Rättsfallssamlingen

DOMSTOLENS DOM (sjätte avdelningen)

den 23 januari 2014*

”Överklagande — Gemenskapsvarumärke — Ordmärket WESTERN GOLD — Invändning från innehavaren av nationella ordmärken samt internationellt ordmärke och gemenskapsordmärke WeserGold, Wesergold och WESERGOLD”

I mål C-558/12 P,

angående ett överklagande enligt artikel 56 i stadgan för Europeiska unionens domstol, som ingavs den 4 december 2012,

Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån), företrädd av A. Pohlmann, i egenskap av ombud,

sökande,

i vilket de andra parterna är:

riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG (tidigare Wesergold Getränkeindustrie GmbH & Co. KG), Rinteln (Tyskland), företrätt av T. Melchert, Rechtsanwalt,

sökande i första instans,

Lidl Stiftung & Co. KG, Neckarsulm (Tyskland), företrätt av M. Wolter och A. K. Marx, Rechtsanwälte,

intervenient i första instans,

meddelar

DOMSTOLEN (sjätte avdelningen)

sammansatt av avdelningsordföranden A. Borg Barthet (referent) samt domarna E. Levits och M. Berger,

generaladvokat: E. Sharpston,

justitiesekreterare: A. Calot Escobar,

efter det skriftliga förfarandet,

med hänsyn till beslutet, efter att ha hört generaladvokaten, att avgöra målet utan förslag till avgörande,

* Rättegångsspråk: tyska.

följande

Dom

1 Harmoniseringsbyrån har yrkat att domstolen ska upphäva den dom som meddelades av Europeiska unionens tribunal den 21 september 2012 i mål T-278/10, Wesergold Getränkeindustrie mot harmoniseringsbyrån – Lidl Stiftung (WESTERN GOLD) (nedan kallad den överklagade domen). Genom nämnda dom ogiltigförklarade tribunalen det beslut som fattades av harmoniseringsbyråns första överklagandenämnd den 24 mars 2010 (ärende R 770/2009-1) om ett invändningsförfarande mellan Wesergold Getränkeindustrie GmbH & Co. KG och Lidl Stiftung & Co. KG (nedan kallat det omtvistade beslutet).

Tillämpliga bestämmelser

2 Artikel 8 i rådets förordning (EG) nr 207/2009 av den 26 februari 2009 om gemenskapsvarumärken (EUT L 78, s. 1) har rubriken ”Relativa registreringshinder”. I artikel 8.1 i denna förordning föreskrivs följande:

”Om innehavaren av ett äldre varumärke invänder ska det varumärke som ansökan gäller inte kunna registreras

…

b) om det – på grund av att det är identiskt med eller liknar det äldre varumärket och de varor eller tjänster som omfattas av varumärkena är identiska eller är av liknande slag – föreligger en risk att allmänheten förväxlar dem inom det område där det äldre varumärket är skyddat, inbegripet risken för att varumärket associeras med det äldre varumärket.”

Bakgrund till tvisten

3 Lidl Stiftung & Co. KG (nedan kallat Lidl Stiftung) ingav den 23 augusti 2006 en ansökan om registrering av gemenskapsvarumärke till harmoniseringsbyrån i enlighet med rådets förordning (EG) nr 40/94 av den 20 december 1993 om gemenskapsvarumärken (EGT L 11, 1994, s. 1; svensk specialutgåva, område 17, volym 2, s. 3), sedermera ersatt av rådets förordning (EG) nr 207/2009.

4 Det sökta varumärket utgörs av ordkännetecknet WESTERN GOLD.

5 De varor som registreringsansökan avsåg omfattas av klass 33 i Niceöverenskommelsen om internationell klassificering av varor och tjänster vid varumärkesregistrering av den 15 juni 1957, med ändringar och tillägg, och motsvarar följande beskrivning: ”Spritdrycker, bland annat whisky”.

6 Ansökan om registrering av gemenskapsvarumärke offentliggjordes i *Bulletinen för gemenskapsvarumärken* nr 3/2007 av den 22 januari 2007.

7 Den 14 mars 2007 framställde sökanden, Wesergold Getränkeindustrie GmbH Co. KG (nedan kallat Wesergold Getränkeindustrie), vars rättigheter och skyldigheter senare har övertagits av riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG (nedan kallat riha WeserGold Getränke), med stöd av artikel 42 i förordning nr 40/94 – vars innehåll återges i artikel 41 i förordning nr 207/2009 – en invändning mot registreringen av det sökta varumärket för de varor som avses i punkt 5 ovan.

8 Invändningen grundade sig på diverse äldre varumärken.

9 Det första av de äldre varumärken som åberopades var gemenskapsordmärket WeserGold, som efter att ansökan ingetts den 3 januari 2003 registrerades den 2 mars 2005 som nr 2994739 för varor i klasserna 29, 31 och 32, motsvarande, för respektive klass, följande beskrivning:

— Klass 29: ”Konserverade, torkade och kokta frukter och grönsaker; geléer, sylter, fruktkompotter; mjölkprodukter, nämligen yoghurtdrycker bestående främst av yoghurt samt av fruktsafter eller grönsakssafter”.

— Klass 31: ”Färsk frukt”.

— Klass 32: ”Mineralvatten och kolsyrat vatten; andra icke-alkoholhaltiga drycker, nämligen lemonader, brusdrycker och koladrycker; fruktjuicer, fruktdrycker, grönsakssafter och grönsaksdrycker; safter och andra koncentrat för framställning av drycker”.

10 Det andra av de äldre varumärken som åberopades var det tyska ordmärket WeserGold, som efter att ansökan ingetts den 26 november 2002 registrerades den 27 februari 2003 som nr 30257995 för varor i klasserna 29, 31 och 32, motsvarande, för respektive klass, följande beskrivning:

— Klass 29: ”Konserverade, torkade och kokta frukter och grönsaker; geléer, sylter, koncentrat; mjölkprodukter, nämligen yoghurtdrycker bestående främst av yoghurt samt av fruktsafter eller grönsakssafter”.

— Klass 31: ”Färsk frukt”.

— Klass 32: ”Mineralvatten och kolsyrat vatten; andra icke-alkoholhaltiga drycker, nämligen lemonader, brusdrycker och koladrycker; fruktjuicer, fruktdrycker, grönsakssafter och grönsaksdrycker; safter och andra koncentrat för framställning av drycker”.

11 Det tredje av de äldre varumärken som åberopades var det internationella ordmärket nr 801149 Wesergold, för vilket ansökan ingavs den 13 mars 2003, med verkningar i Tjeckien, Danmark, Spanien, Frankrike, Italien, Ungern, Österrike, Polen, Portugal, Slovenien, Sverige, Förenade kungariket och Beneluxländerna, avseende varor i klasserna 29, 31 och 32, för vilka beskrivningen motsvarar den som anges ovan i punkt 10.

12 Det fjärde av de äldre varumärken som åberopades var det tyska ordmärket WESERGOLD, som efter att ansökan ingetts den 12 juni 1970 registrerades den 16 februari 1973 som nr 902472, och förnyades den 13 juni 2000, för varor i klass 32, motsvarande följande beskrivning: ”Cider, lemonader, mineralvatten, grönsakssafter som dryck, fruktjuicer”.

13 Det femte av de äldre varumärken som åberopades var det polska ordmärket WESERGOLD, som efter att ansökan ingetts den 26 juni 1996 registrerades den 11 maj 1999 som nr 161413 för varor i klass 32, motsvarande följande beskrivning: ”Mineralvatten och källvatten; bordsvatten, icke-alkoholhaltiga drycker, fruktjuicer, fruktnektar, fruktsafter, grönsakssafter, grönsaksnektar, läskande drycker, fruktjuicedrycker, lemonader, kolsyrade drycker, mineraldrycker, isteer, smaksatta mineralvatten, mineralvatten med tillsats av fruktjuice – samtliga nämnda drycker även som hälsopreparat, ej för medicinska ändamål”.

14 Till stöd för Wesergold Getränkeindustries invändning åberopades det registreringshinder som avses i artikel 8.1 b i förordning nr 40/94 – som nu har överförts till artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009.

15 Invändningsenheten vid harmoniseringsbyrån (nedan kallad invändningsenheten) biföll den 11 juni 2009 invändningen och avslog den aktuella ansökan om registrering av gemenskapsvarumärke. Av processekonomiska skäl begränsade invändningsenheten sin prövning av invändningen till det äldre gemenskapsordmärket, beträffande vilket bevis på verkligt bruk inte behövde förebringas.

16 Den 13 juli 2009 överklagade Lidl Stiftung invändningsenhetens beslut till harmoniseringsbyrån i enlighet med artiklarna 58–64 i förordning nr 207/2009.

17 Harmoniseringsbyråns första överklagandenämnd (nedan kallad överklagandenämnden) biföll överklagandet genom det omtvistade beslutet och upphävde invändningsenhetens beslut. Överklagandenämnden fann att omsättningskretsen bestod av den stora allmänheten i Europeiska unionen. De varor i klass 33 som avses med det sökta varumärket, nämligen ”spritdrycker, bland annat whisky”, liknade, enligt överklagandenämnden, inte de varor i klasserna 29 och 31 som avses med de äldre varumärkena. Det förelåg en låg varuslagslikhet mellan de varor i klass 33 som avses med det sökta varumärket och de varor i klass 32 som avses med de äldre varumärkena. De motstående kännetecknen företedde en medelhög grad av likhet i visuellt och fonetiskt hänseende, men var olika i begreppsmässigt hänseende. Överklagandenämnden fann att de äldre varumärkenas särskiljningsförmåga var något lägre än medelhög på grund av att det förekommande ordet gold har låg särskiljningsförmåga. Överklagandenämnden angav slutligen att efter en avvägning mellan samtliga omständigheter i ärendet, i samband med bedömningen av risken för förväxling, kunde slutsatsen dras att risk för förväxling inte förelåg mellan de motstående kännetecknen.

Förfarandet vid tribunalen och den överklagade domen

18 Genom ansökan som inkom till förstainstansrättens kansli den 21 juni 2010 väckte Wesergold Getränkeindustrie talan om ogiltigförklaring av det omtvistade beslutet.

19 Sökanden har åberopat fyra grunder till stöd för sin talan. Dessa grunder avser åsidosättande av artiklarna 8.1 b, 64, 75 andra meningen, respektive, i andra hand, artikel 75 första meningen i förordning nr 207/2009.

20 Tribunalen prövade endast den första av dessa grunder.

21 I punkterna 24 och 25 i den överklagade domen slog tribunalen fast att omsättningskretsen utgjordes av en genomsnittskonsument i unionen.

22 Beträffande varuslagsjämförelsen fann tribunalen i punkt 41 i den överklagade domen att de spritdrycker som avsågs med det sökta varumärket och de icke-alkoholhaltiga drycker som avsågs med de äldre varumärkena endast liknade varandra i låg grad.

23 I fråga om jämförelsen mellan de motstående kännetecknen fann tribunalen, i punkterna 47 och 50 i den överklagade domen, att det förelåg en medelhög grad av visuell respektive fonetisk likhet mellan de motstående kännetecknen, och i punkt 56 att de aktuella kännetecknen var olika i begreppsmässigt hänseende.

24 I punkt 58 i den ovannämnda domen drog tribunalen slutsatsen att kännetecknen i ett helhetsperspektiv var olika varandra, trots likheterna mellan dem i visuellt och fonetiskt hänseende.

25 Tribunalen prövade vidare överklagandenämndens bedömning av särskiljningsförmågan, vilken Wesergold Getränkeindustrie hade ifrågasatt.

26 Beträffande frågan om höjd särskiljningsförmåga till följd av användningen av de äldre varumärkena, undersökte tribunalen i punkterna 65–68 i den överklagade domen den inlaga som Wesergold Getränkeindustrie hade ingett till invändningsenheten och den inlaga som detta bolag hade ingett till överklagandenämnden. I punkt 70 i domen slog tribunalen fast att Wesergold Getränkeindustrie i sitt försvar vid överklagandenämnden inte uttryckligen hade anfört argument om höjd särskiljningsförmåga till följd av användningen av de äldre varumärkena och att den hade begränsat

sig till att hänvisa till sina skrivelser vid invändningsenheten, vilka dock innehöll ett påstående, som stöddes av bevisning, för att de äldre varumärkenas särskiljningsförmåga hade höjts till följd av användningen av dem.

27 I punkterna 71 och 72 i den överklagade domen slog tribunalen, på grundval av artikel 64.1 i förordning nr 207/2009, fast att överklagandenämnden till följd av överklagandet skulle göra en ny, fullständig prövning av invändningen i sak, det vill säga både en rättslig prövning och en prövning av de faktiska omständigheterna. Överklagandenämnden var, enligt tribunalen, således skyldig att pröva samtliga argument som Wesergold Getränkeindustrie hade anfört vid invändningsenheten. Eftersom Wesergold Getränkeindustrie under förfarandet vid invändningsenheten hade anfört att särskiljningsförmågan hade höjts till följd av användningen av de äldre varumärkena, kunde överklagandenämnden enligt tribunalen inte slå fast att detta bolag inte hade åberopat argument för att de äldre varumärkenas särskiljningsförmåga hade höjts till följd av användningen av dem.

28 I punkt 73 i nämnda dom fann tribunalen således att överklagandenämnden hade tillämpat artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009 på ett felaktigt sätt.

29 I punkterna 82 och 83 i domen slog tribunalen fast att överklagandenämnden – genom att underlåta att göra en prövning av de argument som Wesergold Getränkeindustrie hade anfört och den bevisning som detta bolag hade förebringat beträffande särskiljningsförmåga som förvärvats till följd av användning – hade underlåtit att pröva en omständighet som potentiellt kunde vara av relevans inom ramen för helhetsbedömningen av huruvida det förelåg risk för förväxling mellan det sökta varumärket och de äldre varumärkena. Tribunalen fann att överklagandenämnden följaktligen hade åsidosatt väsentliga formföreskrifter, vilket innebar att det omtvistade beslutet skulle ogiltigförklaras.

30 Tribunalen biföll således talan på Wesergold Getränkeindustries första grund, och ogiltigförklarade det omtvistade beslutet. Tribunalen behövde därvid inte pröva Wesergold Getränkeindustries övriga grunder.

Parternas yrkanden vid domstolen

31 I överklagandet har harmoniseringsbyrån yrkat att domstolen ska

— upphäva den överklagade domen, och

— förplikta riha WeserGold Getränke att ersätta rättegångskostnaderna i målet i första instans och i förevarande mål om överklagande.

32 riha WeserGold Getränke har yrkat att överklagandet ska ogillas och att harmoniseringsbyrån ska förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna.

33 Lidl Stiftung har yrkat att domstolen ska upphäva den överklagade domen och förplikta riha WeserGold Getränke att ersätta rättegångskostnaderna i målet i första instans och i förevarande mål om överklagande.

Prövning av överklagandet

34 Till stöd för överklagandet har harmoniseringsbyrån anfört tre grunder avseende, för det första, åsidosättande av artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009, för det andra åsidosättande av artikel 76.1 i samma förordning, jämförd med artikel 64.1 i förordningen, och för det tredje åsidosättande av fast rättspraxis enligt vilken en felaktighet inte ska leda till ogiltigförklaring av ett beslut när det är uppenbart att felaktigheten inte inverkar på detta.

Parternas argument

35 I den första grunden har harmoniseringsbyrån med stöd av Lidl Stiftung anfört att tribunalen gjorde en felaktig tolkning av artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009, eftersom den slog fast att överklagandenämnden borde ha undersökt huruvida särskiljningsförmågan hade höjts till följd av användningen av de äldre varumärkena, trots att den hade slagit fast att de ifrågavarande varumärkena i ett helhetsperspektiv var olika varandra. Känneteckenslikhet är emellertid ett nödvändigt villkor för att risk för förväxling ska föreligga i den mening som avses i artikel 8.1 b. Om de motstående kännetecknen i ett helhetsperspektiv är olika varandra, är det enligt harmoniseringsbyrån inte nödvändigt att undersöka huruvida särskiljningsförmågan har höjts till följd av intensiv användning av det varumärke som ligger till grund för invändningen. Med hänvisning till bland annat dom av den 12 oktober 2004 i mål C-106/03, Vedial mot harmoniseringsbyrån (REG 2004, s. I-9573, punkt 51) har harmoniseringsbyrån gjort gällande att denna tolkning i övrigt överensstämmer med fast rättspraxis.

36 Lidl Stiftung har med stöd av beslut av den 14 mars 2011 i mål C-370/10 P, Ravensburger mot harmoniseringsbyrån, punkt 50, tillagt att vid bedömningen av risken för förväxling ska varje kriterium först bedömas för sig, oberoende av huruvida andra omständigheter föreligger och hur starka dessa är. Lidl Stiftung har dessutom tillagt att höjd särskiljningsförmåga hos det äldre varumärket inte kan uppväga att de motstående varumärkena inte liknar varandra.

37 Harmoniseringsbyrån och Lidl Stiftung anser därför att tribunalen gjorde en oriktig bedömning när den ogiltigförklarade det omtvistade beslutet på grund av att överklagandenämnden inte hade undersökt huruvida särskiljningsförmågan hade höjts till följd av användningen av de äldre varumärkena, eftersom ett nödvändigt villkor för att risk för förväxling ska föreligga i den mening som avses i artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009 inte var uppfyllt.

38 riha WeserGold Getränke anser att talan inte kan vinna bifall på den första grunden, eftersom tribunalens bedömning att de ifrågavarande varumärkena inte liknade varandra utgjorde en preliminär slutsats i denna del som därefter ska bedömas mot bakgrund av om de äldre varumärkena har särskiljningsförmåga. Enligt riha WeserGold Getränke kan likheten i begreppsmässigt hänseende mellan varumärkena inte bedömas oberoende av frågan om deras särskiljningsförmåga. Omsättningskretsens uppfattning av ett varumärke varierar nämligen beroende på om den känner igen vissa beståndsdelar i varumärket i högre grad på grund av det begrepp som beståndsdelarna syftar på eller beroende på hur välkända beståndsdelarna har blivit som varumärke.

39 riha WeserGold Getränke anser dessutom att det saknas stöd i fast rättspraxis för harmoniseringsbyråns uppfattning.

Domstolens bedömning

40 I den första grunden har harmoniseringsbyrån anfört att tribunalen ogiltigförklarade det omtvistade beslutet på grund av att överklagandenämnden inte hade undersökt huruvida särskiljningsförmågan hade höjts till följd av användningen av de äldre varumärkena, trots att den tidigare hade slagit fast att de motstående varumärkena var olika.

41 Det följer av fast rättspraxis att för att det ska föreligga risk för förväxling enligt artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009 det krävs att såväl det sökta varumärket är identiskt med eller liknar det äldre varumärket som att de varor eller tjänster som avses i ansökan om registrering är identiska med eller av liknande slag som de varor eller tjänster för vilka det äldre varumärket har registrerats. Det följer vidare att dessa villkor är kumulativa (domen i det ovannämnda målet Vedial mot harmoniseringsbyrån, punkt 51 och dom av den 13 september 2007 i mål C-234/06 P, Il Ponte Finanziaria mot harmoniseringsbyrån, REG 2007, s. I-7333, punkt 48).

42 I motsats till vad riha WeserGold Getränke har gjort gällande är domstolens rättspraxis fast i detta avseende. Domstolen har nämligen vid åtskilliga tillfällen erinrat om att när det äldre varumärket och det sökta varumärket inte liknar varandra, är det inte tillräckligt för att det ska anses föreligga risk för förväxling mellan dessa märken att det äldre varumärket har hög särskiljningsförmåga eller att de båda märkena avser identiska varor eller tjänster eller varor eller tjänster av liknande slag (se, för ett liknande resonemang, dom av den 2 september 2010 i mål C-254/09 P, Calvin Klein Trademark Trust mot harmoniseringsbyrån, REU 2010, s. I-7989, punkt 53 och där angiven rättspraxis).

43 I beslut av den 4 mars 2010 i mål C-193/09 P, Kaul mot harmoniseringsbyrån (C-193/09 P) fann domstolen att det var uppenbart talan inte kunde vinna bifall på den grunden att tribunalen hade gjort en felaktig rättstillämpning när den slog fast att en invändning med stöd av artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009 i vissa fall kan avslås redan efter en prövning av likheten mellan de ifrågavarande varumärkena och således bland annat utan prövning av den eventuellt höga särskiljningsförmågan hos det äldre varumärket. I punkt 45 i den ovannämnda domen slog domstolen fast att förstainstansrätten inte hade gjort en felaktig rättstillämpning när den fann att överklagandenämnden, då denna hade dragit slutsatsen att omsättningskretsen inte på något sätt kunnat anse att de aktuella varumärkena liknade varandra, hade gjort en riktig bedömning när den drog slutsatsen att det inte förelåg någon risk för förväxling och att det inte var nödvändigt att i samband med helhetsbedömningen av risken för förväxling dessförinnan pröva huruvida det äldre varumärket eventuellt hade en hög särskiljningsförmåga.

44 Likhet mellan de ifrågavarande varumärkena är följaktligen ett nödvändigt villkor för bedömningen av om risk för förväxling föreligger i den mening som avses i artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009. Att de motstående varumärkena inte liknar varandra innebär därför att artikel 8 i denna förordning inte är tillämplig.

45 Frågan huruvida särskiljningsförmågan har höjts till följd av användningen är således en omständighet som ska beaktas vid bedömningen av om kännetecknenslikheten eller varu- eller tjänsteslagslikheten är tillräckligt stor för att en risk för förväxling ska anses föreligga (se, för ett liknande resonemang, dom av den 29 september 1998 i mål C-39/97, Canon, REG 1998, s. I-5507, punkt 24).

46 I förevarande mål grundar sig tribunalens resonemang emellertid på en felaktig tolkning av artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009.

47 Trots att tribunalen i punkt 58 i den överklagade domen hade funnit att de motstående kännetecknen i ett helhetsperspektiv var olika varandra, även om de liknade varandra i visuellt och fonetiskt hänseende, ämnade den låta överklagandenämndens underlåtenhet att bedöma de äldre varumärkenas särskiljningsförmåga få rättsverkningar med avseende på det omtvistade beslutets lagenlighet. I punkterna 70–72 i den ovannämnda domen angav tribunalen att överklagandenämnden var skyldig att pröva huruvida särskiljningsförmågan hade höjts till följd av användningen av de äldre varumärkena i enlighet med artikel 64.1 i förordning nr 207/2009, vilket den inte hade gjort. I punkt 82 i den ovannämnda domen slog tribunalen fast att detta fel innebar att överklagandenämnden hade underlåtit att pröva en omständighet som potentiellt kunde vara relevant i samband med helhetsbedömningen av huruvida risk för förväxling förelåg. I punkt 83 i samma dom slog tribunalen fast att väsentliga formföreskrifter hade åsidosatts genom detta fel, vilket innebar att det omtvistade beslutet skulle ogiltigförklaras.

48 Genom att fastställa att den omständigheten att överklagandenämnden inte hade bedömt huruvida särskiljningsförmågan hade höjts till följd av användningen av de äldre varumärkena innebar att det omtvistade beslutet skulle ogiltigförklaras, krävde tribunalen att överklagandenämnden skulle pröva en omständighet som inte var relevant för bedömningen av om risk för förväxling mellan de motstående varumärkena förelåg i den mening som avses i artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009. Eftersom tribunalen dessförinnan hade slagit fast att de ifrågavarande varumärkena i ett helhetsperspektiv var

olika varandra, förelåg det nämligen inte någon risk för förväxling och den omständigheten att särskiljningsförmågan eventuellt hade höjts till följd av användningen av de äldre varumärkena kunde inte uppväga att de motstående varumärkena inte liknade varandra.

49 Under dessa förhållanden har harmoniseringsbyrån fog för att hävda att den överklagade domen innehåller en felaktig rättstillämpning i fråga om tolkningen av artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009.

50 Av vad som anförts följer att den överklagade domen ska upphävas i den mån tribunalen slog fast att överklagandenämnden var skyldig att pröva huruvida särskiljningsförmågan hade höjts till följd av användningen av de äldre varumärkena och av det skälet ogiltigförklarade det omtvistade beslutet, trots att den dessförinnan hade slagit fast att de motstående varumärkena var olika. Det saknas härvid skäl att pröva de båda andra grunderna för överklagandet.

Begäran att domskälen ska ändras

Parternas argument

51 Utan att uttryckligen yrka att domskälen ska ändras samtidigt som det framhåller att domen inte går bolaget emot, har riha WeserGold Getränke ifrågasatt vissa delar av domen.

52 riha WeserGold Getränke har, med avseende på varuslagslikheten, för det första anfört att tribunalen i punkt 35 i den överklagade domen inte tillät de ytterligare bevis som detta bolag hade gett in till tribunalen för att styrka att många tillverkare av spritdrycker tillverkar alkoholfria drycker och att många tillverkare av juicer tillverkar alkoholhaltiga drycker. Tribunalen tog heller inte hänsyn till att blandade drycker är spritdrycker enligt artikel 2 i Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 110/2008 av den 15 januari 2008 om definition, beskrivning, presentation och märkning av, samt skydd av geografiska beteckningar för, spritdrycker, samt om upphävande av rådets förordning (EEG) nr 1576/89 (EUT L 39, s. 16) och att dessa drycker därför borde ha jämförts med de alkoholfria drycker som omfattas av de äldre varumärkena.

53 Vad för det andra beträffar likheten i begreppsmässigt hänseende mellan de motstående varumärkena, har riha WeserGold Getränke anfört att tribunalen gav en otillräcklig motivering till slutsatsen att de begreppsmässiga skillnaderna mellan varumärkena uppvägde de fonetiska och visuella likheterna mellan dessa.

54 För det tredje har riha WeserGold Getränke klandrat tribunalen för att den bedömde endast ett av de äldre varumärkena och underlät att bedöma de övriga varumärken som riha WeserGold Getränke hade åberopat till stöd för invändningen.

Domstolens bedömning

55 Domstolen erinrar om att det framgår av dess fasta praxis att en förutsättning för att ett yrkande om ändring av domskälen ska kunna prövas i sak är att den som yrkar detta ska ha ett berättigat intresse av denna prövning, i den meningen att utgången av prövningen kan medföra någon fördel för vederbörande. Detta kan vara fallet när yrkandet att domskälen ska ändras utgör ett försvar mot en grund som klaganden har åberopat (dom av den 11 juli 2013 i mål C-439/11 P, Ziegler mot kommissionen, punkt 42 och där angiven rättspraxis).

56 Det första yrkandet – som avser skälen beträffande likheten mellan de varor som omfattas av de motstående varumärkena – utgör inte ett försvar mot den grund som harmoniseringsbyrån har åberopat. Den grunden avser nämligen tribunalens bedömning av överklagandenämndens skyldighet att pröva huruvida särskiljningsförmågan hade höjts till följd av användningen av de äldre

varumärkena. Ett sådant yrkande kan således inte påverka frågan huruvida den överklagade domen ska upphävas. riha WeserGold Getränke har därför inte ett berättigat intresse av att framställa detta yrkande, vilket således inte kan prövas i sak.

57 Den andra begäran – som avser skälen beträffande likheten i begreppsmässigt hänseende mellan de motstående varumärkena – utgör inte heller ett försvar mot den grund som harmoniseringsbyrån har åberopat, då den syftar till att bestrida tribunalens bedömning att överklagandenämnden är skyldig att pröva huruvida särskiljningsförmågan höjts till följd av användningen av de äldre varumärkena. Därför kan inte heller ett sådant yrkande påverka frågan huruvida den överklagade domen ska upphävas. riha WeserGold Getränke har därför inte ett berättigat intresse av att framställa detta yrkande, vilket således inte kan prövas i sak.

58 Även om det antas att tribunalen gjorde en felaktig rättstillämpning genom att bedöma endast ett av de äldre varumärkena – riha WeserGold Getränke har för övrigt inte angett vilket – kan det tredje yrkandet inte motverka att den överklagade domen upphävs. Den felaktiga rättstillämpning som tribunalen påstås ha gjort avsåg nämligen under alla omständigheter det äldre varumärke som enligt riha WeserGold Getränke hade varit föremål för tribunalens bedömning. Ett sådant yrkande att domskälen ska ändras kan därför inte utgöra ett försvar mot de grunder som harmoniseringsbyrån har åberopat eller medföra någon fördel som kan ge upphov till ett berättigat intresse av prövning. Yrkandet kan således inte prövas i sak.

59 riha WeserGold Getränkes yrkande att domskälen ska ändras ska därför avvisas.

Återförvisning av målet till tribunalen

60 I enlighet med artikel 61 första stycket i stadgan för Europeiska unionens domstol ska domstolen upphäva tribunalens avgörande, om överklagandet är välgrundat. Domstolen kan då antingen själv slutligt avgöra målet, om detta är färdigt för avgörande, eller återförvisa målet till tribunalen för avgörande.

61 Eftersom tribunalen har prövat endast den första av de fyra grunder som riha WeserGold Getränke har åberopat till stöd för sin talan, anser domstolen att förevarande mål inte är färdigt för avgörande. Det ska därför återförvisas till tribunalen.

Rättegångskostnader

62 Eftersom målet ska återförvisas till tribunalen, ska frågan om de rättegångskostnader som uppkommit i förevarande mål om överklagande anstå.

Mot denna bakgrund beslutar domstolen (sjätte avdelningen) följande:

1) Den dom som Europeiska unionens tribunal meddelade den 21 september 2012 i mål T-278/10, Wesergold Getränkeindustrie mot harmoniseringsbyrån – Lidl Stiftung (WESTERN GOLD) upphävs.

2) Målet återförvisas till Europeiska unionens tribunal.

3) Frågan om rättegångskostnader anstår.

Underskrifter