Samling af Afgørelser

DOMSTOLENS DOM (Sjette Afdeling)

23. januar 2014*

»Appel — EF-varemærker — ordmærket WESTERN GOLD — indsigelse rejst af indehaveren af de nationale ordmærker, det internationale ordmærke og EF-ordmærket WeserGold, Wesergold og WESERGOLD«

I sag C-558/12 P,

angående appel i henhold til artikel 56 i statutten for Den Europæiske Unions Domstol, iværksat den 4. december 2012,

Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) ved A. Pohlmann, som befuldmægtiget,

sagsøger,

de øvrige parter i appelsagen:

riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG, tidligere Wesergold Getränkeindustrie GmbH & Co. KG, med hjemsted i Rinteln (Tyskland), ved Rechtsanwalt T. Melchert,

sagsøger i første instans,

Lidl Stiftung & Co. KG, med hjemsted i Neckarsulm (Tyskland), ved Rechtsanwälte M. Wolter og A.K. Marx,

intervenient i første instans,

har

DOMSTOLEN (Sjette Afdeling)

sammensat af afdelingsformanden, A. Borg Barthet (refererende dommer), og dommerne E. Levits og M. Berger,

generaladvokat: E. Sharpston

justitssekretær: A. Calot Escobar,

på grundlag af den skriftlige forhandling,

og idet Domstolen efter at have hørt generaladvokaten har besluttet, at sagen skal pådømmes uden forslag til afgørelse,

* Processprog: tysk.

afsagt følgende

Dom

1 Med appellen har Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (herefter »Harmoniseringskontoret«) nedlagt påstand om ophævelse af dom afsagt af Den Europæiske Unions Ret den 21. september 2012, Wesergold Getränkeindustrie mod KHIM – Lidl Stiftung (WESTERN GOLD) (sag T-278/10, EU:T:2012:459, herefter »den appellerede dom«), hvorved Retten annullerede afgørelse truffet den 24. marts 2010 af Første Appelkammer ved Harmoniseringskontoret (sag R 770/2009-1) vedrørende en indsigelsessag mellem Wesergold Getränkeindustrie GmbH & Co. KG og Lidl Stiftung & Co. KG (herefter »den omtvistede afgørelse«).

Retsforskrifter

2 Artikel 8 i Rådets forordning (EF) nr. 207/2009 af 26. februar 2009 om EF-varemærker (EUT L 78, s. 1) med overskriften »Relative hindringer for registrering« bestemmer i stk. 1:

»Hvis indehaveren af et ældre varemærke rejser indsigelse, er det varemærke, der søges registreret, udelukket fra registrering:

[…]

b) såfremt der i offentlighedens bevidsthed inden for det område, hvor det ældre varemærke er beskyttet, er risiko for forveksling, fordi det yngre varemærke er identisk med eller ligner det ældre varemærke, og varerne eller tjenesteydelserne er af samme eller lignende art; risikoen for forveksling indbefatter risikoen for, at der antages at være en forbindelse med det ældre varemærke.«

Sagens baggrund

3 Den 23. august 2006 indgav Lidl Stiftung & Co. KG (herefter »Lidl Stiftung«) en ansøgning til Harmoniseringskontoret om registrering af et EF-varemærke i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker (EFT 1994 L 11, s. 1), nu erstattet af forordning nr. 207/2009.

4 Varemærket, der er søgt registreret, er ordmærket »WESTERN GOLD«.

5 De varer, som registreringsansøgningen vedrører, henhører under klasse 33 i Nice-arrangementet af 15. juni 1957 vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret, og svarer til følgende beskrivelse: »spirituosa, særlig whisky«.

6 Ansøgningen om registrering af et EF-varemærke blev offentliggjort i *EF-Varemærketidende* nr. 3/2007 den 22. januar 2007.

7 Den 14. marts 2007 rejste Wesergold Getränkeindustrie GmbH & Co. KG (herefter »Wesergold Getränkeindustrie«), i hvis rettigheder og forpligtelser riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG (herefter »riha WeserGold Getränke«) er indtrådt, indsigelse i henhold til artikel 42 i forordning nr. 40/94, hvis bestemmelser er gengivet i artikel 41 i forordning nr. 207/2009, mod registrering af det omhandlede varemærke for de varer, der er nævnt i denne doms præmis 5.

8 Denne indsigelse var støttet på flere ældre varemærker.

9 Det første påberåbte ældre varemærke var EF-ordmærket WeserGold, indgivet den 3. januar 2003 og registreret den 2. marts 2005 under nr. 2994739 for varer i klasse 29, 31 og 32 svarende til følgende beskrivelse for hver af klasserne:

— klasse 29: »konserverede, tørrede og kogte frugter og grøntsager; geléer, syltetøj, frugtsauce; mejeriprodukter, nemlig yoghurtdrikke, især bestående af yoghurt samt af frugtsaft eller grøntsagssaft«

— klasse 31: »friske frugter«

— klasse 32: »mineralvand og kulsyreholdige vand; andre ikke-alkoholholdige drikke, nemlig saftevand, sodavand og coladrikke; frugtsaft, frugtdrikke, grøntsagssaft og grøntsagsdrikke; saft og andre præparater til fremstilling af drikke«.

10 Det andet påberåbte ældre varemærke var det tyske ordmærke WeserGold, indgivet den 26. november 2002 og registreret den 27. februar 2003 under nr. 30257995 for varer i klasse 29, 31 og 32 med følgende beskrivelse for hver af klasserne:

— klasse 29: »konserverede, tørrede og kogte frugter og grøntsager; geléer (spiselige), syltetøj, frugtpuré; mejeriprodukter, nemlig yoghurtdrikke, især bestående af yoghurt, men også af frugtsaft eller grøntsagssaft«

— klasse 31: »friske frugter«

— klasse 32: »mineralvand og kulsyreholdige vand; andre ikke-alkoholholdige drikke, nemlig saftevand, sodavand og coladrikke; frugtsaft, frugtdrikke, grøntsagssaft og grøntsagsdrikke; saft og andre præparater til fremstilling af drikke«.

11 Det tredje påberåbte ældre varemærke var det internationale ordmærke nr. 801149, Wesergold, indgivet den 13. marts 2003 med virkning i Den Tjekkiske Republik, Danmark, Spanien, Frankrig, Italien, Ungarn, Østrig, Polen, Portugal, Slovenien, Sverige, Det Forenede Kongerige og Benelux-landene for varer i klasse 29, 31, 32 svarende for hver enkelt af disse klasser til beskrivelsen i denne doms præmis 10.

12 Det fjerde påberåbte ældre varemærke var det tyske ordmærke WESERGOLD, indgivet den 12. juni 1970 og registreret den 16. februar 1973 under nr. 902472, fornyet den 13. juni 2000, med angivelse af klasse 32 svarende til følgende beskrivelse: »cider, saftevand, mineralvand, grøntsagssafter som drik, frugtsaft«.

13 Det femte påberåbte ældre varemærke var det polske ordmærke WESERGOLD, indgivet den 26. juni 1996 og registreret den 11. maj 1999 under nr. 161413 for varer i klasse 32 svarende til følgende beskrivelse: »mineral- og kildevand; danskvand, ikke-alkoholholdige drikke; frugtsaft, frugtnektar, squash, grøntsagssaft, grøntsagsnektar, læskedrikke, frugtdrikke og frugtsaft, saftevand, brusende drikke, kulsyreholdige drikke, ice tea, mineralvand tilsat smag, mineralvand tilsat frugtsaft – samtlige nævnte drikke i form af diætetiske tilberedninger til ikke-medicinske formål«.

14 Den registreringshindring, der blev påberåbt til støtte for den indsigelse, der var rejst af Wesergold Getränkeindustrie, er den, der er omfattet af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94, hvis bestemmelser er gengivet i artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009.

15 Den 11. juni 2009 gav indsigelsesafdelingen ved Harmoniseringskontoret medhold i indsigelsen og afslog ansøgningen om registrering af det omhandlede EF-varemærke. Med henvisning til procesøkonomiske grunde begrænsede denne sin undersøgelse af indsigelsen til det ældre EF-ordmærke, for hvilket bevis for reel brug ikke var påkrævet.

16 Den 13. juli 2009 påklagede Lidl Stiftung i medfør af artikel 58-64 i forordning nr. 207/2009 indsigelsesafdelingens afgørelse til Harmoniseringskontoret.

17 Ved den omtvistede afgørelse tog Første Appelkammer ved Harmoniseringskontoret (herefter »appelkammeret«) klagen til følge og ophævede indsigelsesafdelingens afgørelse. Appelkammeret var af den opfattelse, at den relevante kundekreds bestod af den brede offentlighed i Den Europæiske Union. De varer i klasse 33, der er omfattet af det varemærke, der søges registreret, dvs. »spirituosa, særlig whisky«, lignede ikke de varer i klasse 29 og 31, som er omfattet af de ældre varemærker. Der var en svag grad af lighed mellem de varer i klasse 33, som er omfattet af det ansøgte varemærke, og de varer i klasse 32, som er omfattet af de ældre varemærker. De omtvistede tegn havde en gennemsnitlig grad af visuel og fonetisk lighed, men begrebsmæssigt set var de forskellige. Hvad angår de ældre varemærkers særpræg fandt appelkammeret i det væsentlige, at dette var noget under det gennemsnitlige på grund af ordet »gold«, som har en svag grad af særpræg. Endelig angav appelkammeret, at afvejningen af alle sagens omstændigheder i forbindelse med en vurdering af risikoen for forveksling bevirkede, at der ikke forelå nogen risiko for forveksling mellem de omtvistede tegn.

Sagen for Retten og den anfægtede dom

18 Ved stævning indleveret til Rettens Justitskontor den 21. juni 2010 anlagde Wesergold Getränkeindustrie sag med påstand om annullation af den omtvistede afgørelse.

19 Til støtte for sagen har Wesergold Getränkeindustrie gjort fire anbringender gældende vedrørende tilsidesættelse af henholdsvis artikel 8, stk. 1, litra b), artikel 64 og artikel 75, andet punktum, og subsidiært af artikel 75, første punktum, i forordning nr. 207/2009.

20 Retten har alene undersøgt det første af disse anbringender.

21 I den appellerede doms præmis 24 og 25 fastslog Retten i det væsentlige, at den relevante kundekreds skulle anses for at være en gennemsnitsforbruger i EU.

22 Hvad angår sammenligningen af de omhandlede varer fandt Retten i den appellerede doms præmis 41, at der kun var en meget lille lighedsgrad mellem den spiritus, der var omfattet af det varemærke, der søges registreret, og de alkoholfrie drikke, som er omfattet af de ældre varemærker.

23 Hvad angår sammenligningen af de omtvistede tegn fandt Retten i henholdsvis præmis 47 og 50 i den appellerede dom, at tegnene havde en mellemhøj grad af visuel og fonetisk lighed, og i dommens præmis 56, at de begrebsmæssigt set var forskellige.

24 Retten konkluderede i den appellerede doms præmis 58, at de omtvistede tegn ud fra en helhedsvurdering var forskellige, selv om de visuelt og fonetisk lignede hinanden.

25 Retten undersøgte endvidere den vurdering af de ældre varemærkers særpræg, som appelkammeret havde foretaget, og som var blevet anfægtet af Wesergold Getränkeindustrie.

26 For så vidt angår de ældre varemærkers høje grad af særpræg som følge af brug undersøgte Retten i den appellerede doms præmis 65-68 Wesergold Getränkeindustries svarskrift indgivet til indsigelsesafdelingen og svarskriftet indgivet til appelkammeret. Retten konstaterede i nævnte doms præmis 70, at Wesergold Getränkeindustrie i sit forsvar for appelkammeret ikke udtrykkeligt havde fremsat nogen anbringender om, at de ældre varemærker havde en høj grad af særpræg som følge af brug, og at dette selskab blot havde henvist til sine skriftlige indlæg til indsigelsesafdelingen, hvilke imidlertid indeholdt en påstand, som var underbygget af beviser for, at de ældre varemærker havde en høj grad af særpræg som følge af brug.

27 I den appellerede doms præmis 71 og 72 fastslog Retten i det væsentlige, at appelkammeret i henhold til artikel 64, stk. 1, i forordning nr. 207/2009, som følge af den klage, der var forelagt det, skulle foretage en ny og fuldstændig prøvelse af indsigelsens realitet, såvel retligt som faktisk, og at det følgelig var forpligtet til at prøve alle de argumenter, som Wesergold Getränkeindustrie havde fremført over for indsigelsesafdelingen. I det omfang Wesergold Getränkeindustrie således i forbindelse med sagens behandling for indsigelsesafdelingen havde gjort gældende, at de ældre varemærker havde en høj grad af særpræg som følge af brug, var det ifølge Retten forkert af appelkammeret at antage, at dette selskab ikke havde påberåbt sig et argument om, at de ældre varemærker havde en højere grad af særpræg som følge af brug.

28 I den appellerede doms præmis 73 har Retten således konkluderet, at appelkammeret havde begået en fejl ved anvendelsen af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009.

29 Retten har i den appellerede doms præmis 82 og 83 i det væsentlige fastslået, at appelkammeret ved ikke at undersøge, om de af Wesergold Getränkeindustrie påberåbte argumenter og beviser var begrundede for så vidt angår de ældre varemærkers høje grad af særpræg som følge af brug, havde undladt at prøve et potentielt relevant forhold i helhedsvurderingen af, om der forelå en risiko for forveksling mellem det varemærke, der søgtes registreret, og de ældre varemærker, og appelkammeret havde dermed tilsidesat væsentlige formforskrifter, hvilket medførte, at den omtvistede afgørelse skulle annulleres.

30 Retten tog følgelig Wesergold Getränkeindustries første anbringende til følge og annullerede den omtvistede afgørelse, uden at der var behov for at tage stilling til dettes øvrige anbringender.

Parternes påstande for Domstolen

31 Harmoniseringskontoret har med appellen nedlagt følgende påstande:

— Den appellerede dom ophæves.

— Riha WeserGold Getränke tilpligtes at betale sagens omkostninger ved begge instanser.

32 Riha WeserGold Getränke har nedlagt påstand om, at appellen forkastes, og at Harmoniseringskontoret tilpligtes at betale sagens omkostninger.

33 Lidl Stiftung har nedlagt påstand om, at den appellerede dom ophæves, og at riha WeserGold Getränke tilpligtes at betale sagens omkostninger ved både første instans og appelinstansen.

Appellen

34 Til støtte for appellen har Harmoniseringskontoret anført tre anbringender vedrørende tilsidesættelse for det første af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009, for det andet af denne forordnings artikel 76, stk. 1, sammenholdt med dens artikel 64, stk. 1, og for det tredje af fast retspraksis, hvorefter en fejl ikke må føre til annullation af en afgørelse, hvis denne fejl åbenbart ikke har nogen indvirkning på afgørelsen.

Parternes argumenter

35 Med sit første anbringende har Harmoniseringskontoret, støttet af Lidl Stiftung, bebrejdet Retten, at den har foretaget en forkert fortolkning af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009, i det omfang den fastslog, at appelkammeret burde have prøvet de ældre varemærkers høje grad af særpræg som følge af brug, selv om Retten havde konstateret, at de omhandlede varemærker ud fra en

helhedsvurdering var forskellige. Imidlertid er ligheden mellem tegnene en nødvendig betingelse for, at der foreligger en risiko for forveksling i henhold til den nævnte artikel 8, stk. 1, litra b). Såfremt de omtvistede tegn således ifølge Harmoniseringskontoret ud fra en helhedsvurdering er forskellige, er det ikke nødvendigt at foretage en prøvelse af den eventuelle høje grad af særpræg som følge af intensiv brug af det varemærke, der ligger til grund for indsigelsen. Under henvisning til bl.a. dom af 12. oktober 2004, Vedial mod KHIM (sag C-106/03 P, Sml. I, s. 9573, præmis 51), har Harmoniseringskontoret gjort gældende, at en sådan fortolkning endvidere er i overensstemmelse med fast retspraksis.

36 Lidl Stiftung har med støtte i kendelse af 14. marts 2011, Ravensburger mod KHIM (sag C-370/10 P, præmis 50), tilføjet, at ethvert kriterium i forbindelse med prøvelsen af risikoen for forveksling først skal undersøges i sig selv, uafhængigt af eventuelle andre betingelser eller af disses omfang, og at det ældre varemærkes høje grad af særpræg ikke kan kompensere for den manglende lighed mellem de omtvistede varemærker.

37 Det er derfor Harmoniseringskontorets og Lidl Stiftungs opfattelse, at Retten med urette annullerede den omtvistede afgørelse med den begrundelse, at appelkammeret ikke havde prøvet de ældre varemærkers høje grad af særpræg som følge af brug, i det omfang den nødvendige betingelse for en eventuel risiko for forveksling som omhandlet i artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009 ikke forelå.

38 Riha WeserGold Getränke er af den opfattelse, at appellens første anbringende ikke er begrundet, i det omfang Rettens bedømmelse af den manglende lighed mellem de omhandlede varemærker udgør en foreløbig konklusion, der endnu burde prøves i forhold til spørgsmålet om de ældre varemærkers særpræg. Ifølge riha WeserGold Getränke kan varemærkernes begrebsmæssige lighed ikke vurderes uafhængigt af spørgsmålet om deres særpræg. Den opfattelse, offentligheden har af et varemærke, er forskellig, afhængigt af hvilke elementer af varemærket der er mest til stede i offentlighedens bevidsthed på grund af det begreb, de henviser til, eller den anseelse, de har opnået som varemærke.

39 Riha WeserGold Getränke er endvidere af den opfattelse, at der ikke er nogen fast retspraksis, der kan underbygge Harmoniseringskontorets holdning.

Domstolens bemærkninger

40 Med det første anbringende har Harmoniseringskontoret nærmere bestemt bebrejdet Retten, at den har annulleret den omtvistede afgørelse med den begrundelse, at appelkammeret ikke havde prøvet de ældre varemærkers høje grad af særpræg som følge af brug, selv om det tidligere havde konstateret, at de omtvistede varemærker var forskellige.

41 Det fremgår af fast retspraksis, at det ved anvendelsen af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009 kræves, for at der kan foreligge en risiko for forveksling, både, at det varemærke, som ansøgningen vedrører, er identisk med eller ligner det ældre varemærke, og at de varer eller tjenesteydelser, der er omhandlet i varemærkeansøgningen, er af samme eller lignende art som de varer eller tjenesteydelser, med hensyn til hvilke det ældre varemærke er blevet registreret, og at der i den henseende er tale om kumulative betingelser (dommen i sagen Vedial mod KHIM, præmis 51, og af 13.9.2007, sag C-234/06 P, Il Ponte Finanziaria mod KHIM, Sml. I, s. 7333, præmis 48).

42 I modsætning til hvad riha WeserGold Getränke har hævdet, har Domstolen i denne henseende en fast retspraksis. Domstolen har nemlig i flere tilfælde mindet om, at når det ældre varemærke og det varemærke, der søges registreret, ikke ligner hinanden, er den omstændighed, at det ældre varemærke har en høj grad af særpræg, eller den omstændighed, at de omhandlede varer eller tjenesteydelser er af

samme eller lignende art, ikke tilstrækkelig til, at det kan fastslås, at der foreligger en risiko for forveksling mellem de omtvistede varemærker (jf. i denne retning dom af 2.9.2010, sag C-254/09 P, Calvin Klein Trademark Trust mod KHIM, Sml. I, s. 7989, præmis 53 og den deri nævnte retspraksis).

43 I kendelse af 4. marts 2010, Kaul mod KHIM (sag C-193/09 P), forkastede Domstolen endvidere et anbringende som åbenbart ugrundet, ifølge hvilket Retten skulle have begået en retlig fejl, da denne fandt, at en indsigelse i henhold til artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009 i visse tilfælde kunne afvises efter blot at have undersøgt ligheden mellem de foreliggende varemærker og dermed uden bl.a. at undersøge det ældre varemærkes eventuelt høje grad af særpræg. Domstolen har i denne kendelses præmis 45 nærmere bestemt fastslået, at Retten ikke havde begået en retlig fejl, da den fastslog, at appelkammeret ved Harmoniseringskontoret, idet dette havde konkluderet, at de foreliggende varemærker ikke på nogen måde af den relevante kundekreds kunne anses for at være lignende, med rette kunne udlede heraf, at enhver risiko for forveksling kunne udelukkes, uden behov for først at undersøge bl.a. det ældre varemærkes eventuelle høje grad af særpræg i forbindelse med den samlede vurdering af risikoen for forveksling.

44 De omhandlede varemærkers lighed er følgelig en nødvendig betingelse for vurderingen af, om der foreligger en risiko for forveksling i henhold til artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009. Den manglende lighed mellem de omtvistede varemærker medfører derfor, at denne artikel 8 ikke kan finde anvendelse.

45 Et varemærkes høje grad af særpræg som følge af brug er således et forhold, der skal tages i betragtning ved bedømmelsen af, om ligheden mellem tegnene eller mellem varerne og tjenesteydelserne er tilstrækkelig til at fremkalde risiko for forveksling (jf. i denne retning dom af 29.9.1998, sag C-39/97, Canon, Sml. I, s. 5507, præmis 24).

46 I det foreliggende tilfælde er Rettens ræsonnement en følge af en urigtig fortolkning af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009.

47 Selv om Retten nemlig i den appellerede doms præmis 58 konkluderede, at de omtvistede tegn ud fra en helhedsvurdering var forskellige, uanset at de visuelt og fonetisk lignede hinanden, drog denne, for så vidt angår den omtvistede afgørelses lovlighed, de retlige konsekvenser af appelkammerets manglende prøvelse af de ældre varemærkers særpræg. Retten bemærkede således i nævnte doms præmis 70-72, at appelkammeret var forpligtet til at prøve de ældre varemærkers høje grad af særpræg som følge af brug i henhold til artikel 64, stk. 1, i forordning nr. 207/2009, hvilket det havde undladt at gøre. Retten fastslog derfor i den appellerede doms præmis 82, at denne fejl medførte, at appelkammeret ikke havde undersøgt et forhold, der var potentielt relevant i helhedsvurderingen af, om der forelå en risiko for forveksling, og i samme doms præmis 83, at en sådan fejl udgjorde en tilsidesættelse af væsentlige formforskrifter, hvilket burde føre til annullation af den omtvistede afgørelse.

48 Derved har Retten, idet den fastslog, at appelkammerets manglende prøvelse af de ældre varemærkers høje grad af særpræg som følge af brug medførte, at den omtvistede afgørelse var ugyldig, krævet af appelkammeret, at dette skulle have undersøgt et forhold, der ikke var relevant med henblik på at afgøre, om der i henhold til artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009 forelå en risiko for forveksling mellem de omtvistede varemærker. Idet Retten nemlig først havde fastslået, at de omhandlede varemærker ud fra et helhedsindtryk var forskellige, fandt den, at enhver risiko for forveksling var udelukket, og at de ældre varemærkers eventuelle høje grad af særpræg som følge af brug ikke kunne kompensere for de nævnte varemærkers manglende lighed.

49 Under disse omstændigheder er det velbegrundet, når Harmoniseringskontoret gør gældende, at den appellerede dom ved fortolkningen af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009 er behæftet med en retlig fejl.

50 Det følger af det ovenstående, at den appellerede dom, uden at det er nødvendigt at prøve appellens to øvrige anbringender, bør ophæves, i det omfang Retten deri fastslog, at appelkammeret var forpligtet til at undersøge de ældre varemærkers høje grad af særpræg som følge af brug, og idet Retten af denne grund annullerede den omtvistede afgørelse, selv om den forud herfor havde konstateret, at de omtvistede varemærker ikke lignede hinanden.

Påstanden om ændring af begrundelsen

Parternes argumenter

51 Riha WeserGold Getränke har bestridt visse aspekter af den appellerede dom uden dog udtrykkeligt at nedlægge påstand om, at begrundelsen for den appellerede dom bør ændres, og idet selskabet har understreget, at dommen ikke er bebyrdende for dette.

52 For det første har riha WeserGold Getränke for så vidt angår varernes lighed bebrejdet Retten, at denne i den appellerede doms præmis 35 har afvist de yderligere beviser, som riha WeserGold Getränke havde forelagt for Retten med henblik på at godtgøre, at mange producenter af brændevin eller spiritus også fremstiller alkoholfrie drikke, og at mange producenter af saft også fremstiller alkoholiske drikke. Retten har endvidere ikke anerkendt den omstændighed, at blandede drikke anses for at være spiritus i henhold til artikel 2 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 110/2008 af 15. januar 2008 om definition, betegnelse, præsentation og mærkning af samt beskyttelse af geografiske betegnelser for spiritus og om ophævelse af Rådets forordning (EØF) nr. 1576/89 (EUT L 39, s. 16), hvorfor disse drikke burde have været sammenlignet med de alkoholfrie drikke, der er omfattet af de ældre varemærker.

53 For det andet har riha WeserGold Getränke for så vidt angår den begrebsmæssige lighed af de omtvistede varemærker bebrejdet Retten, at den ikke i tilstrækkeligt omfang har begrundet den konklusion, hvorefter de begrebsmæssige forskelle mellem disse varemærker opvejer deres fonetiske og visuelle lighed.

54 For det tredje har riha WeserGold Getränke nærmere bestemt bebrejdet Retten, at den alene har undersøgt et af de ældre varemærker, og at den har undladt at vurdere de andre varemærker, som dette selskab havde påberåbt sig til støtte for indsigelsen.

Domstolens bemærkninger

55 Det bemærkes, at det ifølge Domstolens faste praksis er en forudsætning, for at en påstand om ændring af begrundelsen kan antages til realitetsbehandling, at der foreligger en retlig interesse, forstået på den måde, at påstanden med sit resultat kan tilføre den part, som har nedlagt den, en fordel. Dette kan være tilfældet, når en påstand om ændring af begrundelsen udgør et forsvar mod et anbringende fremsat af sagsøgeren (dom af 11.7.2013, sag C-439/11 P, Ziegler mod Kommissionen, EU:C:2013:513, præmis 42 og den deri nævnte retspraksis).

56 Hvad angår den første påstand, der omhandler begrundelsen vedrørende ligheden mellem de varer, der er omfattet af de omtvistede varemærker, bemærkes, at denne ikke udgør et forsvar mod det anbringende, som Harmoniseringskontoret har gjort gældende, i det omfang dette vedrører Rettens vurdering af den forpligtelse, der påhviler appelkammeret til at undersøge de ældre varemærkers høje grad af særpræg som følge af brug. En sådan påstand kan derfor ikke skabe tvivl om ophævelsen af den appellerede dom. Følgelig har riha WeserGold Getränke ingen retlig interesse i at nedlægge den nævnte påstand, der derfor må afvises.

57 Hvad angår den anden påstand, der omhandler begrundelsen vedrørende de omtvistede varemærkers begrebsmæssige lighed, må det ligeledes konstateres, at den ikke udgør et forsvar mod det anbringende, som Harmoniseringskontoret har gjort gældende, da dette har til formål at anfægte Rettens vurdering af den forpligtelse, der påhviler appelkammeret til at undersøge de ældre varemærkers høje grad af særpræg som følge af brug. En sådan påstand kan derfor heller ikke skabe tvivl om ophævelsen af den appellerede dom. Følgelig har riha WeserGold Getränke ingen retlig interesse i at nedlægge den nævnte påstand, der derfor må afvises.

58 Hvad angår den tredje påstand om, at Retten har begået en retlig fejl ved alene at undersøge et af de ældre varemærker, hvilken fejl i øvrigt ikke nævnes af riha WeserGold Getränke, kan denne påstand ikke forhindre, at den appellerede dom ophæves, i det omfang den af Retten begåede retlige fejl under alle omstændigheder vedrører det ældre varemærke, der ifølge riha WeserGold Getränke er blevet vurderet af Retten. En sådan påstand om ændring af begrundelsen kan derfor ikke udgøre et forsvar mod de af Harmoniseringskontoret anførte anbringender eller medføre en fordel, der vil kunne begrunde en retlig interesse. Den nævnte påstand må derfor afvises.

59 Det følger heraf, at påstanden om ændring af begrundelsen, der er nedlagt af riha WeserGold Getränke, må afvises.

Hjemvisning af sagen til Retten

60 I henhold til artikel 61, stk. 1, i statutten for Den Europæiske Unions Domstol kan Domstolen, når den giver appellanten medhold, ophæve den af Retten trufne afgørelse. Domstolen kan herefter selv træffe endelig afgørelse, hvis sagen er moden til påkendelse, eller hjemvise den til Retten til afgørelse.

61 Da Retten alene har taget stilling til de første af de fire anbringender, som riha WeserGold Getränke har gjort gældende til støtte for sine påstande, mener Domstolen, at sagen ikke er moden til påkendelse. Den bør derfor hjemvises til Retten.

Sagens omkostninger

62 Da sagen hjemvises til Retten, skal spørgsmålet om appelsagens omkostninger udsættes.

På grundlag af disse præmisser udtaler og bestemmer Domstolen (Sjette Afdeling):

1) Dommen afsagt af Den Europæiske Unions Ret den 21. september 2012, Wesergold Getränkeindustrie mod KHIM – Lidl Stiftung (WESTERN GOLD) (sag T-278/10), ophæves.

2) Sagen hjemvises til Den Europæiske Unions Ret.

3) Afgørelsen om sagens omkostninger udsættes.

Underskrifter