Sammlung der Rechtsprechung

URTEIL DES GERICHTS (Erste Kammer)

13. Februar 2015*

„Gemeinschaftsmarke — Verfallsverfahren — Gemeinschaftswortmarke HUSKY — Ernsthafte Benutzung der Marke — Teilweiser Verfall — Fristverlängerung — Regel 71 Abs. 2 der Verordnung (EG) Nr. 2868/95 — Übersetzung in die Verfahrenssprache“

In der Rechtssache T-287/13

Husky CZ s.r.o. mit Sitz in Prag (Tschechische Republik), Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt L. Lorenc,

Klägerin,

gegen

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM), vertreten durch P. Geroulakos und I. Harrington als Bevollmächtigte,

Beklagter,

andere Beteiligte im Verfahren vor der Beschwerdekammer des HABM:

Husky of Tostock Ltd mit Sitz in Woodbridge (Vereinigtes Königreich),

betreffend eine Klage gegen die Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des HABM vom 14. März 2013 (Sache R 748/2012-1), zu einem Verfallsverfahren zwischen der Husky CZ s.r.o. und der Husky of Tostock Ltd

erlässt

DAS GERICHT (Erste Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten H. Kanninen (Berichterstatter) sowie der Richterin I. Pelikánová und des Richters E. Buttigieg,

Kanzler: J. Weychert, Verwaltungsrätin,

aufgrund der am 24. Mai 2013 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 1. August 2013 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung,

auf die mündliche Verhandlung vom 1. Juli 2014

* Verfahrenssprache: Englisch.

folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

1 Am 1. April 1996 meldete die Husky of Tostock Ltd (im Folgenden: Markeninhaberin) nach 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 Wortzeichen HUSKY.

3 Es wurden folgende Waren der Klassen 3, 9, 14, 16, 18 und 25 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 3: „Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen; Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; nichtmedizinische Toilettepräparate und -substanzen; Zahnputzmittel“;

— Klasse 9: „Brillen; Sonnenbrillen; Blendschutzbrillen, Schirme und Abschattungen zum Schutz der Augen; Feldstecher; Brillenetuis; Brillenkettchen; Chronographen (Zeiterfassungsgeräte); Kompasse; Behälter für Kontaktlinsen; Brillengestelle; Okulare; optische Apparate und -instrumente; Fernrohre“;

— Klasse 14: „Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmessinstrumente“;

— Klasse 16: „Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Photographien; Schreibwaren; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist; Spielkarten; Drucklettern; Druckstöcke“;

— Klasse 18: „Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Häute und Felle; Taschen, Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren“;

— Klasse 25: „Hemden, Shorts, Röcke, Blusen, Hosen, Jacken, Mäntel, Westen, Hüte, Krawatten, Unterbekleidungsstücke; Wäsche, Wirkwaren, Pyjamas, Nachthemden, Schlafbekleidung, Negligés, Morgenmäntel, Jumper, Cardigans, Pullover, Sweater, Overalls, Badebekleidung; Kleider, Latzhosen, Überziehhosen, Stiefel, Schuhe, Sandalen, Hausschuhe, Tops, Mützen, Halstücher, Hausmäntel, Umhänge, Schürzen, Jeans, Socken, Beinwärmer, Tanzbekleidung, Armbänder, Stirnbänder, Handschuhe; Fausthandschuhe, Gürtel; Kopfbedeckungen und Schuhwaren“.

4 Am 30. November 1998 wurde die angemeldete Marke unter der Nr. 152546 eingetragen.

5 Am 2. April 2006 wurde die Eintragung der Marke verlängert.

6 Am 11. März 2009 stellte die Klägerin, die Husky CZ s.r.o., nach Art. 50 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung Nr. 40/94 (jetzt Art. 51 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung Nr. 207/2009) einen Antrag auf Erklärung des Verfalls der Marke, deren Eintragung verlängert worden war (im Folgenden: angegriffene Marke). Sie begründete dies damit, dass die Marke für die Waren, für die sie eingetragen worden sei, nicht ernsthaft benutzt worden sei.

7 Am 17. März 2009 forderte die Hauptabteilung „Marken und Nichtigkeit“ des HABM die Markeninhaberin auf, bis zum 17. Juni 2009 den Beweis einer ernsthaften Benutzung der Marke zu erbringen.

8 Am 16. Juni 2009 legte die Markeninhaberin Beweise vor, erläuterte aber, dass die angegriffene Marke von einer Lizenzinhaberin benutzt worden sei und dass sie aus diesem Grund eine Fristverlängerung beantrage, um der Aufforderung gänzlich zu entsprechen.

9 Am 19. Juni 2009 bewilligte die Hauptabteilung „Marken und Nichtigkeit“ eine Verlängerung der Frist bis zum 17. September 2009.

10 Am 9. September 2009 legte die Markeninhaberin zusätzliche Beweise vor und teilte mit, dass sie Informationen zu den für die angegriffene Marke getätigten Werbeausgaben vorlegen wolle. Sie beantragte eine erneute Fristverlängerung bis zum 17. Oktober 2009.

11 Die Hauptabteilung „Marken und Nichtigkeit“ bewilligte diese Fristverlängerung.

12 Am 19. Oktober 2009 legte die Markeninhaberin Rechnungen zu den Werbeausgaben vor.

13 Da die Klägerin einen Einwand erhoben hatte, teilte die Hauptabteilung „Marken und Nichtigkeit“ diesen der Markeninhaberin mit und forderte sie auf, bis zum 13. März 2010 Stellung zu nehmen. Am 12. März 2010 teilte die Markeninhaberin mit, dass die Beweise fast vollständig seien, und beantragte unter Angabe von Gründen für eine Fristverlängerung eine zusätzliche Frist von einem Monat. Die Hauptabteilung gab ihrem Antrag statt.

14 Am 9. April 2010 legte die Markeninhaberin zusätzliche Beweise vor.

15 Mit Entscheidung vom 16. Februar 2012 gab die Nichtigkeitsabteilung des HABM dem Verfallsantrag teilweise statt. Sie entschied, dass die angegriffene Marke für die folgenden Waren eingetragen bleiben könne:

— „Taschen“ in Klasse 18;

— „Hemden, Hosen, Jacken, Mäntel, Westen, Jumper, Pullover, Sweater, Stiefel, Schuhe, Tops, Jeans, Gürtel, Schuhwaren“ in Klasse 25.

16 Am 16. Februar 2012 legte die Klägerin beim HABM nach den Art. 58 bis 64 der Verordnung Nr. 207/2009 Beschwerde gegen die Entscheidung der Nichtigkeitsabteilung ein.

17 Mit Entscheidung vom 14. März 2013 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) wies die Erste Beschwerdekammer des HABM die Beschwerde zurück.

18 Was erstens das Argument der Klägerin betraf, der Markeninhaberin seien die verschiedenen Fristverlängerungen mangels einer vorhergehenden Zustimmung der anderen Beteiligten zu Unrecht gewährt worden, stellte die Beschwerdekammer fest, dass Regel 71 Abs. 2 der Verordnung (EG) Nr. 2868/95 der Kommission vom 13. Dezember 1995 zur Durchführung der Verordnung Nr. 40/94 (ABl. L 303, S. 1) in der geänderten Fassung (im Folgenden: Durchführungsverordnung) in ihrer englischen Sprachfassung im Licht der anderen Sprachfassungen dieser Bestimmung sowie von Regel

71 Abs. 1 auszulegen sei. Das HABM könne, wenn ein Beteiligter eine Fristverlängerung beantrage, die Zustimmung der anderen Beteiligten einholen, ohne aber dazu verpflichtet zu sein, und müsse, insbesondere wenn es sich entscheide, diese Zustimmung nicht einzuholen, die Umstände berücksichtigen, die mit dem Antrag auf Verlängerung der Frist in Zusammenhang stünden.

19 Als Begründung dafür, dass die Hauptabteilung „Marken und Nichtigkeit“ die Fristverlängerungen zu Recht gewährt habe, ohne sie von der Zustimmung der anderen Beteiligten abhängig zu machen, führte die Beschwerdekammer aus, die Hauptabteilung sei im vorliegenden Fall davon ausgegangen, dass einige Dokumente zum Beweis einer ernsthaften Benutzung der angegriffenen Marke nur von einem im Ausland ansässigen Dritten zur Verfügung gestellt werden könnten; dies sei ein Umstand, der berücksichtigt werden dürfe. Außerdem habe die Markeninhaberin den Antrag auf Fristverlängerung auf Nachweise und vernünftige Gründe gestützt. Im Übrigen sei der beantragte Aufschub kurz gewesen, und es habe im Interesse des Verfahrens gelegen, eine Entscheidung über eine so wichtige Frage wie den Verfall nicht übereilt zu treffen. Nachdem die Klägerin sich darauf berufen habe, dass die Benutzung der angegriffenen Marke durch einen Dritten stattgefunden habe und nicht durch die Markeninhaberin, sei die Hauptabteilung „Marken und Nichtigkeit“ ebenso berechtigt gewesen, die Inhaberin zur Stellungnahme aufzufordern und die von ihr eingereichten Beweise anzunehmen.

20 Die Nichtigkeitsabteilung habe, auch wenn im vorliegenden Fall mehr Gelegenheiten zur Vorlage von Beweisen bestanden hätten als üblicherweise in Verfallsverfahren, Flexibilität gezeigt, als sie in Anbetracht der Komplexität der Sache und des Umstands, dass die angegriffene Marke im maßgeblichen Zeitraum von mehreren Unternehmen benutzt worden sei, die Fristverlängerungen gewährt habe.

21 Was zweitens das Argument der Klägerin anging, die Markeninhaberin habe keine englischen Übersetzungen der in Italienisch verfassten Dokumente vorgelegt und dadurch die Feststellung verhindert, dass es sich bei dem Begriff „husky“ in der italienischen Sprache um einen Gattungsbegriff handele, wies die Beschwerdekammer zunächst darauf hin, dass die Markeninhaberin die Dokumente oder Auszüge aus denjenigen Dokumenten, die aus längeren Texten bestanden hätten, übersetzt habe. Die Klägerin habe keine Beweise angeführt, die hätten übersetzt werden müssen, und auch das Fehlen einer Übersetzung nicht gerügt, als sie aufgefordert worden sei, zu den eingereichten Unterlagen Stellung zu nehmen. Sie habe sich nur einmal auf das Fehlen einer Übersetzung bezogen, und zwar in Bezug auf ein Dokument, das für den Ausgang des Verfahrens nicht entscheidend gewesen sei.

22 Im Übrigen gehe aus den vorgelegten Fotografien hervor, dass der Begriff „husky“ als Name einer eingetragenen Marke benutzt werde. Es handele sich in der italienischen Sprache nicht um einen Gattungsbegriff. Der Begriff „husky“ erscheine in einem Online-Wörterbuch als „Handelsname ® einer wasserdichten gesteppten Winterjacke“ („Nome commerciale ® di un giaccone impermeabile trapuntato“), was bestätige, dass es sich um eine eingetragene Marke handele.

23 Was drittens das Argument der Klägerin betraf, die Nichtigkeitsabteilung habe Beweise geprüft, die sich nicht auf den maßgeblichen Zeitraum bezogen hätten oder nicht datiert gewesen wären, wies die Beschwerdekammer darauf hin, dass die von der Klägerin genannten Unterlagen Rechnungen betroffen hätten, deren Datum innerhalb des maßgeblichen Zeitraums gelegen habe. Mit den anderen, von der Klägerin genannten Unterlagen habe allein dargelegt werden sollen, auf welche Weise die Marke auf den Kleidungsstücken und dem Warensortiment, für das sie benutzt werde, erscheine, so dass ihre fehlende Datierung unerheblich sei.

24 Zum Argument, dass die Unterlagen die Nutzung einer Bildmarke belegten, was der angegriffenen Marke, bei der es sich um eine Wortmarke handele, nicht zugutekommen könne, wies die Beschwerdekammer darauf hin, dass im vorliegenden Fall eine einzige Marke in Rede stehe und dass das von der Klägerin angeführte Urteil vom 13. September 2007, Il Ponte Finanziaria/HABM (C-234/06 P, Slg, EU:C:2007:514), hier nicht einschlägig sei.

25 Die Beschwerdekammer fügte hinzu, dass die Art und Weise, in der die Marke HUSKY auf den Waren benutzt worden sei, nämlich mit einer leichten Stilisierung der Buchstaben oder mit einem Logo, das den Buchstaben „h“ zusammen mit einem Bildelement mit der Abbildung eines Huskys darstelle, die Kennzeichnungskraft der Marke, so wie sie eingetragen worden sei, nicht beeinträchtige. Diese Kennzeichnungskraft gründe sich ausschließlich auf den Begriff „Husky“, bei dem es sich um einen für arktische Regionen typischen Hund handele.

26 Die Beschwerdekammer ging schließlich auf den Vortrag der Klägerin zur Benutzung der Marke durch ihre Inhaberin und zu den entsprechenden Beweisen ein und stellte fest, dass die Inhaberin rechtzeitig erläutert habe, wie ihre Marke im Laufe der Zeit von mehreren Lizenzinhabern benutzt worden sei und in welchen Formen sie benutzt worden sei.

Anträge der Parteien

27 Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben;

— dem HABM und der Markeninhaberin die Kosten aufzuerlegen.

28 Das HABM beantragt,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

Rechtliche Würdigung

29 Die Klägerin stützt sich auf drei Klagegründe. Mit dem ersten rügt sie die Berücksichtigung nicht fristgerecht vorgelegter Beweise, mit dem zweiten die Berücksichtigung nicht übersetzter Dokumente und mit dem dritten die Berücksichtigung undatierter Dokumente.

Zum Klagegrund der Berücksichtigung nicht fristgerecht vorgelegter Beweise

30 Zur Stützung dieses Klagegrundes trägt die Klägerin vor, das HABM hätte die Beweise der Markeninhaberin, die nach Ablauf der Frist zur Erwiderung auf den Verfallsantrag eingereicht worden seien, nicht berücksichtigen dürfen. Erstens sei Regel 71 Abs. 2 der Durchführungsverordnung dahin auszulegen, dass die Gewährung der von einem Beteiligten beantragten Fristverlängerung die Zustimmung des anderen Beteiligten voraussetze. Das HABM habe die englische Sprachfassung dieser Regel fehlerhaft ausgelegt. Die Klägerin stützt sich auch auf die tschechische Sprachfassung dieser Bestimmung, deren Anwendung ihrer Ansicht nach logisch wäre. Diese Fassung stimme mit der englischen und der slowakischen Sprachfassung der Bestimmung überein.

31 Das HABM tritt diesem Vorbringen entgegen.

32 Zunächst ist auf den Wortlaut von Regel 40 Abs. 1 bis 5 der Durchführungsverordnung hinzuweisen:

„(1) Jeder angenommene Antrag auf Feststellung des Verfalls oder der Nichtigkeit wird dem Inhaber der Gemeinschaftsmarke mitgeteilt. Hat das [HABM] den Antrag als zulässig erklärt, fordert es den Inhaber der Gemeinschaftsmarke zur Stellungnahme innerhalb einer vom [HABM] gesetzten Frist auf.

(2) Gibt der Inhaber der Gemeinschaftsmarke keine Stellungnahme ab, so kann das [HABM] anhand der ihm vorliegenden Beweismittel über den Verfall oder die Nichtigkeit entscheiden.

(3) Das [HABM] teilt die Stellungnahme des Inhabers der Gemeinschaftsmarke dem Antragsteller mit und fordert ihn erforderlichenfalls auf, sich hierzu innerhalb einer vom [HABM] festgesetzten Frist zu äußern.

(4) Sofern Regel 69 nichts anderes bestimmt, werden alle von den Parteien vorgelegten Stellungnahmen der Gegenpartei übermittelt.

(5) Im Fall eines Antrags auf Verfallserklärung gemäß Artikel 50 Absatz 1 Buchstabe a der Verordnung [Nr. 40/94] setzt das [HABM] dem Inhaber der Gemeinschaftsmarke eine Frist, innerhalb der er den Nachweis der ernsthaften Benutzung der Marke zu führen hat. Wird der Nachweis nicht innerhalb der gesetzten Frist geführt, verfällt die Gemeinschaftsmarke. Regel 22 Absätze 2, 3 und 4 gilt entsprechend."

33 Regel 71 Abs. 1 der Durchführungsverordnung zur Dauer der Fristen lautet:

„Ist in der Verordnung [Nr. 40/94] oder in diesen Regeln eine Frist vorgesehen, die vom [HABM] festzulegen ist, so beträgt diese Frist, wenn der Beteiligte seinen Wohnsitz oder seinen Hauptgeschäftssitz oder eine Niederlassung in der Gemeinschaft hat, nicht weniger als einen Monat oder, wenn diese Bedingungen nicht vorliegen, nicht weniger als zwei Monate und nicht mehr als sechs Monate. Das [HABM] kann, wenn dies unter den gegebenen Umständen angezeigt ist, eine bestimmte Frist verlängern, wenn der Beteiligte dies beantragt und der betreffende Antrag vor Ablauf der ursprünglichen Frist gestellt wird."

34 In der englischen Sprachfassung bestimmt Regel 71 Abs. 2 der Durchführungsverordnung, dass „[das HABM bei] zwei oder mehreren Beteiligten … mit der Zustimmung der anderen Beteiligten die Frist verlängern [kann]". Die Klägerin trägt vor, dass die tschechische und die slowakische Sprachfassung dieser Bestimmung der englischen Fassung ähnelten und dass es u. a. unter Berücksichtigung ihres Sitzes logisch wäre, im vorliegenden Fall die tschechische Sprachfassung anzuwenden.

35 Es ist zutreffend, dass die englische Sprachfassung und einige andere Sprachfassungen der betreffenden Bestimmung von der deutschen, der spanischen, der französischen und der italienischen Sprachfassung abweichen, die mit der englischen Fassung die fünf Arbeitssprachen des HABM bilden. Regel 71 Abs. 2 der Durchführungsverordnung bestimmt in der deutschen, der spanischen, der französischen und der italienischen Sprachfassung, aber auch beispielsweise in der bulgarischen, der griechischen, der portugiesischen und der rumänischen Sprachfassung, dass „[das HABM bei] zwei oder mehreren Beteiligten … die Verlängerung einer Frist von der Zustimmung der anderen Beteiligten abhängig machen [kann]".

36 Das HABM hebt hervor, dass es in seinen amtlichen Veröffentlichungen und auf seiner Website eine Fußnote zur englischen Sprachfassung von Regel 71 Abs. 2 der Durchführungsverordnung eingefügt habe, um darauf hinzuweisen, dass diese Bestimmung wie folgt zu lesen sei: „… das [HABM] die Verlängerung einer Frist von der Zustimmung der anderen Beteiligten abhängig machen [kann]". Maßgeblich müsse die Bestimmung sein, wie sie aus der deutschen, der spanischen, der französischen und der italienischen Sprachfassung hervorgehe.

37 Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass nach ständiger Rechtsprechung die Notwendigkeit einheitlicher Anwendung und damit Auslegung einer Rechtsvorschrift der Europäischen Union ausschließt, sie in einer ihrer Fassungen isoliert zu betrachten, sondern im Gegenteil vielmehr gebietet, sie nach dem wirklichen Willen ihres Urhebers und dem von diesem verfolgten Zweck im Licht ihrer Fassung in

allen anderen Amtssprachen auszulegen (Urteile vom 3. Juni 2010, Internetportal und Marketing, C-569/08, Slg, EU:C:2010:311, Rn. 35, und vom 9. Juni 2011, Eleftheri tileorasi und Giannikos, C-52/10, Slg, EU:C:2011:374, Rn. 23).

38 Für die Zwecke ihrer Anwendung und Auslegung darf Regel 71 Abs. 2 der Durchführungsverordnung daher nicht in einer einzigen Sprachfassung betrachtet werden.

39 Sodann geht aus dem Wortlaut der Bestimmungen der Durchführungsverordnung nicht hervor, dass Regel 71 Abs. 2 anders als in Verbindung mit Regel 71 Abs. 1 anzuwenden und auszulegen wäre.

40 Zu Regel 71 Abs. 1 Satz 2 der Durchführungsverordnung wurde bereits entschieden, dass die Fristverlängerung nicht automatisch erfolgt und dass sie davon abhängt, dass die Umstände des jeweiligen Falles sie rechtfertigen und dass ein Antrag auf Verlängerung gestellt wird (Urteil vom 12. Dezember 2007, K & L Ruppert Stiftung/HABM – Lopes de Almeida Cunha u. a. [CORPO livre], T-86/05, Slg, EU:T:2007:379, Rn. 21). Wenn die Verlängerung von den sie rechtfertigenden Umständen des jeweiligen Falles und der Stellung eines Antrags auf Fristverlängerung abhängt, gilt dies erst recht im *Inter-partes*-Verfahren, in dem ein Vorteil, der dem einen Beteiligten gewährt wird, einen Nachteil für den anderen Beteiligten darstellt, so dass das HABM auf die Wahrung seiner Unparteilichkeit gegenüber den Beteiligten achten muss (vgl. zu einem Widerspruchsverfahren Urteil CORPO livre, EU:T:2007:379, Rn. 21).

41 Da es sich im vorliegenden Fall um ein *Inter-partes*-Verfahren handelt, muss die Fristverlängerung auch dann durch die Umstände gerechtfertigt sein, wenn die Markeninhaberin eine solche Verlängerung beantragt, um Beweise für die Benutzung der angegriffenen Marke einzureichen. Die Beteiligten haben im Übrigen anerkannt, dass Umstände im Sinne von Regel 71 Abs. 1 der Durchführungsverordnung die Fristverlängerungen auch dann rechtfertigen müssen, wenn sie im Rahmen von Regel 71 Abs. 2 beantragt werden.

42 Es ist Sache des Beteiligten, der die Verlängerung beantragt, die Umstände geltend zu machen, die die Verlängerung rechtfertigen können, da diese in seinem Interesse beantragt und möglicherweise gewährt wird. Liegen diese Umstände, wie hier, in der Sphäre des die Verlängerung beantragenden Beteiligten, ist dieser außerdem der Einzige, der das HABM sachdienlich darüber unterrichten kann (vgl. in diesem Sinne Urteil CORPO livre, oben in Rn. 40 angeführt, EU:T:2007:379, Rn. 22).

43 Auch wenn Regel 71 Abs. 2 der Durchführungsverordnung in Verbindung mit Regel 71 Abs. 1 auszulegen ist, ist davon auszugehen, dass Abs. 2 dem HABM bei zwei oder mehr Beteiligten gestattet, die Fristverlängerung von der Zustimmung der anderen Beteiligten abhängig zu machen, nicht aber davon, dass er – wie die Klägerin geltend macht – die Zustimmung der Beteiligten zur Voraussetzung für die Verlängerung macht.

44 Eine Auslegung wie die von der Klägerin vorgeschlagene würde dazu führen, dass die Entscheidung darüber, ob die beantragte Fristverlängerung gewährt wird, allein den Beteiligten, im vorliegenden Fall der Klägerin, überlassen wird, obwohl diese Entscheidung dem Ermessen des HABM und der ihm eingeräumten Möglichkeit unterliegt, im Rahmen seiner unparteiischen Rolle Fristen nach Regel 71 Abs. 1 der Durchführungsverordnung zu verlängern.

45 Die Zustimmung der Beteiligten zur alleinigen Voraussetzung für die Fristverlängerung zu machen, könnte schließlich, wie das HABM zu Recht hervorhebt, dazu führen, dass dem Beteiligten, der die Verlängerung beantragt, die Verteidigungsmöglichkeit genommen wird. Dies könnte auch einem ordnungsgemäßen Verwaltungsverfahren entgegenstehen und dem mit Regel 71 verfolgten Ziel zuwiderlaufen, das genau darin besteht, eine Fristverlängerung zu ermöglichen, wenn die Umstände dies rechtfertigen.

46 Die Beschwerdekammer hat somit fehlerfrei angenommen, dass Regel 71 Abs. 2 der Durchführungsverordnung dahin auszulegen ist, dass, wenn ein Beteiligter in einem *Inter-partes* -Verfahren eine Fristverlängerung beantragt, das HABM die Zustimmung des anderen Beteiligten einholen kann, ohne jedoch dazu verpflichtet zu sein, und dass diese Bestimmung in Verbindung mit Regel 71 Abs. 1 zu lesen ist, wonach das HABM die mit dem Antrag auf Fristverlängerung in Zusammenhang stehenden Umstände zu berücksichtigen hat, insbesondere, wenn es entscheidet, die Zustimmung des anderen Beteiligten nicht einzuholen.

47 Zweitens macht die Klägerin geltend, die Umstände, die nach Regel 71 Abs. 1 der Durchführungsverordnung eine Fristverlängerung zu rechtfertigen hätten, hätten im vorliegenden Fall nicht vorgelegen, weil zum einen die Markeninhaberin von Anfang an im Besitz des Dokuments gewesen sei, das die Benutzung der angegriffenen Marke durch einen Dritten bestätige.

48 Wird dieser Sachverhalt als zutreffend unterstellt, genügt allerdings ein Hinweis darauf, dass der bloße Lizenzvertrag nicht dazu geeignet ist, für sich genommen eine Benutzung der angegriffenen Marke zu belegen, und dass die Vorlage weiterer Unterlagen für einen solchen Nachweis nötig war, was somit die gewährten Fristverlängerungen rechtfertigen konnte.

49 Zum anderen trägt die Klägerin vor, dass die Markeninhaberin die Fristverlängerungen genutzt habe, um neue Beweise anzufertigen. Diesem Argument kann jedoch nicht gefolgt werden, da es auf keinerlei Beweise gestützt wird.

50 Angesichts der von der Klägerin zur Begründung ihrer Rüge vorgebrachten Argumente hat die Beschwerdekammer daher mit der Feststellung, dass die Umstände unter Berücksichtigung der vorzulegenden Unterlagen, des Verhaltens der Markeninhaberin und der von dieser vorgetragenen Gründe die Fristverlängerungen rechtfertigen konnten, keinen Fehler begangen.

51 Nach allem ist der erste Klagegrund als unbegründet zurückzuweisen.

Zum Klagegrund der Berücksichtigung nicht übersetzter Dokumente

52 Die Klägerin trägt vor, dass es sich bei dem Begriff „husky“ im Italienischen nach mehreren Wörterbüchern um einen Gattungsbegriff zur Bezeichnung von Jacken und sogar, genauer, einer gesteppten Winterjacke handele. Die Auszüge aus Websites, die sie vorgelegt habe, zeigten, dass mit dem Begriff „husky“ Jacken bezeichnet würden, und das vom HABM angeführte Online-Wörterbuch belege, dass der Schutz der angegriffenen Marke sich auf eine einzige Warenart beschränke, nämlich gesteppte Jacken. Die bloße Existenz der angegriffenen Marke könne nicht verhindern, dass der Begriff „husky“ zu einem Gattungsbegriff werden könne; eine solche Möglichkeit sei in Art. 51 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 genannt. Es wäre erforderlich gewesen, alle Dokumente in die englische Sprache zu übersetzen und die in Italienisch verfassten, nicht übersetzten Dokumente nicht zu akzeptieren.

53 Das HABM tritt diesem Vorbringen entgegen.

54 Zunächst ist zum Argument, wonach bestimmte Dokumente vor ihrer Übermittlung hätten übersetzt werden müssen, vorab festzustellen, dass es sich bei Regel 22 Abs. 6 der Durchführungsverordnung, auf die sich das HABM beruft, um darzutun, dass es mangels eines ausdrücklichen Antrags der Klägerin nicht verpflichtet gewesen sei, von der Markeninhaberin eine Übersetzung der Dokumente, die die ernsthafte Benutzung dieser Marke belegten, in die Verfahrenssprache anzufordern, um eine auf das Widerspruchsverfahren anwendbare Bestimmung handelt. Die auf das Verfallsverfahren anwendbare Regel 40 Abs. 5 der Durchführungsverordnung sieht nicht ausdrücklich vor, dass Regel 22 Abs. 6 der Durchführungsverordnung entsprechend für dieses Verfahren gilt.

55 Allerdings vervollständigt und präzisiert Regel 22 Abs. 6 der Durchführungsverordnung die Bestimmungen der Regel 22 Abs. 2 bis 4 dieser Verordnung, die nach Regel 40 Abs. 5 der Verordnung entsprechend für das Verfallsverfahren gelten. Regel 22 Abs. 6 der Durchführungsverordnung ist daher auf ein auf Art. 51 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung Nr. 207/2009 gestütztes Verfallsverfahren anwendbar, was von den Beteiligten auch nicht bestritten wird.

56 Aus Regel 22 Abs. 6 der Durchführungsverordnung geht hervor, dass das HABM die Möglichkeit hat, von dem Beteiligten, der Dokumente nicht in der Verfahrenssprache vorgelegt hat, die Übersetzung dieser Dokumente anzufordern (Urteil vom 27. September 2012, El Corte Inglés/HABM – Pucci International [Emidio Tucci], T-373/09, EU:T:2012:500, Rn. 24).

57 Das HABM hat durch die Nichtanforderung einer englischen Übersetzung der in Italienisch vorgelegten Dokumente aber keinen Fehler begangen. Zum einen hat die Klägerin nicht bestritten, dass sie im Verfallsverfahren keine Vorlage einer Übersetzung dieser Dokumente durch die Markeninhaberin verlangt hat. Zum anderen konzentriert sich die Argumentation der Klägerin auf Auszüge aus Online-Wörterbüchern, die Übersetzungen von Wörtern aus dem Englischen ins Italienische oder vom Italienischen ins Englische anzeigen, was jeden Antrag auf Übersetzung unnötig macht.

58 Zu dem sich auf Art. 51 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 beziehenden Argument, wonach die vorgelegten Dokumente zeigten, dass es sich bei dem Begriff „husky“ um einen Gattungsbegriff handele, der im Italienischen benutzt werde, um „Jacken“ zu bezeichnen, ist darauf hinzuweisen, dass die Klägerin in der mündlichen Verhandlung eingeräumt hat, dass ihr Verfallsantrag ausschließlich auf Art. 51 Abs. 1 Buchst. a dieser Verordnung gestützt war, und dass sie im Rahmen dieses Antrags nicht geltend gemacht hatte, der Begriff „husky“ sei ein Gattungsbegriff.

59 Nach alledem ist der zweite Klagegrund als unbegründet zurückzuweisen.

Zum Klagegrund der Berücksichtigung undatierter Dokumente

60 Nach Auffassung der Klägerin müssen alle Dokumente datiert sein und in den maßgeblichen Zeitraum vom 11. März 2004 bis 10. März 2009 fallen. Zu den von der Markeninhaberin vorgelegten Fotografien von Waren trägt die Klägerin vor, dass das HABM einen Fehler begangen habe, indem es sich zur Bestimmung des Warensortiments, für das die angegriffene Marke benutzt worden sei, auf Dokumente gestützt habe, die nicht datiert gewesen seien oder keinerlei Anhaltspunkte enthalten hätten, die eine Datierung ermöglicht hätten. Das Urteil Il Ponte Finanziaria/HABM, oben in Rn. 24 angeführt (EU:C:2007:514), sei hier einschlägig, da es sich auf die Frage beziehe, ob die Benutzung einer in einer geringfügig abweichenden Form eingetragenen Marke auf die ihr ähnliche streitige Marke ausgedehnt werden könne. Somit hätte die Beschwerdekammer diejenigen Beweise außer Betracht lassen müssen, die zeigten, dass das Zeichen HUSKY in einer Form benutzt worden sei, die von der durch die angegriffene Marke geschützten Form abweiche. Das HABM habe einen Fehler begangen, indem es angenommen habe, dass das verwendete Logo von einem angemessen aufmerksamen Verbraucher als Abkürzung des Begriffs „husky“ und das Bildelement des Hundes als Darstellung dieses Begriffs wahrgenommen werde. Diese Argumentation sei für die Anwendung von Art. 15 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung Nr. 207/2009 nicht relevant. Schließlich lasse sich anhand der von der Markeninhaberin vorgelegten Rechnungen nicht feststellen, welche Marke oder welches nicht eingetragene Zeichen der Inhaberin auf den von den Rechnungen erfassten Waren benutzt worden sei.

61 Das HABM tritt diesem Vorbringen entgegen.

62 Zunächst ist zum Argument, die undatierten Dokumente hätten nicht berücksichtigt werden dürfen und könnten die Benutzung der angegriffenen Marke im maßgeblichen Zeitraum nicht belegen, festzustellen, dass sich nach Regel 22 Abs. 3 der Durchführungsverordnung, der nach Regel 40 Abs. 5 dieser Verordnung entsprechend für das Verfallsverfahren gilt, der Nachweis der ernsthaften Benutzung einer Marke auf Ort, Zeit, Umfang und Art der Benutzung der Marke als kumulative Anforderungen zu beziehen hat (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 8. Juli 2004, Sunrider/HABM – Espadafor Caba [VITAFRUIT], T-203/02, Slg, EU:T:2004:225, Rn. 37, und vom 27. September 2007, La Mer Technology/HABM – Laboratoires Goëmar [LA MER], T-418/03, EU:T:2007:299, Rn. 52).

63 Die Frage, ob die Benutzung der Marke ernsthaft ist, ist anhand sämtlicher Umstände zu prüfen, die belegen können, dass die Marke tatsächlich geschäftlich verwertet wird; dazu gehören insbesondere Verwendungen, die im betreffenden Wirtschaftszweig als gerechtfertigt angesehen werden, um Marktanteile für die durch die Marke geschützten Waren oder Dienstleistungen zu behalten oder zu gewinnen, die Art dieser Waren oder Dienstleistungen, die Merkmale des Marktes sowie der Umfang und die Häufigkeit der Benutzung der Marke (vgl. Urteil LA MER, oben in Rn. 62 angeführt, EU:T:2007:299, Rn. 55 und die dort angeführte Rechtsprechung).

64 Bei der Prüfung der Ernsthaftigkeit der Benutzung einer älteren Marke im konkreten Fall ist eine umfassende Beurteilung unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände des Einzelfalls vorzunehmen. Diese Beurteilung impliziert eine gewisse Wechselbeziehung zwischen den berücksichtigten Faktoren (Urteil VITAFRUIT, oben in Rn. 62 angeführt, EU:T:2004:225, Rn. 42).

65 Regel 22 der Verordnung Nr. 2868/95 erwähnt zwar Angaben über Ort, Zeit, Umfang und Art der Benutzung und gibt Beispiele für zulässige Beweismittel, wie Verpackungen, Etikette, Preislisten, Kataloge, Rechnungen, Fotografien, Zeitungsanzeigen und schriftliche Erklärungen, bestimmt aber keineswegs, dass jedes Beweismittel notwendigerweise Angaben über jeden der vier Aspekte, auf die sich der Nachweis der ernsthaften Benutzung beziehen muss, nämlich Ort, Zeit, Art und Umfang der Benutzung, enthalten müsste (Urteile vom 16. November 2011, Buffalo Milke Automotive Polishing Products/HABM – Werner & Mertz [BUFFALO MILKE Automotive Polishing Products], T-308/06, Slg, EU:T:2011:675, Rn. 61, und vom 24. Mai 2012, TMS Trademark-Schutzrechtsverwertungsgesellschaft/HABM – Comercial Jacinto Parera [MAD], T-152/11, EU:T:2012:263, Rn. 33).

66 Im Übrigen ist nach ständiger Rechtsprechung nicht auszuschließen, dass ein Bündel von Beweismitteln die nachzuweisenden Tatsachen zu belegen vermag, obwohl jedes einzelne dieser Beweismittel für sich genommen nicht geeignet wäre, den Nachweis zu erbringen, dass diese Tatsachen zutreffen (Urteil vom 17. April 2008, Ferrero Deutschland/HABM, C-108/07 P, EU:C:2008:234, Rn. 36, und Urteil MAD, oben in Rn. 65 angeführt, EU:T:2012:263, Rn. 34).

67 Es ist daran zu erinnern, dass es für den Nachweis einer ernsthaften Benutzung der angegriffenen Marke auf die Berücksichtigung aller der Beschwerdekammer zur Beurteilung unterbreiteten Gesichtspunkte ankommt.

68 Dem Argument, mit dem die Klägerin lediglich vorträgt, dass die undatierten Dokumente keine Benutzung der angegriffenen Marke im maßgeblichen Zeitraum belegen könnten, kann daher nicht gefolgt werden, zumal die von der Klägerin vor der Beschwerdekammer als Beispiele für undatierte Dokumente angeführten Fotografien von Waren, wie sich aus der angefochtenen Entscheidung ergibt, zum Ziel haben können, zu zeigen, wie die angegriffene Marke auf den Kleidungsstücken und dem Warensortiment, für das sie benutzt wird, erscheint, was keine Datierung erfordert. Die Beschwerdekammer durfte unter diesen Bedingungen davon ausgehen, dass die fehlende Datierung der als Beweis vorgelegten Fotografien nicht relevant war.

69 Ebenso kann dem Argument der Klägerin, dass die von der Markeninhaberin vorgelegten Rechnungen außer Acht zu lassen seien, weil ihnen nicht zu entnehmen sei, ob sie sich auf die angegriffene Marke oder ein ganz anderes Zeichen bzw. eine ganz andere Marke bezögen, nicht gefolgt werden. Dass in diesen Rechnungen nicht angegeben ist, ob sie sich auf die von der angegriffenen Marke erfassten Waren beziehen, kann nicht zu der Annahme führen, dass sie sich *ipso facto* auf andere Marken beziehen. Im Rahmen der Untersuchung des Bündels von Beweismitteln kann der Beweiswert dieser Rechnungen allenfalls relativiert, aber nicht verneint werden.

70 Des Weiteren ist zum Argument, wonach die Beschwerdekammer das Urteil Il Ponte Finanziaria/HABM, oben in Rn. 24 angeführt (EU:C:2007:514), als im vorliegenden Fall einschlägig hätte ansehen müssen, erstens festzustellen, dass der Rechtssache, in der dieses Urteil ergangen ist, ein anderer Sachverhalt als der vorliegenden Rechtssache zugrunde lag. Aus Rn. 85 dieses Urteils geht nämlich hervor, dass die Benutzung der ersten Marke nicht nachgewiesen wurde und daher nicht als Beweis für die ernsthafte Benutzung der zweiten Marke dienen konnte. Anders als in dieser Rechtssache wurde im vorliegenden Fall die Benutzung der Bildmarke, die aus dem in leicht stilisierten Buchstaben geschriebenen Wort „husky“ und dem beigefügten Symbol ® besteht, das zum Nachweis der Benutzung der Wortmarke HUSKY angeführt wurde, nicht bestritten.

71 Zweitens wurde im Urteil Il Ponte Finanziaria/HABM, oben in Rn. 24 angeführt (EU:C:2007:514, Rn. 86), entschieden, dass es möglich ist, eine eingetragene Marke als benutzt anzusehen, sofern der Beweis erbracht wird, dass die Marke in einer Form benutzt wurde, die von der Form, in der sie eingetragen wurde, geringfügig abweicht. Die Tatsache, dass in demselben Urteil klargestellt wurde, dass es jedoch nicht erlaubt ist, den einer eingetragenen Marke zukommenden Schutz mittels des Nachweises der Benutzung auf eine andere eingetragene Marke, deren Benutzung nicht nachgewiesen ist, mit der Begründung auszuweiten, dass die letztgenannte Marke nur eine leichte Abwandlung der erstgenannten darstelle, ist für die vorliegende Rechtssache ohne Bedeutung. Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat nämlich den Schutz der Rechte an dieser Marke nicht allein unter Berufung auf die Eintragung einer anderen Marke beansprucht.

72 Drittens kann sich der Inhaber einer Marke zum Nachweis für deren Benutzung darauf berufen, dass sie in einer von ihrer Eintragung abweichenden Form benutzt wird, ohne dass die Unterschiede zwischen diesen beiden Formen die Unterscheidungskraft der Marke beeinflussen, und zwar ungeachtet dessen, dass die abweichende Form ihrerseits als Marke eingetragen ist (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 25. Oktober 2012, Rintisch, C-553/11, Slg, EU:C:2012:671, Rn. 30). Im vorliegenden Fall hat die Klägerin keinerlei Veränderung der Unterscheidungskraft der angegriffenen Marke geltend gemacht. Deren Inhaberin konnte sich daher wirksam auf ihre Benutzung in einer Form berufen, die von der Form abweicht, in der sie eingetragen ist.

73 Schließlich wird nicht bestritten, dass die Wortmarke HUSKY grundsätzlich in schwarzen Großbuchstaben verwendet wurde. Die Tatsache, dass die Beschwerdekammer für den Nachweis der Benutzung eine andere Marke oder Zeichen wie ein den Buchstaben „h“ darstellendes Logo oder ein Bildelement mit der Darstellung eines Huskys berücksichtigt hat, ist daher nicht ausschlaggebend, so dass das Argument, mit dem die Klägerin die Berücksichtigung beanstandet, nicht durchgreift. Im Übrigen bestreitet die Klägerin weder, dass sich die Unterschiede zwischen der angegriffenen Marke und der anderen Marke auf eine leichte Stilisierung der Buchstaben beschränkten und dass die Buchstaben sehr eng beieinander standen, noch, dass die angegriffene Marke einerseits und die Zeichen, die in dem Logo mit der Darstellung des Buchstabens „h“ oder dem Bildelement des Huskys bestehen, andererseits systematisch getrennt auf den Waren angebracht waren.

74 Nach alledem ist der dritte Klagegrund unbegründet.

75 Die Klage ist folglich abzuweisen.

Kosten

76 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 gemäß dem Antrag des HABM dessen Kosten aufzuerlegen.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Erste Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. Die Klage wird abgewiesen.

2. Die Husky CZ s.r.o. trägt die Kosten.

Kanninen Pelikánová Buttigieg

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 13. Februar 2015.

Unterschriften