
Datum: 18.01.2019
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 61/18
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2019:0118.6U61.18.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 84 O 98/17
Schlagworte: Culatello di Parma
Normen: Rom-II-VO Art. 8 Abs. 2; Verordnung (EU) 1151/2012 Art. 13 Abs. 1; MarkenG § 135

Leitsätze:

1. Wird bei behaupteter Verletzung einer geographischen Ursprungsbezeichnung allein das Anbieten, Bewerben, Inverkehr-Bringen und Einführen in der/die Bundesrepublik Deutschland angegriffen, gilt nach Art. 8 Abs. 2 Rom-II-Verordnung für den Umfang des Schutzes der geltend gemachten Rechte Art. 13 der Verordnung (EU) 1151/2012, während sich auf der Rechtsfolgen-seite der Unterlassungsanspruch aus § 135 MarkenG, § 8 UWG ergibt, auch wenn beide Parteien nicht in Deutschland ansässig sind.
2. Der Schutz der geographischen Ursprungsbezeichnung „Prosciutto di Par-ma“ erstreckt sich auch auf die Verwendung der einzelnen geographischen Bestandteile der zusammengesetzten Bezeichnung.
3. Für die Frage der Anspielung im Sinne des Art. 13 I lit. b der Verordnung (EU) 1151/2012 kommt es weder auf die Sichtweise des deutschen Verbrauchers noch des Verbrauchers im Herkunftsland der Waren, sondern auf die Ver-kehrsauffassung des europäischen Verbrauchers an. Diese Verkehrsauffas-sung kann der Senat selbst beurteilen, da er zu den angesprochenen euro-päischen Verkehrskreisen gehört.
4. Die Bezeichnung „Culatello di Parma“ für ein aufgeschnittenes Rohschin-kenprodukt in Klarsichtverpackung stellt eine Anspielung

auf die geschützte Ursprungsbezeichnung „Prosciutto di Parma“ dar.

Tenor:

Die Berufung der Beklagten gegen das am 14.03.2018 verkündete Urteil der 4. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln – 84 O 98/17 – wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens trägt die Beklagte.

Dieses Urteil und das genannte Urteil des Landgerichts Köln sind vorläufig vollstreckbar. Dies gilt hinsichtlich der Unterlassungsverpflichtung nur gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 90.000 € und hinsichtlich des Auskunftsanspruchs in Höhe von 10.000 €. Die Beklagte kann die Vollstreckung im Übrigen durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrages abwenden, wenn nicht die Klägerin vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110% des zu jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Die Revision wird zugelassen.

Gründe:

I.

Die Parteien streiten über die Berechtigung der Beklagten zum Vertrieb von Fleischerzeugnissen unter der Bezeichnung „*Culatello di Parma*“ in einer in den Antrag aufgenommenen konkreten Form.

Die Klägerin wurde im Jahr 1963 von italienischen Herstellern von Parmaschinken gegründet, um in Umsetzung des nationalen und europäischen Rechts die Ursprungsbezeichnung „*Prosciutto di Parma*“ zu verteidigen, zu fördern und zu sichern. Als Erzeugerorganisation wurde sie vom italienischen Ministerium für Landwirtschaft, Lebensmittel und Forstwirtschaft am 01.12.2014 formell anerkannt und bestätigt. Als in dieser Weise anerkannte Vereinigung verteidigt die Klägerin in Umsetzung von Art. 45 der Verordnung Nr. 1151/2012 über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel vom 21. November 2012 die Ursprungsbezeichnung unter anderem gegen widerrechtliche Verwendungen nach Art. 13 der Verordnung, indem sie die zuständigen Behörden hiervon unterrichtet.

Die Bezeichnung „*Prosciutto di Parma*“ ist als geschützte Ursprungsbezeichnung im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 eingetragen. Aus Anhang II der diesbezüglich erlassenen Durchführungsverordnung Nr. 1208/13 ergibt sich der folgende Auszug aus der Produktspezifikation:

„3.7. *Besondere Vorschriften für die Etikettierung*

Das charakteristische Zeichen, an dem man echten „Prosciutto di Parma“ auf den ersten Blick erkennen kann, ohne das Etikett genauer zu prüfen, ist die „Herzogskrone“: ein

Brandzeichen, das eine fünfzackige stilisierte Krone über einem Oval mit dem Schriftzug „Parma“ zeigt. Dieses Zeichen hat zwei Funktionen: Es ist ein Garant für die Echtheit des „Prosciutto di Parma“ (Erkennungszeichen), der so von anderen Rohschinken unterschieden werden kann, und es garantiert, dass das Erzeugnis alle vorgeschriebenen Verarbeitungsschritte durchlaufen hat und während aller dieser Schritte überwacht und kontrolliert wurde. Nur dieses Markenzeichen berechtigt zur Verwendung der geschützten Ursprungsbezeichnung: Ohne die „Herzogskrone“ darf das Erzeugnis nicht als „Prosciutto di Parma“ bezeichnet werden, weder auf dem Etikett oder der Verpackung, noch in den Verkaufsunterlagen oder im Handel (als ganzer Schinken, in Scheiben geschnitten und verpackt oder beim Einzelhandelsverkauf von Portionen).

Für die Etikettierung von „Prosciutto di Parma“ sind die folgenden Angaben verbindlich vorgeschrieben: 8

[...] 9

— Für in Scheiben geschnittenen und verpackten Parmaschinken: 10

— Die Verpackungen müssen oben links einen einheitlichen Teil aufweisen, auf dem das Kontrolletikett mit der Herzogskrone und folgende Angaben angebracht sind: 11

— „Prosciutto di Parma denominazione di origine protetta ai sensi della legge 13 Febbraio 1990, n.26 et del Reg. (CE) n. 1107/96 („Prosciutto di Parma“ mit geschützter Ursprungsbezeichnung nach dem Gesetz Nr. 26 vom 13. Februar 1990 und der Verordnung (EG) Nr. 1107/96); 12

— „confezionato sotto il controllo dell’Organismo autorizzato“ (verpackt unter Aufsicht der autorisierten Stelle); 13

— Sitz des Verpackungsbetriebs; 14

— Herstellungsdatum (Beginn der Reifelagerung auf dem Siegel ausgewiesen).DE L 317/14 Amtsblatt der Europäischen Union 28.11.2013 15

[...] 16

4. Kurzbeschreibung der Abgrenzung des geografischen Gebiets 17

„Prosciutto di Parma“ darf nur in einem begrenzten Gebiet der Provinz Parma (Region Emilia-Romagna, Italien) hergestellt werden. Dieses Gebiet beginnt 5 km südlich der Via Emilia und erstreckt sich bis auf eine Höhe von 900 Metern. Im Osten wird das Erzeugungsgebiet vom Fluss Enza begrenzt, im Westen vom Lauf des Stirone. 18

Der Rohstoff stammt aus einem Gebiet, das über das Verarbeitungsgebiet hinausgeht. Es umfasst das Verwaltungsgebiet folgender Regionen: Emilia-Romagna, Venetien, Lombardei, Piemont, Molise, Umbrien, Toskana, Marken, Abruzzen und Latium (Italien).“ 19

Wegen der weiteren Angaben zur Produktbezeichnung wird auf Anhang II der Durchführungsverordnung 1208/2013 (Anlage K5) Bezug genommen. Die Etikettierungsanweisung wird im Handel unter anderem wie folgt umgesetzt: 20

21



Die mit dieser geschützten Ursprungsbezeichnung gekennzeichneten Fleischprodukte werden auch nach Deutschland exportiert. In den Jahren 2013 – 2015 wurden so in Deutschland ca. 80 Mio. kg pro Jahr abgesetzt, davon entfielen 7,5 Mio. kg (mehr als 70 Mio. Packungen) pro Jahr auf den Vertrieb als vorverpackte Ware in Scheiben, wie im Folgenden dargestellt: Im Jahr 2015 wurden 2,5 Mio. kg insgesamt und ca. 9,7 Mio. Packungen an vorverpackter Ware nach Deutschland exportiert. Hiermit wurden in diesem Jahr 1.520 Mio. € Umsatz erzielt. Die Werbeaufwendungen für Deutschland beliefen sich in diesem Jahr auf ca. 900.000 €.

22

Die Beklagte ist ein italienisches Unternehmen mit Sitz in der Region Parma im sogenannten „Parma Food Valley“, das verschiedene Fleischprodukte wie Aufschnitt von Schinken und Wurst vor Ort herstellt und unter anderem nach Deutschland exportiert. Sie war seit 1986 Mitglied der Klägerin (die Mitgliedschaft ist aufgrund der Auseinandersetzungen zwischen den Parteien im Laufe des Verfahrens beendet worden) und führt in ihrem Produktsortiment auch ein Erzeugnis mit der Bezeichnung „Prosciutto di Parma“, das entsprechend den Vorgaben angeboten wird, aber nicht Gegenstand des vorliegenden Rechtsstreites ist.

23

Die Beklagte führt auch das hier angegriffene Fleischerzeugnis mit der Bezeichnung „Culatello di Parma“ in ihrem Sortiment. Dieses Produkt entspricht nicht den Kriterien der Produktspezifikation für „Prosciutto di Parma“, wie sie sich aus Anlage II der Verordnung 1208/2013 ergeben, weil bei der Herstellung andere als die angegebenen Gewürze, unter anderem Pfeffer und Knoblauch, verwendet werden. Die Beklagte vertreibt dieses Produkt in der folgenden Aufmachung:

24

25



Es handelt sich um eine überwiegend durchsichtige Plastikverpackung, die den Blick auf die versetzt übereinander geschichteten, aufgeschnittenen Rohschinkenscheiben ermöglicht. Das Frontetikett hat die Gestalt eines rechteckigen Streifens mit schwarzer Grundfarbe, auf der die Produktbezeichnung nebst italienischer Flagge vorhanden ist. Neben der näheren Bezeichnung „*Prestigioso salume artigianale stagionato in vecchie cantine / In Kellern luftgetrockneter handwerklich hergestellter Schinken*“ findet sich eine verkleinerte Landkarte von Italien in grüner Grundfarbe, auf der die Region Emilia- Romagna weiß hervorgehoben ist. Rechts daneben befindet sich der Schriftzug „*Origine e Tradizione Italiana*“. Auf der Rückseite befindet sich ein weiteres weißes Etikett mit Inhaltsangaben und Mindesthaltbarkeitsdatum. Die Aufmachung der Verpackung entspricht in wesentlichen Teilen der Gestaltung der Verpackungen von anderen Produkten der Beklagten. 26

Nachdem es zwischen den Parteien bereits am 06.09.2016 wegen des Vertriebs in Belgien und Irland sowie am 22.09.2016 wegen des Vertriebs in Österreich ergebnislose Gespräche über die Einstellung der Produktbezeichnung „*Culatello di Parma*“ gegeben hatte, mahnte die Klägerin die deutsche Vertriebspartnerin der Beklagten, die G. GmbH & Co. KG, die das Produkt für die Beklagte in Deutschland vertrieb, mit Schreiben vom 10.10.2016 ab, woraufhin diese unter dem 11.10.2016 eine Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung unterzeichnete. Am 14.10.2016 widerrief sie diese Erklärung jedoch und focht hilfsweise den Unterwerfungsvertrag an. Unter dem gleichen Datum mahnte die Beklagte die Klägerin mit dem Anliegen ab, Abnehmervorwarnungen zu unterlassen. 27

Die Klägerin erwirkte am 26.10.2016 vor dem Landgericht Köln eine im Beschlusswege erlassene einstweilige Verfügung, mit der gegenüber der Beklagten antragsgemäß angeordnet wurde, es unter Androhung der üblichen Ordnungsmittel zu unterlassen, in der 28

Bundesrepublik Deutschland Fleischerzeugnisse unter der Bezeichnung „Culatello di Parma“ anzubieten, zu bewerben, in Verkehr zu bringen und/oder einzuführen, wenn dies nicht unter Einhaltung der gemäß Art. 7 der Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 des europäischen Parlaments und des Rates vom 21.11.2012 über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel geltenden Produktspezifikationen der g.U. „Prosciutto di Parma“ erfolgt, und zwar wie nachstehend wiedergegeben. Es folgen die obigen Abbildungen des oben dargestellten Produktes der Beklagten. Nach Widerspruch nahm die Klägerin den Antrag im Rahmen der Berufungsverhandlung vor dem erkennenden Senat zurück, nachdem der Senat auf Dringlichkeitsprobleme hingewiesen hatte.

Das Produkt und die Bezeichnung „Culatello di Parma“ sind durch italienische Behörden bislang nicht beanstandet worden. 29

Die Klägerin ist der Ansicht gewesen, die Produktbezeichnung „Culatello di Parma“ stelle eine widerrechtliche Verwendung der geschützten Ursprungsbezeichnung „Prosciutto di Parma“ im Sinne einer Anspielung nach § 13 Abs. 1 b der Verordnung Nr. 1151/2015 dar, gegen den sie nach §§ 135 Abs. 1 MarkenG, 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG vorgehen könne. 30

Der weite Schutzzumfang gegen Anspielungen erfasse gerade auch die Verwendung nur einzelner Bestandteile einer Ursprungsbezeichnung, im vorliegenden Fall des geografischen Gebietshinweises „Parma“. Diesem komme in der geschützten Ursprungsbezeichnung gerade die zentrale Identifikationsfunktion zu, weil es sich bei dem vorangestellten Wort „Prosciutto“ für jeden erkennbar um einen nicht unterscheidungsfähigen Gattungsbegriff für „Schinken“ handele. Diese Bedeutung des Begriffes spiegle sich auch in der nach der Produktspezifikation absolut notwendigen Positionierung des Wortes „Parma“ in der Herzogskrone sowie in der deutschen Bezeichnung „Parma-Schinken“ wider. Wegen der zusätzlich gegebenen klanglichen Ähnlichkeit der angegriffenen Produktbezeichnung, die einem vergleichbaren Dreiklang wie die geschützte Ursprungsbezeichnung folge, der vergleichbaren Produktverpackung und –präsentation mit Hervorhebung der traditionellen Herstellungsweise und der Ursprungsregion sowie der Vergleichbarkeit der nahezu identisch geschichteten Fleischprodukte in Konsistenz und Verzehrbarekeit werde bei einem Verbraucher ein starker gedanklicher Bezug zum Produkt der Klägerin erzeugt. 31

Die Klägerin hat weiter die Ansicht vertreten, der hohe Grad der Anlehnung in den Einzelmerkmalen lasse auch auf ein absichtliches Vorgehen der Beklagten schließen, was insgesamt den Vorwurf einer Anspielung stütze. Eine anderweitige Notwendigkeit für den Zusatz „di Parma“, wie er bei der Klägerin aufgrund der Produktspezifikationen bestehe, sei bei der Beklagten nicht ersichtlich. Schließlich spreche es nach Ansicht der Klägerin gegen eine bloß zufällige Annäherung, dass die Beklagte seit mehr als 30 Jahren Teil der Klägerin war und sich mit den Schutzvoraussetzungen und Reputationswirkungen einer geschützten Ursprungsbezeichnung auskenne. 32

Die Klägerin hat – nach teilweiser Rücknahme der Klage – beantragt, 33

I. die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, und für den Fall, dass dies nicht beigetrieben werden kann, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder von Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu unterlassen, 34

in der Bundesrepublik Deutschland Fleischerzeugnisse unter der Bezeichnung „Culatello di Parma“ anzubieten, zu bewerben, in Verkehr zu bringen und/oder einzuführen, wenn dies nicht unter Einhaltung der gemäß Art. 7 der Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 des 35

europäis
Agrarere
Ursprung
abgebild



er Qualitätsregelungen für
kation der geschützten
es geschieht wie nachfolgend

36



II. die Beklagte zu verurteilen, Auskunft über Namen und Anschriften der Hersteller, Lieferanten und anderer Vorbesitzer und der gewerblichen Abnehmer der unter Ziffer I. beschriebenen Waren sowie der Menge dieser hergestellten, ausgelieferten, erhaltenen oder bestellten Waren und der damit erzielten Umsätze zu erteilen.

37

Die Beklagte hat beantragt,

38

die Klage abzuweisen.

39

Die Beklagte hat die Ansicht vertreten, der Unterlassungsanspruch und dem folgend der Auskunftsanspruch bestünden nicht. Eine unberechtigte Anspielung liege nicht vor. Das streitgegenständliche Produkt „Culatello“ der Beklagten finde als Spezialität, die es bereits seit dem Jahre 1322 gebe, sogar in den eigenen Regelwerken der Klägerin Erwähnung. Bei „Culatello die Parma“ handele es sich um eine gebräuchliche Bezeichnung. Hierzu hat die Beklagte unter Nennung von Beispielen auch hinsichtlich der Koexistenz der Produkte im Einzelnen ausgeführt, was die Klägerin nur teilweise bestritten hat. Auch die Existenz der weiteren – ebenfalls für Fleischwaren geschützten – Herkunftsbezeichnung „Coppa di Parma“, die unstreitig vorhanden ist, bewiese unzweideutig, dass sich der Schutzbereich von „Prosciutto di Parma“ nicht auf andere Fleisch- und Schinkenwaren mit dem Wortelement „di Parma“ beziehen könne. Das streitgegenständliche Produkt gehöre zu ihren absoluten Premiumprodukten und sei deutlich feiner und auch wesentlich teurer als der „Prosciutto di

40

Parma“. „Culatello di Parma“ zähle neben „Prosciutto di Parma“ zu den berühmtesten Schinken der Region Parma und werde u.a. als „König unter den Schinken“ vermarktet. Es handele sich mithin um ein absolutes Premiumprodukt für Feinschmecker. Auch nach ständiger höchstrichterlicher Rechtsprechung des italienischen obersten Kassationsgerichtshofs könne aus der eingetragenen Herkunftsbezeichnung „Prosciutto di Parma“ kein Verbotsanspruch gegen andere Lebensmittelhersteller und -händler abgeleitet werden, auf die Stadt Parma zu verweisen. Im Übrigen existierten sowohl in Italien als auch in Deutschland unter der Bezeichnung „di Parma“ eine nahezu unüberschaubare Vielzahl von weiteren Fleischerzeugnissen wie bspw. „Salame di Parma“, „Pancetta di Parma“ usw. Daneben bestünde eine Vielzahl von eingetragenen Registermarken in der Klasse 29 mit Schutz in Deutschland, die ebenfalls den Wortbestandteil „di Parma“ enthielten. Die Tatsache, dass es eine solche Vielzahl von eingetragenen Kennzeichenrechten in der Klasse 29 mit dem Worтеlement „di Parma“ gebe, zeige, dass die Verkehrskreise in Deutschland seit vielen Jahrzehnten daran gewöhnt seien, dass entsprechende Lebensmittel mit ihrer Herkunft aus der Stadt Parma werben würden.

Zudem scheitere eine widerrechtliche Anspielung schon daran, dass in zeichenrechtlicher Hinsicht erkennbare Unterschiede zwischen den Begriffen „Prosciutto di Parma“ und „Culatello di Parma“ vorhanden seien. Es handle sich um zwei völlig unterschiedliche Termini, die aus ganz anderen Buchstaben, Silben und Vokalen bestünden. Das Endungs-„o“, das identisch sei, könne allein nicht zu einer Ähnlichkeit führen. Auch vom Begriffsgehalt her seien die Wörter völlig verschieden. Die Beklagte sei zudem gemäß Art. 17 der Verordnung EU Nr. 1169/2011 (LMIV) dazu verpflichtet, die Verbraucher darüber aufzuklären, um was für ein Erzeugnis es sich handle und woher das Lebensmittel stamme. Insbesondere sei der Zusatz „di Parma“ nach diesen Vorschriften schon deshalb erforderlich, um eine Verwechslung mit der weiteren - unstreitig ebenfalls geschützten - Ursprungsbezeichnung „Culatello di Zibello“ zu vermeiden. Dass Lebensmittel, insbesondere Wurst- und Käsewaren in Scheiben aufgeschnitten in durchsichtigen Verpackungen präsentiert werden, sei heute allgemein üblich und kein besonderes Merkmal für Parmaschinken. Daher verweise diese verbreitete Art der Präsentation den Kunden gerade nicht auf das Produkt „Prosciutto di Parma“. Zudem werde „Culatello di Parma“ zusammenhängend als logische und begriffliche Einheit für ein spezielles Produkt verstanden, dass mit „Prosciutto di Parma“ nichts zu tun habe. Die Verkehrskreise seien auch daran gewöhnt, dass eine Vielzahl von geschützten Ursprungsbezeichnungen und geschützten geographischen Angaben und Angaben zu Fleischerzeugnissen mit Hinweisen auf Ortschaften gebe. Außerdem würden die Produkte „Culatello di Parma“ und „Prosciutto di Parma“ seit vielen Jahren nicht nur auf dem italienischen, sondern auch auf dem deutschen Markt koexistieren, selbst Mitglieder der Klägerin würden entsprechende Produkte – von der Klägerin unbeanstandet – vertreiben. Die Verbraucher seien daran gewöhnt, beide Produkte im Supermarkt vorzufinden. Ausweislich eines von der Beklagten am 08.11.2016 durchgeführten Testkaufes in einer Filiale der Supermarktkette Aldi in München würden dort beide Produkte „in derselben Pappschachtel“ und zum selben Preis angeboten, wobei von dem „Prosciutto di Parma“ 100 g und von dem „Culatello di Parma“ 80 g in der Packung enthalten seien, was unstreitig ist.

Das Landgericht hat der Klage, soweit diese nicht zurückgenommen worden ist, mit dem angefochtenen Urteil, auf das gemäß § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO Bezug genommen wird, in vollem Umfang stattgegeben.

In der vorliegenden Produktetikettierung mit der Kennzeichnung „Culatello di Parma“ sei eine unzulässige Anspielung auf die - unstreitig - geschützte Ursprungsbezeichnung „Prosciutto di Parma“ gem. Art. 13 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 des Europäischen

Parlaments und des Rates vom 21. November 2012 über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel (Grundverordnung) zu sehen, so dass der Klägerin gegen die Beklagte ein Unterlassungsanspruch bezüglich der Verwendung der Bezeichnung „Culatello di Parma“ in der konkreten Verletzungsform gem. § 135 MarkenG i.V.m. § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG zustehe.

Der Begriff der widerrechtlichen Anspielung im Sinne von Art. 13 Abs. 1 Buchst. b der Grundverordnung sei weit auszulegen. Eine Anspielung in diesem Sinne liege vor, wenn die zur Bezeichnung eines Erzeugnisses verwendete Kennzeichnung den Verbraucher veranlasse, gedanklich einen Bezug zu der Ware herzustellen, die die geschützte Angabe trage. Dies könne bei Erzeugnissen der Fall sein, die visuelle Ähnlichkeiten und klanglich und visuell ähnliche Verkaufsbezeichnungen aufwiesen. Eine solche Ähnlichkeit liege offensichtlich vor, wenn der für die Bezeichnung des fraglichen Erzeugnisses verwendete Begriff auf die beiden gleichen Silben ende, wie die geschützte Bezeichnung und die gleiche Silbenzahl wie diese umfasse. Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit seien auch Umstände zu berücksichtigen, die darauf hinwiesen, dass die visuelle und klangliche Ähnlichkeit zwischen den zu beurteilenden Bezeichnungen nicht auf Zufall beruhe. Eine Anspielung auf einen geschützten Namen könne auch dann vorliegen, wenn keinerlei Gefahr der Verwechslung zwischen den betroffenen Erzeugnissen bestehe und wenn für die Bestandteile der Referenzbezeichnung, die in dem streitigen Ausdruck übernommen werden, kein gemeinschaftsrechtlicher Schutz gelten würde. Eine Anspielung stehe nach dem Wortlaut von Art. 13 Abs. 1 Buchst. b der Grundverordnung insbesondere eine Offenlegung des tatsächlichen Ursprungs der Ware nicht entgegen. Auch die Verwendung nur einzelner Bestandteile - wie hier „di Parma“ - einer geschützten Bezeichnung nach Art. 13 Abs. 1 Buchst. b der Grundverordnung könne für eine unzulässige Aneignung, Nachahmung oder Anspielung ausreichen, auch wenn Gegenstand des Schutzes nach Art. 13 Abs. 1 Buchst. b der Grundverordnung nur die Angabe in ihrer Gesamtheit sei.

44

Nach diesen Maßstäben stelle die Verwendung der Bezeichnung „Culatello di Parma“ eine unzulässige Anspielung auf die geschützte Ursprungsbezeichnung „Prosciutto di Parma“ gem. Art. 13 Abs. 1 Buchst. b der Grundverordnung dar. Denn die im Antrag und im Unterlassungstenor wiedergegebene Etikettierung mit der Kennzeichnung „Culatello di Parma“ veranlasse den Verbraucher dazu, gedanklich einen Bezug zu der Ware herzustellen, die die geschützte Angabe „Prosciutto di Parma“ trage. Zum einen sei hierbei zu berücksichtigen, dass die einander gegenüberstehenden Erzeugnisse als solche starke visuelle Ähnlichkeiten aufwiesen, denn es handele sich in beiden Fällen um in einer durchsichtigen Verpackung präsentierte, versetzt übereinander geschichtete, aufgeschnittene Rohschinkenscheiben aus der Hinterkeule des Schweins in sehr ähnlicher Optik. Auch wenn qualitative Unterschiede bestehen sollten, so wiesen die Produkte gemeinsame objektive Merkmale auf und werden aus Sicht des maßgeblichen Verkehrskreises der Verbraucher, zu dem auch die Mitglieder der Kammer zählten, bei identischen Gelegenheiten konsumierten. Hinzu komme, dass ein etwaiger qualitativer Unterschied zwischen den beiden Schinkensorten - auch rein optisch - für den deutschen Verbraucher nicht ohne weiteres erkennbar sei. Auch dies könne die Kammer aus eigener Anschauung beurteilen, da ihre Mitglieder zu den angesprochenen Verkehrskreisen gehörten. Dem deutschen Verbraucher sei der Begriff Parma-Schinken für eine bestimmte Art von Rohschinken geläufig. Ihm sei auch bekannt, dass dieser aus der Region um bzw. aus der Stadt Parma in Italien stamme. Weiter kenne der Verbraucher auch andere, qualitativ vergleichbare Schinkensorten wie z.B. den aus Spanien stammenden Serrano-Schinken. Ein Schinken namens „Culatello“ habe (jedenfalls bislang) in Deutschland nicht den gleichen Bekanntheitsgrad wie Parma- oder Serrano-Schinken. Ein solcher angeblicher Qualitätsunterschied zwischen „Prosciutto di

45

Parma“ bzw. Parma-Schinken und „Culatello“ sei dem deutschen Verbraucher damit nicht bekannt. Der deutsche Verbraucher sei daher mit dem Begriff „Culatello“ nicht derart vertraut, dass ihm geläufig wäre, dass es sich hierbei um einen angeblich qualitativ viel besseren und damit mit dem „normalen“ Parmaschinken angeblich überhaupt nicht vergleichbaren Rohschinken handele. Dagegen spreche auch der von der Beklagten bei Aldi in München durchgeführte Testkauf. Denn die Produkte würden dem Verbraucher dort in ähnlicher Aufmachung zum selben Preis angeboten. Dass die Packung des „Culatello“ 20 Gramm weniger Inhalt habe, deute zwar tatsächlich auf einen gewissen Qualitätsunterschied hin. Dieser dürfte jedoch deutlich geringer sein, als von der Beklagten behauptet. Dies gelte jedenfalls für die Ware im Massengeschäft des Discounters Aldi.

Aber auch die einander gegenüberstehenden Verkaufsbezeichnungen „Culatello di Parma“ und „Prosciutto di Parma“ wiesen hochgradige visuelle und klangliche Ähnlichkeiten auf. Beide Bezeichnungen bestünden aus der Kombination dreier Worte, wobei in den beiden letzten Worten „di Parma“ vollständige Übereinstimmung besteht. Zudem wiesen auch die vorangestellten Bezeichnungen gewisse Ähnlichkeiten auf, denn auch wenn die Bezeichnung „Culatello“ eine Silbe mehr aufweist, als die Bezeichnung „Prosciutto“, so enden doch beide auf „o“, wobei dem „o“ jeweils ein doppelter Konsonant vorangestellt ist („ello“ / „utto“).

Zudem bestünden hier weitere Anhaltspunkte dafür, dass die visuelle und klangliche Ähnlichkeit zwischen den zu beurteilenden Bezeichnungen nicht auf Zufall beruhe, sondern seitens der Beklagten ganz bewusst gewählt worden sei, was das Landgericht näher ausführt.

Entgegen der Ansicht der Beklagten stehe der Annahme einer widerrechtlichen Anspielung nicht entgegen, dass neben der Anspielung auf die geschützte Ursprungsbezeichnung „Prosciutto di Parma“ auch eine Anspielung auf den unstreitig weiteren geschützten Namen „Coppa di Parma“ vorliegen möge. Dies gelte jedenfalls unter Berücksichtigung der verwandten Eigenschaften und des sich überschneidenden Herkunftsgebietes der Produkte mit den geschützten Namen.

Unstreitig sei die Bezeichnung „Culatello di Parma“ selbst (jedenfalls bislang) keine eigene geschützte Ursprungsbezeichnung, sondern nur die Bezeichnung „Culatello di Zibello“. Daran ändere auch nichts, dass der Begriff „Culatello“ - und nicht, wie die Beklagte meint, „Culatello di Parma“ - in den eigenen Regelwerken der Klägerin Erwähnung finde.

Auch aus der von der Beklagten angeführten italienischen höchstrichterlichen Rechtsprechung ergebe sich nichts anderes.

An dem Ergebnis ändere sich auch nichts dadurch, dass es eine Vielzahl von eingetragenen Registermarken bezüglich der Klasse 29 gibt, die den Bestandteil „di Parma“ enthalten.

Die Beklagte sei auch nicht wegen Art. 17 Abs. 2 LMIV gezwungen, ihr Produkt als „Culatello di Parma“ zu bezeichnen und in der konkreten Verpackungsgestaltung mit schwarzem Etikett anzubieten.

Schließlich habe die Beklagte trotz Vorlage zahlreicher Unterlagen die Kammer nicht davon zu überzeugen vermocht, dass es sich bei „Culatello di Parma“ um eine gebräuchliche Bezeichnung handelt, so dass eine Anspielung auf „Prosciutto di Parma“ zu verneinen wäre. Zwar dürfte unstreitig sein, dass die Bezeichnung „Culatello di Parma“ durchaus Verwendung finde. Die von der Beklagten herangezogenen Beispiele beschränkten sich jedoch vornehmlich auf Italien, böten bereits von daher keinen Beleg dafür, dass die Bezeichnung

„Culatello di Parma“ in Deutschland und/oder in den übrigen Ländern der Europäischen Union gebräuchlich wäre. Darüber hinaus habe die Klägerin vorgetragen und durch Unterlagen belegt, dass die Bezeichnung „Culatello di Parma“ von Dritten z.T. versehentlich verwendet worden sei, dass die Klägerin gegen Andere erfolgreich Unterlassung verlangt habe und dass es sich bei „Culatello di Parma“ insgesamt nicht um ein traditionelles Agrarerzeugnis handelt.

Vor diesem Hintergrund sei auch das Auskunftsanspruch begründet.

54

Gegen diese Entscheidung des Landgerichts wendet sich die Beklagte mit ihrer Berufung. Es liege keine unzulässige Anspielung auf die g.U. „PROSCIUTTO DI PARMA“ vor. Das Landgericht habe bereits im Ausgangspunkt verkannt, dass der Schutzzumfang sich aus der Gesamtbezeichnung ergebe. So könne es vorkommen, dass die Bezeichnung des Erzeugnisses und der örtliche Hinweis sich aus einem Wort ergäben, wie beispielsweise bei „Calvados“ oder „Kölsch“. Die meisten Eintragungen bezögen sich allerdings auf zusammengesetzte Bezeichnungen wie „Dresdner Christstollen“ oder „Aachener Printen“. Dies führe dazu, dass der Schutzzumfang auf die g.U. in ihrer Gesamtheit beschränkt sei. Wäre dies anders, könne auch die Bezeichnung „COPPA DI PARMA“ nicht verwendet werden.

55

Die Verwendung desselben Herkunftshinweises könne auch nicht ausgeschlossen werden, was sich schon an der Eintragung von unterschiedlichen Produkten mit demselben Herkunftshinweis ergebe. Es sei auch falsch, zugunsten einer Vereinigung das Recht einzuräumen, Dritten die Möglichkeit der Herkunftsbezeichnung zu nehmen, zumal die Bezeichnung „DI PARMA“ nichts anderes aussage, als „aus Parma“ stammend.

56

Es sei auch widersprüchlich anzunehmen, dass „COPPA DI PARMA“ und PROSCIUTTO DI PARMA“ parallel existieren könnten, während die Bezeichnung „CULLATELLO DI PARMA“ zu unterlassen sei. Dabei müsse berücksichtigt werden, dass „Culatello di Parma“ seit Jahrhunderten vermarktet werde.

57

Es komme hinzu, dass das Produkt der Beklagten in einer anderen Aufmachung veräußert werde, als dies den Vorgaben der Klägerin für „PROSCIUTTO DI PARMA“ entspreche.

58

Soweit das Landgericht davon ausgegangen sei, dass der Verbraucher „PROSCIUTTO DI PARMA“ kenne, „CULATELLO DI PARMA“ hingegen nicht, sei diese Feststellung unzutreffend. Das Landgericht gehe allein von einem deutschen Verbraucher aus, und nicht – was zutreffend sei – von einem europäischen Verbraucher. Dieser kenne indes die Bezeichnung der Beklagten.

59

Das Landgericht habe in nicht zutreffender Weise auf die Entscheidung des LG Mannheim vom 15.09.2015 (Az. 2 O 187/14) abgestellt, die vom OLG Karlsruhe aufgehoben worden sei. Dieses gehe davon aus, dass eine Bezeichnung nur in ihrer Gesamtheit geschützt werde. Dies entspreche auch der Ansicht des EuGH.

60

Die Beklagte könne nicht darauf verwiesen werden, dass sie die Bezeichnung „Culatello“ in Alleinstellung verwenden könne, weil die Herkunftsbezeichnung angegeben werden müsse.

61

Insgesamt habe das Landgericht die bestehenden Eintragungen falsch gewichtet und die Vorgaben der Rechtsprechung verkannt.

62

63

Das Landgericht sei auch von einer falschen Tatsachengrundlage ausgegangen. So habe das Landgericht den unstreitigen Vortrag der Beklagten übergangen, dass italienische Behörden nicht gegen die Bezeichnung „CULATELLO DI PARMA“ vorgegangen seien, obwohl ihnen die entsprechende Nutzung bekannt gewesen sei.

Insbesondere habe das Landgericht die Koexistenz der beiden Produkte verkannt, die die Beklagte umfassend dargelegt habe. Diese Darlegungen wiederholt und vertieft die Beklagte im Rahmen der Berufungsbegründung, auf die Bezug genommen wird. 64

Weiter habe das Landgericht nicht hinreichend berücksichtigt, dass die Beklagte ihre Verpackungen alle in ähnlicher Form gestalte. Lediglich die Verpackung von „PROSCIUTTO DI PARMA“ weiche hiervon ab. Auch handle es sich bei dem Produkt der Beklagten um ein höherpreisiges und höherwertiges Produkt, als das Produkt der Klägerin. Die Koexistenz der Produkte beschreibe auch die Klägerin selbst in ihrer Produktspezifikation. Hierzu trägt die Beklagte ebenfalls ergänzend vor, was sie aufgrund einer vorgetragenen Hinweispflichtverletzung durch das Landgericht Köln für zulässig erachte. 65

Es müsse berücksichtigt werden, dass der Hinweis auf die Herkunft aus Parma für Fleischprodukte üblich sei. 66

Die für den Rechtsstreit erheblichen Fragen müssten jedenfalls durch den EuGH geklärt werden, wobei die Beklagte anregt, die entsprechende Vorlage bereits im Rahmen des Berufungsverfahrens vorzunehmen. 67

Das Vorgehen der Klägerin sei schließlich auch rechtsmissbräuchlich und kartellrechtswidrig, weil die Klägerin eine Einschränkung des Wettbewerbs bezwecke und dies geeignet sei, den Handel zwischen den Mitgliedsstaaten zu beeinträchtigen. 68

Schließlich sei deutsches Recht nicht, auch nicht subsidiär anzuwenden. Eine Verurteilung komme nicht in Betracht, weil eine solche einen unzulässigen Eingriff in die gemäß Art. 11 GrCH und Art. 5 GG geschützte Meinungsfreiheit der Beklagten darstelle. Jedenfalls sei der Tenor der angefochtenen Entscheidung zu weitgehend, weil der Beklagten die Nutzung auch verboten sei, wenn eine Eintragung der Bezeichnung als geschützte Ursprungsangabe erfolge. Der Tenor müsse daher zeitlich beschränkt werden. 69

Die Beklagte beantragt, 70

unter Abänderung des am 14.03.2018 verkündeten Urteils des Landgerichts Köln, Az. 84 O 98/17, die Klage vom 01.12.2016 abzuweisen. 71

Die Klägerin beantragt, 72

die Berufung zurückzuweisen. 73

Die Klägerin verteidigt das angefochtene Urteil unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vortrages. Sie hat eingeräumt, dass ein „Culatello“ unter der Bezeichnung „CULATELLO DI PARMA“ auch von den Betrieben vertrieben oder jedenfalls beworben wurde, die ihrem Präsidenten und ihrem Vizepräsidenten gehören. Die Klägerin hat die tatsächlichen Voraussetzungen einer Kartellrechtswidrigkeit wie etwa eine Koordinierung des Verhaltens der Hersteller von Prosciutto di Parma und auch die weitere Verwendung der Bezeichnung „Culatello die Parma“ bestritten. 74

Die Parteien haben in der mündlichen Verhandlung vom 16.11.2018 einer Entscheidung im schriftlichen Verfahren zugestimmt.

II.	76
Die zulässige, insbesondere form- und fristgerecht eingelegte Berufung der Beklagten hat keinen Erfolg.	77
1. Die internationale Zuständigkeit deutscher Gerichts ist gegeben. Zwar ist die Überprüfung der erstinstanzlichen Zuständigkeit dem Berufungsgericht gemäß § 513 Abs. 2 ZPO grundsätzlich entzogen. Eine Ausnahme besteht jedoch für den Fall der internationalen Zuständigkeit.	78
Die internationale Zuständigkeit deutscher Gerichte ist nach Art. 7 Nr. 2 EuGVVO anzunehmen, der unter den autonom auszulegenden Begriff der unerlaubten Handlung auch Ansprüche aus Wettbewerbs- und Immaterialgüterrechtsverstößen fasst (Stadler in Musielak/Voit, ZPO, 15. Aufl., Art. 7 EuGVVO, Rn. 17 mit weiteren Nachweisen). Bei der vorgetragenen Verletzungshandlung handelt es sich um einen Anspruch aus dem Immaterialgüterrecht in diesem Sinn und die angegriffenen Verletzungshandlungen (Anbieten, Bewerben pp.) sind bereits nach dem Antrag auf solche beschränkt, die in Deutschland stattfanden.	79
2. Die Klage ist auch begründet, weil die Nutzung der Bezeichnung „CULATELLO DI PARMA“ eine unzulässige Anspielung auf „PROSCIUTTO DI PARMA“ darstellt.	80
a) In materieller Hinsicht richtet sich der Unterlassungsanspruch gemäß Art. 8 Abs. 2 Rom-II-VO in erster Linie nach europäischen Recht, hier der Verordnung Nr. 1151/2012. Subsidiär kommt deutsches Recht und damit § 135 MarkenG zur Anwendung.	81
aa) Die Vorschrift des Art. 8 Abs. 2 Rom-II-VO bestimmt für die Frage der Verletzung europäischer Schutzrechte, dass bei solchen Rechten, zu denen auch die Rechte von geographischen Herkunftsangaben zählen (vgl. Heinze in jurisPK-BGB, 8. Aufl., Art. 8 Rom-II-VO Rn. 25, mwN), in erster Linie auf das Unionsrecht abzustellen ist. Nur zur „Lückenfüllung“ ist auf das Recht des Mitgliedsstaates zurückzugreifen, in dem die Verletzung begangen wurde (vgl. Drexel in MünchKomm/BGB, 7. Aufl., Teil 8 Internationales Immaterialgüterrecht, Rn. 134; Spickhoff in BeckOK BGB, 48. Edition, Stand 01.11.2017, Art. 8 VO (EG) 864/2007, Rn. 5; Hohloch in Ermann, BGB, 15. Aufl., Art. 8 Rom-II-VO Rn. 10).	82
bb) Dies führt dazu, dass der Umfang des Schutzes der von der Klägerin geltend gemachten Rechte nach Art. 13 der Grundverordnung richtet, während sich der Unterlassungsanspruch an sich aus § 135 MarkenG, § 8 UWG ergibt. Denn die Vorschrift des Art. 13 Grundverordnung regelt den Umfang des Schutzes. Nationales Recht ist neben Art. 13 VO Nr. 1151/12 bei der Beurteilung des Schutzzumfangs nicht zu berücksichtigen. Insoweit kommt daher weder deutsches noch italienisches Recht zur Anwendung.	83
Eine Regelung zu den privatrechtlichen Rechtsfolgen einer Verletzung findet sich indes in der Grundverordnung nicht (vgl. Drexel in MünchKomm/BGB, aaO, Teil 8 Internationales Immaterialgüterrecht, Rn. 147).	84
Dies hat zur Folge, dass gemäß Art. 8 Abs. 2 Rom-II-VO das Recht des Staates anzuwenden ist, in dem die Verletzung begangen wurde. Gemeint ist damit der Handlungsort (vgl. Spickhoff in BeckOK BGB aaO, VO (EG) 864/2007, Art. 8 Rn. 5). Dies ist der Ort der	85

tatsächlichen (natürlichen) Handlung (vgl. Heinze in jurisPK-BGB aaO, Art. 8 Rom-II-VO, Rn. 39, mwN).

Dies ist vorliegend Deutschland. Denn die Klägerin greift allein das Anbieten, Bewerben, in-Verkehrs-Bringen und Einführen in die Bundesrepublik Deutschland an, was sich bereits aus dem Wortlaut des Antrages ergibt. Nicht Gegenstand des Antrages sind hingegen weitere Handlungen, die nicht in Deutschland erfolgt sind. 86

Vor diesem Hintergrund stellt sich nicht die Frage, wie der Handlungsort bei mehraktigen Handlungen zu bestimmen ist (vgl. dazu Heinze in jurisPK-BGB aaO, Art. 8 Rom-II-VO Rn. 40ff; Drexl in MünchKomm/BGB, 7. Aufl., Teil 8 Internationales Immaterialgüterrecht, Rn. 139). Eine solche mehraktige Handlung ist nicht Gegenstand des Rechtsstreits. Der Unterlassungsanspruch richtet sich – wie dargelegt – allein gegen Handlungen, die in Deutschland begangen wurden. 87

Zu keinem anderen Ergebnis führt die Entscheidung des EuGH vom 27.09.2017 (C-24/16, GRUR 2017, 1120 – Nintendo/BigBen). Denn der Entscheidung lag ein Sachverhalt zugrunde, bei dem – anders als im vorliegenden Fall – dem Anspruchsgegner in verschiedenen Mitgliedsstaaten begangene Verletzungshandlungen vorgeworfen wurden. 88

b) Der von der Klägerin geltend gemachte Unterlassungsanspruch ergibt sich aus Art. 13 Abs. 1 lit. b der Grundverordnung in Verbindung mit § 135 Abs. 1 MarkenG, § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG. 89

aa) Gegenstand des vorliegenden Rechtsstreits ist eine Handlung der Beklagten im geschäftlichen Verkehr im Sinne von § 135 Abs. 1 MarkenG. Dies ist jedes Verhalten am Markt, das der Förderung einer eigenen oder fremden selbständigen Tätigkeit zu dienen bestimmt ist, mit der wirtschaftliche Zwecke verfolgt werden und die sich damit als Ausdruck einer Teilnahme am Erwerbsleben darstellt (vgl. Schulteis in Kur/v.Bomhard/Albrecht, Markenrecht, 2. Aufl., § 135 Rn. 5; Fezer in MarkenR, 4. Aufl., § 135 Rn. 4). Die Beklagte vertreibt das Produkt mit der angegriffenen Kennzeichnung seit 2010 kommerziell in Deutschland und nimmt so am Wirtschaftsverkehr teil. 90

bb) Durch die Art und Weise dieser Teilnahme am Wirtschaftsverkehr verstieß die Beklagte gegen die Bestimmungen von Art. 13 Grundverordnung. 91

Nach Art. 13 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchst. a und b der Grundverordnung werden eingetragene Namen geschützt gegen (Buchst. a) jede direkte oder indirekte kommerzielle Verwendung für Erzeugnisse, die nicht unter die Eintragung fallen, wenn diese Erzeugnisse mit den unter diesem Namen eingetragenen Erzeugnissen vergleichbar sind oder wenn durch diese Verwendung das Ansehen des geschützten Namens ausgenutzt wird, auch wenn diese Erzeugnisse als Zutaten verwendet werden, sowie (Buchst. 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, auch wenn dieses Erzeugnis als Zutat verwendet wird. Enthält eine geschützte Ursprungsbezeichnung oder eine geschützte geografische Angabe den als Gattungsbezeichnung angesehenen Namen eines Erzeugnisses, so gilt die Verwendung dieser Gattungsbezeichnung nach Art. 13 Abs. 1 Unterabs. 2 der Grundverordnung nicht als Verstoß gegen Art. 13 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchst. a oder b der Grundverordnung (vgl. BGH, Beschluss vom 12.04.2018 – I ZR 253/16, GRUR 2018, 848 – Deutscher Balsamico). 92

- Der mit der Klage von der Klägerin geltend gemachte Unterlassungsanspruch setzt damit voraus, dass sich der Schutz der Gesamtbezeichnung "PROSCIUTTO DI PARMA" auch auf die Verwendung der einzelnen geografischen Bestandteile der zusammengesetzten Bezeichnung erstreckt. Dies hat das Landgericht mit Recht angenommen. 93
- Entgegen der Ansicht der Beklagten hat das Landgericht in diesem Zusammenhang nicht verkannt, dass sich der Schutzzumfang aus der Gesamtbezeichnung ergibt. Denn eine geschützte geografische Angabe, die aus mehreren Begriffen besteht, ist nach Art. 13 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchst. a oder b der Grundverordnung nicht nur gegen eine Verwendung der vollständigen Angabe, sondern auch gegen eine Verwendung einzelner Begriffe dieser Angabe geschützt, was sich aus Art. 13 Abs. 1 Unterabs. 2 der Grundverordnung und der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union ergibt (vgl. BGH, GRUR 2018, 848 – Deutscher Balsamico). 94
- Die Vorschrift des Art. 13 Abs. 1 Unterabs. 2 der Grundverordnung regelt den besonderen Fall, dass eine geschützte geografische Angabe den als Gattungsbezeichnung angesehenen Namen eines Erzeugnisses enthält und bestimmt für diesen Fall, dass die Verwendung dieser Gattungsbezeichnung nicht als Verstoß gegen Art. 13 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchst. a oder b der Grundverordnung gilt. Diese Bestimmung setzt demnach voraus, dass die Verwendung des in einer geschützten geografischen Angabe enthaltenen Begriffs (nämlich des Namens eines Erzeugnisses) gegen Art. 13 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchst. a oder b der Grundverordnung verstoßen kann (vgl. BGH, GRUR 2018, 848 – Deutscher Balsamico). 95
- Auch der EuGH geht davon aus, dass sich der Schutz einer als Ursprungsbezeichnung oder geografische Angabe eingetragenen Gesamtbezeichnung auf ihre einzelnen Bestandteile erstrecken kann (so ausdrücklich: BGH, GRUR 2018, 848 – Deutscher Balsamico). Denn nach einer Entscheidung des EuGH kann die geschützte Ursprungsbezeichnung "Parmigiano Reggiano" durch die Verwendung des Wortes "Parmesan" beeinträchtigt werden (vgl. EuGH, Urteil vom 26. Februar 2008 - C-132/05, Slg. 2008, I-957 = GRUR 2008, 524 – Parmigiano Reggiano). Weiter geht der EuGH davon aus, dass die Frage, ob die geschützte geografische Angabe "Bayerisches Bier" durch die Verwendung einer Marke "Bavaria" verletzt wird, am Maßstab des Art. 13 der Grundverordnung zu prüfen ist (vgl. EuGH, Urteil vom 2. Juli 2009 - C-343/07, Slg. 2009, I-5491 = GRUR 2009, 961 Rn. 125 - Bayerischer Brauerbund/Bavaria Italia, sowie insgesamt: BGH, GRUR 2018, 848 – Deutscher Balsamico). 96
- Im Rahmen der Frage, wie weit der Schutzzumfang einer geographischen Angabe geht, die aus mehreren Begriffen besteht, ist auch zu berücksichtigen, dass vom Schutz einzelne Begriffe ausgenommen werden können. Dementsprechend ist die Bezeichnung „Gouda Holland“ mit der Einschränkung eingetragen, dass die Bezeichnung "Gouda" im Gebiet der Europäischen Union im Grundsatz weiter verwendet werden kann (vgl. BGH, GRUR 2018, 848 – Deutscher Balsamico). Gleiches gilt für die Eintragung der Bezeichnung „EDAM Holland“. Diese Beschränkungen sind wirksam, sodass diese Angaben allein gegen eine Verwendung der Gesamtbezeichnung und nicht gegen eine Verwendung der Bestandteile "Gouda" und "Edam" geschützt sind (vgl. BGH, GRUR 2018, 848 – Deutscher Balsamico, mwN und Beispielen). 97
- Weiter geht der EuGH davon aus, dass sich der Schutz einer zusammengesetzten Ursprungsbezeichnung nicht zwangsläufig auf alle ihre Bestandteile bezieht, wenn in der Eintragsverordnung keine Fußnote vorhanden ist, der zufolge für einen Teil der Bezeichnung kein Schutz beantragt ist (vgl. BGH, GRUR 2018, 848 – Deutscher Balsamico, mwN). 98

Aus dem Vorstehenden wird auch unter Berücksichtigung der genannten Rechtsprechung des BGH und des EuGH deutlich, dass der Schutz der Gesamtbezeichnung auch den Schutz einzelner Elemente aus dieser Bezeichnung umfassen kann. Weiter geht hervor, dass der Schutz jedenfalls die Bestandteile erfasst, die auf die geographische Herkunft hindeuten, was auch aus der Ausnahmeregelung hinsichtlich der Gattungsbezeichnung deutlich wird. Diese Grundsätze hat der EuGH in der Entscheidung „Glen Buchenbach“ (C-44-17, GRUR 2018, 843) bestätigt und die Voraussetzungen für die Annahme einer Anspielung im Rahmen der Auslegung von Art. 16 der VO (EG)110/2008 (Spirituosen-VO), die in den hier wesentlichen Punkten gleichlautend ist mit der hier entscheidenden VO, wie folgt zusammengefasst:

„Mit seiner zweiten Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Art. 16 Buchst. b der Verordnung Nr. 110/2008 dahin auszulegen ist, dass für die Beurteilung, ob die Bezeichnung „Verlados“ im Sinne dieser Vorschrift eine „Anspielung“ auf die geschützte geografische Angabe „Calvados“ für entsprechende Erzeugnisse darstellt, nicht nur die klangliche und visuelle Ähnlichkeit zwischen diesen Bezeichnungen, sondern auch das Vorliegen von Umständen zu berücksichtigen ist, die für eine Benutzung der Bezeichnung „Verlados“ sprechen könnten, die nicht geeignet ist, den finnischen Benutzer zu täuschen. 100

Insbesondere möchte das vorlegende Gericht wissen, welche Bedeutung den Umständen beizumessen ist, dass erstens der Anfangsteil der Bezeichnung „Verlados“ dem Namen des finnischen Dorfes Verla entspricht und der finnische Verbraucher diesen Namen möglicherweise kennt, zweitens der Bestandteil „Verla“ auf die das Getränk „Verlados“ herstellende Gesellschaft Viiniverla hinweist, drittens dieses Getränk ein lokal hergestelltes und in kleinen Mengen verkauftes Erzeugnis darstellt und viertens die Begriffe „Verlados“ und „Calvados“ nur eine einzige Silbe gemeinsam haben, aber die letzten vier Buchstaben dieser Wörter und damit jeweils die Hälfte aller ihrer Buchstaben übereinstimmen. 101

Vorab sei daran erinnert, 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. Der Gerichtshof kann dem nationalen Gericht jedoch auf dessen Vorabentscheidungsersuchen hin gegebenenfalls sachdienliche Hinweise für seine Entscheidung geben (vgl. in diesem Sinne Urteile Severi, C-446/07, EU:C:2009:530, Rn. 60, und Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 und C-27/10, EU:C:2011:484, Rn. 49). 102

Wie aus Rn. 21 des vorliegenden Urteils hervorgeht, hat das nationale Gericht bei der Beurteilung des Vorliegens einer „Anspielung“ im Sinne von Art. 16 Buchst. b der Verordnung Nr. 110/2008 zu prüfen, ob der Verbraucher durch die Bezeichnung „Verlados“ dazu veranlasst wird, gedanklich einen Bezug zu dem Erzeugnis herzustellen, das die geschützte geografische Angabe – im Ausgangsverfahren „Calvados“ – trägt. 103

Insoweit hat der Gerichtshof entschieden, dass bei Erzeugnissen, die ähnlich aussehen, davon ausgegangen werden kann, dass eine Anspielung auf eine geschützte Bezeichnung vorliegt, wenn die Verkaufsbezeichnungen eine klangliche und visuelle Ähnlichkeit aufweisen (vgl. in diesem Sinne Urteile Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, Rn. 27, Kommission/Deutschland, C-132/05, EU:C:2008:117, Rn. 46, und Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 und C-27/10, EU:C:2011:484, Rn. 57). 104

Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs liegt eine solche Ähnlichkeit offensichtlich vor, wenn der für die Bezeichnung des fraglichen Erzeugnisses verwendete Begriff auf die beiden gleichen Silben endet wie die geschützte Bezeichnung und die gleiche Silbenzahl wie diese 105

umfasst (vgl. in diesem Sinne Urteil *Consortio per la tutela del formaggio Gorgonzola*, C-87/97, EU:C:1999:115, Rn. 27).

Weiter hat der Gerichtshof entschieden, dass gegebenenfalls auch die „inhaltliche Nähe“ zwischen Begriffen aus verschiedenen Sprachen zu berücksichtigen ist, wobei eine solche Nähe sowie die oben in Rn. 33 des vorliegenden Urteils genannte klangliche und visuelle Ähnlichkeit beim Verbraucher gedanklich einen Bezug zu dem Erzeugnis wachrufen können, dessen geografische Angabe geschützt ist, wenn er ein vergleichbares Erzeugnis vor sich hat, das die streitige Bezeichnung trägt (vgl. in diesem Sinne Urteil *Kommission/Deutschland*, C-132/05, EU:C:2008:117, Rn. 47 und 48). 106

Der Gerichtshof hat überdies festgestellt, dass die Eintragung einer Marke, die eine geografische Angabe oder aber diese Angabe als Gattungsbezeichnung in einer Übersetzung enthält, für Spirituosen, die den für diese Angabe geltenden Spezifikationen nicht entsprechen, eine Anspielung im Sinne von Art. 16 Buchst. b der Verordnung Nr. 110/2008 darstellt (Urteil *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 und C-27/10, EU:C:2011:484, Rn. 58). 107

Vorliegend ist nach den Ausführungen des vorlegenden Gerichts unstrittig, dass die Bezeichnung „Verlados“ in Finnland für ähnliche Erzeugnisse wie die verwendet wird, die durch die geografische Angabe „Calvados“ geschützt sind, dass diese Erzeugnisse gemeinsame objektive Merkmale aufweisen und dass sie aus der Sicht der maßgeblichen Verkehrskreise bei im Wesentlichen identischen Gelegenheiten konsumiert werden. 108

In Bezug auf die visuelle und klangliche Ähnlichkeit der Bezeichnungen „Verlados“ und „Calvados“ hat das vorlegende Gericht zu berücksichtigen, dass sie beide aus acht Buchstaben bestehen, wobei die letzten vier identisch sind, und dass sie dieselbe Silbenzahl und die gleiche Endsilbe „dos“ haben, was ihnen eine gewisse visuelle und klangliche Ähnlichkeit verleiht. 109

Das vorlegende Gericht hat nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs auch etwaige Umstände zu berücksichtigen, die möglicherweise darauf hinweisen, dass die visuelle und klangliche Ähnlichkeit zwischen den beiden Bezeichnungen nicht auf Zufall beruht (vgl. in diesem Sinne Urteil *Consortio per la tutela del formaggio Gorgonzola*, C-87/97, EU:C:1999:115, Rn. 28). 110

Insoweit macht die französische Regierung geltend, das Erzeugnis „Verlados“ habe ursprünglich „Verla“ geheißen und die Endung „dos“ sei erst später hinzugefügt worden, nachdem die Einfuhr von „Calvados“ nach Finnland zwischen 1990 und 2001 erheblich zugenommen habe. Außerdem habe die Endsilbe „dos“ im Finnischen keine besondere Bedeutung. Solche Umstände, die vom vorlegenden Gericht zu überprüfen sind, können Hinweise darauf darstellen, dass die oben in Rn. 38 des vorliegenden Urteils erwähnte Ähnlichkeit nicht auf Zufall beruht. 111

Hinsichtlich der vom vorlegenden Gericht aufgezählten Umstände ist der von sämtlichen Beteiligten des vorliegenden Verfahrens vertretenen Ansicht beizupflichten, dass diese Umstände für die Beurteilung des Vorliegens einer „Anspielung“ im Sinne von Art. 16 Buchst. b der Verordnung Nr. 110/2008 nicht relevant sind. 112

Erstens betont das vorlegende Gericht, die Bezeichnung „Verlados“ beziehe sich zum einen auf das dieses Getränk herstellende Unternehmen Viiniverla, sowie zum anderen auf das Dorf Verla, das den finnischen Verbrauchern bekannt sei, so dass sie durch diese 113

Bezeichnung nicht irregeführt werden könnten.

Insoweit ist zunächst daran zu erinnern, dass nach Art. 16 Buchst. b der Verordnung Nr. 110/2008 selbst dann eine „Anspielung“ vorliegen kann, wenn der wahre Ursprung des Erzeugnisses angegeben ist (vgl. in diesem Sinne Urteil Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 und C-27/10, EU:C:2011:484, Rn. 59). 114

Sodann ist darauf hinzuweisen, dass durch Art. 16 Buchst. b der Verordnung Nr. 110/2008 die in deren Anhang III eingetragenen geografischen Angaben im gesamten Hoheitsgebiet der Union gegen jede „Anspielung“ geschützt werden. Insoweit wurde oben in Rn. 27 des vorliegenden Urteils ausgeführt, dass der Verbraucherbegriff, auf den sich die oben in Rn. 21 des vorliegenden Urteils angeführte Rechtsprechung bezieht, auf den europäischen Verbraucher und nicht nur auf den Verbraucher des Mitgliedstaats abstellt, in dem das Erzeugnis hergestellt wird, das zu der Anspielung auf die geschützte geografische Angabe führt. 115

Schließlich kann nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs selbst dann eine „Anspielung“ vorliegen, wenn keinerlei Gefahr der Verwechslung zwischen den betroffenen Erzeugnissen besteht (Urteile Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, Rn. 26, und Kommission/Deutschland, C-132/05, EU:C:2008:117, Rn. 45), da es vor allem darauf ankommt, dass beim Publikum keine Assoziationen hinsichtlich des Ursprungs des Erzeugnisses hervorgerufen werden und es einem Wirtschaftsteilnehmer nicht ermöglicht wird, in unberechtigter Weise vom Ansehen der geschützten geografischen Angabe zu profitieren (vgl. in diesem Sinne Urteil Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 und C-27/10, EU:C:2011:484, Rn. 46). 116

Zweitens weist das vorlegende Gericht auf den Umstand hin, dass es sich bei dem Getränk „Verlados“ um ein im Dorf Verla hergestelltes lokales Erzeugnis handelt, das nur lokal und in geringen Mengen vermarktet wird und darüber hinaus auch auf Bestellung bei der staatlichen Alkoholgesellschaft im Sinne des Alkoholgesetzes erhältlich ist. 117

Unabhängig davon, dass die französische Regierung dem widersprochen und Unterlagen vorgelegt hat, wonach das Getränk „Verlados“ über den Versandhandel auch für Verbraucher aus anderen Mitgliedstaaten erhältlich ist, ist insoweit festzustellen, dass dieser Umstand jedenfalls nicht relevant ist, da die Verordnung Nr. 110/2008 gemäß ihrem Art. 1 Abs. 2 für alle in der Union vermarkteten Spirituosen gilt. 118

Aufgrund der vorstehenden Erwägungen ist auf die zweite Vorlagefrage zu antworten, dass Art. 16 Buchst. b der Verordnung Nr. 110/2008 dahin auszulegen ist, dass das vorlegende Gericht für die Beurteilung der Frage, ob die Bezeichnung „Verlados“ im Sinne dieser Vorschrift eine „Anspielung“ auf die geschützte geografische Angabe „Calvados“ für ähnliche Erzeugnisse darstellt, die klangliche und visuelle Ähnlichkeit zwischen diesen Bezeichnungen sowie etwaige Umstände berücksichtigen muss, die darauf hinweisen könnten, dass eine solche Ähnlichkeit nicht auf Zufall beruht, um zu prüfen, ob der normal informierte und angemessen aufmerksame und verständige europäische Durchschnittsverbraucher durch den Namen eines Erzeugnisses dazu veranlasst wird, gedanklich einen Bezug zu einem Erzeugnis mit der geschützten geografischen Angabe herzustellen.“ 119

Insgesamt macht die Rechtsprechung des EuGH und ihr folgend des BGH damit deutlich, dass einzelne Elemente, insbesondere solche, die auf die geographische Herkunft hindeuten, geschützt sein können. Weiter ergeben sich aus der zitierten Entscheidung des EuGH auch der Maßstab und die Voraussetzungen, unter denen eine Anspielung im Sinne der 120

Verordnungen auf europäischer Ebene anzunehmen ist.

Entgegen der Ansicht der Beklagten ergibt sich nichts anderes daraus, dass die Bezeichnung „COPPA DI PARMA“ ebenfalls geschützt ist, obwohl diese nach der Bezeichnung „PROSCIUTTO DI PARMA“ eingetragen wurde. Denn – wie der EuGH und BGH dargelegt haben – kommt es auf eine Gesamtabwägung an, die bezogen auf eine andere Bezeichnung und ein anderes Produkt auch unterschiedlich ausfallen kann. 121

Dies wird durch folgende Erwägung bestätigt: Ausgangspunkt ist auch insoweit zunächst der Wortlaut: Eine „Anspielung“ („*evocation*“ [EN], „*évocation*“ [FR], „*evocazione*“ [IT]) ist gekennzeichnet durch die indirekte Hervorrufung eines Eindrucks oder einer Erinnerung bei einer anderen Person, ohne den Eindruck oder die Erinnerung direkt zu benennen. Als Mittel der Kommunikation ist sie darauf angelegt, durch einen inneren Akt des Gegenübers vervollständigt und mit dem tatsächlich gemeinten Bedeutungsgehalt versehen zu werden. Es ist notwendig, dass die Formulierung unter Berücksichtigung aller situationsbedingten Begleitumstände, wie etwa Gestik und Mimik, aber auch Zeit, Ort und einbezogener Gegenstände, geeignet ist, das Gegenüber aufgrund einer bestimmten Vorerfahrung oder eines bestimmten Vorwissens anzusprechen und es in diesem Kontext zu einer, unter Umständen sogar automatischen, eigenen Assoziationsleistung zu bewegen. Dieses Verständnis liegt auch anderen Sprachfassungen der Verordnung zugrunde, beispielsweise indem „*evocation*“ als „*The act of bringing or recalling a feeling, memory, or image to the conscious mind.*“ beschrieben wird. Im weiteren – und im Auslegungsansatz bereits teilweise systematischen – Vergleich der Verletzungsformen der lit b bestätigt sich die Weite dieses Deutungsansatzes: von der „Aneignung“ als stark von Übernahme geprägter Handlung über die „Nachahmung“ als zwar eigene, aber immer noch von erkennbaren Anlehnungsbemühungen geprägte Leistung bis schließlich zur „Anspielung“ weiten sich die Begriffe nach dem Prinzip „Spezialisierung vor Generalisierung“ zu einem Auffangtatbestand hin aus. Gleichzeitig bedeutet die dargestellte Ausweitung der jeweiligen Handlung eine entsprechende Verringerung der für die Bejahung einer Verletzung notwendig zu übernehmenden Bezeichnungsmerkmale, bis bei der „Anspielung“ schließlich nur noch ein für die genannten Erinnerungseindrücke ausreichender Anteil vorhanden ist. Diese Interpretation von einem ausgedehnten und damit hohen Schutzzumfang steht aus systematischer Sicht schließlich im Einklang mit Erwägungsgrund 32 der Verordnung, der explizit von einer Ausdehnung der erfassten Verletzungsformen zur Erreichung eines hohen Schutzniveaus ausgeht. 122

Ausgehend von dem so gebildeten Maßstab stellt sich die streitgegenständliche Produktbezeichnung „*Culatello di Parma*“ als Anspielung auf die geschützte Ursprungsbezeichnung „*Prosciutto di Parma*“ dar. 123

Die Verkehrsauffassung kann der Senat unter Berücksichtigung der vorstehend dargestellten Kriterien selbst beurteilen. Denn der Senat gehört zu den angesprochenen europäischen Verkehrskreisen. Dass es – was die Beklagte zutreffend anführt – nicht allein auf die Kenntnis eines deutschen Verbrauchers ankommt, sondern auf die Kenntnis eines „europäischen Verbrauchers“ abzustellen ist, führt nicht dazu, dass der Senat die Verkehrsauffassung nicht selbst beurteilen könnte. Wie sich aus der dargestellten Entscheidung des EuGH ergibt, hat dieser den europäischen Verbraucher ausdrücklich dem Verbraucher aus dem Herkunftsland gegenüber gestellt, so dass die Mitglieder des Senats zu diesen Verkehrskreisen zählen, zumal die Mitglieder des Senats auch ein nicht unerhebliches Interesse an den Essgewohnheiten im europäischen Ausland haben und dort immer wieder einkaufen. 124

Vor diesem Hintergrund muss der Senat auch nicht auf das erst mit Schriftsatz vom 20.12.2018 vorgelegte GfK-Gutachten zurückgreifen und stellt darauf ausdrücklich nicht ab.

Die Anspielung ergibt sich aus folgenden Erwägungen:

126

Die angegriffene Bezeichnung „*Culatello di Parma*“ weist in den letzten 2 von jeweils 3 Wörtern eine Übereinstimmung mit der Ursprungsbezeichnung auf. Eine in dieser Weise nur teilweise Übereinstimmung kann nach der zitierten Rechtsprechung bereits zum Ausgangspunkt für die Annahme einer Anspielung genommen werden. Dies steht – entgegen der Ansicht der Beklagten – nicht in Widerspruch zu dem Umstand, dass die Ursprungsbezeichnung „*Prosciutto di Parma*“ nur in ihrer Gesamtheit durch die Eintragung geschützt wird. Nach der Wertung der Grundverordnung in ihrer Umsetzung durch den EuGH kann gerade durch die Übernahme einzelner Bestandteile ein Angriff auf die Ursprungsbezeichnung in ihrer Gesamtheit liegen. Dies korrespondiert auch der Regelung in Art. 13 Abs. 1 Grundverordnung am Ende, wonach die Verwendung eines Gattungsbegriffes, der gleichzeitig in einer geschützten Ursprungsbezeichnung enthalten ist, keine Verletzungshandlung darstellt. Diese Regelung geht bereits in ihrem Ansatz davon aus, dass auch die Verwendung einzelner Begriffe einer Ursprungsbezeichnung eine Verletzungshandlung begründen kann und nimmt hiervon sodann die Verwendung von Gattungsbegriffen aus. Im Umkehrschluss ergibt sich aus der genannten Passage, dass auch die bloße Übernahme einer geografischen Herkunftsangabe wie „*di Parma*“ bereits tatbestandsmäßig sein kann, weil insoweit keine vergleichbare Ausnahme vorgesehen ist. Im Rahmen einer wertenden Gewichtung dieser Teilübernahme als Ausgangspunkt einer späteren Gesamtabwägung ist schließlich zulasten der Beklagten zu berücksichtigen, dass gemäß Art. 6 Abs. 1 Grundverordnung Gattungsbezeichnungen wie „*Prosciutto*“ und „*Culatello*“ allein den Schutzgehalt einer Ursprungsbezeichnung nicht erlangen können. Demnach betrifft die aufgezeigte Teilübereinstimmung der angegriffenen Produktbezeichnung aber gerade die Elemente, aus denen sich die Schutzfähigkeit der Ursprungsbezeichnung ableitet, was durch eine entsprechend stärkere Gewichtung dieses Ausgangspunktes abzubilden ist.

127

Entgegen der Auffassung der Beklagten ist in diesem Zusammenhang nicht erheblich, dass eine Herkunftsbezeichnung (hier „*di Parma*“) auf diese Weise geschützt wird, auch wenn das Produkt tatsächlich aus der entsprechenden Region stammt. Denn dies entspricht – wie dargelegt – dem Sinn der Verordnung.

128

Bei einer weiteren Betrachtung der beiden Bezeichnungen ist zudem eine hohe visuelle Ähnlichkeit zwischen der angegriffenen Produktbezeichnung und der Ursprungsbezeichnung erkennbar. Beide Formulierungen bestehen aus 3 Wörtern, wobei das erste und das dritte Wort als Hauptwörter groß geschrieben werden und das zweite Wort demgegenüber klein geschrieben wird. Als Präposition setzt dieses mittlere Wort die beiden äußeren Wörter zueinander in Beziehung, wodurch sich, nicht zuletzt bedingt durch die Teilübernahme, in beiden Fällen ein recht simpler Dreiklang in Optik und Semantik der Gestalt „*Ware aus Ort*“ ergibt, der gerade wegen seiner Simplität einprägsam wirkt.

129

Flankiert wird diese optische Ähnlichkeit durch eine gewisse phonetische Ähnlichkeit der Formulierungen, die auch durch den genannten Dreiklang erzeugt wird. Bezüglich des übernommenen Abschnitts „*di Parma*“ ist die Ähnlichkeit in der Aussprache anzunehmen. Die Unterschiede in den vorangestellten Bezeichnungen „*Prosciutto/Culatello*“, die eine unterschiedliche Schreibweise und einen abweichenden Klang aufweisen, kann vor diesem Hintergrund kein anderes Ergebnis begründen. Denn neben den Produktbezeichnungen sind auch die so in Bezug genommen Produkte einander in hohem Maß ähnlich. In beiden Fällen

130

handelt es sich um aufgeschnittene Rohschinkenscheiben aus der Hinterkeule eines Schweins. Trotz des unterschiedlichen Herstellungsverfahrens und der unterschiedlichen Schweinerassen sind sie damit für die gleichen Verzehrsituationen geeignet und bestimmt und insoweit für den Verbraucher unmittelbar substituierbar. Zudem ergibt sich aus diesem Umstand eine starke optische Ähnlichkeit in Farbe und Konsistenz beider Produkte, die durch die Verwendung einer durchsichtigen Plastikverpackung auch werbend mit der Produktbezeichnung in Verbindung gebracht wird.

Entgegen der Ansicht der Beklagten liegt hierin keine unzulässige Berücksichtigung einer 131
gemeinüblichen Verpackungsform durch das erstinstanzliche Gericht.

Abwägungsgesichtspunkt ist wie dargestellt allein die Ähnlichkeit der bezeichneten Produkte selbst. Der Umstand, dass diese Ähnlichkeit gleichzeitig mit der Produktbezeichnung wahrgenommen werden kann, stellt keinen selbständigen Vorwurf einer unzulässigen Verpackungsform dar, sondern setzt das erkennende Gericht in die Lage, die Produktähnlichkeit als Abwägungsgesichtspunkt einzelfallbezogen zu gewichten. Diese Gewichtung fällt dabei tendenziell stärker aus, wenn wie hier die Produktähnlichkeit bereits bei der Wahrnehmung der ähnlichen Produktbezeichnung hervortritt. Vor diesem Hintergrund führt die Tatsache, dass die Produktgestaltung des Produktes der Beklagten von der vorgeschriebenen Gestaltung der Produkte der Klägerin abweicht, zu keinem anderen Ergebnis, zumal sich die Gestaltungen in hohem Maß ähneln.

Zu keinem anderen Ergebnis führt der Vortrag der Beklagten, aufgrund der bereits 132
jahrhundertelangen Kenntnis von der Schinkengattung „Culatello“, die auch unter der Bezeichnung „Culatello di Parma“ vermarktet worden sei, liege eine Anspielung nicht vor.

Dabei geht der Senat davon aus, dass die Bezeichnung „Culatello di Parma“ eine gewisse 133
Bekanntheit erlangt hat.

Zwar ergibt sich aus den von der Beklagten angeführten Regelwerken der Klägerin, wie vom 134
erstinstanzlichen Gericht ausgeführt, nur eine entsprechende Bekanntheit des einzelnen (Gattungs-)Begriffes „Culatello“, der jedenfalls auch auf den „Culatello“ aus der Region Zibello verstanden werden kann, der als Herkunftsbezeichnung Schutz genießt. Angesichts der zahlreichen Internetausdrucke mit verschiedenen Angeboten von „Culatello di Parma“, deren Existenz die Beklagte in wesentlichen Teilen nicht bestritten hat, und der Tatsache, dass selbst die Firma des Präsidenten der Klägerin und die Firma des Vizepräsidenten der Klägerin einen Schinken der Gattung „Culatello“ unter der Bezeichnung „Culatello di Parma“ anboten oder jedenfalls bewarben, steht allerdings fest, dass die Bezeichnung „Culatello di Parma“ jedenfalls im Ursprungsland gebräuchlich ist und daher auch einen gewissen Bekanntheitsgrad genießt. Dies ist im Rahmen der Gesamtabwägung bei der Frage, ob eine Anspielung im dargelegten Sinn besteht, zu berücksichtigen.

Dies führt indes nicht zu der Annahme, dass die angesprochenen Verkehrskreise – dieses ist 135
der europäische Verbraucher, wie die Beklagte mit Recht ausführt (vgl. die vorstehend zitierte Entscheidung, in der allerdings auch klargestellt wird, dass es nicht auf den Verbraucher in dem Staat ankommt, in dem das Produkt geschützt ist) – eine gedankliche Verbindung nicht herstellen, weil diesem der Begriff „Culatello di Parma“ als solches bekannt ist und daher eine Verbindung zu einem anderen Produkt fern liegt, auch wenn es sich um eine vergleichbare Gattung handelt.

Es kommt hinzu, dass die Bezeichnung „Culatello di Parma“ nicht als Herkunftsbezeichnung 136
geschützt ist, auch wenn umstritten ist, aus welchem Grund ein solcher Schutz nicht erfolgt. Weiter ergibt sich – wie dargelegt – aus der Rechtsprechung des EuGH, dass ein Schutz

auch dann besteht, wenn das entsprechende Produkt aus der Region – hier Parma – stammt.

Die Beklagte hat darüber hinaus nicht hinreichend substantiiert dargelegt, dass der durchschnittliche europäische Verbraucher Kenntnis von den traditionsbedingten Unterschieden der Schinkensorten hat. Die Darlegungen der Beklagten beziehen sich im Wesentlichen auf Verbraucher in Italien und Deutschland. Auf diese kann indes – wie dargelegt – nicht alleine abgestellt werden. Es kommt hinzu, dass die dargelegten hohen Absatzzahlen und der Umfang der Nutzung der Bezeichnung „*Culatello di Parma*“ gerade ein Ausdruck der hier angegriffenen gedanklichen Bezugnahme sein könnten, die erfolgt wäre, um (insoweit offensichtlich erfolgreich) den Absatz dieses Produktes zu erhöhen. 137

Schließlich bestehen auch objektive Anhaltspunkte dafür, dass die Beklagte auf das Produkt der Klägerin bewusst anspielt. Zwar ist ein Verschulden für den Unterlassungsanspruch nach § 135 Abs. 1 MarkenG nicht erforderlich. Für die Beurteilung eines Aussagegehalts, wie sie auch bei der hier maßgeblichen Frage nach einer „Anspielung“ notwendig ist, kann und muss aber auch die erkennbare Intention des sich Äußernden Berücksichtigung finden. In diesem Zusammenhang fällt die Ähnlichkeit der Produktetikettierung (s.o.) auf, wie sie sich aus den oben gezeigten Bildern ergibt. Die Verpackung beider Produkte wird durch jeweils 2 Etiketten geprägt. Das bei der Klägerin als Ecketikett ausgestaltete Hauptetikett fällt im Gesamteindruck durch den großflächigen schwarzen Hintergrund auf, der durch die goldene Herzogskrone kontrastiert wird und auch die Produktbezeichnung, ebenfalls in Gold, trägt. Das Hauptetikett der Beklagten ist ebenfalls in schwarz gehalten und als rechteckiger Streifen über die gesamte Breite der Verpackung ausgestaltet. Eine Kontrastierung findet hier durch die Farben Weiß und Grün statt. Das Zusatzetikett ist in beiden Fällen ein weißes Viereck, das mit der Bezeichnung desselben Unternehmens („S.“) und einem Symbol grüner Blätter eingeleitet wird. Bei beiden Etiketten folgt dann in zentriert formatiertem Schriftsatz die Zutatenangabe, bevor im unteren Bereich des Etiketts weitere Angaben wie das Mindesthaltbarkeitsdatum folgen. Zwar bestehen zwischen den Etiketten einige Unterschiede (fehlende Krone bei der Beklagten, andere Kontrastfarben, zusätzliche Herkunftsangabe bei der Beklagten durch die stilisierte Landkarte), bei einer Gesamtbetrachtung aus der Sicht Verbrauchers in der Einkaufssituation werden jedoch beide Verpackungen durch großflächig-schwarze Hauptetiketten und weiße Zusatzetiketten gekennzeichnet, wobei die Zusatzetiketten nahezu identisch sind und beide Produkte, gerade bei anschließender näherer Betrachtung durch den Verbraucher, auf einen gemeinsamen Nenner bringen. Es ist damit von einer erkennbaren Anlehnung an den Verpackungseindruck der Klägerin auszugehen, die auch nach dem Vortrag der Beklagten selbst bei vergleichbaren Produkten auf dem deutschen Markt so nicht festzustellen ist. 138

Dieser Eindruck verstärkt sich zudem, wenn berücksichtigt wird, dass die Beklagte 30 Jahre Mitglied bei der Klägerin war, aufgrund ihres eigenen Warensortiments auch selbst die durch die Produktspezifikation vorgeschriebene Verpackung für „*Prosciutto di Parma*“ verwendet und damit direkte Kenntnis von den verpackungsprägenden Elementen und deren Wirkung besitzt. 139

Hiergegen spricht nicht, dass die Produkte der Beklagten – mit Ausnahme des „PROSCIUTTO DI PARMA“ – alle in vergleichbaren Verpackungen angeboten werden. Denn bereits diese Verpackungen sind offensichtlich an die Vorgaben für „PROSCIUTTO DI PARMA“ angelehnt. Für die Anlehnung spricht in diesem Zusammenhang, dass der Spielraum für die Gestaltung der Verpackungen von Produkten, die nicht unter der Bezeichnung „PROSCIUTTO DI PARMA“ vertrieben werden sollen, erheblich ist, während ein solcher Spielraum bei dem vorgenannten Produkt sehr klein ist. 140

- Im Rahmen einer Gesamtwürdigung sind die aufgezeigten Gesichtspunkte zu berücksichtigen. Dabei wirken die Teilübernahme der Bezeichnung, die Produktähnlichkeit sowie der visuelle Dreiklang besonders schwer zu Lasten der Beklagten. Die geringere phonetische Ähnlichkeit, soweit diese selbständig neben der visuellen Ähnlichkeit beurteilt werden kann, und die objektiven Intentionsmomente der Beklagten wirken in dieselbe Richtung. 141
- Ohne Erfolg sind die weiteren Argumente der Beklagten, mit denen sich diese gegen die Einordnung ihres geschäftlichen Verhaltens als Anspielung nach § 13 Abs. 1 lit. b Grundverordnung wehrt: 142
- Die Beklagte kann gegen die angenommene Weite des Schutzbereichs von Art. 13 Abs. 1 lit. b Grundverordnung nicht einwenden, dass es ebenfalls eine geschützte geografische Angabe „Coppa di Parma“ gibt. Dieser Umstand ist mit der Annahme einer Anspielung im vorliegenden Fall vereinbar. Diese Annahme geht zwar in der Tat von der Übernahme der Teilbezeichnung „di Parma“ aus, wie er auch in der geschützten geografischen Angabe enthalten ist. Es bleibt jedoch, wie bereits ausgeführt, zu beachten, dass nicht dieser Bezeichnungsbestandteil selbst geschützt wird, sondern die Gesamtbezeichnung. Aus diesem Grund ist die Anspielung erst durch die weitergehende Ermittlung des Aussagegehalts der angegriffenen Gesamtbezeichnung unter Berücksichtigung aller objektiven Umstände zu ermitteln gewesen. Erst diese Würdigung hat im vorliegenden Fall zur Bejahung einer Anspielung geführt. Ob dies auch im Falle einer entsprechenden Würdigung von „Coppa di Parma“ anzunehmen wäre, ist nicht Gegenstand des vorliegenden Rechtsstreits. Die Parteien tragen hierzu auch keine ausreichenden Tatsachen vor. Zudem sieht die Grundverordnung in Art. 6 Abs. 3 selbst die eng umrissene Möglichkeit einer späteren teilübereinstimmenden Eintragung vor, wenn die dort genannten Voraussetzungen gegeben sind. Dabei schließt das dort genannte Kriterium der deutlichen Unterscheidbarkeit eine mögliche Verletzungssituation wie im vorliegenden Rechtsstreit aus. Da es bei „Coppa di Parma“ zu einer solchen Eintragung gekommen ist, kann das Gericht vorliegend davon ausgehen, dass die weiteren Kriterien für die Annahme einer Anspielung dort nicht gegeben waren. 143
- Ebenso wenig kann sich die Beklagte darauf berufen, es existierten im Marktumfeld weitere nicht eingetragene Produktbezeichnungen mit dem Zusatz „di Parma“. Auch in diesen Fällen gilt, dass nicht die Verwendung dieses Zusatzes allein geschützt wird. Ob eine Anspielung bei den angeführten Produktbezeichnungen vorliegt, ist daneben erneut nicht Gegenstand des vorliegenden Rechtsstreits. Darüber hinaus sind mögliche Verletzungshandlungen Dritter allein auch nicht geeignet, die objektiv aus der Schutzzumfangsbestimmung abgeleitete Definition einer Verletzungshandlung zu verschieben. Ansonsten liefe ein eingetragenes Kennzeichenrecht Gefahr, allein durch eine hohe Anzahl an rechtswidrigen Verletzungshandlungen entwertet zu werden. Insofern kann die Beklagte aus dem möglicherweise ebenfalls widerrechtlichen Verhalten Dritter allein keinen rechtlichen Vorteil ziehen. 144
- Ferner kann sich die Beklagte auch nicht auf eine mögliche Kennzeichnungspflicht aus Art. 26 Abs. 2 lit a) der VO Nr. 1169/2011 berufen. Dies ergibt sich mittelbar bereits aus Art. 26 Abs. 1 der genannten Verordnung, wonach diese Vorschrift die Kennzeichnungsvorschriften der Verordnungen (EU) Nr. 509/2006 und 510/2006 unberührt lässt. Die genannten Verordnungen werden ausweislich des Erwägungsgrundes Nr. 14 der Grundverordnung von dieser ersetzt. Auch wenn Art. 13 Grundverordnung nicht zu den unmittelbaren Kennzeichnungsvorschriften zählt, steht er mit diesen doch derart im Zusammenhang, dass 145

die seinem Schutzgehalt unterfallenden Bezeichnungen gerade zur Kennzeichnung verwendet werden sollen, wie es auch Art. 12 Abs. 2 Grundverordnung vorsieht. Insoweit lässt sich Art. 13 der Verordnung auch als Verbot bestimmter Kennzeichnungen im Verhältnis zu geschützten Ursprungsbezeichnungen begreifen. Demnach darf der Pflicht aus Art. 26 Abs. 2 lit a VO Nr. 1169/2011 nur in der Weise in Übereinstimmung mit den Bestimmungen der Grundverordnung nachgekommen werden, dass der nötige Ursprungshinweis nicht mit einer geschützten Ursprungsbezeichnung kollidiert. Hieraus ergibt sich auch der vom erstinstanzlichen Gericht gezogene Schluss, dass ein Ursprungshinweis nicht notwendig in der Produktbezeichnung zu erfolgen hat. Der Hinweispflicht kann vielmehr an jedem anderen gut erkennbaren Ort der Verpackung, etwa auf dem Zusatzetikett oder auf dem Hauptetikett unter oder neben der Landkarte von Italien nachgekommen werden. Soweit die Beklagte eine Abgrenzung zu dem Produkt „*Culatello di Zibello*“ erreichen möchte, dürfte dies ohnehin nicht erforderlich sein, weil es sich bei „*Culatello*“ nach dem unstreitigen Vortrag der Parteien um eine Gattungsbezeichnung handelt, die nicht geschützt ist.

In gleicher Weise kann sich die Beklagte auch nicht auf ihre Kennzeichnungspflicht aus Art. 17 VO Nr. 1169/2011 berufen. Die isolierte Verwendung der Bezeichnung „*Culatello*“ wird von der Klägerin nicht angegriffen. Die angenommene Anspielungswirkung beruht nicht allein auf der Verwendung dieses Begriffes, sondern auf seiner Wechselwirkung der oben dargestellten Umstände, wobei die phonetische Ähnlichkeit gerade wegen dem ersten Teilabschnitt von „*Culatello*“ differenziert zu betrachten war. Eine Vermeidung des Anspielungseffektes ist mithin auch unter Einhaltung dieser Kennzeichnungspflicht möglich. 146

Weiter kann die Beklagte sich auch nicht auf die von ihr vorgelegten Registermarken der Klasse 29 berufen, die ebenfalls den Bestandteil „*di Parma*“ aufweisen. Auch insoweit gilt, dass weder bei den Registermarken noch bei der geschützten Ursprungsbezeichnung dieser Bestandteil isoliert geschützt wird. Dass die Registermarken trotz Vorliegen eines zum hier zu entscheidenden Rechtsstreit vergleichbaren Verletzungsfalles eingetragen wurden, hat die Beklagte ebenfalls nicht substantiiert behauptet. 147

Ferner ist auch der Verweis der Beklagten auf die italienische höchstgerichtliche Rechtsprechung nicht geeignet, die dargelegte rechtliche Würdigung zu erschüttern. Die genannte Rechtsprechung aus den Jahren 1999 und 2004 befasst sich ersichtlich nicht mit der Auslegung von Art. 13 Grundverordnung oder den Vorgängervorschriften aus dem Jahr 2006. Aus der Anlage AG 10 wird unmittelbar ersichtlich, dass der Kassationsgerichtshof auf der Basis der nationalen Gesetze Nr. 506 und Nr. 26 entschieden hat, die zur Auslegung der hier entscheidungserheblichen europäischen Rechtsnormen nicht beitragen. In der Sache hat das italienische Gericht zudem auf der Basis einer angenommenen Verwechslungsgefahr für den Verbraucher entschieden. Eine solche ist bereits nach dem Wortlaut des Art. 13 Grundverordnung nicht erforderlich und wird auch vom EuGH in der zitierten Entscheidung nicht verlangt. 148

Soweit die Beklagte einwendet, die Verurteilung führe zu einem Eingriff in die Meinungsfreiheit nach Art. 11 Abs. 1 GrCH oder Art. 5 GG, führt dies zu keinem anderen Ergebnis. Denn ein solcher Eingriff ist zulässig. 149

Nach Art. 52 Abs. 1 GrCH bedarf jeder Eingriff in die Meinungsfreiheit einer gesetzlichen Grundlage. Ausreichend ist eine rechtssatzförmige Schrankenregelung (Beschränkung durch Gesetz). Grundrechtseingriffe der Unionsgewalt müssen eine Grundlage in Richtlinien und Verordnungen haben (vgl. Cornils in BeckOK Informations- und Medienrecht, Art. 11 Rn. 35 f.). Nach Art. 52 Abs. 1 GrCH müssen Beschränkungen der Kommunikationsfreiheit den von der Union anerkannten dem Gemeinwohl dienenden Zielsetzungen oder den Erfordernissen 150

des Schutzes der Rechte und Freiheiten anderer dienen.

Nach diesen Grundsätzen war die Einschränkung der Meinungsfreiheit des Art. 11 GrCH 151
zulässig. Denn die Grundverordnung dient dem Gemeinwohl, indem Herkunftsbezeichnungen
geschützt werden. Das Verbot ist auch verhältnismäßig.

Aus den gleichen Gründen ist ein etwaiger Eingriff in die Meinungsfreiheit nach Art. 5 GG 152
zulässig.

Die Anspielung erfolgte ohne Zustimmung der Klägerin und damit widerrechtlich. 153

Die Aktivlegitimation der Klägerin als vom zuständigen Ministerium des Landes Italien 154
anerkannte und bestätigte Vereinigung von italienischen Herstellern von Parmaschinken
ergibt sich aus § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG und ist zwischen den Parteien im Übrigen kein
Streitpunkt.

Die für den Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr ist durch die 155
Erstbegehung indiziert.

c) Das Vorgehen der Klägerin ist nicht rechtsmissbräuchlich. Ein Rechtsmissbrauch könnte 156
sich nur daraus ergeben, dass die Klägerin gegen bestimmte Hersteller von Produkten, die
unter der Bezeichnung „CULATELLO DI PARMA“ vertrieben werden, vorgeht und gegen
andere hingegen ohne nachvollziehbaren Grund nicht. Dies hat die Beklagte aber nicht
hinreichend substantiiert vorgetragen. Insbesondere ist davon auszugehen, dass allein die
Beklagte sich nach entsprechender Ansprache durch die Klägerin weigerte, von der weiteren
Vermarktung des Produktes Abstand zu nehmen. Alle anderen Beteiligten (so auch die
Firmen des Präsidenten der Klägerin und des Vizepräsidenten der Klägerin) haben das
Produkt nicht weiter vertrieben oder beworben. Das Vorgehen allein gegen die Klägerin ist
daher sachlich nachvollziehbar und nicht rechtsmissbräuchlich.

d) Entgegen der Ansicht der Beklagten ist das Vorgehen der Klägerin auch nicht 157
kartellrechtswidrig. Dabei kann der Senat die Kartellrechtswidrigkeit selbst prüfen, weil die
Beantwortung der kartellrechtliche Vorfrage unzweifelhaft erfolgt und sich aus der
Anwendung des Gesetzes ergibt (vgl. BGH, Urteil vom 19.12.2012 – VII ZR 186/11, juris;
Schmidt in Immenga/Mestmäcker, GWB, 5. Aufl., § 91 Rn. 11).

Soweit die Beklagte die Einschränkung des Wettbewerbs und deren Zweck sowie die 158
Eignung der Beeinträchtigung des Handels zwischen den Mitgliedsstaaten behauptet, handelt
es sich um unzulässigen und bestrittenen neuen Tatsachenvortrag, der nicht dazu führt, dass
die Sache als „nachträgliche Kartellberufungssache“ anzusehen ist (vgl. Schmidt in
Immenga/Mestmäcker aaO, § 91 Rn. 13).

In der Sache liegt eine Kartellrechtswidrigkeit nicht vor, weil der Tatsachenvortrag der 159
Beklagten insoweit präkludiert ist (s.o.). Auch ist eine Einschränkung des Marktes bei
Unterlassungen, die auf europäischen Normen beruhen, immanent und schon aus diesem
Grund nicht zu beanstanden.

e) Einer zeitliche Beschränkung des Unterlassungsanspruchs bedarf es entgegen der Ansicht 160
der Beklagten nicht. Entstehen nachträglich rechtsvernichtende oder rechtshemmende
Einwendungen gegen die titulierten Anspruch, beispielsweise durch die Veränderung der
tatsächlichen Umstände, die zur Grundlage des Titels geworden sind, so kann der Schuldner
gegen die Titel vorgehen (vgl. Feddersen in Teplitzky, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und

Verfahren, 12. Aufl., Kap. 57 Rn. 50 f., mwN). Einer Beschränkung des Titels von vorne herein bedarf es daher nicht.

f) Der Auskunftsanspruch folgt dem Unterlassungsanspruch und ergibt sich aus Art. 13 Abs. 1 161
b Grundverordnung iVm §§ 19, 135 MarkenG, § 8 UWG.

3. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige 162
Vollstreckbarkeit folgt aus § 708 Nr. 10, §§ 709, 711 ZPO.

4. Die Revision wird zugelassen. Die Rechtssache hat grundsätzliche Bedeutung (§ 543 Abs. 163
2 ZPO). Der Senat geht von einer grundsätzlichen Bedeutung aus, weil die Rechtsfrage,
welches nationale Recht vorliegend subsidiär anzuwenden ist, nicht abschließend
höchstrichterlich geklärt ist. Soweit der BGH selbst in ähnlichen Fällen deutsches Recht
angewandt hat (vgl. Urteil vom 19.07.2018 – I ZR 268/14, juris – Champagner Sorbet II),
erfolgte auch die Produktion der dort angebotenen Lebensmittel in Deutschland. Auch ist
nicht höchstrichterlich entschieden, wie sich der europäische Verbraucher bestimmt.

Die vorstehenden Ausführungen dienen allein der Begründung der Zulassung der Revision 164
und stellen keine – nach Auffassung des Senats ohnehin nicht zulässige –Einschränkung der
Zulassung der Revision dar.

Die nach dem Schluss der mündlichen Verhandlung eingereichten Schriftsätze haben keinen 165
Anlass zur Wiedereröffnung der mündlichen Verhandlung gegeben.

5. Der Streitwert für das Berufungsverfahren wird auf 100.000 € festgesetzt. 166