URTEIL DES GERICHTS (Sechste Kammer)

2. Juli 2009 *

In der Rechtssache T-414/07,

Européenne de traitement de l'information (Euro-Information) mit Sitz in Straßburg (Frankreich), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte P. Greffe, M. Chaminade und L. Paudrat,

Klägerin,

gegen

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM), vertreten durch O. Montalto und R. Bianchi als Bevollmächtigte,

Beklagter,

betreffend eine Klage gegen die Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des HABM vom 6. September 2007 (Sache R 290/2007-1), mit der die Anmeldung eines

* Verfahrenssprache: Französisch.

Zeichens mit der Darstellung einer eine Karte haltenden Hand mit drei Dreiecken als Gemeinschaftsmarke abgelehnt wurde,

erlässt

DAS GERICHT ERSTER INSTANZ
DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN (Sechste Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten A. W. H. Meij sowie der Richter V. Vadapalas (Berichterstatter) und L. Truchot,

Kanzler: J. Palacio González, Hauptverwaltungsrat,

aufgrund der am 19. November 2007 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 4. Februar 2008 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung,

auf die mündliche Verhandlung vom 10. Oktober 2008

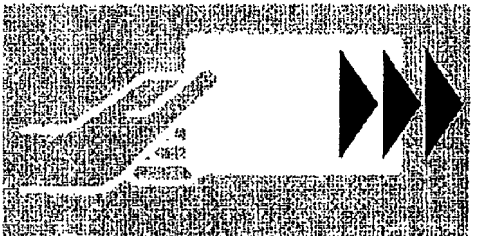
folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

1 Am 10. Juli 2006 meldete die Klägerin, die Européenne de traitement de l'information (Euro-Information), gemäß der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. 1994, L 11, S. 1) in geänderter Fassung (ersetzt durch die Verordnung [EG] Nr. 207/2009 des Rates vom 26. Februar 2009 über die Gemeinschaftsmarke [ABl. L 78, S. 1]) beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) eine Gemeinschaftsmarke an.

2 Bei der angemeldeten Marke handelt es sich um das im Folgenden wiedergegebene Bildzeichen:



3 Die Marke wurde für folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 35 bis 38 und 42 des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken vom 15. Juni 1957 in revidierter und geänderter Fassung angemeldet:

— Klasse 9: „Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, elektronische Terminplaner, Verkaufsautomaten, Automaten zur Ausgabe von Geldscheinen, Tickets, Rechnungsbelegen, Kontoauszügen, Zahlungsautomaten, Bankautomaten, Kameras (Filmapparate), Videokameras, Speicher- oder Mikroprozessorkarten, Magnetkarten, magnetische oder mikroprozessorgesteuerte Identifikationskarten, magnetische oder mikroprozessorgesteuerte Zahlungs-, Kredit- oder Debitkarten, Videokassetten, CD-ROMs, Strichcodeleser, (Audio-/Video-)CDs, optische CDs, Falschgelddetektoren, Disketten, Magnetdatenträger, optische Datenträger, Videobildschirme, Datenverarbeitungsgeräte, Wechselsprechanlagen, Schnittstellen (Datenverarbeitung), Laufwerke (Datenverarbeitung), Computersoftware (aufgezeichnete Programme), Kontenverwaltungssoftware, Monitore (Computerprogramme), Computer, Computerperipheriegeräte, gespeicherte Computerprogramme, gespeicherte Betriebssystemprogramme (für Computer), Funksprechgeräte, (Audio-/Video-)Empfänger, Telefonapparate, Mobiltelefone, Fernsehapparate, Prepaid-Mechanismen für Fernsehapparate, Zeitaufzeichnungsgeräte, Sendegeräte (Telekommunikation), Zentraleinheiten für die Datenverarbeitung (Prozessoren), Computerprogramme und Computerhardware für den kompletten Fernservice von Banken, Finanzierungsgesellschaften und Versicherungsgesellschaften, Software für den gesicherten Zahlungsverkehr für das elektronische Online-Kommunikationsnetz, Apparate und Instrumente für den elektronischen Zahlungsverkehr, Computerhardware für den elektronischen Zahlungsverkehr, Software für die Ausführung von Transaktionen im elektronischen Zahlungsverkehr, elektronische Zahlkarten, elektrische und elektronische Vorrichtungen zur Verwaltung von Geldtransaktionen“;

— Klasse 35: „Vermittlung von Zeitungsabonnements (für Dritte), Hilfe bei der Geschäftsführung, Beratung bei der Organisation und Führung der Geschäftstätigkeit, fachliche Beratung in Geschäftsangelegenheiten, Gutachten in Geschäftsangelegenheiten, Informationen in Geschäftsangelegenheiten, Auskünfte in Geschäftsangelegenheiten, Wertermittlungen in Geschäftsangelegenheiten, Kosten-

Preis-Analyse, Verbreitung von Werbeanzeigen, Transkription von Mitteilungen, Buchhaltung, Beratung in Personalfragen, Werbeschriften, elektronische Werbepost, Verbreitung von Werbung über ein elektronisches Online-Kommunikationsnetz, Erteilung von Informationen, Leistungen der Unterstützung und Beratung in den Bereichen Verwaltung und Handel zur Einführung gesicherter Zahlungsmethoden beim Online-Handel im Internet, Erstellung von Steuererklärungen, Vorführung von Waren, Verteilung von Werbematerial (Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben), Marktstudien, Veranstaltung von Ausstellungen für kommerzielle oder Werbezwecke, Erfassung von Daten in einer Zentraldatei, Systematisierung von Daten in einer Zentraldatei, Dateiverwaltung mittels Computer, Buchführung, Marktforschung, Erstellung von Wirtschaftsprognosen, Planungen (Hilfe bei der Geschäftsführung), Veröffentlichung von Werbetexten, Werbung auf dem Versandweg, Rundfunkwerbung, Fernsehwerbung, Erstellung von Rechnungsauszügen, Telefonantwortdienst (für abwesende Teilnehmer), Sekretariatsdienstleistungen, Herausgabe von statistischen Informationen, Textverarbeitung, Kontenprüfung, Veranstaltung von Wettbewerben (Werbung oder Verkaufsförderung), verkaufsfördernde und Werbemaßnahmen zur Kunden- und Personalbindung, Erteilung und Entgegennahme von Aufträgen für Produkte und Leistungen über das Internet, das Intranet und das Extranet, Verwaltung von Verkaufsautomaten, Zahlungsautomaten und Bankautomaten“;

— Klasse 36: „Immobiliengeschäfte, Versicherungen, Unfallversicherung, Factoring, Bankgeschäfte, Finanzgeschäfte, Geldgeschäfte, Kreditvermittlung, Inkassogeschäfte, Bankanalysen, Finanzanalysen, Geldanalysen, Leasing, Schätzung von Immobilien, Ausgabe von Gutscheinen, Vorsorgekasse, Kapitalbildung und -investition, Geldanlagen, Ausgabe von Kredit- und Debitkarten, Übernahme von Kautionen und Bürgschaften, Scheckprüfung, Geldwechselgeschäfte, Beratung in Versicherungsangelegenheiten, Sammlung von Wertsachen, Clearing (Verrechnungsverkehr), Beratung in Bankangelegenheiten, Finanzberatung, Vermittlung von Versicherungen, Dienstleistungen eines Immobilienmaklers, Dienstleistungen eines Börsenmaklers, Kreditvergabe, Depotverwahrung von Wertsachen, Verwahrung von Wertstücken in Safes, Sparkassengeschäfte, finanzielle Schätzungen und Gutachten (Versicherungen, Banken, Immobilien), Vermögensverwaltung durch Treuhänder, Finanzierungen, Erteilung von Finanzauskünften, Erstellung von Steuergutachten und -schätzungen, Kapitalbildung und -investition, Geldanlagen, elektronischer Kapitaltransfer, Erteilung von Finanz- und Bankauskünften, Einziehen von Miet- und Pachterträgen, Krankenversicherung, Seeversicherung, Lombardgeschäfte, Finanzoperationen, Geldoperationen, finanzielles Sponsoring, Vergabe von Darlehen, Finanztransaktionen, Lebensversicherung, Verwaltung von Bestandskonten, Vermögensverwaltung, Online-Finanz- und Bankauskünfte, interaktive Erteilung von Finanz- und Bankauskünften per

Computer, elektronischer Zahlungsdienst, elektronischer Transfer von Wertpapieren, Kapital, Geld, Aktien, Devisen und sonstigen Papieren des Finanzsektors, Zahlungsverkehr über ein elektronisches Online-Kommunikationsnetz, Maklerleistungen und Transaktionen über ein elektronisches Online-Kommunikationsnetz“;

— Klasse 37: „Installation, Wartung und Reparaturen“;

— Klasse 38: „Telekommunikationsdienste, Agenturen für die Erteilung von Informationen (Nachrichten), insbesondere im Bankensektor, Kommunikation über Computerterminals, Rundfunkkommunikation, Telefonkommunikation, Fernsehkommunikation, Versenden von Telegrammen, Übermittlung von Telegrammen, Ausstrahlung von Fernsehprogrammen, Rundfunksendungen, Fernsehsendungen, Erteilung von Informationen zum Thema Telekommunikation, Vermietung von Geräten zu Nachrichtenübertragung, Vermietung von Telefonen, elektronische Nachrichtenübermittlung, Übertragung von Nachrichten, computergestützte Nachrichten- und Bildübertragung, Mobilfunktelefonie, Satellitenübertragung, Telefondienste, Informationsübermittlung über Internet, Intranet und Extranet, interaktive Übertragung von Informationen per Computer, Übertragung von Informationen aus einer Datenbank, internationale Datenübertragungsdienste zwischen vernetzten Computersystemen, Online-Übertragung von Informationen, Übertragung und Empfang von Informationen, Nachrichten, Bild und Ton über Festnetz- oder Mobilfunktelefone, Computer, Mikrocomputer oder Videosysteme, Telekommunikationsdienste über E-Mail und Videotext, Leistungen der Telekommunikation zur Ermöglichung des Zugangs zum kompletten Fernservice von Banken, Finanzierungs- und Versicherungsgesellschaften, Bereitstellung des Online-Zugangs zu einer Finanzdatenbank, Vermietung von Zugangszeiten zu einem Datenserver (Leistungen der Datenverarbeitung), Vermietung von Zugangszeiten zu einem Computer zur Bearbeitung von Daten“;

— Klasse 42: „Rechtsberatung und -vertretung, Analysen zur Einführung von Computersystemen, Schlichtungen, Wiederherstellung von Datenbanken, Dienstleistungen in Bezug auf Rechtsstreitigkeiten, technische Projektstudien, Gutachten (Ingenieurstätigkeiten), Vermietung von Computersoftware, Vermietung von

Computern, Erstellen (Gestaltung) von Computersoftware, Aktualisierung von Computersoftware, Pflege von Computersoftware, Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, Rechtshilfe (Übernahme von Vormundschaften), Verwaltung gewerblicher Schutzrechte, Anmeldung und Verwaltung von Marken, Mustern und Modellen, Reservierung und Registrierung von Domainnamen, Verwaltung von Domainnamen, Online-Rechtsinformationen, interaktive Erteilung von juristischen Informationen per Computer, Gestaltung und Entwicklung von elektronischen und gesicherten Zahlungssystemen für finanzielle Transaktionen im Internet oder in einem anderen Datenverarbeitungsnetz, Erstellung von Computerprogrammen für den Zugang zu einem Verwaltungssystem für Verkaufsautomaten, für Zahlungsautomaten und für Bankautomaten".

4 Der Prüfer wies diese Anmeldung mit Entscheidung vom 18. Dezember 2006 auf der Grundlage von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009) für folgende Waren und Dienstleistungen (im Folgenden: betreffende Waren und Dienstleistungen) zurück:

— Klasse 9: „Verkaufsautomaten, Automaten zur Ausgabe von Geldscheinen, Tickets, Rechnungsbelegen, Kontoauszügen, Zahlungsautomaten, Bankautomaten, Speicher- oder Mikroprozessorkarten, Magnetkarten, magnetische oder mikroprozessorgesteuerte Identifikationskarten, magnetische oder mikroprozessorgesteuerte Zahlungs-, Kredit- oder Debitkarten, Magnetdatenträger, Datenverarbeitungsgeräte, Wechselsprechanlagen, Schnittstellen (Datenverarbeitung), Laufwerke (Datenverarbeitung), Computersoftware (aufgezeichnete Programme), Kontenverwaltungssoftware, Monitore (Computerprogramme), Computer, Computerperipheriegeräte, gespeicherte Computerprogramme, gespeicherte Betriebssystemprogramme (für Computer), Zentraleinheiten für die Datenverarbeitung (Prozessoren), Computerprogramme und Computerhardware für den kompletten Fernservice von Banken, Finanzierungsgesellschaften und Versicherungsgesellschaften, Software für den gesicherten Zahlungsverkehr für das elektronische Online-Kommunikationsnetz, Apparate und Instrumente für den elektronischen Zahlungsverkehr, Computerhardware für den elektronischen Zahlungsverkehr, Software für die Ausführung von Transaktionen im elektronischen Zahlungsverkehr, elektronische Zahlkarten, elektrische und elektronische Vorrichtungen zur Verwaltung von Geldtransaktionen";

— Klasse 35: „Verwaltung von Verkaufsautomaten, Zahlungsautomaten und Bankautomaten“;

— Klasse 36: „Bankgeschäfte, Finanzgeschäfte, Geldgeschäfte, Kreditvermittlung, Vorsorgekasse, Ausgabe von Kredit- und Debitkarten, Geldwechselgeschäfte, Sammlung von Wertsachen, Clearing (Verrechnungsverkehr), Beratung in Bankangelegenheiten, Finanzberatung, Kreditvergabe, Depotverwahrung von Wertsachen, Sparkassengeschäfte, Erteilung von Finanzauskünften, Kapitalbildung und -investition, Geldanlagen, elektronischer Kapitaltransfer, Erteilung von Finanz- und Bankauskünften, Finanzoperationen, Geldoperationen, Vergabe von Darlehen, Finanztransaktionen, Verwaltung von Bestandskonten, Vermögensverwaltung, Online-Finanz- und Bankauskünfte, interaktive Erteilung von Finanz- und Bankauskünften per Computer, elektronischer Zahlungsdienst, elektronischer Transfer von Wertpapieren, Kapital, Geld, Aktien, Devisen und sonstigen Papieren des Finanzsektors, Zahlungsverkehr über ein elektronisches Online-Kommunikationsnetz, Maklerleistungen und Transaktionen über ein elektronisches Online-Kommunikationsnetz“;

— Klasse 38: „Telekommunikationsdienste, Kommunikation über Computerterminals, elektronische Nachrichtenübermittlung, Übertragung von Nachrichten, computergestützte Nachrichten- und Bildübertragung, Informationsübermittlung über Internet, Intranet und Extranet, interaktive Übertragung von Informationen per Computer, Übertragung von Informationen aus einer Datenbank, internationale Datenübertragungsdienste zwischen vernetzten Computersystemen, Online-Übertragung von Informationen, Übertragung und Empfang von Informationen, Nachrichten, Bild und Ton über Computer, Mikrocomputer oder Videosysteme, Telekommunikationsdienste über E-Mail und Videotext, Leistungen der Telekommunikation zur Ermöglichung des Zugangs zum kompletten Fernservice von Banken, Finanzierungs- und Versicherungsgesellschaften, Bereitstellung des Online-Zugangs zu einer Finanzdatenbank, Vermietung von Zugangszeiten zu einem Datenserver (Leistungen der Datenverarbeitung), Vermietung von Zugangszeiten zu einem Computer zur Bearbeitung von Daten“;

— Klasse 42: „Gestaltung und Entwicklung von elektronischen und gesicherten Zahlungssystemen für finanzielle Transaktionen im Internet oder in einem anderen Datenverarbeitungsnetz, Erstellung von Computerprogrammen für den Zugang zu einem Verwaltungssystem für Verkaufsautomaten, für Zahlungsautomaten und für Bankautomaten“.

5 Am 15. Februar 2007 legte die Klägerin gemäß den Art. 57 bis 62 der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 58 bis 64 der Verordnung Nr. 207/2009) gegen die Entscheidung des Prüfers Beschwerde beim HABM ein.

6 Mit Entscheidung vom 6. September 2007 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) wies die Erste Beschwerdekammer des HABM die Beschwerde auf der Grundlage von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009) mit der Begründung zurück, dass das angemeldete Zeichen in Bezug auf die betreffenden Waren und Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft habe. Nach Ansicht der Beschwerdekammer würde diese Marke von den maßgeblichen Verkehrskreisen als ein Gebrauchshinweis, ein Hinweis auf ein bestimmtes Vorgehen oder eine Anweisung für die Vornahme einer Transaktion mittels einer Bank- oder sonstigen Karte wahrgenommen.

Anträge der Parteien

7 Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben;

— dem HABM aufzugeben, die angemeldete Marke einzutragen.

8 In der mündlichen Verhandlung hat die Klägerin ihre Anträge ergänzt und beantragt, dem HABM die Kosten aufzuerlegen.

9 Das HABM beantragt,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

Rechtliche Würdigung

Zur Zulässigkeit des zweiten Antrags der Klägerin

10 Mit ihrem zweiten Antrag verlangt die Klägerin, das HABM anzuweisen, die angemeldete Marke einzutragen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass das HABM

nach Art. 63 Abs. 6 der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 65 Abs. 6 der Verordnung Nr. 207/2009) die Maßnahmen zu ergreifen hat, die sich aus dem Urteil des Gemeinschaftsrichters ergeben. Das Gericht kann somit dem HABM keine Anordnungen erteilen. Das HABM hat die Konsequenzen aus dem Tenor und den Gründen des vorliegenden Urteils zu ziehen (vgl. in diesem Sinne Urteile des Gerichts vom 31. Januar 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/HABM [Giroform], T-331/99, Slg. 2001, II-433, Randnr. 33, und vom 27. Februar 2002, Eurocool Logistik/HABM [EUROCOOL], T-34/00, Slg. 2002, II-683, Randnrn. 12). Der zweite Antrag der Klägerin ist somit unzulässig.

Zur Begründetheit

11 Zur Begründung ihrer Klage macht die Klägerin als einzigen Klagegrund einen Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009) geltend.

Vorbringen der Parteien

12 Die Klägerin trägt vor, dass entgegen der Feststellung der Beschwerdekammer in der angefochtenen Entscheidung aus keinem der Elemente der angemeldeten Marke, d. h. der stilisierten Darstellung einer Hand, eines von der Hand gehaltenen weißen Rechtecks und dreier aufeinander folgender Dreiecke, für sich allein oder gemeinsam geschlossen werden könne, dass diese Marke den Hinweis auf ein „bestimmtes Vorgehen“ oder auf eine „Anweisung“ für die „Vornahme eine Transaktion mittels einer Bankkarte“ darstelle, wie dies die Beschwerdekammer in der angefochtenen Entscheidung ausgeführt habe.

13 Erstens bezweifelt die Klägerin die Richtigkeit der Beurteilung der Beschwerdekammer, dass es sich bei dem hellen Rechteck, das die Hand auf dem fraglichen Zeichen halte, um eine Bankkarte handele.

14 Die Feststellung, dass die Anmeldemarke in Bezug auf einen Teil der Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 35 und 42 keine Unterscheidungskraft habe, weil diese Waren und Dienstleistungen zwangsläufig mit der Verwendung von elektronischen Zahlkarten und der Ausführung von Transaktionen mittels dieser Karten verbunden seien, und ihr auch in Bezug auf die Dienstleistungen der Klassen 36 und 38 die Unterscheidungskraft fehle, weil die Marke den Eindruck vermittele, dass die Verbraucher diese Geschäfte mittels elektronischer Karten oder Magnetkarten abwickeln könnten, sei unzutreffend.

15 Zweitens stelle die Kombination einer Hand und eines hellen Rechtecks, das von dieser Hand gehalten werde, im Hinblick auf einige der betreffenden Waren und Dienstleistungen aufgrund der stilisierten Darstellung, der Anordnung und der Ausgestaltung der Hand und des Rechtecks ein unterscheidungskräftiges Element dar.

16 Die Beschwerdekammer gehe bei dem Versuch, einen Zusammenhang zwischen bestimmten Elementen der angemeldeten Marke und den betreffenden Waren und Dienstleistungen nachzuweisen, über die Bestandteile der angemeldeten Marke und das Verzeichnis der betreffenden Waren und Dienstleistungen hinaus. Außerdem erkenne sie nicht die Verbindung der drei Dreiecke, die eines der unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente der angemeldeten Marke darstelle. Dieses Element sei für die betreffenden Waren und Dienstleistungen ungewöhnlich und willkürlich und ermögliche es, die Waren und Dienstleistungen der Klägerin von denen ihrer Konkurrenten zu unterscheiden.

17 Zum einen seien die Elemente der angemeldeten Marke für sich allein oder gemeinsam in Bezug auf folgende Waren und Dienstleistungen vollkommen unterscheidungskräftig:

— Klasse 9: „Magnetdatenträger, Datenverarbeitungsgeräte, Wechselsprechanlagen, Schnittstellen (Datenverarbeitung), Laufwerke (Datenverarbeitung), Computersoftware (aufgezeichnete Programme), Monitore (Computerprogramme), Computer, Computerperipheriegeräte, gespeicherte Computerprogramme, gespeicherte Betriebssystemprogramme (für Computer), Zentraleinheiten für die Datenverarbeitung (Prozessoren), Software für den gesicherten Zahlungsverkehr für das elektronische Online-Kommunikationsnetz, Apparate und Instrumente für den elektronischen Zahlungsverkehr, Computerhardware für den elektronischen Zahlungsverkehr, Software für die Ausführung von Transaktionen im elektronischen Zahlungsverkehr“;

— Klasse 36: „Kreditvermittlung, Vorsorgekasse, Kreditvergabe, Sparkassengeschäfte, Kapitalbildung und -investition, Geldanlagen, Vergabe von Darlehen, Verwaltung von Bestandskonten, Vermögensverwaltung, elektronischer Zahlungsdienst, Zahlungsverkehr über ein elektronisches Online-Kommunikationsnetz“;

— Klasse 38: „Telekommunikationsdienste, Kommunikation über Computerterminals, elektronische Nachrichtenübermittlung, Übertragung von Nachrichten, computergestützte Nachrichten- und Bildübertragung, Informationsübermittlung über Internet, Intranet und Extranet, interaktive Übertragung von Informationen per Computer, Übertragung von Informationen aus einer Datenbank, internationale Datenübertragungsdienste zwischen vernetzten Computersystemen, Online-Übertragung von Informationen, Übertragung und Empfang von Informationen, Nachrichten, Bild und Ton über Computer, Mikrocomputer oder Videosysteme, Telekommunikationsdienste über E-Mail und Videotext, Vermietung von Zugangszeiten zu einem Datenserver (Leistungen der Datenverarbeitung), Vermietung von Zugangszeiten zu einem Computer zur Bearbeitung von Daten“;

— Klasse 42: „Gestaltung und Entwicklung von elektronischen und gesicherten Zahlungssystemen für finanzielle Transaktionen im Internet oder in einem anderen Datenverarbeitungsnetz“.

18 Die Elemente, die eine stilisierte Hand, ein helles Rechteck, das von dieser Hand gehalten werde, und die Abfolge von drei Dreiecken darstellten, die auch zusammen eine unterscheidungskräftige und willkürliche Kombination bildeten, seien für sich allein im Hinblick auf die oben genannten Waren und Dienstleistungen unterscheidungskräftig, so dass für diese Waren und Dienstleistungen keine Freihaltebedürfnis für die Kombination dieser Elemente bestehe.

19 So lasse nichts darauf schließen, dass die fragliche Marke im geschäftlichen Verkehr gewöhnlich im Zusammenhang mit solchen Waren und Dienstleistungen verwendet werde.

20 Zum anderen sei die Anmeldemarke als Ganzes betrachtet für folgende Waren und Dienstleistungen unterscheidungskräftig:

— Klasse 9: „Verkaufsautomaten, Automaten zur Ausgabe von Geldscheinen, Tickets, Rechnungsbelegen, Kontoauszügen, Zahlungsautomaten, Bankautomaten, Speicher- oder Mikroprozessorkarten, Magnetkarten, magnetische oder mikroprozessorgesteuerte Identifikationskarten, magnetische oder mikroprozessorgesteuerte Zahlungs-, Kredit- oder Debitkarten, Kontenverwaltungssoftware, Computerprogramme und Computerhardware für den kompletten Fernservice von Banken,

Finanzierungsgesellschaften und Versicherungsgesellschaften, elektronische Zahlkarten, elektrische und elektronische Vorrichtungen zur Verwaltung von Geldtransaktionen“;

— Klasse 35: „Verwaltung von Verkaufsautomaten, Zahlungsautomaten und Bankautomaten “;

— Klasse 36: „Bankgeschäfte, Finanzgeschäfte, Geldgeschäfte, Ausgabe von Kredit- und Debitkarten, Geldwechselgeschäfte, Sammlung von Wertsachen, Clearing (Verrechnungsverkehr), Beratung in Bankangelegenheiten, Finanzberatung, Depotverwahrung von Wertsachen, Erteilung von Finanzauskünften, elektronischer Kapitaltransfer, Erteilung von Finanz- und Bankauskünften, Finanzoperationen, Geldoperationen, Finanztransaktionen, Online-Finanz- und Bankauskünfte, interaktive Erteilung von Finanz- und Bankauskünften per Computer, elektronischer Transfer von Wertpapieren, Kapital, Geld, Aktien, Devisen und sonstigen Papieren des Finanzsektors, Maklerleistungen und Transaktionen über ein elektronisches Online-Kommunikationsnetz“;

— Klasse 38: „Leistungen der Telekommunikation zur Ermöglichung des Zugangs zum kompletten Fernservice von Banken, Finanzierungs- und Versicherungsgesellschaften, Bereitstellung des Online-Zugangs zu einer Finanzdatenbank“;

— Klasse 42: „Erstellung von Computerprogrammen für den Zugang zu einem Verwaltungssystem für Verkaufsautomaten, für Zahlungsautomaten und für Bankautomaten“.

21 Die Klägerin weist darauf hin, dass zwar bestimmte Bestandteile der angemeldeten Marke möglicherweise an die oben genannten Waren und Dienstleistungen erinnern

könnten, dass aber die Darstellung einer Abfolge von drei Dreiecken im Hinblick auf alle diese Waren und Dienstleistungen unterscheidungskräftig und willkürlich sei. Somit bestehe in Bezug auf diese Waren und Dienstleistungen kein Freihaltebedürfnis für dieses Element.

22 Überdies lasse nicht darauf schließen, dass dieses Element im geschäftlichen Verkehr im Zusammenhang mit solchen Waren und Dienstleistungen gewöhnlich verwendet werde. Die Abfolge von drei Dreiecken in Verbindung mit den anderen Bestandteilen der fraglichen Marke sei somit in Bezug auf diese Waren und Dienstleistungen unterscheidungskräftig.

23 Drittens betont die Klägerin, dass die Abfolge von drei dunklen, nach rechts ausgerichteten Dreiecken, von denen zwei sich mit dem Rechteck überlappten, eines der unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente für alle betreffenden Waren und Dienstleistungen darstelle.

24 Die drei schwarzen Dreiecke, deren Grafik in Bezug auf die betreffenden Waren und Dienstleistungen ungewöhnlich und willkürlich sei, seien optisch vorherrschend und verliehen der Marke insgesamt einen ganz besonderen Eindruck, der es den Verbrauchern erlaube, sie im Gedächtnis zu behalten und von den Marken der Konkurrenten zu unterscheiden.

25 Nichts lasse darauf schließen, dass die fragliche Marke im geschäftlichen Verkehr im Zusammenhang mit den betreffenden Waren und Dienstleistungen gewöhnlich verwendet werde. So könnten die maßgeblichen Verkehrskreise die Waren und Dienstleistungen des Markeninhabers ohne die Gefahr einer Verwechslung von denen anderer betrieblicher Herkunft unterscheiden.

26 Die Klägerin führt aus, sie habe nachgewiesen, dass sie vor der Einreichung der Anmeldung ein aus drei nach rechts ausgerichteten Dreiecken bestehendes Logo intensiv benutzt habe. Sie habe einen Bogen ihres Briefpapiers, zwei Rechnungen und einen Auszug ihrer Website vorgelegt. Ihrer Meinung nach werden die Verkehrskreise zwangsläufig eine Verbindung zwischen ihr und der angemeldeten Marke, die dieses Logo vollständig übernehme, herstellen.

27 Außerdem sei die originäre Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke erwiesen, da diese Marke vor der Einreichung der Anmeldung intensiv benutzt worden sei. Wie eine 2005 in Thionville (Frankreich) aufgenommene Fotografie und ein mit „Euro Automatic Cash-Supports et déploiements sur GABs CEE-SE-IDF-SMB“ überschriebenes Dokument vom Juni 2006 zeigten, die sie im Verfahren vor dem HABM vorgelegt habe, hätten mit ihr verbundene Banken die Marke auf ihren Geldautomaten verwendet. Folglich sei diese Benutzung geeignet, der angemeldeten Marke eine überschießende Unterscheidungskraft zu verleihen, und die Kenntnis der maßgeblichen Verkehrskreise von dieser Marke könne deren Unterscheidungskraft verstärken.

28 Schließlich weist die Klägerin darauf hin, dass das HABM die Eintragung von mit der angemeldeten Marke vergleichbaren Marken bereits gebilligt habe.

29 Das HABM bestreitet die Begründetheit des Vorbringens der Klägerin.

Würdigung durch das Gericht

30 Gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009) sind „Marken, die keine Unterscheidungskraft haben“, von der Eintragung ausgeschlossen.

31 Nach ständiger Rechtsprechung ist die Unterscheidungskraft einer Marke zum einen im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen, für die sie angemeldet worden ist, und zum anderen im Hinblick auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise zu beurteilen, die sich aus den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchern dieser Waren oder Dienstleistungen zusammensetzen (Urteile des Gerichtshofs vom 29. April 2004, Henkel/HABM, C-456/01 P und C-457/01 P, Slg. 2004, I-5089, Randnr. 35, und vom 22. Juni 2006, Storck/HABM, C-25/05 P, Slg. 2006, I-5719, Randnr. 25).

32 Es ist darauf hinzuweisen, dass nach der Rechtsprechung Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009) insbesondere solche Marken erfasst, die aus der Sicht der maßgeblichen Verkehrskreise im geschäftlichen Verkehr gewöhnlich für die Präsentation der betreffenden Waren oder Dienstleistungen verwendet werden oder bei denen zumindest aufgrund konkreter Anhaltspunkte anzunehmen ist, dass sie auf diese Weise verwendet werden können. Die von dieser Bestimmung erfassten Zeichen sind im Übrigen ungeeignet, die wesentliche Funktion der Marke zu erfüllen, nämlich auf die Herkunft der Ware oder der Dienstleistung hinzuweisen, um den Verbraucher, der die durch die Marke bezeichnete Ware oder Dienstleistung erwirbt, in die Lage zu versetzen, bei einem späteren Erwerb die gleiche Wahl zu treffen, wenn sich die Erfahrung als positiv erweist, oder sich anders zu entscheiden, wenn sie negativ war (Urteile des Gerichts vom 3. Dezember 2003, Nestlé Waters France/HABM [Form einer Flasche], T-305/02, Slg. 2003, II-5207, Randnr. 28, vom 31. März 2004, Fieldturf/HABM [LOOKS LIKE GRASS… FEELS LIKE GRASS… PLAYS LIKE GRASS], T-216/02, Slg: 2004, II-1023, Randnrn. 23 und 24, und vom 24. November 2004, Henkel/HABM [Form einer weißen und transparenten Flasche], T-393/02, Slg. 2004, II-4115, Randnr. 30).

33 Die Klägerin bestreitet nicht die Feststellung der Beschwerdekammer in Bezug auf die maßgeblichen Verkehrskreise. Die Prüfung der Beurteilung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke durch die Beschwerdekammer wird folglich unter Berücksichtigung des durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen europäischen Durchschnittsverbrauchers vorgenommen, auf den in Nr. 15 der angefochtenen Entscheidung Bezug genommen wird.

34 Die Klägerin bestreitet nicht, dass die angemeldete Marke einer grafischen Darstellung entspricht, die aus einer stilisierten Hand, die ein helles Rechteck hält, und einer Abfolge von drei nach rechts ausgerichteten dunklen Dreiecken besteht, von denen sich zwei mit dem Rechteck überlappen.

35 Zur Beurteilung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke, für die die Klägerin die stilisierte Darstellung der Bestandteile anführt, ist zu prüfen, ob die angemeldete Marke im Hinblick auf den durch die Kombination ihrer Form, Farben und Muster erzeugten Gesamteindruck von den maßgeblichen Verkehrskreisen als Hinweis auf deren betriebliche Herkunft wahrgenommen wird.

36 Insoweit ist zunächst das Vorbringen der Klägerin zurückzuweisen, wonach die angemeldete Marke in ihre einzelnen Bestandteile zerlegt und deren Unterscheidungskraft unabhängig voneinander geprüft werden müsse. Die Prüfung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke muss sich auf den von ihr erzeugten Gesamteindruck und nicht auf jeden einzelnen Bestandteil beziehen (vgl. in diesem Sinne Urteil des Gerichtshofs vom 15. September 2005, BioID/HABM, C-37/03 P, Slg. 2005, I-7975, Randnr. 29, und vom 8. Mai 2008, Eurohypo/HABM, C-304/06 P, Slg. 2008, I-3297, Randnr. 41).

37 Wie die Beschwerdekammer zutreffend ausgeführt hat, wird die Darstellung einer Hand, die ein wie eine Karte aussehendes Rechteck hält, in Kombination mit drei in dieselbe Richtung weisenden Dreiecken im Hinblick auf die betreffenden Waren und Dienstleistungen von den maßgeblichen Verkehrskreisen als ein Gebrauchshinweis, mit dem eine Anweisung für die Verwendung einer Karte zur Vornahme einer Transaktion erteilt werden soll, und nicht als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der betreffenden Waren und Dienstleistungen wahrgenommen. Der durchschnittliche Verbraucher wird nämlich täglich an den verschiedensten Orten wie Banken, Supermärkten, Bahnhöfen, Flughäfen, Parkhäusern und Telefonzellen mit dieser Art von Gebrauchshinweisen konfrontiert.

38 Keines der von der Klägerin vorgebrachten Argumente stellt die Begründetheit dieser Beurteilung in Frage. Obwohl die Klägerin bestreitet, dass das helle Rechteck als Magnet- oder Chipkarte wahrgenommen werden kann, lässt der Kontext, in dem diese Form zu sehen ist, also die sie haltende stilisierte Hand und die drei ausgerichteten Dreiecke sowie die betreffenden Waren und Dienstleistungen, keinen Zweifel daran, wie die maßgeblichen Verkehrskreise dieses Zeichen auffassen.

39 Ebenso ist festzustellen, dass der aus drei schwarzen Dreiecken bestehende Komplex aufgrund seiner Integration in das fragliche Zeichen nicht über die von der Klägerin behauptete Unterscheidungskraft verfügt, weil diese Dreiecke von den maßgeblichen Verkehrskreisen als Hinweispfeile mit einer Gebrauchsfunktion wahrgenommen werden, nämlich der, auf den Ort hinzuweisen, an dem die Magnetkarte in den Automaten eingeführt werden muss. Somit haben die Dreiecke für keine der betreffenden Waren- und Dienstleistungsklassen Unterscheidungskraft. Folglich sind die anderen Bestandteile der angemeldeten Marke nicht gesondert zu prüfen.

40 Überdies ist die Beschwerdekammer zutreffend davon ausgegangen, dass ihre Schlussfolgerung in Bezug auf die fehlende Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke, wie sie in den Nrn. 19 bis 22 der angefochtenen Entscheidung ausführlich dargelegt hat, für alle betreffenden Waren und Dienstleistungen gelte, die mit der Benutzung elektronischer Zahlkarten und der Ausführung von Transaktionen mittels solcher Karten, etwa elektronische Zahlungen mittels Magnetkarte (Klasse 9), mit der Verwaltung von Verkaufsautomaten (Klasse 35), mit den Systemen zur elektronischen Zahlung über Computernetze (Klasse 42), mit dem Vertrieb magnetischer Zahlkarten oder mit Transaktionen mittels solcher Karten (Klasse 36) oder mit Abläufen der Telekommunikation oder der Übertragung elektronischer Informationen als Hinweis darauf, dass diese Dienstleistungen mit Hilfe einer Magnetkarte in Anspruch genommen werden könnten (Klasse 38), verbunden seien.

41 Die Klägerin hat insoweit insbesondere nicht nachgewiesen, dass die Beschwerdekammer einen Fehler begangen hat, als sie in den Nrn. 19 bis 22 der angefochtenen Entscheidung festgestellt hat, dass die angemeldete Marke im Hinblick auf die betreffenden Waren und Dienstleistungen von den maßgeblichen Verkehrskreisen so wahrgenommen würde, als ob sie unmittelbar und zwangsläufig mit der Vornahme von elektronischen Zahlungsvorgängen mittels einer Magnetkarte verbunden sei.

42 Nach alledem ist festzustellen, dass die Beschwerdekammer zutreffend zu dem Ergebnis gekommen ist, dass das angemeldete Zeichen angesichts des Gesamteindrucks, den die Kombination seiner verschiedenen Bestandteile hervorruft, den maßgeblichen Verkehrskreisen nicht ermöglichen würde, bei ihrer Kaufentscheidung die betriebliche Herkunft der betreffenden Waren und Dienstleistungen zu erkennen.

43 Außerdem macht die Klägerin noch geltend, dass die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke zum einen dadurch, dass sie den Bestandteil mit der Abfolge der drei nach rechts ausgerichteten Dreiecke als Logo auf ihrem Briefpapier, ihren Rechnungen und ihrer Website verwende, und zum anderen dadurch verstärkt werde, dass die angemeldete Marke vor der Anmeldung der Marke von einer Bankengruppe, der sie angehöre, u. a. an den automatischen Bankschaltern zunächst der CIC-Bank und später der gesamten Gruppe benutzt worden sei.

44 Insoweit ist zunächst festzustellen, dass die Klägerin keinen Verstoß gegen Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009) geltend macht, wonach die absoluten Eintragungshindernisse des Art. 7 Abs. 1 Buchst. b, c und d der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b, c und d der Verordnung Nr. 207/2009) der Eintragung einer Marke nicht entgegenstehen, wenn die Marke für die Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat. Es ist darauf hinzuweisen, dass die Klägerin sich, um das absolute Eintragungshindernis des Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009)

entfallen zu lassen, nicht auf eine überschießende Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke oder darauf berufen kann, dass die Unterscheidungskraft durch die Benutzung der Marke verstärkt worden sei. Da die angemeldete Marke keine originäre Unterscheidungskraft im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009) hat, kann dieses Zeichen nur zur Eintragung zugelassen werden, wenn die Voraussetzungen von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009) erfüllt sind.

45 Folglich ist die Rüge der Klägerin zurückzuweisen, soweit sie ergänzend vorträgt, dass die angemeldete Marke dadurch über eine hinreichende originäre Unterscheidungskraft im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009) verfüge, dass zum einen das aus drei Dreiecken bestehende Logo, das Teil der Kombination sei, und zum anderen die angemeldete Marke selbst verwendet worden seien.

46 Soweit die Klägerin gleichwohl geltend machen wollte, dass die angemeldete Marke gemäß Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009) zur Eintragung zugelassen werden muss, ist daran zu erinnern, dass sich aus der Rechtsprechung zur Auslegung von Art. 3 Abs. 3 der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. 1989, L 40, S. 1), dessen Regelungsgehalt mit dem von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009) im Wesentlichen übereinstimmt, ergibt, dass es für den Erwerb von Unterscheidungskraft infolge der Benutzung der Marke erforderlich ist, dass zumindest ein erheblicher Teil der maßgeblichen Verkehrskreise die betreffenden Waren oder Dienstleistungen aufgrund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennt (vgl. in diesem Sinne Urteile des Gerichtshofs vom 4. Mai 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 und C-109/97, Slg. 1999, I-2779, Randnr. 52, und vom 18. Juni 2002, Philips, C-299/99, Slg. 2002, I-5475, Randnr. 61; vgl. auch in Bezug auf die Verordnung Nr. 40/94 Urteile des Gerichts vom 29. April 2004, Eurocermex/HABM [Form einer Bierflasche], T-399/02, Slg. 2004, II-1391, Randnr. 42, und vom 14. Juni 2007, Europig/HABM [EUROPIG], T-207/06, Slg. 2007, II-1961, Randnr. 55).

47 Für die Beurteilung der durch Benutzung erlangten Unterscheidungskraft einer Marke können u. a. der Marktanteil der Marke, die Intensität, die geografische Verbreitung und die Dauer der Benutzung dieser Marke, der Werbeaufwand des Unternehmens für die Marke, der Anteil der beteiligten Verkehrskreise, der die Ware aufgrund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennt, sowie die Erklärungen von Industrie- und Handelskammern oder anderen Berufsverbänden berücksichtigt werden. Erkennen die beteiligten Verkehrskreise oder zumindest ein erheblicher Teil dieser Kreise auf der Grundlage der genannten Faktoren die Ware dank der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend, so ist daraus der Schluss zu ziehen, dass die Voraussetzung des Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009) erfüllt ist (vgl. entsprechend Urteile Windsurfing Chiemsee, Randnrn. 51 und 52, sowie Philips, Randnrn. 60 und 61; Urteile des Gerichts vom 5. März 2003, Alcon/HABM — Dr. Robert Winzer Pharma [BSS], T-237/01, Slg. 2003, II-411, Randnr. 50).

48 Im vorliegenden Fall ist erstens festzustellen, dass das Logo, auf das die Klägerin sich bezieht, nicht mit der angemeldeten Marke übereinstimmt, sondern einen ihrer Bestandteile darstellt. Wie jedoch die Beschwerdekammer in Nr. 27 der angefochtenen Entscheidung zutreffend festgestellt hat, könnte selbst dann, wenn dieses Logo aufgrund seiner Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hätte, das angemeldete Zeichen, das aus anderen für den von ihm erzeugten Gesamteindruck entscheidenden Elementen besteht, nicht von dieser Unterscheidungskraft profitieren.

49 Zweitens ist festzustellen, dass die von der Klägerin im Verfahren vor dem HABM vorgelegten Beweise für die Benutzung der angemeldeten Marke im Hinblick auf die oben in den Randnrn. 47 und 48 wiedergegebenen Voraussetzungen von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009) offensichtlich nicht ausreichen, um die durch Benutzung erworbene Unterscheidungskraft nachzuweisen. Insoweit genügt der Hinweis, dass mangels eines relevanten Elements betreffend die Marktanteile sowie die Intensität und die geografische Verbreitung der angemeldeten Marke allein der Umstand, dass eine Bankengruppe die Marke auf ihrem Geldautomaten benutzt hat, nicht den Schluss zulässt, dass ein bedeutender Teil der maßgeblichen Verkehrskreise die betreffenden Waren und Dienstleistungen, für die die angemeldete Marke angeblich benutzt wird, der Klägerin oder der Gruppe zuordnen wird, der sie angehört.

50 Somit kann die Klägerin mit ihrem Vorbringen weder eine verstärkte Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke noch den Erwerb von Unterscheidungskraft infolge Benutzung im Sinne von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009) nachweisen.

51 Soweit sich die Klägerin auf vom HABM vorher vorgenommene Markeneintragungen beruft, um einen Verstoß gegen den Gleichbehandlungsgrundsatz zu rügen, ist daran zu erinnern, dass nach ständiger Rechtsprechung die Rechtmäßigkeit der Entscheidungen der Beschwerdekammer nur auf der Grundlage der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Verordnung Nr. 207/2009) und nicht anhand einer vorherigen Entscheidungspraxis zu beurteilen ist (Urteil BioID/HABM, Randnr. 47, und Urteil des Gerichts vom 27. Februar 2002, Streamserve/HABM [STREAMSERVE], T-106/00, Slg. 2002, II-723, Randnr. 66).

52 Folglich ist der einzige Klagegrund, dass Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009) verletzt sei, unbegründet und die Klage daher abzuweisen.

Kosten

53 Nach Art. 87 § 2 der Verfahrensordnung des Gerichts ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen. Da die Klägerin unterlegen ist, sind ihr entsprechend dem Antrag des HABM die Kosten aufzuerlegen.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Sechste Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. Die Klage wird abgewiesen.

2. Die Européenne de traitement de l'information (Euro-Information) trägt die Kosten.

Meij Vadapalas Truchot

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 2. Juli 2009.

Unterschriften