Sammlung der Rechtsprechung

URTEIL DES GERICHTS (Zweite Kammer)

24. September 2019*

[Berichtigt durch Beschluss vom 30. Januar 2020]

„Unionsmarke – Nichtigkeitsverfahren – Unionswortmarke Crédit Mutuel – Absolute Eintragungshindernisse – Beschreibender Charakter – Fehlende Unterscheidungskraft – Durch Benutzung erworbene Unterscheidungskraft – Anschlussklage – Art. 7 Abs. 1 Buchst. b und c sowie Abs. 3 der Verordnung (EU) 2017/1001 – Art. 59 Abs. 1 Buchst. a und Abs. 2 der Verordnung 2017/1001“

In der Rechtssache T-13/18,

Crédit Mutuel Arkéa mit Sitz in Relecq Kerhuon (Frankreich), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte A. Casalonga, F. Codevelle und C. Bercial Arias,

Kläger,

gegen

Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO), vertreten durch D. Hanf als Bevollmächtigten,

Beklagter,

andere Beteiligte im Verfahren vor der Beschwerdekammer des EUIPO und Streithelferin vor dem Gericht:

Confédération nationale du Crédit mutuel mit Sitz in Paris (Frankreich), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte B. Moreau-Margotin und M. Merli,

betreffend eine Klage gegen die Entscheidung der Fünften Beschwerdekammer des EUIPO vom 8. November 2017 (Sache R 1724/2016-5) zu einem Nichtigkeitsverfahren zwischen Crédit Mutuel Arkéa und der Confédération nationale du Crédit mutuel

erlässt

DAS GERICHT (Zweite Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten M. Prek sowie der Richter E. Buttigieg (Berichterstatter) und B. Berke,

Kanzler: J. Palacio González, Hauptverwaltungsrat,

* Verfahrenssprache: Französisch.

aufgrund der am 15. Januar 2018 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 29. März 2018 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung des EUIPO,

aufgrund der am 29. März 2018 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung der Streithelferin,

aufgrund der am 29. März 2018 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Anschlussklage der Streithelferin,

aufgrund der am 2. August 2018 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Antwort des Klägers auf die Anschlussklage,

aufgrund der am 29. Mai 2018 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Antwort des EUIPO auf die Anschlussklage,

aufgrund der schriftlichen Fragen des Gerichts an die Parteien und der am 1. und am 4. Februar 2019 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Antworten auf diese Fragen,

auf die mündliche Verhandlung vom 26. Februar 2019

folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

1 Der Kläger, der Crédit Mutuel Arkéa, ist eine genossenschaftliche und auf Gegenseitigkeit organisierte Bank.

2 Er gehört zur Crédit-Mutuel-Gruppe, einem auf Gegenseitigkeit und auf drei territorialen Ebenen (örtlich, regional und national) organisierten Gefüge von Banken (im Folgenden: Crédit-Mutuel-Gruppe). Jede Ortskasse des Crédit Mutuel muss sich einem regionalen Verband anschließen; alle Verbände wiederum müssen sich der Streithelferin, der Confédération nationale du Crédit mutuel (im Folgenden: CNCM), der Zentralorganisation des Netzes im Sinne der Art. L. 512-55 und L. 512-56 des Code monétaire et financier (französisches Währungs- und Finanzgesetzbuch, im Folgenden: CMF), anschließen. Die zur Crédit-Mutuel-Gruppe gehörenden Banken sind im Wesentlichen um zwei selbständige und konkurrierende Gruppen herum strukturiert, nämlich den Crédit Mutuel Arkéa und den CM11-CIC.

3 Am 5. Mai 2011 meldete die Streithelferin nach der Verordnung (EG) Nr. 207/2009 des Rates vom 26. Februar 2009 über die Unionsmarke (ABl. 2009, L 78, S. 1) in geänderter Fassung (ersetzt durch die Verordnung [EU] 2017/1001 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. Juni 2017 über die Unionsmarke [ABl. 2017, L 154, S. 1]) beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) eine Unionsmarke an.

4 Bei der angemeldeten Marke handelt es sich um das Wortzeichen Crédit Mutuel.

5 Die Waren und Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wurde, gehören u. a. zu den Klassen 9, 16, 35, 36, 38, 42 und 45 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.

6 Am 20. Oktober 2011 wurde das Zeichen Crédit Mutuel unter der Nr. 9943135 u. a. für die oben in Rn. 5 genannten Waren und Dienstleistungen als Unionsindividualmarke eingetragen.

7 Am 26. Februar 2015 stellte die Klägerin einen insbesondere auf Art. 52 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung Nr. 207/2009 [jetzt Art. 59 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung 2017/1001] gestützten Antrag auf Nichtigerklärung der streitigen Marke in Bezug auf alle Waren und Dienstleistungen, für die sie eingetragen worden war. Zur Begründung führte sie an, dass diese unter Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b und c der Verordnung Nr. 207/2009 (jetzt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b und c der Verordnung 2017/1001) eingetragen worden sei.

8 Mit Entscheidung vom 11. August 2016 wies die Nichtigkeitsabteilung diesen Antrag in vollem Umfang zurück. Dies begründete sie damit, dass die streitige Marke zwar für einen Teil der erfassten Waren und Dienstleistungen beschreibend sei, insoweit aber Unterscheidungskraft durch Benutzung erworben habe, und für die anderen, nicht bankenbezogenen Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend sei.

9 Am 20. September 2016 legte der Kläger beim EUIPO nach den Art. 58 bis 64 der Verordnung Nr. 207/2009 (jetzt Art. 66 bis 71 der Verordnung 2017/1001) Beschwerde gegen die Entscheidung der Nichtigkeitsabteilung ein, soweit diese zum einen davon ausgegangen sei, dass die streitige Marke für bestimmte Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend sei, und zum anderen zu dem Ergebnis gekommen sei, dass die streitige Marke für diejenigen Waren und Dienstleistungen, für die sie als beschreibend angesehen worden sei, Unterscheidungskraft durch Benutzung erworben habe.

10 In ihrer Stellungnahme vom 16. Februar 2017 beantragte die Streithelferin bei der Beschwerdekammer, die Beschwerde zurückzuweisen und die Entscheidung der Nichtigkeitsabteilung insoweit aufzuheben, als diese davon ausgegangen sei, die streitige Marke sei für bestimmte Waren und Dienstleistungen beschreibend.

11 Mit Entscheidung vom 8. November 2017 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) wies die Fünfte Beschwerdekammer des EUIPO die Beschwerde zurück.

12 Erstens war sie, ebenso wie die Nichtigkeitsabteilung, der Auffassung, dass sich die maßgeblichen Verkehrskreise zum einen aus der normal aufmerksamen und verständigen breiten Öffentlichkeit und zum anderen, zumindest im Hinblick auf die technischen und spezialisierten Waren und Dienstleistungen, aus Fachleuten zusammensetzten. Hinsichtlich bestimmter Dienstleistungen, wie etwa Finanz- oder Immobiliendienstleistungen, die erhebliche finanzielle Konsequenzen für ihre Nutzer haben könnten, sei davon auszugehen, dass der Aufmerksamkeitsgrad der zur breiten Öffentlichkeit zählenden Verbraucher erhöht sei. Da sich die streitige Marke aus französischen Begriffen zusammensetze, sei auf den französischsprachigen Verbraucher als maßgeblichen Verbraucher abzustellen.

13 Zweitens vertrat die Beschwerdekammer die Auffassung, dass der Ausdruck „crédit mutuel“ auf eine Art von Banktätigkeiten hinweise, die von auf Gegenseitigkeit organisierten Banken erbracht würden, deren Tätigkeiten „mit denen der sogenannten ‚klassischen‘ Banken übereinstimmen, auch wenn sie nicht denselben Zweck, nämlich die Erzielung finanzieller Gewinne, verfolgen“. Da die streitige Marke darauf hindeute, dass die von ihr erfassten Waren und Dienstleistungen im Rahmen von Banktätigkeiten eingesetzt würden, sei sie beschreibend hinsichtlich ihrer Art, ihres Gegenstands oder ihrer Bestimmung.

14 Drittens führte sie demzufolge – mit einer globalen Begründung nach Gruppen von Waren und Dienstleistungen – aus, dass die streitige Marke für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen (im Folgenden: Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie) beschreibend und nicht unterscheidungskräftig sei, da diese durch einen hinreichend direkten und engen Bezug zum Bankwesen gekennzeichnet seien:

– Klasse 9: „Per Bankkarten betätigte Automaten, Geldautomaten; Bankkarten; Chipkarten, insbesondere Speicher- oder Mikroprozessor- oder Magnet- oder Chipkarten, die mit Guthabeneinheiten ausgestattet sind“;

– Klasse 35: „Beratung, Informationen oder geschäftliche Auskünfte; Hilfe bei der Geschäftsführung für Industrie- oder Handelsbetriebe, für freie Berufe, Handwerker, Gebietskörperschaften und Privatpersonen; Unternehmensberatung; Wirtschaftsanalysen, -schätzungen, -informationen und -prognosen; Wirtschaftliche, statistische und geschäftliche Auskünfte über Finanz-, Geld- und Börsenmärkte, insbesondere mit Zugang über Telematik, Computernetze, Internet, Intranet und Extranet; Vermittlung von Abonnements für eine gesicherte Internetseite für den Zugang zu Bank-, Finanz- und persönlichen Informationen; Verwaltung von Dateien und Datenbanken und elektronischen Branchenverzeichnissen im Bank-, Finanz-, Geld- und Börsenbereich; Administrative Verwaltung von Finanzprodukten, von Wertpapieren an der Börse, administrative Wertpapierverwaltung im Auftrag Dritter; Buch- und Rechnungsauszugsprüfung“;

– Klasse 36: „Finanzwesen; Geldgeschäfte; Bankgeschäfte; Immobilienwesen; Online-Banking; Bankkontenverwaltung; Vermögensverwaltung; Kredit- und Debitkarten; Börsenmaklerleistungen; Finanzielle Bewertungen (Bankgeschäfte), Steuerschätzungen und -gutachten; Inkassogeschäfte; Factoring; Ausgabe von Reiseschecks und Kreditbriefen; Finanz-, Bank-, Geld- und Börsendienste mit Zugang über Telefonnetze und über computergestützte Kommunikationsnetze; Entgegennahme, Ausführung und Übermittlung von Aufträgen für Rechnung Dritter (Emittenten und Anleger) mit einem oder mehreren Finanzinstrumenten; Finanzielle Verwaltung von Anlagewerten; Finanzielle Analyse von Zins-, Währungs- und Aktienmärkten; Auskünfte und Beratung in Bank- und Finanzangelegenheiten; Information und Beratung zu Investment- und Anlagegeschäften; Investment- und Anlagegeschäfte; Geldwechselgeschäfte, Depotverwahrung von Werten, Verwahrung von Wertsachen in Safes; Vermögensverwaltung; Darlehen; Leasing; Sparkassengeschäfte; Geschäfte und Transaktionen auf den Finanzmärkten; Kapitaltransfer; Leistungen des gesicherten Zahlungsverkehrs; Emission und Verwaltung von Aktien, Obligationen und gemeinsamen Anlagen in Wertpapieren (OGAW); Bank-, Finanz- und Geldinformationen mit Zugang insbesondere über Telefon, Telematik, Computernetze, Internet, Intranet und Extranet“.

15 Ebenso wie die Nichtigkeitsabteilung war sie jedoch der Auffassung, dass die Streithelferin gemäß Art. 7 Abs. 3 der Verordnung 2017/1001 nachgewiesen habe, dass die streitige Marke für die Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangt habe.

16 Viertens ging sie davon aus, dass die streitige Marke für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen (im Folgenden: Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie) nicht beschreibend und unterscheidungskräftig sei, da diese keinen hinreichend spezifischen, direkten, engen oder eindeutigen Bezug zum Bankwesen hätten:

– Klasse 9: „Münz- und markenbetätigte Automaten; Magnetische, optische und digitale Aufzeichnungsträger, CD-ROMs, Videoplatten; Software, insbesondere Datenverarbeitungssoftware, Online-Mitteilungsblätter“;

– Klasse 16: „Druckereierzeugnisse; Bücher; Zeitschriften; Magazine; Zeitungen; Faltblätter aus Papier, Prospekte aus Papier, Poster, Kalender, Aufkleber, Werbedrucke, Formulare; Informationshefte und Druckschriften in Bezug auf Abonnements“;

– Klasse 36: „Versicherungswesen; Immobilienwesen; Finanzielle Vorsorge; Vermittlung von Versicherungen; Finanzielle Bewertungen (Versicherungswesen, Bankgeschäfte); Verwaltung beweglichen oder unbeweglichen Vermögens; Finanzielles Sponsoring“;

– Klasse 38: „Übertragung und Verbreitung von Daten; Übertragung von Informationen über Datenbanken und Datenbank- oder Telematikserver; Übertragung von Informationen an computer- oder telematikgestützte Datenbanken und Datenbankserver per Zugangscode“;

– Klasse 42: „Zugangsgeschütztes Herunterladen von Daten“;

– Klasse 45: „Juristische Dienstleistungen; Dienstleistungen in Prozessangelegenheiten; Sicherheitsdienstleistungen zum Schutz von Sachwerten oder Personen“.

Verfahren und Anträge der Parteien

17 Mit Klageschrift, die am 15. Januar 2018 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangen ist, hat der Kläger die vorliegende Klage erhoben.

18 Der Kläger beantragt im Wesentlichen,

– die angefochtene Entscheidung teilweise aufzuheben;

– die Anschlussklage abzuweisen;

– dem EUIPO und der Streithelferin die Kosten aufzuerlegen.

19 Das EUIPO beantragt,

– die Klage abzuweisen;

– die Anschlussklage abzuweisen;

– dem Kläger und der Streithelferin die Kosten aufzuerlegen.

20 Die Streithelferin beantragt,

– die Klage abzuweisen;

– der Anschlussklage stattzugeben und festzustellen, dass die streitige Marke nicht beschreibend und daher gültig ist;

– dem Kläger die Kosten aufzuerlegen.

Rechtliche Würdigung

Zur Zulässigkeit

Zum Gegenstand der Klage

21 In Beantwortung einer schriftlichen Frage des Gerichts und im Hinblick auf das Vorbringen des EUIPO, die Klage sei unzulässig, soweit sie die Waren „Poster, Kalender, Aufkleber“ der Klasse 16 betreffe, hat der Kläger darauf hingewiesen, dass sich seine Klage nicht auf diese Waren beziehe. Davon ist im Folgenden auszugehen.

22 Darüber hinaus hat der Kläger in der Klageschrift hinsichtlich der „Bankgeschäfte“ der Klasse 36 geltend gemacht, dass die streitige Marke für diese Dienstleistungen für nichtig zu erklären sei, da der Begriff „crédit mutuel“ die Gattungsbezeichnung, in Frankreich jedoch auch die gesetzliche Bezeichnung einer Art von Bankdienstleistungen darstelle. Die streitige Marke besitze daher keine Unterscheidungskraft und sei für diese „Bankgeschäfte“ zumindest beschreibend.

23 Das EUIPO beruft sich auf die Unzulässigkeit einer solchen Rüge, da der Kläger in Anbetracht der oben in Rn. 14 wiedergegebenen Schlussfolgerung der Beschwerdekammer ein Feststellungsurteil des Gerichts erwirken wolle.

24 [Berichtigt durch Beschluss vom 30. Januar 2020] In Beantwortung einer schriftlichen Frage des Gerichts teilte der Kläger mit, dass er im Rahmen der vorliegenden Klage nicht die Schlussfolgerung der Beschwerdekammer zum beschreibenden Charakter der streitigen Marke für die Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie, zu der die „Bankgeschäfte“ der Klasse 36 gehörten, sondern nur die Schlussfolgerung in Frage stelle, dass die Marke für diese Waren und Dienstleistungen Unterscheidungskraft durch Benutzung erworben habe. Davon ist im Folgenden auszugehen.

Zum Gegenstand der Anschlussklage

25 Das EUIPO weist darauf hin, dass die Streithelferin mit ihrer Anschlussklage beantrage, festzustellen, dass die streitige Marke für die Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie nicht beschreibend und daher gültig sei. Ein solcher Antrag, mit dem die Streithelferin ein Feststellungsurteil des Gerichts erwirken wolle, müsste als unzulässig zurückgewiesen werden.

26 Die Anschlussklage wäre nur dann zulässig, wenn das Gericht bereit wäre, den Antrag der Streithelferin dahin auszulegen, dass er in Wirklichkeit auf die Abänderung der angefochtenen Entscheidung gerichtet sei, um eine Zurückweisung des auf Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung 2017/1001 gestützten Antrags auf Nichtigerklärung auch hinsichtlich der Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie zu erreichen, für die die Beschwerdekammer den beschreibenden Charakter der streitigen Marke bejaht habe.

27 In ihrem Schreiben vom 4. September 2018, in dem sie eine mündliche Verhandlung beantragt hat, hat die Streithelferin ausgeführt, ihre Klage sei auf die Abänderung der angefochtenen Entscheidung gerichtet, soweit diese auf fehlerhaften Erwägungen hinsichtlich des der streitigen Marke inhärenten beschreibenden Charakters beruhe.

28 In der mündlichen Verhandlung haben der Kläger und das EUIPO auf eine Frage des Gerichts mitgeteilt, dass sie keine Einwände gegen die Auslegung der Anschlussklage dahin, dass sie auf die Abänderung der angefochtenen Entscheidung gerichtet ist, erheben, was im Sitzungsprotokoll vermerkt worden ist.

29 Es ist festzustellen, dass die Streithelferin mit einem solchen Antrag zwangsläufig nicht nur die Abänderung der angefochtenen Entscheidung, sondern auch deren Aufhebung begehrt (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 27. Februar 2014, Advance Magazine Publishers/HABM – Nanso Group [TEEN VOGUE], T-509/12, EU:T:2014:89, Rn. 16 und die dort angeführte Rechtsprechung), was sich im Übrigen aus dem Vorbringen zu dem einzigen Anschlussklagegrund, mit dem ein Verstoß gegen Art. 59 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung 2017/1001 in Verbindung mit deren Art. 7 Abs. 1 Buchst. c gerügt wird, ableiten lässt.

Zur Zulässigkeit bestimmter Anlagen zur Klageschrift

30 In der mündlichen Verhandlung hat das EUIPO seine Einwände gegen die Zulässigkeit der Anlagen A.47 und A.49 zur Klageschrift zurückgenommen, was im Sitzungsprotokoll vermerkt worden ist.

Zur Begründetheit

31 Der Kläger stützt seine Klage auf drei Gründe. Mit dem ersten Klagegrund macht er im Wesentlichen einen Verstoß gegen Art. 59 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung 2017/1001 in Verbindung mit Art. 7 Abs. 1 Buchst. c dieser Verordnung geltend. Mit dem zweiten und dem dritten Klagegrund rügt er im Wesentlichen einen Verstoß gegen Art. 59 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 in Verbindung mit deren Art. 7 Abs. 3.

32 Im Rahmen der gemäß Art. 182 der Verfahrensordnung des Gerichts erhobenen Anschlussklage macht die Streithelferin einen einzigen Klagegrund geltend, mit dem sie im Wesentlichen einen Verstoß gegen Art. 59 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 in Verbindung mit deren Art. 7 Abs. 1 Buchst. c rügt.

33 Da die Streithelferin mit dem einzigen Anschlussklagegrund die Feststellung der Beschwerdekammer in Frage stellt, wonach die streitige Marke für die Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie beschreibend und daher nicht unterscheidungskräftig sei, ist der Anschlussklagegrund als Erstes zu prüfen. Sodann ist als Zweites der erste, auf Art. 59 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 in Verbindung mit deren Art. 7 Abs. 1 Buchst. c gestützte Klagegrund und als Drittes der zweite und der dritte Klagegrund zusammen zu prüfen, da mit diesen im Wesentlichen ein Verstoß gegen Art. 59 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 in Verbindung mit deren Art. 7 Abs. 3 gerügt wird.

Zum einzigen Anschlussklagegrund, mit dem im Wesentlichen ein Verstoß gegen Art. 59 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 in Verbindung mit deren Art. 7 Abs. 1 Buchst. c gerügt wird

34 Die Streithelferin macht im Wesentlichen geltend, dass die streitige Marke in Bezug auf die Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie nicht beschreibend und daher unterscheidungskräftig sei.

35 Erstens bestreitet sie die von der Beschwerdekammer angenommene Bedeutung des Ausdrucks „crédit mutuel“ für die maßgeblichen Verkehrskreise.

36 Insoweit trägt sie zunächst vor, dass der Ausdruck „crédit mutuel“ im französischsprachigen Wörterbuch *Larousse* nicht definiert sei, der betreffende Eintrag in diesem Wörterbuch aber auf die Organisation des Crédit-Mutuel-Netzes verweise, dessen Zentralorganisation sie selbst sei.

37 Bei diesem Begriff handele es nicht um die Gattungsbezeichnung einer bankenbezogenen Ware oder einer Dienstleistung, da er keine besondere Art von Bankdienstleistung bezeichne, sondern von den maßgeblichen Verkehrskreisen als unterscheidungskräftiges Zeichen wahrgenommen werde, das es ermögliche, damit versehene Waren und Dienstleistungen als von der CNCM oder dem Crédit-Mutuel-Netz stammend zu kennzeichnen.

38 Zweitens verleihe der Umstand, dass dieser Begriff im CMF erwähnt werde, dem Begriff noch keinen Gattungscharakter zur allgemeinen Bezeichnung von auf Gegenseitigkeit organisierten Banken oder eines ihrer Bankengeschäfte, da die Bestimmungen des CMF zum einen zeigten, dass der Ausdruck „crédit mutuel“ nicht klar definiert sei und nur als Bezugnahme auf die CNCM und das Netz der auf Gegenseitigkeit organisierten Kassen verwendet werde, und zum anderen, dass dieser Ausdruck der CNCM und ihren Mitgliedern vorbehalten sei.

39 Drittens stellt die Streithelferin fest, dass die historischen Theorien zum Genossenschaftswesen keinen Einfluss auf die Wahrnehmung der streitigen Marke durch die maßgeblichen Verkehrskreise hätten und dass die Verbindung, die bei den von der Anschlussklage erfassten Waren und Dienstleistungen zwischen der streitigen Marke und einer Art von auf Gegenseitigkeit ausgerichteter Organisation hergestellt werden könne, weder direkt noch unmittelbar sei.

40 Der Kläger und das EUIPO treten dem Vorbringen der Streithelferin entgegen und beantragen die Zurückweisung des einzigen Anschlussklagegrundes.

41 Wie aus den Rn. 27 und 29 oben hervorgeht, beantragt die Streithelferin, die angefochtene Entscheidung aufzuheben und abzuändern, soweit diese auf fehlerhaften Erwägungen hinsichtlich des der streitigen Marke inhärenten beschreibenden Charakters beruhe.

42 Hierzu ist zunächst darauf hinzuweisen, dass die Unionsmarke nach Art. 59 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung 2017/1001 auf Antrag beim EUIPO für nichtig erklärt wird, wenn sie entgegen den Vorschriften des Art. 7 dieser Verordnung eingetragen worden ist.

43 Nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung 2017/1001 sind von der Eintragung Marken ausgeschlossen, „die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geografischen Herkunft oder der Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Ware oder Dienstleistung dienen können“.

44 Nach ständiger Rechtsprechung verfolgt Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung 2017/1001 das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass Angaben oder Zeichen, die für die Merkmale der Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, beschreibend sind, von jedermann frei verwendet werden können. Diese Bestimmung erlaubt daher nicht, dass solche Zeichen oder Angaben aufgrund ihrer Eintragung als Marke einem einzigen Unternehmen vorbehalten werden (vgl. Urteil vom 23. Oktober 2003, HABM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, Rn. 31 und die dort angeführte Rechtsprechung).

45 Außerdem werden Zeichen oder Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung von Merkmalen der angemeldeten Ware oder Dienstleistung dienen können, gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung 2017/1001 als ungeeignet angesehen, die wesentliche Funktion der Marke zu erfüllen, nämlich die betriebliche Herkunft der Ware oder Dienstleistung zu erkennen, um es so dem Verbraucher, der die mit der Marke gekennzeichnete Ware oder Dienstleistung erwirbt, zu ermöglichen, bei einem weiteren Erwerb seine Entscheidung davon abhängig zu machen, ob er gute oder schlechte Erfahrungen gemacht hat (vgl. Urteil vom 12. Juni 2007, MacLean-Fogg/HABM [LOKTHREAD], T-339/05, nicht veröffentlicht, EU:T:2007:172, Rn. 28 und die dort angeführte Rechtsprechung).

46 Folglich fällt ein Zeichen unter das in der oben in Rn. 43 wiedergegebenen Bestimmung aufgestellte Verbot, wenn es einen hinreichend direkten und konkreten Zusammenhang mit den fraglichen Waren oder Dienstleistungen aufweist, der es den angesprochenen Verkehrskreisen ermöglicht, unmittelbar und ohne weitere Überlegung eine Beschreibung der in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen oder eines ihrer Merkmale zu erkennen (vgl. Urteil vom 12. Juni 2007, LOKTHREAD, T-339/05, nicht veröffentlicht, EU:T:2007:172, Rn. 29 und die dort angeführte Rechtsprechung).

47 In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass der Unionsgesetzgeber durch die Verwendung der Begriffe „Art, … Beschaffenheit, … Menge, … Bestimmung, … Wer[t], … geografisch[e] Herkunft oder … Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder … sonstig[e] Merkmale der Ware oder Dienstleistung“ in Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung 2017/1001 zum einen kenntlich gemacht hat, dass diese Begriffe allesamt als Merkmale der Waren oder Dienstleistungen anzusehen sind. Zum anderen hat er damit klargestellt, dass diese Liste nicht abschließend ist und jedes andere Merkmal von Waren oder Dienstleistungen ebenfalls berücksichtigt werden kann (Urteil vom 10. März 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/HABM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, Rn. 49).

48 Durch die Wahl des Begriffs „Merkmal“ seitens des Gesetzgebers wird hervorgehoben, dass von dieser Bestimmung nur solche Zeichen erfasst werden, die dazu dienen, eine leicht von den maßgeblichen Verkehrskreisen zu erkennende Eigenschaft der Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, zu bezeichnen. Auf der Grundlage von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung 2017/1001 kann die Eintragung eines Zeichens daher nur dann verweigert werden, wenn vernünftigerweise davon auszugehen ist, dass es von den maßgeblichen Verkehrskreisen tatsächlich als eine Beschreibung eines dieser Merkmale erkannt werden wird (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 10. März 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/HABM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, Rn. 50 und die dort angeführte Rechtsprechung).

49 Schließlich ist darauf hinzuweisen, dass sich der beschreibende Charakter eines Zeichens nur nach dessen Verständnis aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise und im Hinblick auf die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen beurteilen lässt (vgl. Urteil vom 12. Juni 2007, LOKTHREAD, T-339/05, nicht veröffentlicht, EU:T:2007:172, Rn. 32 und die dort angeführte Rechtsprechung).

50 Mithin ist zu prüfen, ob die Beschwerdekammer in der angefochtenen Entscheidung zu Recht festgestellt hat, dass das Wortzeichen Crédit Mutuel aus der Sicht der maßgeblichen Verkehrskreise für die Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie beschreibend ist.

51 Was zunächst die Bestimmung der maßgeblichen Verkehrskreise anbelangt, ist festzustellen, dass die Beschwerdekammer in den Rn. 39 und 40 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt hat, dass sich die von der streitigen Marke erfassten Waren und Dienstleistungen nicht nur an die normal aufmerksame und verständige breite Öffentlichkeit, sondern, zumindest im Hinblick auf die technischen und spezialisierten Waren und Dienstleistungen, auch an Fachleute richteten. Letztere handelten bei der Inanspruchnahme dieser Dienstleistungen mit einer im Vergleich zu den zur breiten Öffentlichkeit zählenden Verbrauchern erhöhten Aufmerksamkeit. Deren Aufmerksamkeitsgrad wiederum sei bei ihrer Entscheidung hinsichtlich bestimmter Dienstleistungen, wie etwa Finanz- oder Immobiliendienstleistungen, die erhebliche finanzielle Konsequenzen für die Nutzer haben könnten, eher erhöht. Ferner sei auf den französischsprachigen Verbraucher als maßgeblichen Verbraucher abzustellen, da sich die streitige Marke aus französischen Begriffen zusammensetze. Diese von der Streithelferin nicht beanstandete Definition der maßgeblichen Verkehrskreise ist nicht fehlerhaft.

52 Was sodann die Bedeutung der die streitige Marke bildenden Begriffe für die auf diese Weise definierten maßgeblichen Verkehrskreise betrifft, hat die Beschwerdekammer in den Rn. 46 und 47 der angefochtenen Entscheidung unter Berufung auf die Definition der Wörter „crédit“ und „mutuel“ in der Online-Version des französischsprachigen Wörterbuchs *Larousse* und, zur Bestätigung, auf die vom Kläger vorgelegten Unterlagen festgestellt, dass sich der „Zusatz [dieser Begriffe] auf die Idee der Genossenschaft im Finanzbereich bezieht, die im Wesentlichen in der Ausreichung und der Sicherung von Finanzkrediten zwischen mehreren, in einem einzigen, als ‚auf Gegenseitigkeit‘ qualifizierten Rechtsträger zusammengeschlossenen Mitgliedern besteht, dessen Nutzer zugleich Begünstigte und Eigentümer sind“, und dass der Ausdruck „crédit mutuel“ demzufolge auf eine Art von Banktätigkeiten hinweise, die von auf Gegenseitigkeit organisierten Banken erbracht würden, deren Tätigkeiten mit denen der sogenannten „klassischen“ Banken übereinstimmten, auch wenn sie nicht denselben Zweck, nämlich die Erzielung finanzieller Gewinne, verfolgten.

53 Schließlich ist die Beschwerdekammer in Anbetracht dieser Bedeutung des Ausdrucks „crédit mutuel“ in Rn. 48 der angefochtenen Entscheidung zu dem Schluss gelangt, dass die streitige Marke für die Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie hinsichtlich ihrer Art, ihres Gegenstands und ihrer Bestimmung beschreibend sei, da sie sich eindeutig auf diese Waren und Dienstleistungen beziehe, indem sie darauf hinweise, dass diese im Zusammenhang mit Banktätigkeiten eingesetzt würden. In Rn. 73 der angefochtenen Entscheidung hat sie festgestellt, dass die streitige Marke es den maßgeblichen Verkehrskreisen nicht ermögliche, die betriebliche Herkunft dieser Waren und Dienstleistungen zu erkennen, und demzufolge davon auszugehen sei, dass sie hinsichtlich dieser Waren und Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft besitze.

54 Die Streithelferin widerspricht dieser Schlussfolgerung und macht geltend, dass die von der Beschwerdekammer zugrunde gelegte Bedeutung des Ausdrucks „crédit mutuel“ für die maßgeblichen Verkehrskreise falsch sei.

55 Insoweit trägt sie erstens vor, dass der Ausdruck „crédit mutuel“ im Wörterbuch *Larousse* nicht definiert sei. Dies ist jedoch irrelevant, da – wie die Beschwerdekammer in Rn. 41 der angefochtenen Entscheidung festgestellt hat – Wörterbücher, wenn es sich um einen Ausdruck handelt, nicht alle möglichen Kombinationen der betreffenden Wörter aufführen. Die Beschwerdekammer hat mithin zutreffend festgestellt, dass die gewöhnliche und offensichtliche Bedeutung eines solchen Ausdrucks zu berücksichtigen ist.

56 Zweitens geht aus der angefochtenen Entscheidung entgegen dem Vorbringen der Streithelferin weder hervor, dass die Beschwerdekammer angenommen hätte, dass die Kombination der Wortelemente „crédit“ oder „mutuel“ die Gattungsbezeichnung einer bankenbezogenen Ware oder Dienstleistung darstellt, noch, dass sie der Auffassung gewesen wäre, dass der Ausdruck „crédit mutuel“ eine „besondere Art von Bankdienstleistung“ im Sinne einer besonderen Art von Darlehen im Rahmen der bankgewerblichen Praxis bezeichnet. Mit ihrer Feststellung, dass die streitige Marke auf eine „Art von Banktätigkeiten [hinweist], die von auf Gegenseitigkeit organisierten Banken erbracht [werden]“ hat sich die Beschwerdekammer auf eine Unterscheidung zwischen einer sogenannten „klassischen“ und einer sogenannten Bank „auf Gegenseitigkeit“ gestützt, die nicht denselben Zweck, nämlich die Erzielung finanzieller Gewinne, verfolgen, aber identische Banktätigkeiten (wie beispielsweise Darlehens-, Kredit- und Finanzierungsdienstleistungen) ausführen.

57 Folglich ist die Schlussfolgerung der Beschwerdekammer zur Bedeutung des Ausdrucks „crédit mutuel“ für die maßgeblichen Verkehrskreise nicht fehlerhaft.

58 Diese Schlussfolgerung wird im Übrigen durch die Ausführungen der Cour d’appel de Paris (Berufungsgericht Paris, Frankreich) im Urteil vom 27. Februar 2018 (Rechtssache Nr. 16/14398) bestätigt, das dem Gericht von der Streithelferin als Anlage zur Anschlussklageschrift vorgelegt wurde. Dieses Urteil erging im Rahmen eines Rechtsstreits zu einem vom Kläger gestellten Antrag auf Nichtigerklärung der französischen Kollektivmarke der Streithelferin, die aus denselben Begriffen „crédit“ und „mutuel“ wie die streitige Marke zusammengesetzt ist. Die Cour d’appel de Paris (Berufungsgericht Paris) führt in diesem Urteil aus, dass sich aus dem CMF und insbesondere aus dessen Art. L.515-55 und R.512-20 ergebe, dass der Ausdruck „crédit mutuel“ darin zur Bezeichnung einer Art von Banktätigkeiten verwendet werde, die darin bestünden, dass Bankdienstleistungen unter Anwendung der Grundsätze des genossenschaftlichen Kredits angeboten würden. Dabei sei unerheblich, dass der CMF insoweit keine genaue Definition vorsehe, da diesen im CMF verwendeten Begriffen im Hinblick auf die Definition des Gegenstands der Genossenschaftskassen eine Bedeutung zukomme und Art. R.512-20 des CMF die allgemeinen Grundsätze des genossenschaftlichen Kredits, wie die fehlende Gewinnerzielungsabsicht, die Beschränkung der Tätigkeit der Kassen auf ein bestimmtes räumliches Gebiet oder auf eine homogene Mitgliedergruppe sowie die Festlegung der Haftung der Mitglieder, definiere. Der genossenschaftliche Kredit als eine Art von Banktätigkeiten sei somit durch diese Grundsätze definiert.

59 Die dem Ausdruck „crédit mutuel“, der die französische Marke bildet, deren Inhaberin die Streithelferin ist, von der Cour d’appel de Paris (Berufungsgericht Paris) zugeordnete Bedeutung entspricht somit im Wesentlichen der Bedeutung, die die Beschwerdekammer denselben die streitige Marke bildenden Begriffen beigemessen hat.

60 Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die Unionsregelung für Marken zwar ein autonomes System ist, das aus einer Gesamtheit von Vorschriften besteht, ihm eigene Zielsetzungen verfolgt und in seiner Anwendung von jedem nationalen System unabhängig ist. Aus der Rechtsprechung geht jedoch auch hervor, dass weder die Verfahrensbeteiligten noch das Gericht selbst daran gehindert sind, in ihre Auslegung des Unionsrechts Elemente einzubeziehen, die sich aus der nationalen Rechtsprechung ergeben. Daher können Entscheidungen der nationalen Behörden, auch wenn sie für die Anwendung des Rechts der Unionsmarken nicht bindend sind, berücksichtigt werden, und zwar insbesondere, wie im vorliegenden Fall, zur Beurteilung der Bedeutung, die den die streitige Marke bildenden Begriffen für die maßgeblichen Verkehrskreise zukommt (vgl. Urteil vom 25. November 2014, UniCredit/HABM, T-303/06 RENV und T-337/06 RENV, EU:T:2014:988, Rn. 91 und die dort angeführte Rechtsprechung).

61 Sodann beanstandet die Streithelferin die Schlussfolgerung der Beschwerdekammer, wonach die streitige Marke in Anbetracht ihrer Bedeutung für die maßgeblichen Verkehrskreise für Waren und Dienstleistungen, die eine Verbindung zu Bankgeschäften aufwiesen, beschreibend sei. Die von der Streithelferin in diesem Zusammenhang vorgetragenen Argumente können jedoch nicht durchgreifen.

62 Was erstens ihr Argument anbelangt, der Ausdruck „crédit mutuel“ werde von den maßgeblichen Verkehrskreisen als unterscheidungskräftiges Zeichen wahrgenommen, das es ermögliche, damit versehene Waren und Dienstleistungen als von der CNCM oder dem Crédit-Mutuel-Netz stammend zu kennzeichnen, ist festzustellen, dass sich dieses Argument auf Art. 7 Abs. 3 der Verordnung 2017/1001 und nicht auf Art. 7 Abs. 1 Buchst. c dieser Verordnung bezieht, da seine Prüfung eine Bewertung der Eigenschaften impliziert, die die streitige Marke durch ihre Benutzung bei den maßgeblichen Verkehrskreisen hätte erwerben können, so dass diese die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen als von der CNCM oder dem Crédit-Mutuel-Netz stammend identifiziert hätten. Ein solches Argument kann somit nicht im Rahmen der Beurteilung des inhärenten beschreibenden Charakters berücksichtigt werden.

63 Zweitens ist der von der Streithelferin vorgebrachte Umstand, die Verwendung des Ausdrucks „crédit mutuel“ sei reglementiert oder sogar einem einzigen Wirtschaftsteilnehmer vorbehalten, im Rahmen der Beurteilung des der streitigen Marke inhärenten beschreibenden Charakters oder ihrer Unterscheidungskraft nicht relevant. Ein solcher Umstand hat nämlich keine Auswirkung darauf, wie die maßgeblichen Verkehrskreise den Ausdruck „crédit mutuel“ als solchen im Hinblick auf die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen wahrnehmen und verstehen, sondern könnte allenfalls einen relevanten Gesichtspunkt im Rahmen der Prüfung der von der streitigen Marke durch Benutzung erlangten Unterscheidungskraft, die es ihr ermöglichen würde, auf die betriebliche Herkunft der erfassten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Wirtschaftsteilnehmer stammend hinzuweisen, darstellen.

64 Drittens ist zum Argument der Streithelferin, mit dem sie der Beschwerdekammer vorwirft, sich auf Theorien zum Genossenschaftswesen gestützt zu haben, obwohl diese für die Prüfung der Wahrnehmung der maßgeblichen Verkehrskreise ohne Bedeutung seien, festzustellen, dass aus der angefochtenen Entscheidung weder eindeutig hervorgeht, dass sich die Beschwerdekammer für ihre Schlussfolgerung, dass der Ausdruck „crédit mutuel“ auf eine Art von Banktätigkeiten hinweise, die von auf Gegenseitigkeit organisierten Banken erbracht würden, auf die vom Kläger vorgelegten Unterlagen zu den Theorien zum Genossenschaftswesen gestützt hat, noch, dass diese Unterlagen, selbst wenn sie dies getan haben sollte, für diese Schlussfolgerung entscheidend waren.

65 Jedenfalls ist, selbst wenn sich die Beschwerdekammer zur Bestätigung ihrer Schlussfolgerung zur Bedeutung des Ausdrucks „crédit mutuel“ insbesondere auf diese Unterlagen gestützt hätte, festzustellen, dass die Theorien zum Genossenschaftswesen die von den auf Gegenseitigkeit organisierten Banken angewandten allgemeinen Grundsätze darlegen und somit die Schlussfolgerung der Beschwerdekammer stützen, wonach der Ausdruck „crédit mutuel“ eine Art von Banktätigkeiten bezeichne, die von auf Gegenseitigkeit organisierten Banken erbracht würden, deren Tätigkeiten mit denen der sogenannten „klassischen“ Banken übereinstimmten, auch wenn sie nicht denselben Zweck, nämlich die Erzielung finanzieller Gewinne, verfolgten. Mithin ist das Argument der Streithelferin zurückzuweisen, wonach die Theorien zum Genossenschaftswesen bei der Prüfung der Frage, welche Wahrnehmung die maßgeblichen Verkehrskreise von der Bedeutung der die streitige Marke bildenden Begriffe hätten, ohne Belang seien.

66 Nach alledem ist der einzige Klagegrund der Streithelferin zurückzuweisen und die Anschlussklage somit abzuweisen.

Zum ersten Klagegrund: Verstoß gegen Art. 59 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 in Verbindung mit deren Art. 7 Abs. 1 Buchst. c

67 In Anbetracht der oben in den Rn. 21 und 24 getroffenen Klarstellungen ist festzuhalten, dass der Kläger im Rahmen des vorliegenden Klagegrundes die Schlussfolgerung der Beschwerdekammer beanstandet, wonach die streitige Marke für Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie – mit Ausnahme der „Poster, Kalender, Aufkleber“ der Klasse 16 – nicht beschreibend sei.

68 Der Kläger macht insoweit geltend, dass diese Waren und Dienstleistungen üblicherweise im Rahmen einer Banktätigkeit angeboten würden oder zumindest angeboten werden könnten, was sich daraus ergebe, dass die CNCM die Eintragung der streitigen Marke für diese Waren und Dienstleistungen beantragt habe. Die streitige Marke sei demzufolge für eines der Merkmale dieser Waren und Dienstleistungen, nämlich für ihre Bestimmung, beschreibend im Sinne der Rechtsprechung des Gerichts, da sie genossenschaftliche Kredite zum Zweck haben könnten, und sei daher für nichtig zu erklären.

69 Würde nicht festgestellt, dass die streitige Marke beschreibend sei, könnte die CNCM jedem Wirtschaftsteilnehmer die Verwendung des Ausdrucks „crédit mutuel“ im Rahmen seiner auf Gegenseitigkeit ausgerichteten Banktätigkeit untersagen. Dies liefe jedoch der Rechtsprechung zuwider, wonach jeder Wirtschaftsteilnehmer, der künftig Waren oder Dienstleistungen anbieten könnte, die mit denen konkurrierten, für die die Eintragung beantragt werde, in der Lage sein müsse, die Zeichen oder Angaben, die zur Beschreibung der Merkmale seiner Waren oder Dienstleistungen dienen könnten, frei zu nutzen.

70 Das EUIPO und die Streithelferin treten dem Vorbringen des Klägers entgegen und beantragen, den ersten Klagegrund zurückzuweisen.

71 Somit ist zu prüfen, ob das Wortzeichen Crédit Mutuel, wie der Kläger geltend macht und entgegen den Feststellungen der Beschwerdekammer in der angefochtenen Entscheidung, in Anbetracht der oben in den Rn. 44 bis 49 angeführten Rechtsprechung aus der Sicht der maßgeblichen Verkehrskreise für die Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie – mit Ausnahme der „Poster, Kalender, Aufkleber“ der Klasse 16, für die diese Schlussfolgerung nicht beanstandet wird -beschreibend ist.

72 Hierzu ist festzustellen, dass die Definition der maßgeblichen Verkehrskreise und die Bedeutung des Ausdrucks „crédit mutuel“, die von der Beschwerdekammer in der angefochtenen Entscheidung zutreffend zugrunde gelegt wurden und oben in den Rn. 51 und 52 wiedergegeben werden, vom Kläger nicht in Frage gestellt werden.

73 Zur Frage, ob sich aus der Bedeutung der streitigen Marke und der Art der Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie ergibt, dass das Zeichen Crédit Mutuel, wie der Kläger geltend macht, die Bestimmung dieser Waren und Dienstleistungen beschreiben kann, ist Folgendes festzustellen.

74 Die Beschwerdekammer hat in den Rn. 60 bis 64 der angefochtenen Entscheidung im Wesentlichen ausgeführt, dass die streitige Marke für die Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie nicht beschreibend sei, da diese zwar im Rahmen von Banktätigkeiten verwendet und angeboten werden könnten, dass sich daraus jedoch nicht ableiten lasse, dass sie einen Bezug zum Bankwesen hätten. Es könne nicht davon ausgegangen werden, dass die streitige Marke offensichtliche und direkte Informationen über die Art, den Gegenstand oder die Bestimmung dieser Waren und Dienstleistungen enthalte.

75 Hierzu ist festzustellen, dass der Kläger zwar geltend macht, dass die Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie „üblicherweise im Rahmen einer Banktätigkeit angeboten“ würden oder „angeboten werden könnten“, jedoch kein konkretes Argument vorbringt, um der oben in Rn. 74 wiedergegebenen Beurteilung der Beschwerdekammer entgegenzutreten oder konkret darzutun, inwiefern diese Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie zur Ausübung von Banktätigkeiten dienen könnten.

76 Erstens reicht der bloße Umstand, dass die Markeninhaberin die streitige Marke für diese Waren und Dienstleistungen angemeldet hat, entgegen dem Vorbringen des Klägers nicht aus, um nachzuweisen, dass diese Waren und Dienstleistungen üblicherweise im Rahmen einer Banktätigkeit angeboten werden.

77 Zweitens ist zum Vorbringen, die Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie „könnten“ im Rahmen von Banktätigkeiten angeboten werden, festzustellen, dass zwar nicht erforderlich ist, dass die in Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung 2017/1001 genannten Zeichen und Angaben, aus denen die Marke besteht, zum Zeitpunkt der Anmeldung bereits tatsächlich für die in der Anmeldung aufgeführten Waren oder Dienstleistungen oder für ihre Merkmale beschreibend verwendet werden. Es genügt, wie sich schon aus dem Wortlaut der Bestimmung ergibt, dass die Zeichen oder Angaben zu diesem Zweck verwendet werden können (Urteil vom 23. Oktober 2003, HABM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, Rn. 32). Ein Zeichen ist nach dieser Bestimmung von der Eintragung auszuschließen bzw. für nichtig zu erklären, wenn es zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der fraglichen Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (Urteil vom 14. Dezember 2017, GeoClimaDesign/EUIPO – GEO [GEO], T-280/16, nicht veröffentlicht, EU:T:2017:913, Rn. 29).

78 Allerdings fällt ein Zeichen nach der oben in Rn. 46 angeführten Rechtsprechung nur dann unter das in Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung 2017/1001 aufgestellte Verbot, wenn es zu den fraglichen Waren oder Dienstleistungen einen hinreichend direkten und konkreten Zusammenhang aufweist, der es den angesprochenen Verkehrskreisen ermöglicht, unmittelbar und ohne weitere Überlegung eine Beschreibung der in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen oder eines ihrer Merkmale zu erkennen.

79 Für einen solchen direkten und konkreten Zusammenhang zwischen der streitigen Marke und den Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie – mit Ausnahme der „Poster, Kalender, Aufkleber“ der Klasse 16 – trägt der Kläger jedoch nichts Konkretes vor. Der von ihm geltend gemachte Umstand, dass diese Waren und Dienstleistungen zur Ausübung von Banktätigkeiten dienen könnten, genügt allein nicht, um einen hinreichend direkten und konkreten Zusammenhang zwischen der streitigen Marke und den in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen in dem Sinne zu belegen, dass die maßgeblichen Verkehrskreise diese Marke unmittelbar und ohne weitere Überlegung als eine Beschreibung beispielsweise der Bestimmung dieser Waren und Dienstleistungen wahrnähmen.

80 Wie nämlich die Beschwerdekammer zu Recht festgestellt hat, trifft es zwar zu, dass die Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie im Rahmen von Banktätigkeiten eingesetzt werden oder eingesetzt werden können. Sie sind jedoch nicht ausschließlich für solche Tätigkeiten bestimmt oder speziell darauf bezogen, sondern können für eine Vielzahl von anderen Tätigkeiten verwendet werden, so dass die maßgeblichen Verkehrskreise die Marke Crédit Mutuel, die, wie oben in Rn. 52 ausgeführt, auf eine Art von Banktätigkeiten hinweist, nicht unmittelbar und ohne weitere Überlegung als Bezeichnung für diese Waren und Dienstleistungen oder eines ihrer Merkmale, beispielsweise ihre Bestimmung, erkennen werden.

81 Diese Schlussfolgerung wird nicht durch die aus der Rechtsprechung des Gerichts hergeleiteten Argumente des Klägers entkräftet.

82 Zwar hat das Gericht in den Rn. 37 bis 40 des vom Kläger angeführten Urteils vom 9. September 2010, Nadine Trautwein Rolf Trautwein/HABM (Hunter) (T-505/08, nicht veröffentlicht, EU:T:2010:378) festgestellt, dass die Waren der Klasse 25 „u. a. für die Jagd verwendet oder mit ihr gedanklich in Verbindung gebracht werden“ können und dass das in Rede stehende Zeichen beschreibend ist, da es „die Zweckbestimmung und das Qualitätsniveau der fraglichen Waren und somit einige ihrer wesentlichen Eigenschaften bezeichnet“.

83 Die Schlussfolgerung des Gerichts, dass die maßgeblichen Verkehrskreise, die sich insbesondere aus Jägern zusammensetzen, das Zeichen Hunter unmittelbar und ohne weiteres Nachdenken als Hinweis darauf wahrnehmen können, dass die „Bekleidungsstücke für den Freizeit-, Haus- und Sportbereich“, die „Gürtel“ und die „Stirnbänder“ der Klasse 25, auch wenn sie nicht für die Jagd entworfen wurden, besonders für die Jagd geeignet sind und ein für die Jagd geeignetes Qualitätsniveau aufweisen und dass das Wortzeichen Hunter demzufolge beschreibend ist, weil es die Zweckbestimmung und das Qualitätsniveau der fraglichen Waren bezeichnet, beruhte jedoch auf der vorausgehenden Feststellung, dass Waren für Jäger und Waren, die bei der Jagd verwendet werden, besonderen funktionalen Ansprüchen genügen müssen und dass sich die Kleidung von Jägern oft durch hohe Outdoor-Qualität auszeichnet.

84 Aus diesem Urteil ergibt sich somit, dass der Zusammenhang zwischen dem Zeichen und den fraglichen Waren aufgrund der Bedeutung des Zeichens, das auf die Jagd hinwies, sowie der Tatsache, dass die bei der Jagd verwendeten Kleidungsstücke spezifische Merkmale aufwiesen, als hinreichend direkt und konkret angesehen wurde, um es maßgeblichen Verkehrskreisen zu ermöglichen, das Zeichen als Beschreibung der Beschaffenheit und der Bestimmung der fraglichen Waren wahrzunehmen.

85 Der Kläger trägt jedoch nichts Konkretes vor, um darzutun, wie diese Beurteilung des Gerichts auf den vorliegenden Fall übertragen werden könnte. Insbesondere legt er in keiner Weise dar, dass ein spezifisches Merkmal der Banktätigkeiten, auf die die streitige Marke hinweist, es den maßgeblichen Verkehrskreisen ermöglichen könnte, unmittelbar und ohne weitere Überlegung einen Zusammenhang zwischen dieser Marke und einem der wesentlichen Merkmale der nicht spezifisch für Banktätigkeiten bestimmten Waren und Dienstleistungen herzustellen.

86 Auch tut der Kläger nicht dar, wie die Beurteilung des Gerichts im Urteil vom 19. November 2009, Clearwire/HABM (CLEARWIFI) (T-399/08, nicht veröffentlicht, EU:T:2009:458), einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen der streitigen Marke und den nicht spezifisch bankbezogenen Waren und Dienstleistungen belegen könnte. Das Gericht hat in diesem Urteil festgestellt, dass die maßgeblichen Verkehrskreise zum einen das Zeichen CLEARWIFI als Bezeichnung für eine drahtlose Technologie zur Gewährung eines klaren und störungsfreien Zugangs beispielsweise zum Internet erkennen und zum anderen ohne Weiteres einen Zusammenhang zwischen diesem Zeichen und einer spezifischen Telekommunikationsdienstleistung, nämlich dem Zugang zum Internet, sowie zwischen diesem Zeichen und einem der Merkmale dieses Dienstes, nämlich der Störungsfreiheit, herstellen können. Es

hat daher festgestellt, dass die Marke CLEARWIFI von den maßgeblichen Verkehrskreisen als Hinweis auf die Beschaffenheit und die Bestimmung der fraglichen Dienstleistungen wahrgenommen werden kann.

87 Der Kläger trägt nichts vor, was die Annahme zuließe, dass diese Beurteilung des Gerichts, die auf ein spezifisches Merkmal der von der angemeldeten Marke erfassten Dienstleistungen gestützt ist, auf das das fragliche Zeichen hinwies, auf den vorliegenden Fall übertragen werden könnte.

88 Die Beschwerdekammer hat daher zutreffend festgestellt, dass die streitige Marke für die vom Kläger berücksichtigten Waren und Dienstleistungen der zweiten Kategorie nicht beschreibend ist.

89 Auch was insbesondere die versicherungsbezogenen Dienstleistungen der Klasse 36, nämlich die Dienstleistungen „Versicherungswesen“, „Finanzielle Vorsorge“, „Vermittlung von Versicherungen“ und „Finanzielle Bewertungen (Versicherungswesen)“, anbelangt, ist die von der Beschwerdekammer in Rn. 63 der angefochtenen Entscheidung vorgenommene Beurteilung nicht fehlerhaft. Zwar trifft es zu, dass, wie der Kläger vorträgt, der Versicherungsbereich zum Finanzsektor gehört und diese Versicherungsdienstleistungen von Banken, auch von den zur Crédit-Mutuel-Gruppe gehörenden Banken, angeboten werden. Außerdem gehören Finanzinstitute und eine Versicherungsgesellschaft nicht selten zu derselben Unternehmensgruppe. Auch trifft es zu, dass die Dienststellen des EUIPO in einigen ihrer Entscheidungen bezüglich relativer Eintragungshindernisse zu dem Schluss gelangt sind, dass Bankdienstleistungen und versicherungsbezogene Dienstleistungen ähnlich seien.

90 Mit der Beschwerdekammer ist jedoch festzustellen, dass Bank- und Versicherungstätigkeiten unterschiedliche Ziele verfolgen, da Versicherungsdienstleistungen auf die Bewahrung von Vermögenswerten jeder Art bei Eintritt unvorhergesehener Ereignisse gerichtet sind, während Bankdienstleistungen auf die Verwaltung und die Wertsteigerung finanzieller Vermögenswerte abzielen. Demzufolge oblag es dem Kläger, Beweise dafür beizubringen, dass die streitige Marke – insbesondere in Anbetracht dessen, dass Versicherungsdienstleistungen oftmals von Banken angeboten werden – von den maßgeblichen Verkehrskreisen unmittelbar und ohne weitere Überlegung als beschreibend auch für Versicherungsdienstleistungen, die nicht zu den „traditionellen“ Tätigkeiten einer Bank gehören, oder für eines ihrer Merkmale, beispielsweise das Merkmal, von einer auf Gegenseitigkeit organisierten Bank nach den für ihre Tätigkeit geltenden Grundsätzen des genossenschaftlichen Kredits angeboten zu werden, wahrgenommen würde. Da der Unionsmarke nämlich nach den Art. 59 und 62 der Verordnung 2017/1001 so lange eine Vermutung der Gültigkeit zugutekommt, bis sie nach einem Nichtigkeitsverfahren für nichtig erklärt wird, obliegt es dem die Nichtigerklärung dieser Marke begehrenden Antragsteller, vor dem EUIPO die konkreten Gesichtspunkte geltend zu machen, die die Gültigkeit der Marke in Frage stellen sollen (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 28. September 2016, European Food/EUIPO – Société des produits Nestlé [FITNESS], T-476/15, EU:T:2016:568, Rn. 47 und 48 sowie die dort angeführte Rechtsprechung).

91 Allein die abstrakte Bezugnahme auf eine als „Allfinanzunternehmen“ bezeichnete Tätigkeit, wie sie sich aus dem neunten Erwägungsgrund der vom Kläger angeführten Richtlinie 2002/92/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. Dezember 2002 über Versicherungsvermittlung (ABl. 2003, L 9, S. 3) ergibt, oder der Umstand, dass die Dienststellen des EUIPO in einigen ihrer Entscheidungen bezüglich relativer Eintragungshindernisse zu dem Schluss gelangt sind, dass Bankdienstleistungen und versicherungsbezogene Dienstleistungen ähnlich seien, reicht jedoch nicht aus, um konkret nachzuweisen, dass die streitige Marke von den maßgeblichen Verkehrskreisen als beschreibend auch für versicherungsbezogene Dienstleistungen wahrgenommen wird.

92 Nach alledem ist der erste Klagegrund zurückzuweisen.

Zum zweiten und zum dritten Klagegrund: Verstoß gegen Art. 59 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 in Verbindung mit deren Art. 7 Abs. 3

93 Im Rahmen des zweiten und des dritten Klagegrundes wirft der Kläger der Beschwerdekammer im Wesentlichen vor, gegen Art. 59 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 und deren Art. 7 Abs. 3 verstoßen zu haben, indem sie fehlerhaft zu dem Schluss gelangt sei, dass die streitige Marke für die Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie, für die sie festgestellt habe, dass die Marke beschreibend sei und keine Unterscheidungskraft besitze, durch Benutzung Unterscheidungskraft erlangt habe.

94 Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass eine Marke, selbst wenn sie keine originäre Unterscheidungskraft besitzt, nach Art. 7 Abs. 3 der Verordnung 2017/1001 für die von ihr erfassten Waren oder Dienstleistungen infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangen kann. Eine solche Unterscheidungskraft kann insbesondere nach einem normalen Prozess der Gewöhnung der beteiligten Verkehrskreise eintreten. Für die Beurteilung, ob eine Marke durch Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat, sind daher alle Umstände zu berücksichtigen, unter denen die maßgeblichen Verkehrskreise mit der Marke konfrontiert werden (Urteile vom 22. Juni 2006, Storck/HABM, C-24/05 P, EU:C:2006:421, Rn. 70 und 71, und vom 21. Mai 2014, Bateaux mouches/HABM [BATEAUX-MOUCHES], T-553/12, nicht veröffentlicht, EU:T:2014:264, Rn. 58).

95 Desgleichen sieht Art. 59 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 u. a. vor, dass eine Unionsmarke, wenn sie entgegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. c dieser Verordnung eingetragen worden ist, gleichwohl nicht für nichtig erklärt werden kann, wenn sie durch Benutzung im Verkehr nach der Eintragung Unterscheidungskraft für die Waren oder Dienstleistungen erlangt hat, für die sie eingetragen ist.

96 Die Erlangung von Unterscheidungskraft durch die Benutzung der Marke erfordert es, dass zumindest ein erheblicher Teil der maßgeblichen Verkehrskreise die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen aufgrund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennt (Urteile vom 1. Februar 2013, Ferrari/HABM [PERLE'], T-104/11, nicht veröffentlicht, EU:T:2013:51, Rn. 37, und vom 22. März 2013, Bottega Veneta International/HABM [Form einer Handtasche], T-409/10, nicht veröffentlicht, EU:T:2013:148, Rn. 75).

97 Die Erlangung von Unterscheidungskraft durch Benutzung ist mit Genauigkeit und Gründlichkeit zu prüfen. Der Markenanmelder muss nachweisen, dass allein diese Marke und keine anderen etwa vorhandenen Marken auf die betriebliche Herkunft der Waren hinweist (Urteil vom 16. September 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, Rn. 66).

98 Die verschiedenen, vom Kläger im Rahmen des zweiten und des dritten Klagegrundes geltend gemachten Rügen lassen sich zu mehreren Rügen zusammenfassen. Erstens macht er im Wesentlichen geltend, dass die streitige Marke keine Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangen könne. Zweitens sei die Marke nicht in der eingetragenen Form benutzt worden. Drittens sei die Marke nicht als Herkunftshinweis und als Marke benutzt worden. Viertens rügt der Kläger die Unzulänglichkeit der Beweise für die Erlangung von Unterscheidungskraft durch Benutzung im Hinblick auf jede Ware und Dienstleistung, für die die streitige Marke keine originäre Unterscheidungskraft besitze, bzw. den globalen Charakter der von der Beschwerdekammer vorgenommenen Würdigung dieser Beweise.

– Zur Unmöglichkeit für die streitige Marke, Unterscheidungskraft durch Benutzung zu erlangen

99 Im Rahmen des zweiten Klagegrundes macht der Kläger im Wesentlichen geltend, die streitige Marke könne keine Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangen, da sich aus den Bestimmungen des CMF ergebe, dass es sich bei dem Ausdruck „crédit mutuel" um die gesetzliche und die Gattungsbezeichnung zum einen der Banktätigkeit des genossenschaftlichen Kredits und zum anderen der auf Gegenseitigkeit und als Netzwerk organisierten Banken, die genossenschaftliche Kreditgeschäfte betrieben, handele. Zudem berechtige keine Bestimmung des CMF die CNCM, sich diese Begriffe zum

Nachteil anderer Wirtschaftsteilnehmer, die genossenschaftliche Kreditgeschäfte betrieben oder betreiben könnten, anzueignen. Da der französische Gesetzgeber diese Begriffe angesichts ihres Sinns und Zwecks und deshalb, weil andere Marktteilnehmer gesetzlich befugt seien oder sein könnten, sie zu benutzen, frei von Rechten Dritter habe belassen wollen, könne der Ausdruck „crédit mutuel“ nicht Gegenstand einer Aneignung sein und keine Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangen.

100 Das EUIPO und die Streithelferin treten dem Vorbringen des Klägers entgegen.

101 Der Kläger wirft der Beschwerdekammer mit der vorliegenden Rüge im Wesentlichen vor, nicht alle Konsequenzen aus dem CMF gezogen zu haben, aus dem sich ergebe, dass der französische Gesetzgeber beabsichtigt habe, dass der Ausdruck „crédit mutuel“ durch jedes Unternehmen, das genossenschaftliche Kreditgeschäfte betreiben wolle, frei verwendet werden könne.

102 Insoweit ergibt sich aus der Rechtsprechung, dass die Tatsache, dass das Zeichen, das die betreffende Marke bildet, von den maßgeblichen Verkehrskreisen tatsächlich als Angabe der betrieblichen Herkunft einer Ware oder einer Dienstleistung wahrgenommen wird, im Fall des Art. 7 Abs. 3 der Verordnung 2017/1001 das Ergebnis einer wirtschaftlichen Anstrengung des Anmelders der Marke ist. Dieser Umstand erlaubt es, die Erwägungen des Allgemeininteresses hintanzustellen, die Art. 7 Abs. 1 Buchst. b bis d der Verordnung zugrunde liegen und die verlangen, dass die von diesen Bestimmungen erfassten Marken von allen frei verwendet werden können, um einen unzulässigen Wettbewerbsvorteil für einen einzelnen Wirtschaftsteilnehmer zu vermeiden (vgl. Urteil vom 15. Dezember 2016, Mondelez UK Holdings & Services/EUIPO – Société des produits Nestlé [Form einer Schokoladentafel], T-112/13, nicht veröffentlicht, EU:T:2016:735, Rn. 67 und die dort angeführte Rechtsprechung).

103 Demzufolge ist festzustellen, dass die dem Art. 7 Abs. 1 Buchst. b bis d der Verordnung 2017/1001 zugrunde liegenden Erwägungen des Allgemeininteresses, die verlangen, dass beschreibende Zeichen, nicht originär unterscheidungskräftige oder üblich gewordene Zeichen frei verwendet werden können, im Rahmen der Anwendung von Art. 7 Abs. 3 dieser Verordnung gerade hintangestellt werden.

104 Außerdem ist mit dem EUIPO festzustellen, dass weder die Verordnung 2017/1001 noch die Rechtsprechung der Unionsgerichte vorsehen, dass das Zeichen eine bestimmte „Geeignetheit“ aufweisen muss, um Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangen zu können, und erst recht nicht, dass Art. 7 Abs. 3 der Verordnung 2017/1001 nicht anwendbar ist, wenn sich die Marke aus Begriffen zusammensetzt, die eine reglementierte Tätigkeit bezeichnen. Weder der Wortlaut von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung 2017/1001 noch irgendeine andere Bestimmung dieser Verordnung enthält nämlich einen Anhaltspunkt dafür, dass die gesetzliche Verankerung einzelner Begriffe es ausschlösse, dass sie Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangen können.

105 Daraus folgt somit, dass das Unionsrecht für jedes Zeichen, das gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. b bis d der Verordnung 2017/1001 keine originäre Unterscheidungskraft besitzt, die Möglichkeit vorsieht, Unterscheidungskraft durch Benutzung zu erlangen, und zwar auch dann, wenn die Begriffe, aus denen sich das streitige Zeichen zusammensetzt, eine gesetzlich reglementierte Tätigkeit bezeichnen.

106 Demnach ist das Vorbringen des Klägers zu verwerfen, da es zu einer Beschränkung des Anwendungsbereichs von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung 2017/1001 führen würde.

107 Die vorliegende Rüge ist daher zurückzuweisen.

– Zur fehlenden Benutzung der Marke in der eingetragenen Form

108 Der Kläger führt aus, dass die bloße Kombination der Begriffe „crédit“ und „mutuel“ nicht geeignet sei, die wesentliche Funktion der Marke zu erfüllen, nämlich auf die betriebliche Herkunft der Waren und Dienstleistungen hinzuweisen. Dies ergebe sich insbesondere daraus, dass die streitige Marke stets schriftlich mit zusätzlichen grafischen Elementen wie Logos oder zusammen mit Slogans verwendet werde. Die betriebliche Herkunft der Waren und Dienstleistungen lasse sich daher nur anhand dieser zusätzlichen grafischen Elemente und Slogans bestimmen. Der Kläger leitet daraus im Wesentlichen ab, dass die streitige Marke durch diese Benutzung als Bestandteil zusammengesetzter Marken keine Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangen könne.

109 Das EUIPO macht geltend, dass das Vorbringen des Klägers zur Form der Benutzung der Marke zurückzuweisen sei, sofern das Gericht bestätigen sollte, dass die streitige Marke „als Individualmarke“ benutzt worden sei, d. h., um dem Verbraucher zu garantieren, dass die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen von der Markeninhaberin als dem einzigen für ihre Qualität verantwortlichen Unternehmen stammten. In diesem Fall sei der Umstand, dass die streitige Marke in leicht stilisierter Form und in Verbindung mit den fraglichen zusätzlichen Bild- und Wortbestandteilen benutzt worden sei, nicht entscheidend, da die Markeninhaberin anhand einer Umfrage nachgewiesen habe, dass es die Begriffe „crédit“ und „mutuel“ seien, die bei einem bedeutenden Teil der maßgeblichen Verkehrskreise den Gedanken an eine Bank aufkommen ließen.

110 Hinsichtlich der Benutzung der Wortmarke Crédit Mutuel innerhalb zusammengesetzter Marken weist die Streithelferin darauf hin, dass die Unterscheidungskraft einer Marke nach ständiger Rechtsprechung infolge der Benutzung dieser Marke als Teil oder in Verbindung mit einer eingetragenen Marke erworben werden könne und dass die Wortbestandteile einer Marke grundsätzlich kennzeichnungskräftiger seien als die Bildbestandteile. Demzufolge sei es der Wortbestandteil „crédit mutuel“, der sich dem Gedächtnis leichter einpräge, und nicht die Logos und Slogans, denen nur eine untergeordnete Rolle zukomme.

111 Insoweit sei daran erinnert, dass Unterscheidungskraft sowohl durch die Benutzung eines Elements einer eingetragenen Marke als deren Bestandteil als auch durch die Benutzung einer anderen Marke in Verbindung mit einer eingetragenen Marke erworben werden kann. In beiden Fällen genügt es, dass infolge dieser Benutzung die angesprochenen Verkehrskreise die nur durch die angemeldete Marke gekennzeichnete Ware oder Dienstleistung tatsächlich als von einem bestimmten Unternehmen stammend wahrnehmen (Urteile vom 7. Juli 2005, Nestlé, C-353/03, EU:C:2005:432, Rn. 30, und vom 17. Juli 2008, L & D/HABM, C-488/06 P, EU:C:2008:420, Rn. 49).

112 Mithin besteht unabhängig davon, ob die Benutzung ein Zeichen als Teil einer eingetragenen Marke oder in Verbindung mit dieser betrifft, die wesentliche Voraussetzung darin, dass das Zeichen infolge dieser Benutzung die Waren, auf die es sich bezieht, bei den beteiligten Verkehrskreisen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnen kann (Urteil vom 16. September 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, Rn. 65).

113 In den Rn. 111 und 112 der angefochtenen Entscheidung hat die Beschwerdekammer festgestellt, dass, selbst wenn die streitige Marke in anderer als ihrer eingetragenen Form benutzt würde, dieser Umstand im vorliegenden Fall nicht der Schlussfolgerung entgegenstehen würde, dass eine solche Benutzung dazu führe könne, dass die streitige Marke Unterscheidungskraft durch Benutzung erlange. Die Bestandteile, mit denen die streitige Marke benutzt worden sei, nämlich eine grafische Form oder andere Wortmarken in Form von Slogans, änderten nämlich nichts an ihrer Unterscheidungskraft.

114 Der Kläger bestreitet zwar nicht den Grundsatz, dass eine Marke infolge ihrer Benutzung als Teil oder in Verbindung mit einer eingetragenen Marke Unterscheidungskraft erwerben kann, macht jedoch unter Berufung auf die Rechtsprechung geltend, dass außerdem erforderlich sei, dass die

maßgeblichen Verkehrskreise den Teil der Marke bzw. die von der Marke, mit der sie kombiniert sei, getrennte Marke für sich genommen als Hinweis auf die Herkunft der bezeichneten Ware oder Dienstleistung wahrnähmen.

115 Insoweit ist mit dem Kläger festzustellen, dass der Inhaber einer Marke, deren Nichtigerklärung beantragt wird, nachweisen muss, dass allein diese Marke und keine anderen etwa vorhandenen Marken auf die betriebliche Herkunft der Waren hinweist (Urteil vom 16. September 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, Rn. 66).

116 Die Richtigkeit der oben in Rn. 113 wiedergegebenen Schlussfolgerung der Beschwerdekammer hängt daher, wie das EUIPO im Wesentlichen geltend macht, davon ab, ob die streitige Marke so benutzt wurde, dass sie allein auf die betriebliche Herkunft der in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen hinweisen kann und damit dem Verbraucher garantiert, dass diese von einem bestimmten Unternehmen stammen.

117 Diese Frage wird nachfolgend im Rahmen der Prüfung der dritten Rüge des zweiten und des dritten Klagegrundes untersucht.

– Zur fehlenden Benutzung der streitigen Marke als Herkunftshinweis und als Marke

118 Im Rahmen des zweiten Klagegrundes trägt der Kläger im Wesentlichen vor, dass „das Crédit-Mutuel-Gefüge“ entgegen den Feststellungen der Beschwerdekammer nicht die CNCM, die Zentralorganisation, die keinerlei Banktätigkeit ausübe und die dem Verbraucher nicht bekannt sei, bezeichne, sondern, wie sich aus dem CMF ergebe, die auf Gegenseitigkeit organisierten Banken, die im Wesentlichen um zwei selbständige und konkurrierende Gruppen, den Crédit Mutuel Arkéa und den CM11-CIC, herum strukturiert seien, im Allgemeinen. Deshalb könne die streitige Individualmarke ihre Funktion als Herkunftshinweis nicht erfüllen, was dadurch bestätigt werde, dass der Crédit Mutuel Arkéa und der CM11-CIC zur Bezeichnung ihrer Waren und Dienstleistungen gegenüber ihren Kunden unterschiedliche Marken verwendeten, um Verwechslungen zu vermeiden. Um sich von seinem Konkurrenten zu unterscheiden, verwende der Crédit Mutuel Arkéa den Ausdruck „crédit mutuel“ außerdem zusammen mit einem Logo, das sich von dem vom CM11-CIC verwendeten Logo unterscheide. Der Ausdruck „crédit mutuel“ für sich genommen ermögliche es den Verkehrskreisen daher nicht, die betriebliche Herkunft der in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen zu bestimmen.

119 Im Rahmen des dritten Klagegrundes macht der Kläger geltend, dass der Ausdruck „crédit mutuel“ in der überwiegenden Mehrheit der vom CNCM zum Nachweis der durch Benutzung erlangten Unterscheidungskraft übermittelten Beweismittel nicht als Marke zur Bezeichnung von Waren und Dienstleistungen, sondern als Hinweis auf die Crédit-Mutuel-Gruppe benutzt worden sei. Ein solcher Hinweis könne jedoch keine Benutzung als Marke darstellen, mit der sich die Unterscheidungskraft für die verschiedenen in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen nachweisen lasse, da die streitige Marke damit nicht ihre Funktion als Herkunftshinweis erfüllen könne, zumal es sich bei dem Ausdruck „crédit mutuel“ um die gesetzliche und die Gattungsbezeichnung der Tätigkeit selbst und der diese Tätigkeit ausübenden Dienstleister handele.

120 Die Verwendung des Ausdrucks „crédit mutuel“ könne auch nicht als Benutzung einer Gesellschaftsbezeichnung oder eines Handelsnamens verstanden werden, die einer Benutzung als Marke gleichzusetzen sei, da es zum einen im Bankensektor nicht üblich sei, dass der Verbraucher die Marke personifiziere, und es zum anderen weder eine Gesellschaftsbezeichnung noch einen Handelsnamen gebe, der der Bezeichnung „Crédit Mutuel“ exakt entspreche.

121 Das EUIPO trägt vor, der Kläger mache im Wesentlichen geltend, dass die von der Markeninhaberin nachgewiesene Benutzung keine Benutzung „als Individualmarke“, sondern eher eine Benutzung „als Kollektivmarke“ darstelle. Insoweit stellt das EUIPO die Anwendung der Rechtsprechung der Unionsgerichte zur Benutzung einer Marke im Einklang mit ihrer wesentlichen Funktion und insbesondere zur Nutzung einer Individualmarke als Hinweis auf eine kollektive betriebliche Herkunft auf den vorliegenden Sachverhalt in das Ermessen des Gerichts.

122 Die Streithelferin macht geltend, dass die Frage, ob der Ausdruck „crédit mutuel“ Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangen könne, nichts damit zu tun habe, ob es innerhalb der Crédit-Mutuel-Gruppe Wettbewerb gebe. Erstens bezeichne der Crédit Mutuel gerade, wie insbesondere von der französischen Wettbewerbsbehörde und vom französischen Conseil d’État (Staatsrat) anerkannt worden sei, die gleichnamige Unternehmensgruppe. Da die streitige Marke von mehreren rechtlich miteinander verbundenen wirtschaftlichen Einheiten genutzt werde, stelle sie demzufolge für das Publikum ein Erkennungszeichen für die Zugehörigkeit zu dieser Unternehmensgruppe dar.

123 Zweitens führe die Existenz eigener Marken zur Bezeichnung der vom Kläger und vom CM11-CIC jeweils angebotenen Waren und Dienstleistungen nicht dazu, dass die Benutzung der „Dachmarke“ Crédit Mutuel entfalle, da diese durchgängig benutzt werde und einen Hinweis auf die Zugehörigkeit zu dieser Gruppe darstelle, der das Publikum bei der Auswahl eines Bankprodukts anspreche.

124 Drittens sei der Umstand, dass die CNCM als Zentralorganisation keinerlei Banktätigkeit ausübe und dem Verbraucher nicht bekannt sei, irrelevant, da es nach der Rechtsprechung nicht erforderlich sei, dass die Marke von ihrem Inhaber verwendet werde, sondern ausreiche, dass sie, wie hier, durch befugte Dritte tatsächlich benutzt werde.

125 Viertens sei auch unerheblich, dass der Kläger ein Logo verwende, das sich von dem vom CM11-CIC verwendeten Logo unterscheide, da sich der Wortbestandteil dem Gedächtnis des Verbrauchers leichter einpräge und das Wortzeichen Crédit Mutuel unter diesen Umständen der unterscheidungskräftige Bestandteil sei, der es dem Publikum erlaube, die Waren und Dienstleistungen mit derselben betrieblichen Herkunft in Verbindung zu bringen.

126 Fünftens werde das Wortzeichen Crédit Mutuel tatsächlich als Marke benutzt. Nach der Rechtsprechung könne die Benutzung einer Gesellschaftsbezeichnung oder eines Handelsnamens auch ohne Anbringung des Zeichens auf Finanzprodukten als Benutzung für diese Produkte angesehen werden, wenn der Dritte das Zeichen so benutze, dass eine Verbindung zwischen der Gesellschaftsbezeichnung, dem Handelsnamen oder dem Firmenzeichen und den in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen hergestellt werde. Das Zeichen Crédit Mutuel sei im Wesentlichen eine Dienstleistungsmarke, deren Benutzung in der Anbringung auf den verschiedenen, mit diesen Dienstleistungen in Zusammenhang stehenden materiellen Trägern bestehen müsse. Eine Gesellschaftsbezeichnung oder ein Handelsname, die oder der der Bezeichnung „Crédit Mutuel“ exakt entspreche, gebe es nicht. Wie von der Beschwerdekammer festgestellt, erscheine der Ausdruck „crédit mutuel“ auf den übermittelten Beweismitteln ohne jede Angabe einer Gesellschaftsform.

127 Sechstens zeigten die vorgelegten Beweismittel, dass die Wortmarke Crédit Mutuel für den Verbraucher seit vielen Jahren auf Bankprodukte und -dienstleistungen hinweise, die nicht von allen auf Gegenseitigkeit organisierten Banken oder Genossenschaftsbanken, sondern von einer einzigen Bank, bei dem es sich um das Bankennetz handele, deren Zentralorganisation die CNCM sei, angeboten würden.

128 Der Kläger macht im Rahmen der vorliegenden Rüge des zweiten und des dritten Klagegrundes im Wesentlichen geltend, dass die von der Streithelferin vorgelegten Beweise den Schluss zuließen, dass die streitige Marke allenfalls die Crédit-Mutuel-Gruppe und somit die auf Gegenseitigkeit organisierten Banken, aus denen diese bestehe, und nicht die CNCM, die die Inhaberin der Marke sei, bezeichne. Die

streitige Marke sei daher nicht als Marke, sondern als Hinweis auf diese Gruppe benutzt worden. Deshalb könne die streitige Individualmarke ihre Funktion als Herkunftshinweis nicht erfüllen und damit auch keine Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangen.

129 Aus der Rechtsprechung geht hervor, dass die Erlangung von Unterscheidungskraft durch die Benutzung der Marke es erfordert, dass zumindest ein erheblicher Teil der maßgeblichen Verkehrskreise die betreffenden Waren oder Dienstleistungen aufgrund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennt (vgl. Urteil vom 15. Dezember 2016, Form einer Schokoladentafel, T-112/13, nicht veröffentlicht, EU:T:2016:735, Rn. 68 und die dort angeführte Rechtsprechung).

130 Erkennen die beteiligten Verkehrskreise oder zumindest ein erheblicher Teil dieser Kreise 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 2017/1001 für die Eintragung der Marke erfüllt ist (vgl. Urteil vom 15. Dezember 2016, Form einer Schokoladentafel, T-112/13, nicht veröffentlicht, EU:T:2016:735, Rn. 70 und die dort angeführte Rechtsprechung).

131 Zwar kann Unterscheidungskraft, wie oben in Rn. 111 ausgeführt, sowohl durch die Benutzung eines Elements einer eingetragenen Marke als deren Bestandteil als auch durch die Benutzung einer anderen Marke in Verbindung mit einer eingetragenen Marke erworben werden, doch ergibt sich aus der Rechtsprechung, dass die beteiligten Verkehrskreise infolge dieser Benutzung die nur durch die angemeldete Marke gekennzeichnete Ware oder Dienstleistung tatsächlich als von einem bestimmten Unternehmen stammend wahrnehmen müssen. Somit besteht unabhängig davon, ob die Benutzung ein Zeichen als Teil einer eingetragenen Marke oder in Verbindung mit dieser betrifft, die wesentliche Voraussetzung darin, dass das Zeichen, dessen Eintragung als Marke beantragt wird, infolge dieser Benutzung die Waren, auf die es sich bezieht, bei den beteiligten Verkehrskreisen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnen kann (Urteil vom 16. September 2015, Société des Produits Nestlé, C-215/14, EU:C:2015:604, Rn. 64 und 65).

132 Für den Erwerb von Unterscheidungskraft durch Benutzung muss ferner die Tatsache, dass die angesprochenen Verkehrskreise die Ware oder Dienstleistung als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennen, auf der Benutzung der Marke als Marke beruhen. Der Ausdruck „Benutzung der Marke als Marke“ ist dabei so zu verstehen, dass er sich nur auf eine Benutzung der Marke bezieht, die der Identifizierung der Ware oder Dienstleistung als von einem bestimmten Unternehmen stammend durch die angesprochenen Verkehrskreise dient (vgl. Urteil vom 22. Juni 2006, Storck/HABM, C-24/05 P, EU:C:2006:421, Rn. 61 und dort angeführte Rechtsprechung).

133 Somit stellt nicht jede Benutzung der Marke zwangsläufig eine Benutzung als Marke dar (Urteil vom 22. Juni 2006, Storck/HABM, C-24/05 P, EU:C:2006:421, Rn. 62).

134 Im Licht der vorstehenden Erwägungen ist zu prüfen, ob die Beschwerdekammer zu Recht angenommen hat, dass sich mit den von der Streithelferin im vorliegenden Fall vorgelegten Beweismitteln nachweisen lasse, dass die streitige Marke infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt habe, so dass sie die erfassten Waren und Dienstleistungen bei den beteiligten Verkehrskreisen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichne.

135 Aus der oben in den Rn. 129 bis 131 angeführten Rechtsprechung ergibt sich, dass es bei der Würdigung der Beweismittel zum Nachweis dessen, dass eine Marke durch Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat, entscheidend darauf ankommt, dass diese Marke ihrer wesentlichen Funktion entsprechend benutzt wurde, nämlich als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Wirtschaftsteilnehmer stammend.

136 Der angefochtenen Entscheidung (S. 27 bis 40) ist zu entnehmen, dass die Streithelferin umfangreiche Beweismittel beigebracht hat, um zu belegen, dass die streitige Marke den maßgeblichen Verkehrskreisen bekannt sei und somit durch Benutzung Unterscheidungskraft erlangt habe. Dabei handelt es sich um Meinungsumfragen, Nachweise für die Beteiligung der Crédit-Mutuel-Gruppe an Partnerschaften, Finanzinformationen einschließlich solcher, die die Platzierung der Crédit-Mutuel-Gruppe in verschiedenen Rankings belegen, und Werbekampagnen.

137 Die Schlussfolgerungen, die die Beschwerdekammer im Hinblick auf die betriebliche Herkunft der von der streitigen Marke gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen aus diesen Beweismitteln gezogen hat, sind nicht eindeutig. Sie führt nämlich aus, dass die maßgeblichen Verkehrskreise die streitige Marke als Kennzeichnung von Bankprodukten und -dienstleistungen wahrnähmen, die entweder von der „Inhaberin“, d. h. der CNCM (Rn. 97, 105, 108 und, im Wesentlichen, Rn. 99 und 100 der angefochtenen Entscheidung), von „der Bank“ oder „einer Bank“ (Rn. 103, 104 und 107 der angefochtenen Entscheidung), von der „Crédit-Mutuel-Gruppe“, vom „Crédit-Mutuel-Netz“ oder vom „Unternehmen Crédit-Mutuel-Gruppe“ (Rn. 104 und 116 der angefochtenen Entscheidung) stammten.

138 Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei der streitigen Marke um eine Individualmarke handelt. Die Streithelferin ist zwar Inhaberin der als Kollektivmarke eingetragenen französischen Marke Crédit Mutuel, bezüglich deren die Cour d’appel de Paris (Berufungsgericht Paris) in ihrem Urteil vom 27. Februar 2018 auf der Grundlage von Beweismitteln, die den von der Streithelferin im Rahmen des Verfahrens vor dem EUIPO vorgelegten Beweismitteln vergleichbar waren, zu dem Schluss gelangte, dass sie Unterscheidungskraft durch Benutzung erworben habe, hat sich jedoch nicht dafür entschieden, die streitige Marke als Unionskollektivmarke anzumelden. Außerdem hat sie im Rahmen des Verfahrens vor der Nichtigkeitsabteilung hervorgehoben, dass die streitige Marke als Individualmarke angemeldet und eingetragen worden sei (vgl. Entscheidung der Nichtigkeitsabteilung, S. 4).

139 Auch ist zwischen den Parteien unstreitig, dass diese Marke von ihrer Inhaberin, der CNCM, die keine auf Gegenseitigkeit organisierte Bank ist und daher selbst keine Banktätigkeiten ausübt, nicht benutzt wird. Die Streithelferin trägt nämlich vor, dass die streitige Marke von mehreren in der Crédit-Mutuel-Gruppe zusammengeschlossenen Unternehmen verwertet werde und für das Publikum somit ein Erkennungszeichen für die Zugehörigkeit zu dieser Unternehmensgruppe darstelle.

140 Ebenso ist unstreitig, dass sich die zur Crédit-Mutuel-Gruppe gehörenden und die streitige Marke nutzenden Banken, wie sich aus Rn. 88 der angefochtenen Entscheidung ergibt, im Wesentlichen um zwei selbständige und konkurrierende Gruppen, den Crédit Mutuel Arkéa und den CM11-CIC, herum strukturiert haben, die die streitige Marke zusammen mit anderen Marken benutzen oder sie mit ihren eigenen Logos verbinden.

141 Es ist jedoch nicht ausgeschlossen, dass eine solche kollektive Benutzung dazu führen kann, dass die streitige Individualmarke Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangt.

142 Wie sich nämlich aus Rn. 135 oben ergibt, ist es im Rahmen der Beurteilung der Frage, ob eine Marke Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangt hat, unerlässlich, dass diese Benutzung entsprechend der wesentlichen Funktion einer Marke erfolgt. Bei Individualmarken – wie der streitigen Marke – besteht diese wesentliche Funktion darin, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung zu garantieren, indem sie es ihm ermöglicht, diese Ware oder Dienstleistung ohne Verwechslungsgefahr von Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden. Damit die Marke ihre Aufgabe als wesentlicher Bestandteil des Systems eines unverfälschten Wettbewerbs, das der Vertrag errichten und erhalten will, erfüllen kann, muss sie nämlich die Gewähr bieten, dass alle mit ihr gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen unter der Kontrolle eines einzigen Unternehmens hergestellt bzw. erbracht wurden, das für ihre Qualität verantwortlich gemacht werden kann (vgl. in diesem Sinne entsprechend Urteile vom 8. Juni 2017, W. F. Gözze Frottierweberei und Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, Rn. 41

und die dort angeführte Rechtsprechung, sowie vom 7. Juni 2018, Schmid/EUIPO – Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark [Steirisches Kürbiskernöl], T-72/17, mit Rechtsmittel angefochten, EU:T:2018:335, Rn. 44).

143 Daraus folgt, dass zur Feststellung, ob eine Individualmarke infolge einer kollektiven Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat, zu prüfen ist, ob sie den Verbrauchern garantiert, dass die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen von einem bestimmten Unternehmen stammen, wobei darunter ein einziges Unternehmen zu verstehen ist, unter dessen Kontrolle diese Waren oder Dienstleistungen hergestellt bzw. erbracht werden und das damit für deren Qualität verantwortlich gemacht werden kann.

144 Im vorliegenden Fall ist zu prüfen, ob die Streithelferin, d. h. die Inhaberin der streitigen Marke, wegen der rechtlichen und geschäftlichen Verbindungen zwischen ihr und den Mitgliedern der Crédit-Mutuel-Gruppe, wie sie geltend macht, als „einziges Unternehmen“ im Sinne der oben in Rn. 142 angeführten Rechtsprechung anzusehen ist, so dass aufgrund des Zusammenhangs zwischen der streitigen Marke und den von den Mitgliedern dieser Gruppe bereitgestellten Waren und Dienstleistungen davon auszugehen wäre, dass die Marke infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat.

145 In diesem Zusammenhang ist somit zu prüfen, ob die Streithelferin eine Kontrolle über die von den zur Crédit-Mutuel-Gruppe gehörenden Banken, die diese Marke tatsächlich benutzen, bereitgestellten Waren und Dienstleistungen ausübt, so dass die Verbraucher diese Waren oder Dienstleistungen als von einem einzigen Unternehmen, das für ihre Qualität verantwortlich gemacht werden kann, stammend wahrnehmen.

146 Hierzu ist festzustellen, dass die CNCM die Zentralorganisation der Crédit-Mutuel-Gruppe ist. Gemäß Art. L.512-56 des CMF ist sie mit der kollektiven Vertretung der Kreditgenossenschaften betraut, um deren gemeinsamen Rechte und Interessen geltend zu machen, eine administrative, technische und finanzielle Kontrolle über die Organisation und das Management der einzelnen Kreditgenossenschaften auszuüben und alle für die ordnungsmäße Durchführung des genossenschaftlichen Kredits erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen. Nach Art. R.512-20 des CMF müssen sich die Kreditgenossenschaften verpflichten, die Satzung, Geschäftsordnungen, Anweisungen und Entscheidungen der CNCM zu befolgen. Wie sich aus ihrer Satzung ergibt, wird die CNCM in Form eines Verbands tätig.

147 In Beantwortung einer schriftlichen Frage des Gerichts macht die Streithelferin unter Verweis auf ihre Aufgaben als Zentralorganisation der Crédit-Mutuel-Gruppe geltend, dass sie eine administrative, technische und finanzielle Kontrolle über die Mitglieder des Netzwerks ausübe und dass sie die erforderlichen Maßnahmen ergreife, um insbesondere die Liquidität und die Solvabilität der einzelnen zur Gruppe gehörenden Kassen zu gewährleisten.

148 Daraus lässt sich jedoch nicht schließen, dass sie auch eine Kontrolle im Sinne der oben in Rn. 142 angeführten Rechtsprechung über die Waren und Dienstleistungen ausübt, die von den zur Crédit-Mutuel-Gruppe gehörenden Banken bereitgestellt werden.

149 Auch wenn es sich bei der Crédit-Mutuel-Gruppe, wie sich aus verschiedenen, von der Streithelferin diesbezüglich angeführten Entscheidungen und Rechtsakten europäischer und nationaler Instanzen ergibt, um ein einziges Unternehmen im Sinne des Wettbewerbsrechts oder im Sinne der aufsichtsrechtlichen Anforderungen handelt, reicht dies entgegen dem Vortrag der Streithelferin für sich genommen nicht aus, um daraus zu folgern, dass die Streithelferin als Zentralorganisation dieser Gruppe auch ein einziges Unternehmen im Sinne der oben in Rn. 142 angeführten Rechtsprechung darstellt. Dieser Begriff – wie er in dieser Rechtsprechung ausgelegt wird – hat nämlich einen

eigenständigen Bedeutungsgehalt im Markenrecht der Europäischen Union und darf nicht mit den in anderen Bereichen des Unionsrechts, wie dem Wettbewerbsrecht oder der Beaufsichtigung von Kreditinstituten, entwickelten Begriffen verwechselt oder in Analogie zu diesen angewandt werden.

150 Die für aufsichtsrechtliche Zwecke oder für die Zwecke der Anwendung des Wettbewerbsrechts anwendbaren Kriterien zur Feststellung der Existenz einer Crédit-Mutuel-Gruppe sind nämlich nicht dieselben wie diejenigen, die für die Feststellung gelten, dass ein „einziges Unternehmen“ im Sinne der Rechtsprechung zur Benutzung einer Unionsindividualmarke entsprechend ihrer wesentlichen Funktion vorliegt.

151 In letzterem Fall ist allein ausschlaggebend, ob die Benutzung der streitigen Marke für die von den Mitgliedern der Crédit-Mutuel-Gruppe bereitgestellten Waren und Dienstleistungen den Verbrauchern garantiert, dass diese Waren und Dienstleistungen von einem einzigen Unternehmen stammen, unter dessen Kontrolle diese Waren oder Dienstleistungen bereitgestellt werden und das damit für ihre Qualität verantwortlich gemacht werden kann. Die Streithelferin hat jedoch nicht dargetan, dass dies bei der Crédit-Mutuel-Gruppe der Fall ist.

152 Die von der Streithelferin angeführten Argumente für den Nachweis, dass sie indirekt, aber zwangsläufig die Qualität der von den zur Crédit-Mutuel-Gruppe gehörenden Bankinstituten bereitgestellten Waren und Dienstleistungen kontrolliere, können nicht überzeugen. Sie macht geltend, dass die finanzielle Solidität, die Solvabilität und die Liquidität der Bankinstitute Eigenschaften seien, die der Verbraucher von einer zuverlässigen Bank erwarte. Da sie insoweit die Kontrolle über die zur Gruppe gehörenden Institute ausübe, sei sie auch für die Qualität der von ihnen bereitgestellten Waren und Dienstleistungen verantwortlich.

153 Auch wenn sich die Verantwortung für die Kontrolle im aufsichtsrechtlichen Sinne auf die Wahrnehmung der zur Crédit-Mutuel-Gruppe gehörenden Banken durch ihre Kunden auswirken kann, indem sie zu ihrem Image als „zuverlässige Banken“ beiträgt, lässt sie doch nicht den Schluss zu, dass die Streithelferin neben der Überwachung der finanziellen Lage dieser Banken auch die Kontrolle über die von ihnen den Verbrauchern bereitgestellten Waren und Dienstleistungen ausübt, so dass sie für deren Qualität verantwortlich gemacht werden könnte. Nur aufgrund dieses letztgenannten Kriteriums ließe sich jedoch feststellen, dass die streitige Individualmarke, deren Inhaberin die Streithelferin ist, darauf hinweist, dass die von ihr bezeichneten Waren und Dienstleistungen von einem einzigen Unternehmen stammen, so dass sie, indem sie die betriebliche Herkunft dieser Waren und Dienstleistungen garantiert, infolge ihrer kollektiven Benutzung durch die Mitglieder der Crédit-Mutuel-Gruppe Unterscheidungskraft erlangen könnte.

154 Daraus folgt, dass die streitige Individualmarke im vorliegenden Fall nicht entsprechend ihrer wesentlichen Funktion als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren und Dienstleistungen als von einem einzigen Unternehmen stammend, unter dessen Kontrolle sie hergestellt bzw. erbracht werden und das für ihre Qualität verantwortlich gemacht werden kann, benutzt wurde, sondern, wie das EUIPO und der Kläger im Wesentlichen geltend machen, als Hinweis auf eine kollektive betriebliche Herkunft oder, genauer gesagt, als Hinweis darauf, dass die betreffenden Waren und Dienstleistungen von einem Hersteller oder Dienstleister stammen, der zu dem Verband oder dem Zusammenschluss der der Crédit-Mutuel-Gruppe angegliederten Banken gehört. Im Übrigen macht die Streithelferin ausdrücklich geltend (vgl. das oben in den Rn. 122 bis 127 wiedergegebene Vorbringen der Streithelferin), dass die streitige Marke für die maßgeblichen Verkehrskreise ein Erkennungszeichen für die Zugehörigkeit zur Crédit-Mutuel-Gruppe darstelle.

155 Eine solche Benutzung der streitigen Marke als Hinweis auf die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen von einer der zur Crédit-Mutuel-Gruppe gehörenden Banken kann jedoch gegebenenfalls die Feststellung zulassen, dass eine Kollektivmarke ihre Funktion als Herkunftshinweis erfüllt. Im Unterschied zu einer Individualmarke bezeichnet die Unionskollektivmarke nämlich nicht von einem einzigen Unternehmen stammende Waren und Dienstleistungen, sondern ermöglicht es

gemäß Art. 74 der Verordnung 2017/1001, die betriebliche Herkunft der von ihr bezeichneten Waren und Dienstleistungen zu identifizieren, da sie von den Mitgliedern des Verbands stammen, der Inhaber dieser Marke ist (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 8. Juni 2017, W. F. Gözze Frottierweberei und Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, Rn. 50, und vom 20. September 2017, The Tea Board/EUIPO, C-673/15 P bis C-676/15 P, EU:C:2017:702, Rn. 57).

156 Das Argument der Streithelferin, der Verbraucher verbinde die unter der Marke Crédit Mutuel angebotenen Bankdienstleistungen mit der Crédit-Mutuel-Gruppe und unterscheide sie damit von denen anderer Herkunft, veranschaulicht eher, dass diese Marke als Kollektivmarke und nicht als Individualmarke benutzt wird.

157 Wie oben in Rn. 138 ausgeführt, wurde die streitige Marke aber als Individualmarke und nicht als Kollektivmarke eingetragen.

158 Da die Streithelferin nicht nachgewiesen hat, dass die streitige Individualmarke die wesentliche Funktion als Hinweis auf die betriebliche Herkunft erfüllt, nämlich zu garantieren, dass die von ihr bezeichneten Waren und Dienstleistungen von einem einzigen Unternehmen stammen, unter dessen Kontrolle sie bereitgestellt werden und das damit im Sinne der oben in Rn. 142 angeführten Rechtsprechung für ihre Qualität verantwortlich gemacht werden kann, ist die Beschwerdekammer zu Unrecht zu dem Schluss gelangt, dass die Marke infolge ihrer Benutzung durch die Mitglieder der Crédit-Mutuel-Gruppe Unterscheidungskraft erlangt hat.

159 Dies wird durch den vom Kläger angeführten Umstand bestätigt, dass der Crédit Mutuel Arkéa und der CM11-CIC, zwei selbständige und konkurrierende Gruppen, um die herum die auf Gegenseitigkeit organisierten Banken, die zu dem Verband gehören, dessen Zentralorganisation die Streithelferin ist, strukturiert sind, zum Hinweis auf die betriebliche Herkunft dieser Waren und Dienstleistungen als von einer dieser beiden Gruppen stammend neben der streitigen Marke andere Marken verwenden oder diese Marke mit einem besonderen Logo verbinden, was die Streithelferin nicht bestreitet. Sie hält diesen Umstand jedoch für irrelevant, da die Existenz eigener Marken zur Bezeichnung der vom Kläger und vom CM11-CIC jeweils angebotenen Waren und Dienstleistungen nicht dazu führe, dass die Benutzung der „Dachmarke“ Crédit Mutuel, die die Streithelferin als die von allen Mitgliedern der Crédit-Mutuel-Gruppe benutzte Marke aufzufassen scheint, entfalle.

160 Wie oben in Rn. 154 ausgeführt und von der Streithelferin selbst geltend gemacht, ist die streitige Marke, auch wenn sie als „Dachmarke“ zu verstehen wäre, aber ein Erkennungszeichen für die Zugehörigkeit zu der Unternehmensgruppe und weist somit allenfalls auf die kollektive Herkunft der Waren und Dienstleistungen als von der Crédit-Mutuel-Gruppe stammend hin.

161 Aus der oben in Rn. 131 wiedergegebenen Rechtsprechung geht jedoch hervor, dass die streitige Individualmarke in der Lage sein muss, die erfassten Waren und Dienstleistungen bei den beteiligten Verkehrskreisen als von einem einzigen Unternehmen im Sinne der oben in Rn. 142 angeführten Rechtsprechung stammend zu kennzeichnen.

162 In diesem Zusammenhang ist außerdem festzustellen, dass die Beschwerdekammer in Rn. 97 der angefochtenen Entscheidung zu Unrecht davon ausgegangen ist, dass die von der Streithelferin zum Nachweis der durch Benutzung erlangten Unterscheidungskraft vorgelegten Meinungsumfragen „eindeutig“ belegten, dass die maßgeblichen Verkehrskreise die streitige Marke als Kennzeichnung der Bankprodukte und -dienstleistungen als von der Streithelferin stammend wahrnähmen. Aus diesen Umfragen ergibt sich nämlich, dass die befragten Personen eine Verbindung zwischen dem Zeichen Crédit Mutuel und einer Bank oder allgemeiner einem Finanzinstitut oder aber einem Bankprodukt wie z. B. einem Darlehen herstellen. Mithin können diese Umfragen allenfalls belegen, dass das Zeichen Crédit Mutuel für die maßgeblichen Verkehrskreise Waren und Dienstleistungen bezeichnet,

die zum Banksektor oder zu einem Bank- oder Finanzinstitut gehören, von dem sie bereitgestellt werden. Gerade deshalb wurde die streitige Marke ja für diese Waren und Dienstleistungen mit Bezug zu Banktätigkeiten als beschreibend angesehen.

163 Der von der Streithelferin angeführte Umstand, dass ein bestimmter Prozentsatz der Befragten angegeben habe, bereits von dem „Namen" Crédit Mutuel gehört zu haben, ist nicht zum Beleg dafür geeignet, dass die maßgeblichen Verkehrskreise die streitige Marke mit der Streithelferin in Verbindung bringen, sondern allenfalls dafür, dass sie mit diesem Begriff, der sich aus ihrer Sicht auf eine Bank, ein Finanzinstitut oder ein Bankprodukt bezieht, vertraut sind.

164 Die oben in Rn. 158 gezogene Schlussfolgerung wird durch die übrigen Argumente der Streithelferin nicht in Frage gestellt.

165 Erstens ist das Vorbringen zurückzuweisen, wonach eine Marke, um Unterscheidungskraft durch Benutzung zu erlangen, nicht von ihrem Inhaber verwendet werde müsse, sondern dass es ausreiche, dass sie durch befugte Dritte tatsächlich benutzt werde, was bei der streitigen Marke der Fall sei.

166 Die Rechtsprechung, auf die sich die Streithelferin insoweit stützt, betrifft den Nachweis der ernsthaften Benutzung einer Marke mit Zustimmung ihres Inhabers im Sinne von Art. 18 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001, wobei diese Benutzung dann als ernsthafte Benutzung durch den Inhaber gilt. Was die Frage angeht, ob eine Marke Unterscheidungskraft durch Benutzung erlangt, gibt es allerdings keine Bestimmung, die Art. 18 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 entspräche, so dass nicht ohne Weiteres davon auszugehen ist, dass die Benutzung einer Marke durch einen Dritten mit Zustimmung ihres Inhabers die Feststellung zulässt, dass durch die Markenbenutzung Unterscheidungskraft erworben wurde.

167 Während der Gerichtshof nämlich anerkannt hat, dass die Anforderungen an die Prüfung der ernsthaften Benutzung einer Marke im Sinne von Art. 18 Abs. 1 der Verordnung 2017/1001 denen entsprechen, die für den Erwerb der Unterscheidungskraft eines Zeichens durch Benutzung im Hinblick auf dessen Eintragung im Sinne von Art. 7 Abs. 3 dieser Verordnung gelten (Urteil vom 18. April 2013, Colloseum Holding, C-12/12, EU:C:2013:253, Rn. 34), hat er insoweit keinen Bezug auf die sich aus Art. 18 Abs. 2 der Verordnung ergebenden Anforderungen genommen.

168 Die von der Streithelferin angeführte Rechtsprechung zur Anwendung von Art. 18 Abs. 2 der Verordnung 2017/1001 ist daher im Rahmen der Anwendung von Art. 7 Abs. 3 dieser Verordnung nicht einschlägig.

169 Zweitens erlaubt das Vorbringen der Streithelferin, wonach eine Gesellschaftsbezeichnung oder ein Handelsname zwar für sich genommen nicht den Zweck habe, Waren oder Dienstleistungen zu unterscheiden, eine Benutzung „für Waren oder Dienstleistungen" aber vorliegen könne, wenn der Dritte das Zeichen so benutze, dass eine Verbindung zwischen dem Zeichen, das die Gesellschaftsbezeichnung oder den Handelsnamen bilde, und den vom Dritten vertriebenen Waren oder den von ihm erbrachten Dienstleistungen hergestellt werde (Urteil vom 11. September 2007, Céline, C-17/06, EU:C:2007:497, Rn. 21 bis 23), nicht den Nachweis, dass die streitige Marke die Inhaberin als diejenige bezeichnet, von der die betreffenden Waren oder Dienstleistungen stammen. Wie die Beschwerdekammer in Rn. 117 der angefochtenen Entscheidung festgestellt hat, ist nämlich die Streithelferin, deren Gesellschaftsbezeichnung „Confédération nationale du Crédit mutuel" lautet, Inhaberin der Marke. Die streitige Marke entspricht mithin nicht ihrer Gesellschaftsbezeichnung.

170 Nach alledem ist dem zweiten und dem dritten Klagegrund stattzugeben und die angefochtene Entscheidung teilweise aufzuheben, soweit darin festgestellt wird, dass die streitige Marke für die Waren und Dienstleistungen der ersten Kategorie, für die sie beschreibend und nicht unterscheidungskräftig sei, durch Benutzung Unterscheidungskraft erlangt habe, ohne dass es

erforderlich wäre, die übrigen Rügen zu prüfen, mit denen der Kläger die Beurteilung der Beschwerdekammer zur durch Benutzung erlangten Unterscheidungskraft der streitigen Marke beanstandet.

Kosten

171 Nach Art. 134 Abs. 1 der Verfahrensordnung ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen. Unterliegen mehrere Parteien, hat das Gericht nach Art. 134 Abs. 2 der Verfahrensordnung über die Verteilung der Kosten zu entscheiden. Schließlich trägt nach Art. 134 Abs. 3 der Verfahrensordnung, wenn jede Partei teils obsiegt, teils unterliegt, jede Partei ihre eigenen Kosten. Das Gericht kann jedoch entscheiden, dass eine Partei außer ihren eigenen Kosten einen Teil der Kosten der Gegenpartei trägt, wenn dies in Anbetracht der Umstände des Einzelfalls gerechtfertigt erscheint.

172 Im vorliegenden Fall hat der Kläger beantragt, dem EUIPO und der Streithelferin die Kosten aufzuerlegen. Das EUIPO hat beantragt, dem Kläger und der Streithelferin die Kosten aufzuerlegen. Die Streithelferin hat beantragt, dem Kläger die Kosten aufzuerlegen.

173 Unter diesen Umständen und in Anbetracht dessen, dass der Kläger, das EUIPO und die Streithelferin jeweils mit einigen ihrer Anträge unterlegen sind, ist bezüglich der die Klage betreffenden Kosten zu entscheiden, dass der Kläger ein Drittel seiner eigenen Kosten und ein Drittel der Kosten des EUIPO und der Streithelferin, das EUIPO zwei Drittel seiner eigenen Kosten und zwei Drittel der Kosten des Klägers und die Streithelferin zwei Drittel ihrer eigenen Kosten tragen. Die Streithelferin trägt die Kosten im Zusammenhang mit der Anschlussklage.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Zweite Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. **Die Entscheidung der Fünften Beschwerdekammer des Amtes der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) vom 8. November 2017 (Sache R 1724/2016-5) wird aufgehoben, soweit darin festgestellt wird, dass die streitige Marke durch Benutzung Unterscheidungskraft für die Waren und Dienstleistungen erlangt habe, für die sie beschreibend und nicht unterscheidungskräftig gewesen sei.**

2. **Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.**

3. **Die Anschlussklage wird abgewiesen.**

4. **Der Crédit Mutuel Arkéa trägt ein Drittel seiner eigenen Kosten und ein Drittel der Kosten des EUIPO und der Confédération nationale du Crédit mutuel im Zusammenhang mit der Klage.**

5. **Das EUIPO trägt zwei Drittel seiner eigenen Kosten und zwei Drittel der Kosten des Klägers im Zusammenhang mit der Klage.**

6. **Die Confédération nationale du Crédit mutuel trägt zwei Drittel ihrer eigenen Kosten im Zusammenhang mit der Klage und die Kosten im Zusammenhang mit der Anschlussklage.**

Prek Buttigieg Berke

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 24. September 2019.

Unterschriften