikel 13 Absatz 2 der Verordnung Nr. 2333/92 dürfen Marken, durch die die Bezeichnung und Aufmachung von Schaumwein und die Werbung für dieses Erzeugnis ergänzt wird, keine Worte enthalten, die geeignet sind, Verwechslungen oder eine Irreführung der Personen, an die sie sich richten, hervorzurufen (Buch-

stabe a), oder die mit der gesamten oder einem Teil der Bezeichnung u. a. eines Qualitätsweins b. A., dessen Bezeichnung durch Gemeinschaftsvorschriften geregelt wird bzw. mit der Bezeichnung eines solchen Erzeugnisses identisch sind, „ohne daß die für die Bereitung der Cuvée des betreffenden Schaumweins verwendeten Erzeugnisse eine solche Bezeichnung oder Aufmachung beanspruchen können" (Buchstabe b).

24 Nach Ansicht der französischen Regierung braucht nach dem Gemeinschaftsrecht der Nachweis einer Verwechslung nicht erbracht zu werden, wenn eine Marke Worte enthalte, die Teil einer der Aufmachung bestimmter Weine vorbehaltenen Bezeichnung seien. Das Gemeinschaftsrecht gewähre nämlich den von ihm aufgeführten Bezeichnungen einen objektiven Schutz, indem es deren ausschließliche Verwendung bei der Aufmachung für den Verkauf der Weine vorsehe. Somit habe der Gemeinschaftsgesetzgeber keine Voraussetzungen für den Beweis aufgestellt, daß es bei den Käufern zu einer tatsächlichen Verwechslung mit einer der Aufmachung bestimmter Weine vorbehaltenen Angabe komme, wenn die Bezeichnung des Erzeugnisses, wie im vorliegenden Fall, ein Wort enthalte, das mit einem in einer solchen Angabe enthaltenen Wort identisch sei.

25 Auch der Verbraucherschutzverein ist der Ansicht, daß die Gemeinschaftsregelung nicht den Nachweis verlange, daß eine Verwechslung tatsächlich stattgefunden habe. Die abstrakte Gefahr einer Täuschung genüge, unabhängig von den Auswirkungen der Verwendung der Marke auf eine bestimmte Gruppe von Verbrauchern.

26 Für seine Auslegung beruft sich der Verbraucherschutzverein darauf, daß der Gerichtshof in seinem Urteil vom 25. Februar 1981 in der Rechtssache 56/80 (Weigand, Slg. 1981, 583), das sich auf die Verordnung (EWG) Nr. 355/79 des Rates vom 5. Februar 1979 zur Aufstellung allgemeiner Regeln für die Bezeichnung und Aufmachung der Weine und der Traubenmoste (ABl. L 54, S. 49) bezogen habe, unter Hinweis auf den Zweck der betreffenden Marktorganisation eine abstrakte Auslegung des Verbotes verwechslungsfähiger Angaben vertreten habe. Nur diese Auslegung könne eine einheitliche Anwendung des Gemeinschaftsrechts gewährleisten, die nicht von zwangsläufig unterschiedlichen Auffassungen der Verbraucher der verschiedenen Mitgliedstaaten bestimmt sei.

27 Zunächst ist festzustellen, daß die Marke „Kessler Hochgewächs" mit der Bezeichnung „Riesling-Hochgewächs" nicht identisch ist, so daß der Tatbestand des Artikels 13 Absatz 2 Buchstabe b zweiter Teil zweite Alternative der Verordnung Nr. 2333/92 nicht erfüllt ist, der eine unbefugte Benutzung einer Bezeichnung betrifft, die als solche durch die Gemeinschaftsregelung bestimmten Weinen vorbehalten ist.

28 Zu prüfen ist, ob der Tatbestand des Artikels 13 Absatz 2 Buchstabe b zweiter Teil erste Alternative der Verordnung Nr. 2333/92 erfüllt ist und ob insoweit, wie das vorlegende Gericht fragt, die Feststellung genügt, daß eine Marke, die ein Wort enthält, das in der Bezeichnung eines der in dieser Bestimmung genannten Erzeugnisse enthalten ist, als solche mit dieser Bezeichnung verwechselt werden kann, oder ob auch nachgewiesen werden muß, daß die Verwendung dieser Marke bei den angesprochenen Verbrauchern tatsächlich falsche Vorstellungen über die Beschaffenheit der Cuvée hervorzurufen droht, die geeignet sind, ihr wirtschaftliches Verhalten zu beeinflussen.

29 Nach Artikel 6 Absatz 8 der Verordnung Nr. 2333/92 ist die Verwendung von Angaben, die eine gehobene Qualität betreffen, bei bestimmten Weinen, insbesondere „Qualitätsschaumwein", ausdrücklich zulässig.

30 Sind solche Angaben geeignet, bei den Verbrauchern Verwechslungen hervorzurufen, so fallen sie unter das besondere Verbot des Artikels 13 Absatz 2 der Verordnung Nr. 2333/92, wenn sie eine geschützte Marke darstellen, während sie in den anderen Fällen vom allgemeinen Verbot der Artikel 4 Absatz 1 und 13 Absatz 1 erfaßt werden. Es gibt keinen Anhaltspunkt dafür, daß der Gemeinschaftsgesetzgeber unterschiedliche Beurteilungskriterien für den Begriff der Verwechslung festlegen wollte, je nachdem ob die Angabe eine geschützte Marke darstellt oder nicht, zumal

in den verschiedenen Sprachfassungen von Artikel 13 Absatz 1 und Artikel 13 Absatz 2 Buchstabe a die gleiche Wendung „geeignet ..., Verwechslungen oder eine Irreführung ... herbeizuführen" oder im wesentlichen gleiche Wendungen verwendet werden.

31 Zwar unterscheidet der Gemeinschaftsgesetzgeber in Artikel 13 Absatz 2 der Verordnung Nr. 2333/92 zwischen zwei Arten von Verwechslungsgefahr bei der Verwendung von Marken, die die Bezeichnung und Aufmachung von Schaumwein und die Werbung für dieses Erzeugnis betreffen. Diese Unterscheidung verdeutlicht unter Buchstabe b die besonderen Verwechslungsgefahren im Zusammenhang mit den Merkmalen des für die Bereitung der Cuvée verwendeten Grundweins und den besonderen Fall einer Marke, die mit einer geschützten Bezeichnung identisch ist, stützt aber nicht die Auslegung, daß der Gemeinschaftsgesetzgeber den Wendungen „geeignet ..., Verwechslung oder eine Irreführung ... hervorzurufen" in Artikel 13 Absatz 2 Buchstabe a und „verwechselt werden können" in Buchstabe b dieser Bestimmung einen unterschiedlichen Sinn habe beilegen wollen.

32 Zudem wollte der Gemeinschaftsgesetzgeber, wie die Kommission und die deutsche Regierung ausführen, mit der Zulassung der Verwendung von Marken zur Ergänzung der Bezeichnung und der Aufmachung von Schaumweinen und der Werbung für diese Erzeugnisse notwendigerweise eine Interessengewichtung vornehmen zwischen dem Verbraucherschutz einerseits, insbesondere dem Recht darauf, nicht über die Eigenschaften einer Ware irregeführt zu werden, und dem Schutz der Rechte des geistigen Eigentums andererseits, insbesondere dem berechtigten Interesse der Inhaber einer Marke an deren Benutzung und Verwertung im Handel. Diese Gewichtung wäre nahezu aufgehoben, wenn eine bloße Verwechslungsgefahr, die ohne Berücksichtigung der Auffassung oder der Gewohnheiten der betroffenen Verbraucher festgestellt würde, für das Verbot der Benutzung einer geschützten Bezeichnung als Marke ausreichte.

33 Schließlich hat der Gerichtshof in seinem Urteil vom 29. Juni 1995 in der Rechtssache C-456/93 (Langguth, Slg. 1995, I-1737) in bezug auf Artikel 40 der Verordnung Nr. 2392/89, der nahezu denselben Wortlaut hat wie Artikel 13 der Verord-

nung Nr. 2333/92, in Randnummer 28 entschieden, daß eine Marke nicht deshalb, weil sie in auffälliger Weise präsentiert wird, als geeignet angesehen werden kann, Verwechslungen oder eine Irreführung der Personen, an die sie sich richtet, hervorzurufen, und zwar auch dann nicht, wenn sie ein Wort enthält, das nach der in Rede stehenden Regelung als Angabe in der Bezeichnung eines Qualitätsweins b. A. verwendet werden kann. Der Gerichtshof hat in Randnummer 29 hinzugefügt, daß mit dieser Bestimmung in erster Linie ein Verbot der Verwendung in Täuschungsabsicht bezweckt wird. Aus diesem Urteil geht hervor, daß die Verwendung einer Marke nur dann als geeignet angesehen werden kann, Verwechslungen oder eine Irreführung der Personen, an die sie sich richtet, hervorzurufen, wenn anhand der Auffassungen oder Gewohnheiten der betroffenen Verbraucher festgestellt wird, daß tatsächlich die Gefahr einer Beeinflussung ihres wirtschaftlichen Verhaltens besteht.

34 Im Gegensatz zum Vorbringen des Verbraucherschutzvereins steht das Urteil Weigand dieser Auslegung nicht entgegen, da aus ihm nicht hervorgeht, daß die Verwechslungsgefahr im Sinne der Bestimmungen, auf die sich dieses Urteil bezog, ohne Berücksichtigung der Auffassungen oder Gewohnheiten der betroffenen Verbraucher festgestellt werden könnte.

35 Auch kann der Verbraucherschutzverein nicht einwenden, daß diese Auslegung einen erheblichen Zeitaufwand und erhebliche Kosten verursache, da sie für die Anwendung des Artikels 13 Absatz 2 Buchstabe b der Verordnung Nr. 2333/92 eine repräsentative Verbraucherbefragung oder ein Sachverständigengutachten erfordere, was praktisch zu einer Rechtsschutzverweigerung führe und das Verbot der erwähnten Bestimmung leerlaufen lasse.

36 Wie der Gerichtshof mehrfach im Zusammenhang mit Artikel 13 der Verordnung Nr. 2333/92 entsprechenden Bestimmungen entschieden hat, die die Täuschung von Verbrauchern verhindern sollen und sich in einigen Rechtsakten des abgeleiteten Rechts mit allgemeiner oder sektorieller Geltung finden, ist es Sache des nationalen Gerichts, zu beurteilen, ob eine Bezeichnung, eine Marke oder eine Werbung möglicherweise irreführend ist (vgl. insbesondere Urteile vom 17. März 1983 in der Rechtssache 94/82, De Kikvorsch, Slg. 1983, 947, vom 26. November 1996 in der Rechtssache C-313/94, Graffione, Slg. 1996, I-6039, vom 16. Januar 1992 in der

Rechtssache C-373/90, X, Slg. 1992, I-131, Randnrn. 15 und 16, und vom 16. Juli 1998 in der Rechtssache C-210/96, Gut Springenheide und Tusky, Slg. 1998, I-4657). Es hat anhand der Umstände des jeweiligen Falles zu prüfen, ob eine Marke oder ihre Bestandteile unter Berücksichtigung der Erwartung der Verbraucher, an die sie sich richtet, mit der gesamten Bezeichnung bestimmter Weine oder einem Teil davon verwechselt werden kann. Hierbei muß, wie sich ebenfalls aus der Rechtsprechung des Gerichtshofes ergibt, das nationale Gericht auf die mutmaßliche Erwartung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers abstellen (Urteil Gut Springenheide und Tusky, Randnrn. 31 und 32).

37 Nur wenn das nationale Gericht besondere Schwierigkeiten hat, zu beurteilen, ob die Marke irreführend ist, muß es in Ermangelung einer einschlägigen gemeinschaftsrechtlichen Bestimmung nach Maßgabe seines nationalen Rechts entscheiden, ob es dies etwa durch ein Sachverständigengutachten oder eine Verbraucherbefragung ermittelt (vgl. Urteil Gut Springenheide und Tusky, Randnrn. 35 bis 37), und gegebenenfalls einstweilige Anordnungen erlassen.

38 Nach allem ist auf die erste Frage zu antworten, daß Artikel 13 Absatz 2 Buchstabe b der Verordnung Nr. 2333/92 so auszulegen ist, daß für die Anwendung des Verbotes dieser Bestimmung die Feststellung nicht genügt, daß eine Marke, die ein Wort enthält, das in der Bezeichnung eines der in dieser Bestimmung genannten Erzeugnisse enthalten ist, als solche mit dieser Bezeichnung verwechselt werden kann. Daneben muß nachgewiesen werden, daß die Verwendung der Marke tatsächlich geeignet ist, die angesprochenen Verbraucher irrezuführen und daher ihr wirtschaftliches Verhalten zu beeinflussen. Hierbei muß das nationale Gericht darauf abstellen, wie ein durchschnittlich informierter, aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher diese Angabe wahrscheinlich auffassen wird.

Zur zweiten Frage

39 Da die erste Frage verneint worden ist, ist die zweite Frage gegenstandslos.

Kosten

40 Die Auslagen der deutschen und der französischen Regierung sowie der Kommission der Europäischen Gemeinschaften, die vor dem Gerichtshof Erklärungen abgegeben haben, sind nicht erstattungsfähig. Für die Parteien des Ausgangsverfahrens ist das Verfahren ein Zwischenstreit in dem bei dem vorlegenden Gericht anhängigen Rechtsstreit; die Kostenentscheidung ist daher Sache dieses Gerichts.

Aus diesen Gründen

hat

DER GERICHTSHOF (Fünfte Kammer)

auf die ihm vom Bundesgerichtshof mit Beschluß vom 26. Juni 1997 vorgelegten Fragen für Recht erkannt:

Artikel 13 Absatz 2 Buchstabe b der Verordnung (EWG) Nr. 2333/92 des Rates vom 13. Juli 1992 zur Festlegung der Grundregeln für die Bezeichnung und Aufmachung von Schaumwein und Schaumwein mit zugesetzter Kohlensäure

ist so auszulegen, daß für die Anwendung des Verbotes dieser Bestimmung die Feststellung nicht genügt, daß eine Marke, die ein Wort enthält, das in der Bezeichnung eines der in dieser Bestimmung genannten Erzeugnisse enthalten ist, als solche mit dieser Bezeichnung verwechselt werden kann. Daneben muß nachgewiesen werden, daß die Verwendung der Marke tatsächlich geeignet ist, die angesprochenen Verbraucher irrezuführen und daher ihr wirtschaftliches Verhalten zu beeinflussen. Hierbei muß das nationale Gericht darauf abstellen, wie ein durchschnittlich informierter, aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher diese Angabe wahrscheinlich auffassen wird.

Puissochet Moitinho de Almeida Gulmann

Edward Wathelet

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 28. Januar 1999.

Der Kanzler

R. Grass

Der Präsident der Fünften Kammer

J.-P. Puissochet