

„Schwarzwaldmarie“ für Bier aus der Vorbergzone des Schwarzwalds nicht irreführend

UWG § 5 I 2 Nr. 1 u. Nr. 3; MarkenG § 127 I

1. Die Bezeichnung „Schwarzwaldmarie“ für ein Bier, das in einer Gemeinde in der sog. Vorbergzone des Schwarzwaldes gebraut wird, ist keine irreführende Angabe über die geografische Herkunft des Bieres.

2. Die Werbeaussage „Die Bier-Spezialität aus dem Schwarzwald“ für das unter der Bezeichnung „Schwarzwaldmarie“ vermarktete Bier ist keine unzulässige Alleinstellungsbehauptung. (Leitsätze des Verfassers)

LG Mannheim, *Urteil* vom 2.6.2017 – 22 O 40/16, BeckRS 2017, 116300 – Schwarzwaldmarie; rkr.

Rechtsanwalt Dr. Thomas Schulteis, LL. M., Syndikus, Düsseldorf

Sachverhalt

Die Beklagte betrieb im Ortsteil Ulm der Gemeinde Renchen in der sog. Schwarzwald-Vorbergzone eine Brauerei. Ihr dort gebrautes Bier vertrieb sie als Flaschenbier unter der Bezeichnung „Schwarzwaldmarie“. Zudem bewarb sie das Bier mit der Werbeaussage „Die Bier-Spezialität aus dem Schwarzwald“ sowie auf den Internet-Domains „www.schwarzwaldmarie.beer“ und „www.bauhoefers-schwarzwaldmarie.de“. Die Klägerin argumentierte, der Stadtteil Ulm der Gemeinde Renchen gehöre nicht zum Schwarzwald, da er nur in die Vorbergzone des Schwarzwaldes und damit in einer Randlage liege. Sie hielt die Bezeichnung „Schwarzwaldmarie“ für irreführend und wollte per einstweiliger Verfügung ua verbieten lassen, das dort gebrauchte Bier unter der Bezeichnung „Schwarzwaldmarie“ sowie mit der o. g. Werbeaussage zu vertreiben und die o. g. Internetseiten zu benutzen. Das LG wies den Antrag zurück; die hiergegen gerichtete Berufung blieb erfolglos. Mit ihrer Hauptsacheklage verfolgte die Klägerin ihre Unterlassungsanträge weiter.

Entscheidung

Das LG weist die Klage ab. Es folgt dabei der Argumentation des OLG aus dem einstweiligen Verfügungsverfahren, wonach der Klägerin keine Unterlassungsansprüche wegen irreführender geografischer Angaben zustehen.

Der Stadtteil Ulm der Gemeinde Renchen gehöre in geografischer Hinsicht zum Schwarzwald. Ausweislich der Zuordnungen der Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg befinde sich Renchen in den Naturräumen „Schwarzwald-Vorberge“ und „Nördlicher Schwarzwald“. Auch das Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise, das die Kammer unter Anwendung ihres speziellen Erfahrungswissen eigens ermitteln könne (BGH GRUR 2014, 1211 Rn. 19 – Runes of Magic II) führe zu der geografischen Einordnung, dass das Bier aus dem Schwarzwald stamme. Wer den Renchener Stadtteil Ulm nicht kenne, werde den Stadtteil nach den o. g. geografischen Vorgaben zum Schwarzwald zählen. Wer Ulm kenne, zweifele nicht daran, dass Ulm zum Schwarzwald gehöre. Die Mittelgebirgshöhen des Schwarzwaldes lägen in Sichtweite dieses Stadtteils. Gegen dessen Zugehörigkeit zum Schwarzwald sprächen auch nicht die dortigen Weinberge und Obstplantagen; denn der angesprochene Verkehr erwarte dies in einem Übergangsgebiet wie dem streitgegenständlichen Raum, das mehreren geografischen Gebieten zugeordnet sei. Der Verkehr gehe zudem nicht davon aus, in dem Übergangsgebiet um die Gemeinde Renchen die klimatischen Merkmale des Mittelgebirges vorzufinden; mediterranes, warmes Klima stehe der getroffenen geografischen Einordnung genauso wenig entgegen wie der Umstand, dass in Renchen im Gegensatz zu Teilen des Schwarzwaldes kein Skifahren möglich sei. Die Werbeaussage „Die Bier-Spezialität aus dem Schwarzwald“ sei keine unzulässige Alleinstellungsbehauptung. Der von dieser

Aussage angesprochene Verkehr wisse, dass im Schwarzwald viele Brauereien existierten; daher werde er nicht annehmen, die Werbeaussage solle den Eindruck einer Allein- oder Spitzenstellung schaffen.

Praxishinweis

Das Urteil weckt Erinnerungen an die Entscheidung des OLG München, wonach die Bezeichnung „Chiemseer“ für in Rosenheim gebrautes Bier unzulässig sei (GRUR-Prax 2016, 227 [Schoene]); dort bestand die Gefahr der Irreführung über die geografische Herkunft, weil Rosenheim weder am Chiemsee noch im Chiemgau liegt. Wie das LG überzeugend darlegt, schied indes im vorliegenden Fall eine Irreführung aus, da die Brauerei tatsächlich im Schwarzwald lag – wenn auch in einer Randlage, die nicht den typischen Verbrauchervorstellungen vom Schwarzwald-Landschaftsbild entsprach. Nicht näher untersuchte das LG, ob „Schwarzwaldmarie“ überhaupt eine (mittelbare) geografische Herkunftsangabe ist wie zB der Berliner Bär oder der Kölner Dom (vgl. Ingerl/Rohnke, MarkenG, 3. Aufl. 2010, § 126 Rn. 6; Schulteis, BeckOK MarkenR, § 126 Rn. 19) oder bloß eine Phantasiebezeichnung. Auf den ersten Blick mag man hierin lediglich eine Phantasiebezeichnung erkennen, die nicht die geografische Herkunft andeutet. Berücksichtigt man indes die auf dem Produkt über dem Begriff „Schwarzwaldmarie“ abgedruckte Darstellung einer Dame in schwarzwaldtypischer Tracht mit sog. Bollenhut, kann dieses Gesamtgepräge durchaus die Annahme erzeugen, das Produkt stamme aus dem Schwarzwald (zum Hinweis auf Schwarzwald-Herkunft ua durch Abdruck des „Schwarzwald-Hauses“ vgl. OLG Karlsruhe, GRUR-Prax 2014, 342 [Schulteis]).