

# Hanseatisches Oberlandesgericht

Az.: 3 U 57/25  
416 HKO 51/23  
LG Hamburg

Verkündet am 02.04.2026

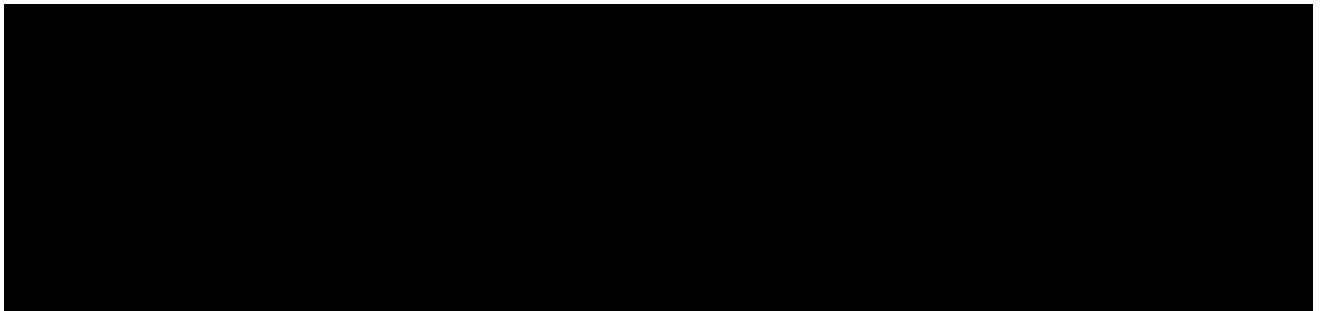
■■■■■, JAng  
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



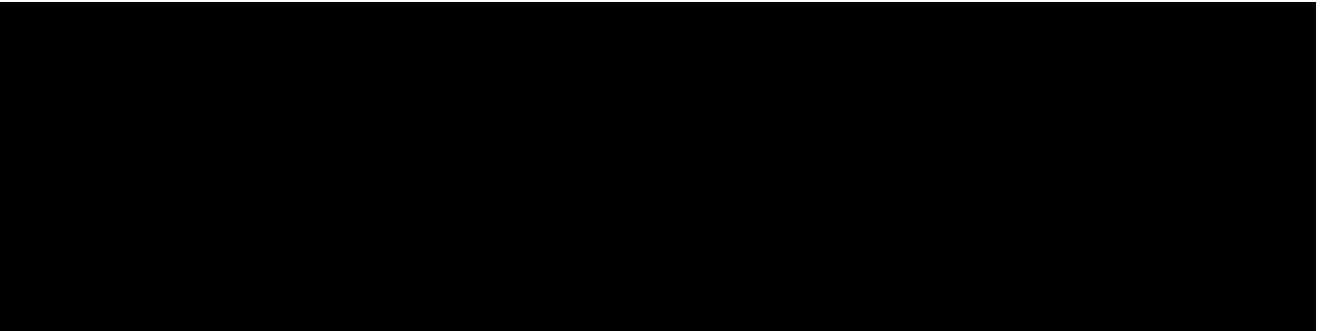
## Urteil

### IM NAMEN DES VOLKES

In der Sache



gegen



erkennt das Hanseatische Oberlandesgericht - 3. Zivilsenat - durch die Vorsitzende Richterin am Oberlandesgericht ■■■■■, den Richter am Oberlandesgericht ■■■■■ und den Richter am Landgericht ■■■■■ am 02.04.2026 auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 19.02.2026 für Recht:

A. Auf die Berufung des Klägers wird das Urteil des Landgerichts Hamburg vom 24.07.2025, Az. 416 HKO 51/23, teilweise abgeändert und insgesamt wie folgt neu gefasst:

I. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgelds bis zu 250.000,- €, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, wobei die Ordnungshaft insgesamt zwei Jahre nicht übersteigen darf und an ihrem jeweiligen Geschäftsführer zu vollstrecken ist,

zu unterlassen,

selbst oder durch Dritte im geschäftlichen Verkehr Getränke anzubieten, zu bewerben, zu vertreiben oder auf sonstige Weise in den Verkehr zu bringen, in deren Bezeichnung, Aufmachung oder Kennzeichnung eine der im Anhang I der Verordnung (EU) Nr. 2019/787 rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnungen verwendet wird, auch wenn eine solche vorgeschriebene Bezeichnung in Verbindung mit den Wörtern wie „Art“, „Typ“, „à la“, „Fasson“, „Stil“, „Marke“, „-geschmack“ oder ähnlichen Begriffen verwendet wird, wenn die in Anhang I der Verordnung (EU) Nr. 2019/787 definierten Anforderungen der jeweiligen Kategorie nicht erfüllt werden, ausgenommen hiervon sind alkoholische Getränke, bei denen

(a) die in Bezug genommene Spirituose als einziger alkoholischer Bestandteil – mit Ausnahme von Alkohol zur Verdünnung oder Auflösung von Farbstoffen, Aromastoffen oder anderen zugelassenen Zutaten, die im Rahmen der Herstellung verwendet werden – enthalten ist,

und

(b) die weiteren Anforderungen des Art. 11 oder Art. 12 Abs.1 oder Abs. 2 der Verordnung (EU) Nr. 2019/787 erfüllt sind,

wenn dies wie nachfolgend wiedergegeben und/oder abgebildet geschieht:

This is not Rum.

- alkoholfreie Alternative zu Rum
- schmeckt nach: Jamaika Rum
- auf Basis von echtem Jamaika Rum

This is not Gin.

- alkoholfreie Alternative zu Gin
- auf Basis von echtem Gin

This is not Whiskey

- alkoholfreie Alternative zu Whiskey
- schmeckt nach: Whiskey
- Auf Basis von echtem American Malt Whiskey







selbst oder durch Dritte im geschäftlichen Verkehr Getränke anzubieten, zu bewerben, zu vertreiben oder auf sonstige Weise in den Verkehr zu bringen, in deren Bezeichnung, Aufmachung oder Kennzeichnung der Begriff „American Malt“ verwendet wird, wenn die in Anhang I Nr. 2 der Verordnung (EU) Nr. 2019/787 für „Whisky oder Whiskey“ definierten Anforderungen nicht erfüllt werden, ausgenommen hiervon sind alkoholische Getränke, bei denen

(a) „Whisky oder Whiskey“ im Sinne des Anhang I Nr. 2 Verordnung (EU) Nr. 2019/787 als einziger alkoholischer Bestandteil – mit Ausnahme von Alkohol zur Verdünnung oder Auflösung von Farbstoffen, Aromastoffen oder anderen zugelassenen Zutaten, die im Rahmen der Herstellung verwendet werden – enthalten ist,

und

(b) die weiteren Anforderungen des Art. 11 oder Art. 12 Abs.1 oder Abs. 2 der Verordnung (EU) Nr. 2019/787 erfüllt sind,

wenn dies wie nachfolgend abgebildet geschieht:



III. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

- B. Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg vom 24.07.2025, Az. 416 HKO 51/23, wird zurückgewiesen.
- C. Von den Kosten des Verfahrens erster Instanz haben die Beklagte 28/45 und der Kläger 17/45 zu tragen. Die Kosten des Berufungsverfahrens hat die Beklagte zu tragen.
- D. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Beklagte kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 28.000,- € zuzüglich 110 % des gegen sie vollstreckbaren Betrags abwenden, sofern nicht der Kläger vor der Vollstreckung aus Ziffer A. I. Sicherheit in Höhe von 20.000 €, aus Ziffer A. II Sicherheit in Höhe von 8.000 € und im Übrigen Sicherheit in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrags leistet. Der Kläger kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe 110 % des gegen ihn

vollstreckbaren Betrags abwenden, sofern nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrags leistet.

E. Die Revision wird zugelassen.

## Beschluss

Der Streitwert wird für das Berufungsverfahren auf 28.000,- € festgesetzt.

### Gründe:

I.

Der Kläger macht gegen die Beklagte wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche wegen aus seiner Sicht gegen die Verordnung (EU) 2019/787 über die Begriffsbestimmung, Bezeichnung, Aufmachung und Kennzeichnung von Spirituosen, die Verwendung der Bezeichnungen von Spirituosen bei der Aufmachung und Kennzeichnung von anderen Lebensmitteln, den Schutz geografischer Angaben für Spirituosen und die Verwendung von Ethylalkohol und Destillaten landwirtschaftlichen Ursprungs in alkoholischen Getränken (SpirituosenVO) verstoßender Aufmachung, Bezeichnung und Bewerbung dreier Getränke geltend.

Wegen des erstinstanzlichen Sach- und Streitstands wird zunächst gemäß § 540 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 ZPO auf das angefochtene Urteil Bezug genommen. Ergänzend wird Folgendes festgestellt:

Der Kläger ist ein Verband der Spirituosenindustrie in der Rechtsform eines Vereins. Zu seinen satzungsmäßigen Aufgaben zählt u.a. die Überwachung der Einhaltung lebensmittelrechtlicher Bestimmungen im Bereich der Spirituosen. Ihm gehören zahlreiche Spirituosenhersteller an und er ist seit 2022 in die Liste qualifizierter Wirtschaftsverbände nach § 8b UWG eingetragen.

Die Beklagte wurde im Juli 2019 gegründet und vertreibt in Deutschland die hier im Streit stehenden Getränke „[REDACTED] No. 1 – This is not Rum“, „[REDACTED] No. 2 – This is not Gin“ und „[REDACTED] No. 3 – This is not Whiskey“ über ihren Online-Shop unter [\[REDACTED\]/shop/">https://\[REDACTED\]/shop/](https://<span style=) und im stationären Handel. Die Produkte der „[REDACTED]“-Linie werden durch den Einsatz einer Basisessenz, deren Ursprung und rechtliche Einordnung zwischen den Parteien streitig sind, hergestellt, die im weiteren Verlauf mit Wasser, Aromen und einigen Zusatzstoffen versetzt wird. Das Endprodukt hat einen Alkoholgehalt von 0,3 % vol.

Alle drei genannten [REDACTED]-Produkte waren jedenfalls auch noch im Januar 2023, als die Klägerin einen Testkauf durchführte (05.01.2023) so gestaltet wie im neu gefassten Tenor zu A. I. abgebildet.

Die Beklagte bewarb ihre [REDACTED]-Produkte überdies mit den folgenden Werbeaussagen (Anlage K 6):

[REDACTED] No. 1 – This is not Rum

- Alkoholfreie Alternative zu Rum
- Schmeckt nach: Jamaika-Rum
- Auf Basis von echtem Jamaika Rum

[REDACTED] E No. 2 – This is not Gin

- Alkoholfreie Alternative zu Gin
- Auf Basis von echtem Gin

[REDACTED] No. 3 – This is not Whiskey

- American Malt
- Alkoholfreie Alternative zu Whiskey
- Schmeckt nach Whiskey
- Auf Basis von echtem American Malt Whiskey

Die mit Schriftsatz vom 29.06.2023 erhobene Klage ist der Beklagten nach Anordnung des schriftlichen Vorverfahrens mit Verfügung vom 19.07.2023 am 25.07.2023 zugestellt worden. Die Gerichtskosten sind dem Kläger am 05.07.2023 unmittelbar nach Eingang der Klage in Rechnung gestellt worden, woraufhin dieser sie mit Wertstellung vom 12.07.2023 eingezahlt hat.

Soweit im Berufungsverfahren von Interesse hat die Klägerin in erster Instanz zuletzt - unter Streichung des Worts „insbesondere“ nach Ziffer 1. (b) und Ziffer 2. (b) der mit der Klageschrift angekündigten Klageanträge - beantragt,

die Beklagte zu verurteilen,

1. es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes bis zu EUR 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Wiederholungsfall bis zu zwei Jahren, wobei die Ordnungshaft am jeweiligen Geschäftsführer der Beklagten zu vollstrecken ist, zu unterlassen selbst oder durch Dritte im geschäftlichen Verkehr Getränke anzubieten, zu bewerben, zu vertreiben oder auf sonstige Weise in den Verkehr zu bringen, in deren Bezeichnung, Aufmachung oder Kennzeichnung eine der im Anhang I der Verordnung (EU) Nr. 2019/787 rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnungen verwendet wird, auch wenn eine solche vorgeschriebene Bezeichnung in Verbindung mit den Wörtern wie „Art“, „Typ“, „à la“, „Fasson“, „Stil“, „Marke“, „-geschmack“ oder ähnlichen Begriffen verwendet wird, wenn die in Anhang I der Verordnung (EU) Nr. 2019/787 definierten Anforderungen der jeweiligen Kategorie nicht erfüllt werden, ausgenommen hiervon sind alkoholische Getränke, bei denen
  - (a) die in Bezug genommene Spirituose als einziger alkoholischer Bestandteil – mit Ausnahme von Alkohol zur Verdünnung oder Auflösung von Farbstoffen, Aromastoffen

oder anderen zugelassenen Zutaten, die im Rahmen der Herstellung verwendet werden  
– enthalten ist,

und

(b) die weiteren Anforderungen des Art. 11 oder Art. 12 Abs.1 oder Abs. 2 der Verordnung  
(EU) Nr. 2019/787 erfüllt sind,

wenn dies wie nachfolgend wiedergegeben und/oder abgebildet geschieht:

- This is not Rum.
  - alkoholfreie Alternative zu Rum
  - schmeckt nach: Jamaika Rum
  - auf Basis von echtem Jamaika Rum
- This is not Gin.
  - alkoholfreie Alternative zu Gin
  - auf Basis von echtem Gin
- This is not Whiskey
  - alkoholfreie Alternative zu Whiskey
  - schmeckt nach: Whiskey
  - Auf Basis von echtem American Malt Whiskey







ausgenommen hiervon sind alkoholische Getränke, bei denen

- (a) "Whisky oder Whiskey" im Sinne des Anhang I Nr. 2 Verordnung (EU) Nr. 2019/787 als einziger alkoholischer Bestandteil - mit Ausnahme von Alkohol zur Verdünnung oder Auflösung von Farbstoffen, Aromastoffen oder anderen zugelassenen Zutaten, die im Rahmen der Herstellung verwendet werden – enthalten ist,

und

- (b) die weiteren Anforderungen des Art. 11 oder Art. 12 Abs.1 oder Abs. 2 der Verordnung (EU) Nr. 2019/787 erfüllt sind,

wenn dies wie nachfolgend abgebildet geschieht:



Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Das Landgericht - Kammer 16 für Handelssachen - hat der Klage hinsichtlich des Klageantrags 1 stattgegeben und den Klageantrag 2 abgewiesen.

Die Stattgabe hinsichtlich des Klageantrags 1 hat das Landgericht im Wesentlichen damit begründet, dass die Beklagte die geschützten Spirituosenbezeichnungen Rum, Gin und Whiskey verwende, indem sie diese unmittelbar wiedergebe, obwohl die Produkte – was unstrittig ist – nicht den jeweiligen Mindestalkoholgehalt nach Anhang I der SpirituosenVO aufwiesen und damit nicht die Voraussetzungen der jeweiligen Spirituose erfüllten. Da Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO, der eine Marktverhaltensregel i.S.d. § 3a UWG darstelle, ein absolutes Verwendungsverbot der rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnungen statuieren, stehe dem Verbot nicht entgegen, dass die Beklagte die Spirituosenbezeichnung jeweils mit dem englischen Begriff „not“ kombiniere, da es für die Erfüllung des Tatbestandes des Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO nicht darauf ankomme, in welchem Kontext die rechtlich vorgeschriebene Bezeichnung verwendet werde und ob es dadurch zu einer Täuschung der Verbraucher komme. Auch der Ausnahmetatbestand des Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO greife nicht ein, da es an schlüssigem Vortrag der Beklagten zu der Voraussetzung fehle, dass der bei der Herstellung des Lebensmittels verwendete Alkohol ausschließlich aus der/den in der Anspielung genannten Spirituose/n stamme. Nach dem Vortrag der Beklagten werde nämlich durch eine patentierte Extraktionstechnologie der Ausgangsspirituose der Alkohol nahezu entzogen, wodurch eine Basisessenz der jeweiligen Spirituose gewonnen werde, die sodann zur Herstellung der [REDACTED]-Produkte mit natürlichen Aromen, Wasser und einigen weiteren Zusatzstoffen versetzt werde, was zu einem Endprodukt mit maximal 0,3 % vol Alkohol führe. Damit sei den [REDACTED] Produkten kein Gin, Rum oder Whisky beigefügt worden und die stattdessen verwendete Basisessenz erfülle die Anforderungen der jeweiligen Spirituose angesichts des nicht gegebenen Mindestalkohols nicht. Dementsprechend stamme der zur Herstellung der [REDACTED]-Produkte verwendete Alkohol nicht von den genannten Spirituosen, sondern aus einer Essenz, die erst durch die nachträgliche Bearbeitung der geschützten Spirituosen hergestellt worden sei.

Die Abweisung des Klageantrags 2 hat das Landgericht im Wesentlichen damit begründet, dass die zusätzliche Bezeichnung des [REDACTED] No. 3 als „American Malt“ weder einen Verstoß gegen Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO noch eine Irreführung nach § 5 Abs. 1 UWG begründe. Ein Verstoß gegen Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO scheidet aus, da es sich bei der Bezeichnung „American Malt“ nicht um eine geschützte Spirituosenkategorie nach Anhang I der SpirituosenVO handle, und auf Art. 12 SpirituosenVO könne kein Unterlassungsanspruch gestützt werden, da dieser kein Verbot regelt, auf das sich ein Unterlassungsanspruch stützen lasse, sondern nur Ausnahmen zum generellen Verwendungsverbot des Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO. Eine Irreführung nach § 5 UWG scheidet aus, da die Bezeichnung „American Malt“ im Gesamtzusammenhang mit der Angabe als „alkoholfrei“ bzw. „alcohol-free“ nicht in dem Sinne verstanden werde, dass es sich bei dem Produkt um Whiskey und damit um eine Spirituose im Sinne von Anhang I der Spirituosenverordnung handle.

Die Berufung der Klägerin richtet sich gegen die Abweisung der Klage im Umfang des Klageantrags 2. Insofern sei die Klage begründet, da mit der angegriffenen Bezeichnung „American Malt“ sowie dem darin prägenden Bestandteil „Malt“ sowohl auf die geschützte Spirituosenkategorie „Whisky“ als auch auf die geschützte geografische Angabe „Scotch Whisky“ angespielt werde.

Aus Wortlaut und Systematik der Art. 10 Abs. 7 und Art. 12 SpirituosenVO ergebe sich, dass die SpirituosenVO vom Grundsatz eines absoluten Anspielungsverbotese ausgehe, von dem Art. 12 nur eng gefasste Ausnahmen vorsehe. Der Umstand, dass der Ordnungsgeber bestimmte Konstellationen als zulässige Anspielung explizit in Art. 12 SpirituosenVO regele, mache deutlich, dass Anspielungen auf geschützte Spirituosenkategorien im Übrigen absolut verboten seien, unabhängig davon, ob man das Anspielungsverbot aus Art. 10 Abs. 7, Art. 12 oder beiden Vorschriften der SpirituosenVO herleite. Ein Unterlassungsanspruch hinsichtlich unzulässiger Anspielungen ergebe sich damit unmittelbar aus der SpirituosenVO i.V.m. den Vorschriften des UWG. Der Unterlassungsanspruch im konkreten Fall ergebe sich sodann daraus, dass die Auslobung als „American Malt“ eine Anspielung auf die geschützte Kategorie „Whisky“ darstelle. Der Begriff der Anspielung sei weit auszulegen. Auf eine Verwechslungsgefahr komme es nicht an. Auch müsse die geschützte Bezeichnung weder als solche noch in identifizierbaren Bruchteilen verwendet werden, sondern es reiche aus, dass indirekt ein Eindruck oder eine Erinnerung an die geschützte Bezeichnung beim angesprochenen Verkehr hervorgerufen werde, was hier unter anderem deswegen der Fall sei, weil auch in den USA in nicht unerheblichen Mengen Malt Whisky hergestellt werde, der in Deutschland vertrieben werde.

Der Kläger beantragt mit seiner Berufung,

die Beklagte unter Abänderung des erstinstanzlichen Urteils zu verurteilen, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes bis zu EUR 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Wiederholungsfall bis zu zwei Jahren, wobei die Ordnungshaft am jeweiligen Geschäftsführer der Beklagten zu vollstrecken ist, zu unterlassen, selbst oder durch Dritte im geschäftlichen Verkehr Getränke anzubieten, zu bewerben, zu vertreiben oder auf sonstige Weise in den Verkehr zu bringen, in deren Bezeichnung, Aufmachung oder Kennzeichnung der Begriff „American Malt“ verwendet wird, wenn die in Anhang I Nr. 2 der Verordnung (EU) Nr. 2019/787 für „Whisky oder Whiskey“ definierten Anforderungen nicht erfüllt werden, ausgenommen hiervon sind alkoholische Getränke, bei denen

- (a) „Whisky oder Whiskey“ im Sinne des Anhang I Nr. 2 Verordnung (EU) Nr. 2019/787 als einziger alkoholischer Bestandteil - mit Ausnahme von Alkohol zur Verdünnung oder Auflösung von Farbstoffen, Aromastoffen oder anderen zugelassenen Zutaten, die im Rahmen der Herstellung verwendet werden - enthalten ist,

und

- (b) die weiteren Anforderungen des Art. 11 oder Art. 12 Abs.1 oder Abs. 2 der Verordnung (EU) Nr. 2019/787 erfüllt sind,

wenn dies wie nachfolgend abgebildet geschieht:



Die Beklagte beantragt insofern,

die Berufung des Klägers zurückzuweisen.

Sie verteidigt die Abweisung des Klageantrags 2. Das Landgericht habe zutreffend entschieden, dass Art. 12 SpirituosenVO keine Verbotsnorm enthalte, sondern nur Ausnahmen vom Verwendungsverbot regele. Die vom Kläger vorgebrachten Argumente aus dem Markenrecht trügen eine Anspielung auf „American Malt“ im Kontext der SpirituosenVO nicht. Die Beurteilung richte sich vorrangig nach den lebensmittelrechtlichen Spezialnormen, so dass markenrechtliche Verwechslungs- oder Schutzzumfangtests an der Sache vorbeigingen. Auch eine Irreführung scheide aus, da die eindeutige und hervorgehobene Kennzeichnung als alkoholfrei dem Zeichen „American Malt“ jede Erwartung nehme, es handele sich um eine Spirituose nach Anhang I der SpirituosenVO. Zudem weise der Zusatz „American“ anders als etwa „Glen“ für den Verbraucher eher auf Bourbon oder Rye hin, nicht jedoch auf Scotch Whisky, und der Zusatz „Malt“ ohne „Single“ werde nicht automatisch als Whisky-Bezug verstanden.

Mit ihrer eigenen Berufung wendet sich die Beklagte gegen die Stattgabe des Klageantrags 1. Die angegriffenen Bezeichnungen und Bewerbungen stellten jedenfalls im Ergebnis Anspielungen i.S.d. Art. 3 Abs. 3 SpirituosenVO dar, da der Begriff jede Bezugnahme umfasse, bei welcher der Verbraucher einen gedanklichen Bezug zu der betreffenden Spirituosen-Kategorie herstelle. Ob der Bezug sprachlich über eine direkte Wiedergabe der geschützten Bezeichnung mit Zusätzen oder in anderer Form hergestellt werde, sei nicht entscheidend. Die von der Beklagten verwendeten Verneinungen seien geradezu der Inbegriff von witzigen Anspielungen. Die Beklagte verwende die rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnungen zudem nicht als Produktname, sondern als Bestandteil vergleichender und beschreibender Hinweise, die sprachlich ausdrücklich Distanz schafften und die Einordnung als alkoholfreies Getränk klarstellten („This is not ...“, „...Alternative zu ...“). Die englische Sprachfassung „Allusion“ spreche dafür, dass Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO nicht nur Anspielungen im engeren Sinne, sondern auch Hinweise auf die tatsächliche Herkunft des Geschmacks erfasse. Die SpirituosenVO differenziere bewusst zwischen „Verwendung“ (Art. 10 Abs. 7) und „Anspielung“ (Art. 3 Abs. 3, Art. 12 Abs. 1) und diese Differenzierung würde leerlaufen, wenn man jeden beschreibenden Bezug bereits als Verwendung qualifizieren würde.

Die Voraussetzungen des Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO lägen vor, da bei der Herstellung der ██████-Produkte der Alkohol aus der jeweils in Bezug genommenen Spirituose verwendet werde, auch wenn dieser im Zuge des Herstellungsprozesses nahezu vollständig entfernt werde. Art. 12 Abs. 1 erfordere anders als Art. 12 Abs. 2 nur ein „Verwenden“, kein „Zufügen“. „Verwenden“ sei dabei weiter zu verstehen als ein „Zufügen“, indem es keinen unmittelbaren Endprodukt-Kontakt erfordere, sondern als Oberbegriff im Sinne von „Benutzen“ den gesamten Herstellungsprozess betreffen könne. Daher verlange Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO nicht, dass sich die Spirituose und der aus ihr stammende Alkohol im Endprodukt in einem bestimmten Gehalt wiederfinden müssten, sondern es reiche aus, dass die Stoffgrundlage des Produkts maßgeblich aus der betreffenden Spirituose hervorgegangen sei. Der Herstellungsvorgang der Beklagten - Gewinnung einer restalkoholhaltigen Basisessenz aus der Ursprungsspirituose und anschließende Verarbeitung zu einer nahezu alkoholfreien Alternative durch Zusetzen von Aromen und Wasser - erfülle diesen Sinn und Zweck. Gerade aus Verbrauchersicht bestehe ein legitimes Interesse daran zu erfahren, ob ein Alternativprodukt geschmacklich aus einer Spirituose entwickelt oder ausschließlich mittels zugesetzter Aromen produziert worden sei. Das nunmehr erstmalige substantiierte Bestreiten des Klägers, dass im Rahmen des Herstellungsprozesses der ██████-Produkte Alkohol zum Einsatz komme, der nicht den Anforderungen der jeweiligen Spirituosenkategorie nach Anhang I SpirituosenVO entspreche, da stattdessen bloß Wasser aromatisiert werde, sei verspätet und daher nicht zu berücksichtigen, da die Beklagte bereits in erster Instanz ausführlich zum Herstellungsprozess vorgetragen habe.

An dieser rechtlichen Bewertung ändere auch die Entscheidung des EuGH in der Rs. C-563/24 nichts. Der EuGH habe nämlich weder entschieden, ob Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO nur hinweisende Anspielungen ohne Nennung der Kategorie erfasse oder auch direkte Bezugnahmen durch Nennung der Kategorie in einem distanzierenden Kontext, noch habe er die unionsweit ungeklärte Auslegung des Merkmals des „bei der Herstellung des Lebensmittels verwendeten Alkohols“ adressiert.

Im Übrigen sei Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO auch anwendbar. Die vom Kläger herangezogenen Kommissionsleitlinien entfalten zum einen keine normative Bindungswirkung und stünden zum anderen im Spannungsverhältnis zu etablierten unionsrechtlichen Schwellen, insbesondere zur Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel (LMIV), die eine verpflichtende Angabe des Alkoholgehalts erst ab 1,2 % vol vorsehe. Im Zoll- und Verbrauchsteuerrecht gelte seit jeher eine Schwelle von 0,5 % vol für die Abgrenzung „nichtalkoholischer“ Getränke. Jedenfalls sei die unionsweit gefestigte und auch hier vom Kläger akzeptierte Auslegung, wonach Erzeugnisse mit einem Restalkoholgehalt im Bereich von 0,0 bis 0,5 % vol als nichtalkoholisch verstanden würden, auch für die Anwendbarkeit des Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO heranzuziehen. Da die Produkte der Beklagten unstrittig unterhalb dieser Schwellen lägen, seien sie als „andere Lebensmittel als alkoholische Getränke“ i.S.d. Art. 12 Abs. 1 zu qualifizieren.

Die hilfsweise angeregte EuGH-Vorlage begründet die Beklagte damit, dass der unionsrechtliche Begriff „verwendeter Alkohol“ in Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO im Kontext alkoholfreier Alternativen bislang nicht geklärt sei und die verschiedenen Auslegungen zu entgegengesetzten Ergebnissen mit erheblicher Breitenwirkung führten, so dass eine Klärung durch den EuGH die Rechtsanwendung harmonisieren und Rechtssicherheit schaffen würde.

Die Beklagte beantragt mit ihrer Berufung,

unter Abänderung des Urteils des Landgerichts Hamburg vom 24. Juli 2025 (Az. 416 HKO 51/23) die Klage insgesamt kostenpflichtig abzuweisen;

hilfsweise

das Verfahren gemäß § 148 ZPO analog bis zur Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs im Vorabentscheidungsersuchen Verband Sozialer Wettbewerb e.V. ./ PB Vi Goods GmbH (C-563/24) auszusetzen;

weiter hilfsweise

dem Europäischen Gerichtshof gemäß Art. 267 AEUV folgende Frage zur Auslegung von Art. 12 Abs. 1 VO (EU) 2019/787 vorzulegen:

„Ist Art. 12 Abs. 1 der Verordnung (EU) 2019/787 dahin auszulegen, dass der Begriff ‚verwendeter Alkohol‘ auch Alkohol umfasst, der im Herstellungsprozess zunächst als Bestandteil einer Spirituose eingesetzt wurde, anschließend jedoch (nahezu) vollständig entfernt oder entalkoholisiert worden ist, wobei das Endprodukt sodann mit Wasser und Aromen angereichert wird und keinen oder nur einen geringfügigen Alkoholgehalt aufweist? Kommt es für die Anwendung von Art. 12 Abs. 1 darauf an, ob im Endprodukt noch Alkohol aus der ursprünglichen Spirituose enthalten ist, oder reicht es aus, dass das Endprodukt aus einer Spirituose hervorgegangen ist?“

Der Kläger beantragt insofern,

die Berufung der Beklagten zurückzuweisen, wobei der Kläger an dem in erster Instanz zuletzt gestellten Klageantrag 1 nur mit der Maßgabe festhält, dass an dessen Ende eingefügt wird: „und/oder wenn dies geschieht, wie in Anlage K 6 wiedergegeben“.

Die Beklagte hat einer damit verbundenen etwaigen Klagerücknahme zugestimmt.

Der Kläger verweist dazu auf seinen erstinstanzlichen Vortrag, der nunmehr durch die Entscheidung des EuGH in der Rs. C-563/24 bestätigt worden sei. Daher seien die von der Beklagten verwendeten aufklärenden Zusätze zur Irrtumsausschließung ebenso irrelevant wie das Verbraucherverständnis. Zudem habe der EuGH in der Entscheidung auch bestätigt, dass Art. 12 SpirituosenVO im Rahmen der unter Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO anzustellenden Erwägungen keine Rolle spiele. Abgesehen von „American Malt“ gehe es bei keiner der Bezeichnungen um eine Anspielung, sondern um eine unmittelbare Verwendung der geschützten Spirituosenkategorie. Der Vortrag der Beklagten zum Herstellungsprozess sei weiterhin unsubstantiiert. Selbst wenn man ihn als zutreffend unterstelle, ergebe sich daraus nur, dass die Beklagte ein Aroma herstelle, womit sie sodann Wasser aromatisiere. Damit enthielten die [REDACTED]-Endprodukte weder Alkohol, der den Anforderungen der in Bezug genommenen Spirituosenkategorie nach Anhang I entspreche, noch würde im Herstellungsprozess Alkohol verwendet, der den Anforderungen der in Bezug genommenen Spirituosenkategorie nach Anhang I entspreche. Auch aus der EuGH-Entscheidung gehe hervor, dass Alkohol im Enderzeugnis vorhanden sein müsse. Schließlich möge die Auslobung der [REDACTED] Produkte als alkoholfrei nach deutschem Lauterkeitsrecht nicht irreführend sein. Dies ändere jedoch nichts daran, dass es sich wegen des Restalkoholgehalts nicht um ein anderes Lebensmittel als ein alkoholisches Getränk i.S.v. Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO handele, so dass dessen Anwendungsbereich nicht eröffnet sei, da diese Begrifflichkeiten als europarechtliche Begriffe autonom auszulegen seien. Dazu seien insbesondere die Leitlinien der Kommission (2022/C 78/03) heranzuziehen, aus denen sich ergebe, dass auch Getränke mit 0,05 % vol Restalkohol als alkoholische Getränke anzusehen seien.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstands wird auf die Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen und das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 19.02.2026 Bezug genommen.

## II.

### 1. Die Berufung des Klägers ist zulässig und begründet.

Dem Kläger steht gegen die Beklagte der mit dem Klageantrag 2 geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2, §§ 3, 3a UWG i.V.m. Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO zu. Das Landgericht ist zunächst zutreffend davon ausgegangen, dass kein Verstoß gegen Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO wegen Nutzung einer rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnung vorliegt, da es sich bei „American Malt“ nicht um eine rechtlich vorgeschriebene Bezeichnung nach Anhang I der SpirituosenVO handelt. Im Ergebnis zu Unrecht hat das Landgericht jedoch angenommen, dass der Unterlassungsanspruch auch nicht aus dem Anspielungsverbot der SpirituosenVO folge, da Art. 12 SpirituosenVO kein Verbot regele, auf das

sich ein Unterlassungsanspruch stützen lasse, sondern nur Ausnahmen zum generellen Verwendungsverbot des Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO. Insofern ist Ziffer II des Tenors des Urteils des Landgerichts entsprechend abzuändern und dem Klageantrag 2 stattzugeben.

a) Unerheblich ist, dass der Kläger die Worte „auch wenn eine solche vorgeschriebene Bezeichnung in Verbindung mit den Wörtern wie ‚Art‘, ‚Typ‘, ‚à la‘, ‚Fasson‘, ‚Stil‘, ‚Marke‘, ‚-geschmack‘ oder ähnlichen Begriffen verwendet wird“ im Berufungsantrag hat entfallen lassen, da es sich insofern im erstinstanzlichen Antrag lediglich um eine Wiedergabe eines Teils des Gesetzeswortlautes von Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO handelte, auf den der Kläger seinen Unterlassungsanspruch nach der Klagebegründung stützt.

b) Bei der Bezeichnung „American Malt“ handelt es sich um eine nach Art. 10 Abs. 7, Art. 12 SpirituosenVO unzulässige Anspielung auf die Spirituosenkategorie Whisky, die einen Unterlassungsanspruch des Klägers gegen die Beklagte aus § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2, §§ 3, 3a UWG i.V.m. Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO begründet. Ob in der Bezeichnung auch eine unzulässige Anspielung auf die geschützte geographische Angabe „Scotch Whisky“ liegt, kann angesichts dessen ebenso dahinstehen wie die Frage, ob die Bezeichnung „American Malt“ irreführend i.S.d. § 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG ist.

aa) Aus dem systematischen Zusammenspiel von Art. 10 Abs. 7 und Art. 12 SpirituosenVO ergibt sich, dass Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO nicht nur ein absolutes Verwendungsverbot der gesetzlich vorgeschriebenen Bezeichnungen für Getränke enthält, die nicht die Anforderungen der verwendeten Spirituosenkategorie erfüllen, sondern auch ein Anspielungsverbot, von dem nur die von Art. 12 SpirituosenVO erfassten Anspielungen, die an bestimmte Voraussetzungen geknüpft sind, ausgenommen sind („Unbeschadet“). Jegliche Anspielungen, die nicht die Voraussetzungen des Art. 12 SpirituosenVO erfüllen, sind danach verboten.

bb) Bei diesem Anspielungsverbot handelt es sich - ungeachtet dessen, ob man es aus Art. 10 Abs. 7, Art. 12 oder beiden Vorschriften der SpirituosenVO herleitet - entgegen der Ansicht des Landgerichts um eine Marktverhaltensregel i.S.d. § 3a UWG (im Ergebnis ebenso etwa OLG Karlsruhe, GRUR-RR 2025, 117 Rn 28, 37 ohne weitere Begründung und in einem Hinweisbeschluss OLG Braunschweig, GRUR-RS 2025, 33807; Köhler/Odörfer in Köhler/Feddersen, UWG, 44. Aufl. 2026, § 3a Rn. Rn. 1.241a). Nach § 3a UWG handelt unlauter und damit unzulässig gemäß § 3 Abs. 1 UWG, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, sofern der Verstoß geeignet ist, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern oder Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen. Ausweislich des Erwägungsgrundes 2 der SpirituosenVO dienen ihre Vorschriften unter anderem der Erreichung eines hohen Verbraucherschutzniveaus und der Verwirklichung von Markttransparenz und lauterem Wettbewerb. Dies gilt gerade auch für das Verwendungs- und Anspielungsverbot des Art. 10 Abs. 7 einschließlich der Ausnahmetatbestände des Art. 12 SpirituosenVO, die sich unmittelbar auf den Wettbewerb zwischen Spirituosenherstellern auswirken und damit auch i.S.d. § 3a UWG dazu bestimmt sind, im Interesse der Marktteilnehmer das entsprechende Marktverhalten zu regeln.

cc) In der Bezeichnung „American Malt“ liegt eine Anspielung auf die Spirituosenkategorie Whisky.

Nach Art. 3 Abs. 3 lit. a SpirituosenVO ist eine Anspielung die direkte oder indirekte Bezugnahme auf eine oder mehrere rechtlich vorgeschriebene Bezeichnungen, die für die in Anhang I aufgelisteten Spirituosenkategorien vorgesehen sind, oder auf eine oder mehrere geografische Angaben für Spirituosen, bei denen es sich nicht um die Bezugnahme in einem zusammengesetzten Begriff oder in einem Zutatenverzeichnis gemäß Art. 13 Abs. 2, 3 oder 4 SpirituosenVO handelt, in der Bezeichnung, Aufmachung oder Kennzeichnung von einem anderen Lebensmittel als einer Spirituose. Der Rechtsbegriff der Anspielung ist weit auszulegen, auf eine Verwechslungsgefahr kommt es nicht an (OLG Hamburg, GRUR 2022, 1535 Rn. 68 - Glen Buchenbach; OLG Hamburg, GRUR-RR 2020, 351 Rn. 44 - The Glen Els). Er geht über die markenrechtliche Verwechslungsgefahr nach § 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 MarkenG hinaus, da die Anspielung im Gegensatz zur Verwendung einer rechtlich vorgeschriebenen Spirituosenbezeichnung oder einer eingetragenen geografischen Angabe gerade nicht voraussetzt, dass die geschützte Bezeichnung selbst verwendet wird (OLG Hamburg, GRUR 2022, 1535 Rn. 68 - Glen Buchenbach; OLG Hamburg, GRUR-RR 2020, 351 Rn. 44 - The Glen Els; OLG Karlsruhe, GRUR-RR 2025, 117 Rn. 35 - Zwetschgen Schnaps).

Das für die Bestimmung des Begriffs der Anspielung maßgebliche Kriterium ist, ob der Verbraucher durch die in Rede stehende Bezeichnung einen unmittelbaren gedanklichen Bezug zu der rechtlich vorgeschriebenen Spirituosenbezeichnung oder der geschützten geografische Angabe herstellt, wobei auch eine inhaltliche Nähe der Bezeichnung zu der Angabe zu berücksichtigen ist (EuGH GRUR, 2018, 843 Rn. 51 - Glen Buchenbach; BGH, GRUR 2020, 294 Rn. 30 - Culatello di Parma; BGH, GRUR 2020, 884 Rn. 21 - Deutscher Balsamico II). Demgegenüber reicht es für die Annahme einer Anspielung nicht aus, wenn der streitige Bestandteil des fraglichen Zeichens bei den angesprochenen Verkehrskreisen eine irgendwie geartete Assoziation mit einer Spirituosenkategorie oder einer geschützten geografischen Angabe bzw. dem zugehörigen geografischen Gebiet hervorruft, weil dadurch kein hinreichend unmittelbarer und eindeutiger Zusammenhang zwischen dem streitigen Bezeichnungsbestandteil und der Spirituosenkategorie oder der geschützten geografischen Angabe hergestellt wird (EuGH, GRUR 2018, 843 Rn. 53 ff. - Glen Buchenbach; BGH, GRUR 2020, 294 Rn. 30 - Culatello di Parma; BGH, GRUR 2020, 884 Rn. 21 - Deutscher Balsamico II, m.w.N.).

Vorliegend werden die angesprochenen Verkehrskreise, also die potenziell an Whisky interessierten Verbraucher, zu denen auch die Mitglieder des Senats gehören, bereits durch den Bestandteil „Malt“ als Anspielungsvehikel in der Bezeichnung „American Malt“ veranlasst, über eine bloße Assoziation hinaus einen unmittelbaren gedanklichen Bezug zur Spirituosenkategorie Whisky herzustellen, da gerade Whisky als einzige der Spirituosenkategorien aus „malted cereals“, also gemälztem Getreide hergestellt wird, vor allem aber, da sich der Zusatz „Malt“, häufig in Verbindung mit einem weiteren Zusatz wie „Single“, „Blended“ oder einer geographischen Angabe, nahezu ausschließlich auf Whisky befindet, um diesen näher zu spezifizieren. Dementsprechend sieht auch Anhang I Nr. 2 lit. e SpirituosenVO den Zusatz „Single Malt“ ausdrücklich für Whisky vor, wobei der Zusatz häufig sogar stellvertretend für eine bestimmte Art Whisky verwendet wird. Dementsprechend stellt ein relevanter Teil des

angesprochenen Verkehrs diese unmittelbare gedankliche Verbindung auch unabhängig von der weiteren Kennzeichnung mit „This is not Whiskey“ und weiteren Erwähnungen der Bezeichnung „Whiskey“ auf dem Etikett und in der Werbung allein aufgrund der Produktbezeichnung „American Malt“ her.

dd) Es liegt keine nach Art. 12 SpirituosenVO zulässige Anspielung auf die Spirituosenkategorie Whisky vor, so dass das generelle Anspielungsverbot des Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO eingreift.

(1) Der Ausnahmetatbestand des Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO greift nicht ein.

Es handelt es sich bei dem streitgegenständlichen [REDACTED] No 3 mit der Bezeichnung „American Malt“ nicht um ein anderes Lebensmittel als ein alkoholisches Getränk i.S.d. Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO, da er unstreitig einen Restalkohol von ungefähr 0,3 % vol enthält. Zur Auslegung des Begriffs „eines anderen Lebensmittels als eines alkoholischen Getränks“ kann auf die, wenn auch rechtlich nicht verbindlichen, Leitlinien der Kommission für die Umsetzung bestimmter Kennzeichnungsvorschriften der Verordnung (EU) 2019/787 (2022/C 78/03) zurückgegriffen werden, die sich explizit unter Berücksichtigung weiterer unionsrechtlicher Vorschriften, darunter Anhang I der Verordnung (EWG) 2658/87 des Rates über die zolltarifliche und statistische Nomenklatur sowie den Gemeinsamen Zolltarif und der LMIV, mit der hier relevanten Frage, wann ein alkoholisches Getränk i.S.d. SpirituosenVO vorliegt, beschäftigen. Dort heißt es unter Ziffer 3.4:

*„In diesem Zusammenhang sollte darauf hingewiesen werden, dass der Begriff „alkoholisches Getränk“ in den EU-Rechtsvorschriften nicht definiert ist, obwohl für die Zwecke des Zollkodex der Union Getränke mit einem Alkoholgehalt von 0,5 % vol oder weniger als „nichtalkoholisch“ eingestuft werden, während Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 0,5 % vol als alkoholische Getränke eingestuft werden.*

*Was die LMIV betrifft, so beziehen sich deren Artikel 16 Absatz 4 und Artikel 28 Absatz 2 auf alkoholische Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent, allerdings nicht um zu definieren, was ein alkoholisches Getränk ist, sondern lediglich um zu bestimmen, bei welchen alkoholischen Getränken (nämlich solchen mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent) die Verpflichtung zur Angabe der Nährwertdeklaration und des Zutatenverzeichnisses nicht gilt bzw. der vorhandene Alkoholgehalt auf dem Etikett angegeben werden muss.*

*Da jedoch der Begriff „alkoholisches Getränk“ in den Lebensmittelvorschriften der EU nicht definiert ist, sind insbesondere für die Zwecke von zusammengesetzten Begriffen oder Anspielungen auf Bezeichnungen von Spirituosen auf dem Etikett anderer Lebensmittel daraus hervorgegangene Getränke mit einem Alkoholgehalt von 1,2 Volumenprozent oder weniger im Rahmen der SV weiterhin als alkoholische Getränke zu betrachten.“*

Diese Auslegung des Begriffs eines anderen Lebensmittels als eines alkoholischen Getränks überzeugt in der Sache und ist daher ungeachtet dessen, dass es sich um eine nicht bindende Leitlinie der Kommission handelt, zugrunde zu legen (zur Bedeutung von Leitlinien als wichtiger Erkenntnisquelle für eine unionsweit einheitliche Auslegung etwa EuGH, Urteil vom 07.03.2002 - C-310/99, juris Rn. 52 - Kommission./Italien; ebenso für Leitlinien der Kommission im Bereich der FluggastrechteVO BGH, BeckRS 2023, 9658 Rn. 39). Die 1,2 % vol-Hürde der LMIV verfolgt mit der Schwelle, oberhalb derer der vorhandene Alkoholgehalt neben zahlreichen weiteren

Angaben auszuweisen ist, eine ganz andere Zwecksetzung, nämlich die Erfüllung bestimmter Kennzeichnungspflichten betreffend Zutaten, Anschrift des Lebensmittelunternehmers, Nährwerten etc., die in Art. 9 LMIV aufgelistet sind. Es geht also allein um die Deklaration des Lebensmittels, nicht um die Bezeichnung im Hinblick auf eine bestimmte, an besondere Herstellungsvoraussetzungen geknüpfte Kategorie. Auch die Verordnung (EWG) 2658/87 verfolgt für die Zwecke des Zollkodex der Union mit der Erhebung von Zöllen auf bestimmte Lebensmittel eine völlig andere Zielsetzung, so dass dessen Schwelle ebenfalls nicht zur Auslegung der Einordnung als eines anderen Lebensmittels als eines alkoholischen Getränks i.S.d. Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO herangezogen werden kann. Hinzu kommt, dass die SpirituosenVO selbst keine Schwellenwerte enthält und in Art. 12 nur zwischen alkoholischen Getränken in Abs. 2 und anderen Lebensmitteln als alkoholischen Getränken in Abs. 1 differenziert, was neben dem Wortlaut in systematischer Hinsicht dafür spricht, dass die Trennlinie entlang der 0,0 % vol Alkohol-Grenze verläuft. Die Beklagte trägt auch keine Argumente in der Sache gegen eine solche Trennlinie vor, sondern zieht sich lediglich auf das formale Argument zurück, die Leitlinien der Kommission seien nicht bindend. Auch aus der Tatsache, dass die Angabe „alkoholfrei“ nicht als irreführend i.S.d. deutschen Lauterkeitsrecht anzusehen ist, lassen sich keine Rückschlüsse auf die hier in Rede stehende autonome Auslegung von Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO ziehen.

Es lässt sich auch unabhängig von der Frage des nicht-alkoholischen Getränks i.S.d. Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO nicht argumentieren, mit der nach dem Vortrag der Beklagten restalkoholhaltigen Basisessenz werde ein aus der in der Anspielung genannten Spirituose stammender Alkohol bei der Herstellung eines „*anderen Lebensmittels*“ [Hervorhebung durch den Senat] als eines alkoholischen Getränks“ i.S.d. Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO verwendet. Dies setzt nämlich - jenseits der Fragen, was ein „Verwenden“ ist und ob der Alkohol aus der Spirituose im Endprodukt enthalten sein muss - voraus, dass bei der Herstellung eines eigenständigen, nicht-alkoholischen Lebensmittels Alkohol aus der in der Anspielung genannten Spirituose verwendet wird. Beispiele sind etwa Eierlikörkuchen, mit Rum versetzte Cola oder mit Wodka versetzter Fruchtsaft. Daran fehlt es vorliegend. Die ██████-Produkte bestehen nicht aus einem eigenständigen nicht alkoholischen Lebensmittel, bei dessen Herstellung - jenseits der Vorlagefragen der Beklagten - Alkohol aus einer Spirituose verwendet wird. Vielmehr erfolgt der Herstellungsprozess der ██████-Produkte - den Vortrag der Beklagten dazu unterstellt - genau umgekehrt, indem ausgehend von der restalkoholhaltigen Basisessenz einer Spirituose eine nahezu alkoholfreie Variante der jeweiligen Spirituose hergestellt wird, indem der Basisessenz Wasser, Aroma, Süßungsmittel, Farb- und Konservierungsstoffe hinzugefügt werden.

(2) Auch der Ausnahmetatbestand des Art. 12 Abs. 2 SpirituosenVO greift vorliegend aus mehreren Gründen nicht ein.

Erstens ist bereits der sachliche Anwendungsbereich des Art. 12 Abs. 2 SpirituosenVO nicht eröffnet. Dieser erlaubt nach Satz 1 „eine Anspielung in der Aufmachung und Kennzeichnung eines anderen alkoholischen Getränks als einer Spirituose auf die in Anhang I dieser Verordnung unter einer oder mehreren Spirituosenkategorien aufgeführten vorgeschriebenen Bezeichnungen“ unter bestimmten Bedingungen, darunter nach lit. a, wenn der zugefügte Alkohol ausschließlich von derjenigen Spirituose stammt, auf die angespielt wird. Danach wird einer ersten, alkoholischen Nicht-Spirituose weiterer Alkohol zugefügt, der von einer zweiten alkoholischen

Spirituose stammt, bei der es sich um jene handeln muss, auf die angespielt wird. Das ist vorliegend nicht der Fall. Vielmehr enthalten die [REDACTED] Produkte - den Vortrag der Beklagten unterstellt - in Gestalt der aromatisierenden Basisessenz nur den Alkohol aus derjenigen Spirituose, auf die angespielt wird. Übrige Bestandteile sind Wasser, Ahornsirup, Säureregulatoren, Konservierungsstoffe sowie Farbstoff, also keine andere alkoholische Nicht-Spirituose. Es wird somit nicht einer alkoholischen Ausgangs-Nicht-Spirituose wie etwa Wein oder Bier weiterer Alkohol einer Spirituose zugefügt. Vielmehr gibt es nur ein alkoholisches Getränk, das nach dem Vortrag der Beklagten Restalkohol aus der Spirituose enthält, auf die angespielt wird.

Zweitens fehlt es an der nach lit. b vorgeschriebenen Deklaration, nach welcher der Anteil der einzelnen alkoholischen Bestandteile mindestens einmal im selben Sichtfeld wie die Anspielung in absteigender Reihenfolge der verwendeten Mengen anzugeben ist. Dies korrespondiert mit dem Fehlen der Voraussetzungen von lit. a, da es bei den [REDACTED] Produkten nicht mehrere einzelne alkoholische Bestandteile gibt.

ee) Der Verstoß der Beklagten gegen das Anspielungsverbot durch die Bezeichnung „American Malt“ ist auch spürbar i.S.d. § 3a UWG. Ein Wettbewerber, der bei der Bezeichnung eines von ihm beworbenen und vertriebenen Getränks eine nach der SpirituosenVO unzulässige Anspielung verwendet, kann im Wettbewerb einen erheblichen Vorteil erlangen und die Marktchancen der Mitbewerber beeinträchtigen, die das Interesse der Verbraucher für das von ihnen vertriebene Getränk ohne eine derartige Anspielung wecken müssen.

ff) Darauf, ob bei der Herstellung des [REDACTED] No. 3-Produkts Alkohol aus Whisky in irgendeinem Stadium verwendet wird und/oder ob im [REDACTED] No. 3-Endprodukt Alkohol aus Whisky enthalten ist, kommt es angesichts dessen nicht an. Die von der Beklagten hilfsweise angeregte Vorlage an den EuGH zur Frage der Auslegung der Voraussetzung des bei der Herstellung des Lebensmittels verwendeten Alkohols i.S.d. Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO ist daher nicht angezeigt.

2. Die Berufung der Beklagten ist ebenfalls zulässig, aber unbegründet und daher zurückzuweisen. Der Klageantrag 1 ist so, wie ihn der Kläger im Berufungsverfahren zuletzt gestellt hat, zulässig und begründet, da dem Kläger gegen die Beklagte auch insofern ein Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2, §§ 3, 3a UWG i.V.m. Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO zusteht.

a) Nach Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO dürfen die nach Art. 10 Abs. 1 und 2 SpirituosenVO rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnungen nicht zur Bezeichnung, Aufmachung oder Kennzeichnung von Getränken verwendet werden, die die Anforderungen der betreffenden Spirituosenkategorie nach Anhang I der SpirituosenVO nicht erfüllen. Dass die [REDACTED]-Produkte die Anforderungen an Rum, Gin und Whisky nach Anhang I der SpirituosenVO bereits aufgrund ihres Alkoholgehalts von lediglich 0.3 % vol nicht erfüllen, ist zwischen den Parteien unstrittig.

Dabei umfassen die „Bezeichnung“ und „Aufmachung“ nach Art. 4 Abs. 1 und 2 SpirituosenVO auch die Begriffe, die in der Werbung sowie bei sonstigen Verkaufsförderungsmaßnahmen wie etwa den Beschreibungen auf der Website der Beklagten für eine Spirituose verwendet werden.

Die SpirituosenVO findet schließlich nach Art. 1 Abs. 1 auch Anwendung auf die Verwendung der Spirituosenbezeichnungen auf anderen Lebensmitteln, so dass es insofern irrelevant ist, dass es sich bei den [REDACTED] Produkten aufgrund ihres Alkoholgehalts unter 15 % vol nicht um Spirituosen i.S.v. Art. 2 lit. c SpirituosenVO handelt.

b) Der EuGH hat in der Rs. C-563/24, einem Vorabentscheidungsverfahren auf Vorlage des LG Potsdam, mit Urteil vom 13.11.2025 (GRUR 2025, 1851) entschieden, dass Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO dahingehend auszulegen ist, dass er die Verwendung der Bezeichnung „alkoholfreier Gin“ bei der Aufmachung und Kennzeichnung eines alkoholfreien Getränks verbietet, weil dieses nicht die Anforderungen für die Kategorie von Spirituosen mit der rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnung „Gin“ gemäß Anhang I Nr. 20 Buchst. a und b dieser Verordnung erfüllt. In seiner Begründung hat der EuGH dazu weiter ausgeführt (Rn. 23 und 24):

*„Schon aus dem Wortlaut von Art. 10 VII VO (EU) 2019/787 geht eindeutig hervor, dass es verboten ist, ein Getränk wie das im Ausgangsverfahren in Rede stehende als „alkoholfreien Gin“ aufzumachen und zu kennzeichnen, da dieses Getränk keinen Alkohol enthält. Es wird mithin nicht durch Aromatisieren von Ethylalkohol landwirtschaftlichen Ursprungs hergestellt, was im Widerspruch zu einer der in Anh. I Nr. 20 dieser Verordnung vorgesehenen Anforderungen für die Verwendung der rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnung „Gin“ steht, auf die Art. 10 VII dieser Verordnung verweist.*

*Außerdem geht aus Art. 10 VII der Verordnung hervor, dass es unerheblich ist, dass die rechtlich vorgeschriebene Bezeichnung „Gin“ mit dem Zusatz „alkoholfrei“ versehen ist, da das Verbot auch für Begriffe gilt, die verwendet werden, um die Verwechslung eines bestimmten Getränks mit der Spirituose, die diese Bezeichnung trägt, zu vermeiden.“*

Damit hat der EuGH klargestellt, dass Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO ein absolutes Verwendungsverbot enthält, das unabhängig von einer Irreführungsgefahr gilt. Vom Wortlaut her lässt sich insofern darauf hinweisen, dass es in Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO nicht heißt „dürfen ... nicht zur Bezeichnung, Aufmachung oder Kennzeichnung von Getränken verwendet werden“, sondern „dürfen ... nicht bei der Bezeichnung, Aufmachung oder Kennzeichnung von Getränken verwendet werden“, so dass die rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnungen auch nicht als Zusätze oder als Teil längerer Bezeichnungen verwendet werden dürften. Dementsprechend führen auch Zusätze zur vermeintlichen Transparenz und Vermeidung einer Irreführung wie die von der Beklagten verwendeten Zusätze „This is not...“, „alkoholfreie Alternative zu ...“, „schmeckt nach...“, „auf Basis von...“ nicht aus dem absoluten Verwendungsverbot der Spirituosenkategorien Rum, Gin und Whisky hinaus.

c) Die von der Beklagten verwendeten Bezeichnungen sind nicht nach Art. 11 SpirituosenVO als zusammengesetzte Begriffe zulässig. Bei den Bezeichnungen handelt es sich bereits nicht um zusammengesetzte Begriffe im Sinne von Art. 3 Abs. 2 SpirituosenVO, denn danach muss eine vorgeschriebene Bezeichnung gemäß Anhang I SpirituosenVO mit dem Namen eines Lebensmittels oder einem davon abgeleiteten Adjektiv oder den Begriffen „Likör“ oder „Cream“ kombiniert werden. Daran fehlt es hier.

d) Die von der Beklagten verwendeten Bezeichnungen stellen auch keine ausnahmsweise zulässigen Anspielungen i.S.d. Art. 12 Abs. 1 oder 2 SpirituosenVO dar, da beide

Ausnahmetatbestände aus den bereits erörterten Gründen, die auch für die Produkte [REDACTED] No. 1 und No. 2 gelten, nicht eingreifen. Dabei kommt es - wie ebenfalls bereits ausgeführt - auf die von der Beklagten angeregten Vorlagefragen an den EuGH nicht an.

e) Auch dieser Verstoß der Beklagten gegen das Verwendungs- und Anspielungsverbot des Art. 10 Abs. 7 SpirituosenVO als Marktverhaltensregel ist spürbar i.S.d. § 3a UWG. Ein Wettbewerber, der bei der Bezeichnung eines von ihm beworbenen und vertriebenen Getränks eine rechtlich vorgeschriebene Bezeichnung des Anhangs I der SpirituosenVO verwendet, ohne dass deren Voraussetzungen vorliegen, kann im Wettbewerb einen erheblichen Vorteil erlangen und die Marktchancen der Mitbewerber beeinträchtigen, die das Interesse der Verbraucher für das von ihnen vertriebene Getränk ohne Verwendung dieser Bezeichnungen wecken müssen.

f) Zur Wiederholungsgefahr trotz angeblicher Änderung des Etiketts und zur Verjährung ist auf die insofern zutreffenden Ausführungen des Landgerichts zu verweisen.

2. Die Kostenentscheidung folgt aus § 91, § 92 Abs. 2 Nr. 1, § 97 Abs. 1 ZPO und die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit aus § 708 Nr. 10, 711, 709 S. 1 und S. 2 ZPO. Die Höhe der Sicherheitsleistung der Beklagten wird unter Einschluss der erstinstanzlichen Verurteilung zuzüglich Kosten bestimmt (Seiler in Thomas/Putzo, ZPO, 43. Aufl. 2022, § 708 Rn. 11; KG, Urteil vom 20.02.2019 - 26 U 29/18, juris). Im Gegensatz zum Gläubiger hat der Schuldner keine Möglichkeit, Teilsicherheiten (zur teilweisen Abwendung einer Vollstreckung) zu leisten (BGH, NJW 2015, 77 Rn. 16).

3. Die Revision ist nach § 543 Abs. 2 S. 1 ZPO unbeschränkt zuzulassen, da es sich bei der Frage, ob der Anwendungsbereich des Art. 12 Abs. 1 SpirituosenVO im Falle von alkoholfreien Spirituosenalternativen mit einem niedrigen Restalkoholgehalt eröffnet ist, um eine grundsätzliche Rechtsfrage handelt, die für eine Vielzahl von Fällen Bedeutung erlangen kann und höchstrichterlich noch nicht geklärt ist.

4. Der Streitwert des Berufungsverfahrens ist nach § 47 Abs. 1 S. 1, § 51 Abs. 2 GKG festgesetzt worden. Er beläuft sich unter Berücksichtigung der bereits in erster Instanz erfolgten Konkretisierung der Klageanträge 1 und 2 durch Streichung der Worte „insbesondere“ insgesamt auf 28.000,- €.

[REDACTED]  
Vorsitzende Richterin  
am Oberlandesgericht

[REDACTED]  
Richter  
am Oberlandesgericht

[REDACTED]  
Richter  
am Landgericht