Samling af Afgørelser

RETTENS DOM (Første Afdeling)

18. oktober 2016*

»EU-varemærker — ansøgning om EU-ordmærket BRAUWELT — absolutte registreringshindringer — beskrivende karakter — mangel på fornødent særpræg — artikel 7, stk. 1, litra b) og c), i forordning (EF) nr. 207/2009 — fornødent særpræg opnået ved brug — artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009 — retten til at blive hørt — begrundelsespligt — artikel 75 i forordning nr. 207/2009«

I sag T-56/15,

Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG, Nürnberg (Tyskland), ved advokat M. Höfler,

sagsøger,

mod

Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) ved A. Schifko, som befuldmægtiget,

sagsøgt,

angående en påstand om annullation af afgørelse truffet den 4. december 2014 af Fjerde Appelkammer ved EUIPO (sag R 1121/2014-4) vedrørende registrering af ordtegnet BRAUWELT som EU-varemærke,

har

RETTEN (Første Afdeling)

sammensat under rådslagningen af afdelingsformanden, H. Kanninen, og dommerne I. Pelikánová (refererende dommer) og E. Buttigieg,

justitssekretær: E. Coulon,

under henvisning til stævningen, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 2. februar 2015,

under henvisning til svarskriftet, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 21. april 2015,

under henvisning til replikken, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 6. juli 2015,

* Processprog: tysk.

og under henvisning til, at ingen af hovedparterne har anmodet om afholdelse af retsmøde inden for fristen på tre uger efter, at det er forkyndt, at retsforhandlingernes skriftlige del er afsluttet, og at Retten i henhold til artikel 106, stk. 3, i Rettens procesreglement har besluttet at træffe afgørelse, uden at retsforhandlingerne omfatter en mundtlig del,

afsagt følgende

Dom

Sagens baggrund

1 Den 2. august 2013 indgav sagsøgeren, Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG, en ansøgning om registrering af et EU-varemærke til Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 207/2009 af 26. februar 2009 om EU-varemærker (EUT 2009, L 78, s. 1).

2 Det EU-varemærke, der blev ansøgt registreret, var ordtegnet BRAUWELT.

3 De varer og tjenesteydelser, som varemærkeansøgningen vedrører, henhører under klasse 9, 16, 32, 35, 38, 41, 42 og 43 i Nicearrangementet af 15. juni 1957 vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret, og svarer i hver enkelt af disse klasser til følgende beskrivelse:

— klasse 9: »software og computerprogrammer, særligt applikationsprogrammer (apps, der kan downloades); databærere (indspillede og uindspillede)«

— klasse 16: »pjecer, tidsskrifter, kataloger, bøger, også i form af løsblade«

— klasse 32: »øl; humleekstrakter til ølfremstilling«

— klasse 35: »organisering af messer og udstillinger, der omhandler fremstilling af øl, drikkevarer og ernæring med kommercielle og reklamemæssige formål; dokumentationsvirksomhed med kommercielt formål; adressemarketing; indsamling og udbydelse af informationer på internettet, nemlig marketing- og salgsinformationer, organisering og arrangering af messer, også i elektronisk form«

— klasse 38: »tilvejebringelse af adgang til information på internettet; tilvejebringelse af computerprogrammer og apps (applikationssoftware) på internettet; tilvejebringelse af internetportaler for tredjemand; udbydelse af adgang til informationer på internettet; indsamling, forsyning og transmission af nyheder på internettet; udbydelse af adgang til databaser, udbydelse af adgang til software, data, billeder, oplysninger i audio og/eller videoformat på internettet; elektronisk formidling af annoncer«

— klasse 41: »organisering og arrangering af seminarer og workshopper, også elektronisk; sportsarrangementer og kulturelle arrangementer; organisering og afholdelse af musikalske, kulturelle, turist- og andre fritidsaktiviteter; information om underholdnings- og fritidsarrangementer; oplæring, underholdningsvirksomhed; forlagsvirksomhed, særligt online publicering af elektroniske bøger og tidsskrifter, herunder udarbejdelse og udgivelse af tekster, online oplysninger om ernæring og drikke (uddannelse inden for ernæring, kurser om ernæring)«

— klasse 42: »design og udvikling af computersoftware, herunder særlig forudinstallerede programmer (apps), udbydelse af en platform på internettet; tilvejebringelse af e-handel-platforme«

— klasse 43: »tilvejebringelse af mad og drikke«.

4 Ved afgørelse af 14. marts 2014 afslog undersøgeren registrering af alle de omhandlede varer og tjenesteydelser med den begrundelse, at varemærket var beskrivende som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 og manglede fornødent særpræg i henhold til samme forordnings artikel 7, stk. 1, litra b).

5 Den 24. april 2014 indgav sagsøgeren i medfør af artikel 58-64 i forordning nr. 207/2009 en klage over undersøgerens afgørelse til EUIPO.

6 Ved afgørelse af 4. december 2014 (herefter »den anfægtede afgørelse«) gav Fjerde Appelkammer ved EUIPO afslag på klagen. Appelkammeret fastslog for det første, at eftersom det ansøgte varemærke var sammensat af tyske ord, bestod den relevante kundekreds af de endelige forbrugere og af tyske og østrigske erhvervsdrivende. Det konstaterede for det andet, at det ansøgte varemærke betyder »ølfremstillingens verden« eller »en verden med ølfremstilling«, og at det for den tysksprogede forbruger betød et salgssted eller et stort udbud af varer og tjenesteydelser i forbindelse med brygning. Appelkammeret fastslog for det tredje, at afhængigt af hvilke varer eller tjenesteydelser der er tale om, betegner det ansøgte varemærke disse varer eller tjenesteydelsers formål eller tematiske fokus eller deres salgs- eller leveringssted. Appelkammeret fastslog, at alle de varer og tjenesteydelser, som er omhandlet af det ansøgte varemærke, kunne indgå i et stort udbud af information og ydelser vedrørende brygning. Appelkammeret udledte deraf, at det ansøgte varemærke var beskrivende med hensyn til arten af og formålet med varerne eller tjenesteydelserne som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009. For det fjerde fandt appelkammeret, at for så vidt som det ansøgte varemærke var beskrivende, manglede det fornødent særpræg i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009. For det femte fandt appelkammeret, at de af sagsøgeren fremlagte beviser ikke var tilstrækkelige med henblik på at bevise, at der var opnået fornødent særpræg ved brug som omhandlet i artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009.

Parternes påstande

7 Sagsøgeren har nedlagt følgende påstande:

— Den anfægtede afgørelse annulleres.

— Den anfægtede afgørelse omgøres således, at det ansøgte varemærke registreres for de nævnte varer og tjenesteydelser.

— Subsidiært omgøres den anfægtede afgørelse således, at det ansøgte varemærke registreres for varerne »fagtidsskrifter, der omhandler bryggeri«.

— EUIPO tilpligtes at betale sagens omkostninger.

8 EUIPO har nedlagt følgende påstande:

— Frifindelse.

— Sagsøgeren tilpligtes at betale sagens omkostninger.

Retlige bemærkninger

1. *Formaliteten vedrørende den anden og den tredje påstand*

9 EUIPO har gjort gældende, at den i stævningen nedlagte anden og tredje påstand ikke kan antages til realitetsbehandling, idet de tilsigter, at Retten udsteder et påbud til EUIPO.

10 Sagsøgeren har bestridt EUIPO's argumenter ved nærmere at forklare dels, at den anden påstand udgør en påstand om omgørelse, der skal tages til følge, dels, at den tredje påstand udgør en betinget begrænsning af fortegnelsen over de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af det varemærke, der søges registreret.

11 Det skal indledningsvis bemærkes, at uanset om den tredje påstand hviler på en betinget begrænsning af fortegnelsen over de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af det varemærke, der søges registreret, udgør den ligesom den anden påstand en påstand om omgørelse, der skal forstås således, at den tilsigter, at Retten registrerer varemærket.

12 Det er i denne forbindelse korrekt, at Retten har kompetence til at omgøre appelkammerets afgørelse i henhold til artikel 65, stk. 3, i forordning nr. 207/2009. Denne beføjelse til at omgøre afgørelser tilsigter, at Retten træffer den afgørelse, som appelkammeret burde have truffet ifølge bestemmelserne i forordning nr. 207/2009, hvilket bevirker, at spørgsmålet om realitetsbehandling af en påstand om omgørelse skal vurderes i henhold til de kompetencer, som det pågældende appelkammer er tildelt (kendelse af 30.6.2009, Securvita mod KHIM (Natur-Aktien-Index), T-285/08, EU:T:2009:230, præmis 14 og 15).

13 Selv om registrering af et EU-varemærke følger af en fastslåelse af, at alle betingelserne i artikel 45 i forordning nr. 207/2009 er opfyldt, vedtager EUIPO's afdelinger, som har kompetence til at registrere EU-varemærker, ikke i denne henseende en formel afgørelse, der kan påklages. Appelkammeret, som i henhold til artikel 64, stk. 1, i forordning nr. 207/2009 enten kan omgøre den af afdelingen trufne afgørelse, eller hjemvise sagen til den pågældende afdeling til videre behandling, har dermed ikke kompetence at behandle et krav om, at det registrerer et EU-varemærke. Derfor tilkommer det heller ikke Retten at påkende et krav om omgørelse, hvorefter Retten bør ændre et appelkammers afgørelse i denne retning (jf. i denne retning kendelse af 30.6.2009, Natur-Aktien-Index, T-285/08, EU:T:2009:230, præmis 16-23).

14 På baggrund af det ovenstående skal den anden og den tredje påstand afvises.

2. *Om de beviser, der for første gang er fremlagt for Retten*

15 EUIPO har gjort gældende, at bilag K.24-K.30 og K.33 til stævningen skal afvises med henvisning til, at de blev fremlagt for første gang for Retten, uden at være blevet vedlagt sagsakterne for EUIPO.

16 Det skal i denne forbindelse bemærkes, at et søgsmål ved Retten har til formål at efterprøve lovligheden af afgørelser truffet af EUIPO's appelkamre, jf. artikel 65 i forordning nr. 207/2009, hvorfor Rettens opgave ikke er at foretage en fornyet undersøgelse af de faktiske omstændigheder i lyset af dokumenter, der for første gang forelægges for Retten. Bilag K.24-K.30 og K.33 til stævningen skal derfor afvises, uden at det er nødvendigt at undersøge deres beviskraft (jf. i denne retning dom af 24.11.2005, Sadas mod KHIM – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, EU:T:2005:420, præmis 19 og den deri nævnte retspraksis).

3. *Om realiteten*

17 Til støtte for sit søgsmål har sagsøgeren fremført tre anbringender vedrørende, for det første, en tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, sammenholdt med forordningens artikel 75, for det andet, en tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009, og, for det tredje, en tilsidesættelse af artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009, sammenholdt med forordningens artikel 75.

Om det første anbringende vedrørende tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, sammenholdt med forordningens artikel 75

18 Sagsøgeren har kritiseret appelkammeret for at have tilsidesat begrundelsespligten, for fejlagtigt at have konkluderet, at det ansøgte varemærke var beskrivende i forhold til alle de heraf omfattede varer og tjenesteydelser, og for at have tilsidesat sagsøgerens ret til at blive hørt.

Om tilsidesættelse af begrundelsespligten

19 Sagsøgeren har gjort gældende, at appelkammeret har tilsidesat begrundelsespligten, idet det ikke undersøgte, om det varemærke, der søges registreret, er beskrivende for hver eneste vare og hver eneste tjenesteydelse, der er angivet i registreringsansøgningen, og idet det overordnet henviste til alle varer i hver enkelt klasse.

20 EUIPO har bestridt berettigelsen af sagsøgerens argumenter.

21 Det følger af retspraksis, at når der ansøges om registrering af et varemærke i relation til diverse varer eller tjenesteydelser, skal appelkammeret konkret fastslå, at det pågældende varemærke ikke er omfattet af en af de registreringshindringer, der er opregnet i artikel 7, stk. 1, i forordning nr. 207/2009, i forhold til alle disse varer eller tjenesteydelser, og kan nå til forskellige resultater alt afhængig af de undersøgte varer eller tjenesteydelser. Følgelig skal appelkammeret, når det afslår at registrere et varemærke, i sin afgørelse angive det resultat, som det er nået til, for hver enkelt af de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af registreringsansøgningen, uanset hvordan denne ansøgning er formuleret (jf. dom af 2.4.2009, Zuffa mod KHIM (ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP), T-118/06, EU:T:2009:100, præmis 27 og den deri nævnte retspraksis).

22 Såfremt den samme registreringshindring gør sig gældende for en kategori eller en gruppe af varer eller tjenesteydelser, kan appelkammeret dog begrænse sig til at anføre en generel begrundelse for alle de omhandlede varer eller tjenesteydelser, forudsat at alle de faktiske og retlige betragtninger, der udgør begrundelsen for den pågældende afgørelse, dels i tilstrækkelig grad forklarer appelkammerets ræsonnement i forhold til alle varer og tjenesteydelser i kategorien og dels kan finde anvendelse på en hvilken som helst af de pågældende varer eller tjenesteydelser. I denne henseende er det imidlertid ikke tilstrækkeligt i sig selv, at de pågældende varer eller tjenesteydelser henhører under den samme klasse i Nicearrangementet (jf. i denne retning dom af 2.4.2009, ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP, T-118/06, EU:T:2009:100, præmis 27 og 28 og den deri nævnte retspraksis).

23 I den anfægtede afgørelses punkt 16 henviste appelkammeret nemlig til »computerprogrammer«, der omfatter »software«, og til »databærere«, som henhører under klasse 9, samt til »pjecer«, »tidsskrifter«, »kataloger« og »bøger«, der henhører under klasse 16. I den anfægtede afgørelses punkt 17 vedrørte undersøgelsen »øl« og »humleekstrakter«, der henhører under klasse 32, og »tilvejebringelse af mad og drikke«, som henhører under klasse 43. I den anfægtede afgørelses punkt 18 samlede appelkammeret de tjenesteydelser, som henhører under klasse 35, i to underkategorier vedrørende for det første marketingsområdet og dernæst arrangering af messer. I den anfægtede afgørelses punkt 19 vedrørte begrundelsen for så vidt angår tjenesteydelser, der henhører under klasse 38 og 42, tre underkategorier, nemlig henholdsvis tilvejebringelse af internetadgang,

dernæst udbydelse af adgang til informationer på internettet, af adgang til databaser og endelig tilsvarende programmeringsydelser. Endelig udledte appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 20 fire underkategorier blandt de tjenesteydelser, som henhører under klasse 41, vedrørende grunduddannelse og videreuddannelse, sportsarrangementer og kulturelle arrangementer samt underholdningsvirksomhed og forlagsvirksomhed.

24 Appelkammeret handlede ved undersøgelsen af det ansøgte varemærkes beskrivende karakter ud fra kategorier af varer og tjenesteydelser, hvis relevans ikke er bestridt af sagsøgeren, i overensstemmelse med de regler, som er beskrevet i præmis 21 og 22 ovenfor.

25 Dette klagepunkt skal følgelig forkastes.

Om det ansøgte varemærkes beskrivende karakter i forhold til de varer og tjenesteydelser, der er omfattet

26 Sagsøgeren har gjort gældende, at appelkammeret med urette fastslog, at det ansøgte varemærke var beskrivende for de heraf omfattede varer og tjenesteydelser i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009.

27 EUIPO har bestridt berettigelsen af sagsøgerens argumenter.

28 I henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 er varemærker, som udelukkende består af tegn eller angivelser, der i omsætningen kan tjene til at betegne varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed, mængde, anvendelse, værdi, geografiske oprindelse, tidspunktet for varens fremstilling eller for præstationen af tjenesteydelsen eller andre egenskaber ved disse, udelukket fra registrering.

29 Ifølge retspraksis er artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 til hinder for, at de tegn eller angivelser, som omhandles i artiklen, forbeholdes en enkelt virksomhed på grund af deres registrering som varemærke. Denne bestemmelse forfølger det mål af almen interesse, at sådanne tegn eller angivelser frit skal kunne bruges af alle (dom af 23.10.2003, KHIM mod Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, præmis 31).

30 Endvidere anses tegn eller angivelser, der i omsætningen kan tjene til at betegne egenskaberne ved den vare eller tjenesteydelse, for hvilken der ansøges om registrering, i medfør af artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 for uegnede til at opfylde varemærkets væsentligste funktion, nemlig at angive varens eller tjenesteydelsens handelsmæssige oprindelse, således at forbrugeren, der erhverver den vare eller tjenesteydelse, som varemærket betegner, ved en senere erhvervelse kan gentage oplevelsen, hvis den er positiv, eller undgå den, hvis den er negativ (dom af 23.10.2003, KHIM mod Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, præmis 30).

31 De tegn og angivelser, der henhører under artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, er sådanne, der i den tilsigtede kundekreds' normale sprogbrug – enten direkte eller ved henvisning til en af dens væsentligste egenskaber – kan tjene til at betegne den vare eller den tjenesteydelse, for hvilken der er ansøgt om registrering (dom af 20.9.2001, Procter & Gamble mod KHIM, C-383/99 P, EU:C:2001:461, præmis 39).

32 Det følger heraf, at det, for at et tegn kan falde ind under forbuddet i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, er nødvendigt, at dette har en tilstrækkelig direkte og konkret forbindelse til de omhandlede varer eller tjenesteydelser, der kan gøre det muligt for den berørte kundekreds straks og uden yderligere overvejelse at opfatte en beskrivelse af de omhandlede varer eller tjenesteydelser eller af en af deres egenskaber (dom af 14.6.2007, Europig mod KHIM (EUROPIG), T-207/06, EU:T:2007:179, præmis 27).

33 For at et varemærke, som udgøres af en neologisme eller et ord, der er skabt ved en sammensætning af bestanddele, kan anses for at være beskrivende i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, er det ikke tilstrækkeligt, at det fastslås, at bestanddelene hver for sig eventuelt er beskrivende. Det skal ligeledes fastslås, at neologismen eller ordet selv er beskrivende (dom af 12.1.2005, Wieland-Werke mod KHIM (SnTEM, SnPUR, SnMIX), T-367/02 – T-369/02, EU:T:2005:3, præmis 31; jf. ligeledes analogt dom af 12.2.2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, præmis 96, og af 12.2.2004, Campina Melkunie, C-265/00, EU:C:2004:87, præmis 37).

34 Et varemærke, som består af en neologisme eller et ord, der er sammensat af bestanddele, som hver for sig er beskrivende for egenskaber ved de varer og tjenesteydelser, med hensyn til hvilke der er indgivet ansøgning om registrering, er selv beskrivende for disse varers og tjenesteydelsers egenskaber i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, medmindre der er en synlig forskel mellem neologismen eller ordet og den blotte sum af de bestanddele, den er sammensat af. Dette forudsætter, at neologismen eller ordet – på grund af kombinationens usædvanlige karakter i forhold til de nævnte varer eller tjenesteydelser – skaber et indtryk, der ligger tilstrækkelig fjernt fra det indtryk, som er fremkaldt ved den blotte forening af de angivelser, der meddeles ved de bestanddele, den er sammensat af, således at den er mere end summen af de nævnte bestanddele. I denne forbindelse er det også relevant at undersøge det omhandlede ord i lyset af relevante leksikale og grammatiske regler (dom af 12.1.2005, SnTEM, SnPUR, SnMIX, T-367/02 – T-369/02, EU:T:2005:3, præmis 32; jf. ligeledes analogt dom af 12.2.2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, præmis 104, og af 12.2.2004, Campina Melkunie, C-265/00, EU:C:2004:87, præmis 43).

35 I den foreliggende sag har sagsøgeren ikke bestridt appelkammerets konstateringer af dels, at de varer og tjenesteydelser, der var omfattet af det ansøgte varemærke, er rettet mod de endelige forbrugere såvel som erhvervsdrivende, dels, at eftersom det ansøgte varemærke består af tyske ord, er det den tysktalende tyske og østrigske kundekreds, der skal tages i betragtning. Eftersom disse konstateringer ikke er behæftede med fejl, skal de tages i betragtning.

36 Sagsøgeren har derimod bestridt appelkammerets vurderinger vedrørende betydningen af det ansøgte varemærke og dets beskrivende karakter. Sagsøgeren har desuden gjort gældende, at appelkammeret burde havet taget hensyn til de ældre registreringer af ordtegnet Brauwelt, som sagsøgeren er indehaver af, og andre registreringer og afgørelser vedrørende tegn, der er identiske med eller ligner det omtvistede tegn.

– Om betydningen af det ansøgte varemærke

37 Hvad for det første angår bestanddelen »brau« har sagsøgeren i modsætning til det, der blev lagt til grund i undersøgerens afgørelse, gjort gældende, at onlineordbogen *Duden* ikke gør det muligt at konkludere, at denne bestanddel er en ordbestanddel, henset til, at bestanddelen ikke længere fremgår som sådan i andre opslagsværker. Resultaterne af søgninger på tysksprogede søgemaskiner på internettet vedrørte enten ordet »bräu«, familienavnet Brau eller anvendelsen af ordbestanddelen »brau« som varemærke eller firmanavn.

38 Såfremt det antages, at bestanddelen »brau« rent faktisk udgør en ordbestanddel, er den ifølge sagsøgeren under alle omstændigheder isoleret, svag og i sig selv uden nogen konkret betydning, eftersom fortolkningen, hvorefter den henviser til ølfremstilling i almindelighed, er ualmindelig vag.

39 I denne forbindelse har appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 13 anført, at bestanddelen »brau« udgør en ordbestanddel, som i sproglige sammenhæng henviser til ølfremstilling. Med henblik på at underbygge denne konstatering fremkom appelkammeret med flere eksempler på sammensatte ord, som bestanddelen »brau« indgår i, og som fremgår af fortegnelsen over varer, der er omfattet af det ansøgte varemærke, af beviser, som sagsøgeren har fremlagt for appelkammeret, og af onlineordbogen *Duden*.

40 På baggrund af disse eksempler kan det fastslås, at når den relevante kundekreds stilles over for bestanddelen »brau«, der er benyttet i det sammensatte ord, opfatter kundekredsen bestanddelen som en henvisning til ølfremstilling, og derfor er appelkammerets vurdering korrekt.

41 Denne konklusion drages ikke i tvivl af sagsøgerens argumenter. Selv om sagsøgeren på den ene side har gjort gældende, at bestanddelen »brau« som sådan ikke fremgår af opslagsværkerne i modsætning til det, som undersøgeren har konstateret, bestrider sagsøgeren dog ikke som sådan eksistensen og fortolkningen af de sammensatte ord, som appelkammeret har nævnt. De bestanddele, som sagsøgeren har henvist til vedrørende resultaterne af søgningerne på de tysksprogede søgemaskiner på internettet, vedrører i øvrigt snarere brugen af bestanddelen »brau« som sådan end i et sammensat ord, såsom ordet »brauwelt«, der er genstand for den foreliggende sag.

42 For det andet har appelkammerets fortolkning af bestanddelen »brau« i modsætning til det af sagsøgeren anførte et konkret semantisk indhold, idet ølfremstilling er en konkret form for virksomhed.

43 Henset til det ovenstående skal appelkammerets vurdering vedrørende betydningen af bestanddelen »brau« tiltrædes.

44 For det andet har sagsøgeren gjort gældende, at bestanddelen »welt« ikke er det samme som et salgssted. Ligeledes og i modsætning til det undersøgeren har anført, betegner bestanddelen »welt« ikke et sted, hvor der brygges øl, eftersom »Brauwelt« ikke er en lokalitet.

45 Appelkammeret har i denne henseende i den anfægtede afgørelses punkt 14 konstateret, at ordbestanddelen »welt« i bogstaveligste forstand er et lukket område eller miljø, og at det ofte benyttes som henvisning til salgssteder med et bredt sortiment og et stort udbud af varer og tjenesteydelser inden for et bestemt område i lighed med det engelske ord for samme udtryk »world«.

46 Hvor appelkammeret underbyggede sin konstatering om, at ordet »welt« almindeligvis anvendes til at henvise til et salgssted, med afgørelser fra Retten og EUIPO, underbyggede sagsøgeren derimod ikke sin påstand om det modsatte med noget argument eller et konkret bevis.

47 Sagsøgerens argument om, at en relevant kundekreds ikke opfatter bestanddelen »welt« som en henvisning til et sted, hvor der brygges øl, er ydermere irrelevant, eftersom appelkammeret ikke gentog undersøgerens konklusion i denne henseende i sin afgørelse.

48 Under disse omstændigheder skal appelkammerets vurdering vedrørende betydningen af bestanddelen »welt« tiltrædes.

49 Hvad for det tredje angår den samlede betydning af det ansøgte varemærke har sagsøgeren gjort gældende, at appelkammeret har foretaget en utilstrækkelig undersøgelse hvad denne betydning angår. Sagsøgeren har i denne forbindelse gentaget sin argumentation vedrørende den omstændighed, at bestanddelen »brau« i sig selv ikke har noget konkret semantiske indhold, hvilket indebærer, at det på tysk altid skal ledsages af en anden bestanddel, som præciserer dets betydning. For så vidt som bestanddelen »welt« heller ikke har nogen konkret betydning i forbindelse med ølfremstilling, er udtrykket »brauwelt« et fuldstændigt udefineret, usædvanligt og originalt ord. De betydninger heraf, som appelkammeret har fastholdt, er nemlig ualmindeligt vage.

50 I denne forbindelse angav appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 15, at udtrykket »brauwelt« samlet set betyder »Ølfremstillingens verden« eller »En verden med ølfremstilling« og henviser til et salgssted eller et stort udbud af varer og tjenesteydelser, som hænger sammen med ølfremstilling.

51 I modsætning til, hvad sagsøgeren har hævdet, har appelkammeret således undersøgt den samlede betydning af det ansøgte varemærke. Dets undersøgelse er desuden ikke behæftet med fejl, og den kan ikke drages i tvivl af de argumenter, som er fremsat af sagsøgeren.

52 Det skal nemlig bemærkes, at eftersom det ansøgte varemærke består af en simpel sammenstilling – der er i overensstemmelse med de tyske syntaktiske og grammatiske regler – af to bestanddele, som hver har et bestemt semantisk indhold, er den manglende angivelse af udtrykket »brauwelt« i opslagsværkerne ikke relevant i denne forbindelse (jf. i denne retning dom af 12.1.2000, DKV mod KHIM (COMPANYLINE), T-19/99, EU:T:2000:4, præmis 26).

53 Kombinationen af disse to bestanddele overstiger ikke summen af dens angivelser og udgør en neologisme, der har en bestemt samlet betydning, der vedrører et stort udbud af tjenesteydelser inden for området for ølfremstilling.

54 Under disse omstændigheder skal den samlede betydning, som appelkammeret har tildelt det varemærke, der er søgt registreret, tiltrædes.

– Om forbindelsen mellem det ansøgte varemærke og de heraf omfattede varer og tjenesteydelser

55 Sagsøgeren har bestridt, at det ansøgte varemærke er beskrivende for de heraf omfattede varer og tjenesteydelser.

56 EUIPO har bestridt berettigelsen af sagsøgerens argumenter.

57 Sagsøgeren har indledningsvis gjort gældende, at bestanddelen »brau« hverken betegner en vare, en tjenesteydelse eller en egenskab ved disse. Hvad angår bestanddelen »welt« i dens sædvanlige forståelse som »salgssted« eller »udbud af varer« beskriver den ikke de omhandlede varer og tjenesteydelser, der navnlig ikke er forretningsvirksomhed henhørende under klasse 35, og dette gør sig så meget desto mere gældende, for så vidt som bestanddelen »brau« ikke identificerer den konkrete vare eller tjenesteydelse, der bliver udbudt. Ifølge sagsøgeren er det ansøgte varemærke derfor for vagt til, at der foreligger en tilstrækkelig konkret og direkte forbindelse således som krævet i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009.

58 Denne indledende argumentation kan ikke tiltrædes. Som det fremgår af den gennemgang, der er foretaget i præmis 37-54 ovenfor, henviser det ansøgte varemærke overordnet set til et salgssted eller et stort udbud af varer og tjenesteydelser, som er knyttet til ølfremstilling. Som appelkammeret i det væsentlige konstaterede i den anfægtede afgørelses punkt 15 og 21, kan det ansøgte varemærke generelt set udgøre en angivelse i forhold til en vares eller tjenesteydelses tematiske fokus, dens art, salgssted eller leveringssted.

59 Hvad angår spørgsmålet om, hvorvidt sådanne angivelser rent faktisk er beskrivende for de varer og tjenesteydelser, som i det foreliggende tilfælde er omfattet af det ansøgte varemærke, har sagsøgeren fremført en række argumenter.

60 Sagsøgeren har for det første gjort gældende, at der i modsætning til, hvad appelkammeret anførte, ikke findes nogen »verden med ølfremstilling« forstået som tematisk fokus for de varer, som henhører under klasse 9 og 16. Sagsøgeren har tilføjet, at normalt betegnes de oplysninger og databærere, som henhører under klasse 9, og dermed de varer, som henhører under klasse 16, ikke i forhold til deres indhold.

61 I denne henseende fastslog appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 16, at det ansøgte varemærke betegnede det tematiske fokus dels for »computerprogrammer« og »databærere« henhørende under klasse 9, dels for »pjecer«, »tidsskrifter«, »kataloger« og »bøger« henhørende under klasse 16, dvs. en verden med ølfremstilling.

62 Denne vurdering er korrekt, eftersom de varer og tjenesteydelser, som henhører under klasse 9 og 16 – i modsætning til, hvad sagsøgeren har gjort gældende – kan vedrøre ølfremstilling. Når det ansøgte varemærke for det første er anbragt på »databærere«, kan det – i modsætning til, hvad sagsøgeren har gjort gældende – øjeblikkeligt oplyse den berørte kundekreds om en væsentlig egenskab ved disse varer, nemlig deres tematiske genstand (jf. analogt dom af 17.9.2008, Prana Haus mod KHIM (PRANAHAUS), T-226/07, ikke trykt i Sml., EU:T:2008:381, præmis 33). For det andet henviser titlen på en bog, et katalog eller en pjece og navnet på tidsskrifter til det tematiske indhold af disse publikationer, og såvel forbrugerne som de erhvervsdrivende vælger generelt at benytte sig af disse publikationer ud fra deres indhold (jf. i denne retning dom af 23.9.2015, Reed Exhibitions mod KHIM (INFOSECURITY), T-633/13, ikke trykt i Sml., EU:T:2015:674, præmis 54).

63 Hvad for det andet angår de varer, som henhører under klasse 32, og de tjenesteydelser, som henhører under klasse 43, har sagsøgeren gjort gældende, at i modsætning til det af undersøgeren anførte kan det ansøgte varemærke ikke anses for at betegne stedet for øl-fremstillingen, henset til øl-producenternes anvendelse af varemærker.

64 I denne henseende lagde appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 17 til grund, at den relevante kundekreds opfattede det ansøgte varemærke som en henvisning til et salgssted eller et leveringssted, hvor øl eller humleekstrakt, der henhører under klasse 32, eller tilvejebringelse af mad og drikke, der henhører under klasse 43, udbydes.

65 Denne vurdering er ikke behæftet med fejl. Den hviler heller ikke på en fortolkning, hvorefter det ansøgte varemærke betegner et sted, hvor der fremstilles øl, hvorfor det argument, der er anført i denne doms præmis 63, er irrelevant.

66 For det tredje hvad angår tjenesteydelser henhørende under klasse 35 har sagsøgeren gjort gældende, at appelkammeret for det første har anerkendt, at tjenesteydelserne normalt ikke betegnes ud fra deres tematiske genstand, og for det andet imidlertid anført, at den relevante kundekreds opfatter det ansøgte varemærke som en angivelse af temaet for en planlagt messe eller udstilling. Sagsøgeren har gjort gældende, at varemærker for specialiserede messer ofte består af henvisninger, og at de har et begrænset særpræg, uden at de dermed er beskrivende.

67 I denne forbindelse fandt appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 18, at det ansøgte varemærke betegnede temaet for de omhandlede tjenesteydelser, dvs. den omstændighed, at messerne eller udstillingerne vedrørte ølfremstilling, og at tjenesteydelserne i forbindelse med markedsføringen henviste specielt til bryggerier. Sagsøgeren har tilføjet, at selv om det kan tænkes, at ikke er almindeligt at betegne de omhandlede tjenesteydelser ud fra deres tematiske genstand, er den relevante kundekreds i stand til umiddelbart at forstå denne henvisning, når de står over for det ansøgte varemærke.

68 For det første er der ikke modstrid mellem disse konstateringer, således som sagsøgeren har gjort gældende. Som det fremgår af præmis 67 ovenfor, har appelkammeret nemlig ikke kategorisk konstateret, at det er usædvanligt at betegne tjenesteydelser, der henhører under klasse 35, ud fra deres tematiske genstand, idet det alene har anerkendt, at dette er en mulighed, for efterfølgende at præcisere, at det ikke påvirker den relevante kundekreds' opfattelse.

69 For det andet er appelkammerets vurdering rigtig. Selv om det ganske vist er korrekt, at varemærker, som betegner messer og specialudstillinger, ofte består af henvisninger uden at være beskrivende, er dette ikke tilfældet for så vidt angår det ansøgte varemærke, som direkte informerer den relevante

kundekreds om, at den omhandlede messe eller udstilling vedrører ølfremstilling. Hvad angår marketingsydelser bestrider sagsøgeren ikke den korrekte konstatering af, at de specifikt kan vedrøre bryggerier, således at den relevante kundekreds kan fortolke det ansøgte varemærke som henvisning til genstanden for disse ydelser.

70 Hvad for det fjerde angår de tjenesteydelser, der henhører under klasse 38 og 42, har sagsøgeren gjort gældende, at de er af teknisk art, således at det ansøgte varemærke ikke er beskrivende med hensyn til disse, men derimod yderst originalt. Sagsøgeren har tilføjet, at appelkammeret har forvekslet navnet på en webportal med de tekniske tjenester, der er omfattet af det ansøgte varemærke, og som udbydes over for tredjemænd med henblik på driften af en sådan portal.

71 I denne henseende har appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 19 fundet, at de tjenesteydelser, der henhører under klasse 38 og 42, består af tre grupper, som vedrører tilvejebringelse af internetadgang, udbydelse af adgang til informationer på internettet, af adgang til databaser, og endelig tilsvarende programmeringsydelser. Det har lagt til grund, at det ansøgte varemærke betegner den omstændighed, at de omhandlede tjenesteydelser er beregnet til portaler, der vedrører ølfremstilling eller adgang til oplysninger om ølfremstilling.

72 Denne vurdering er korrekt, eftersom den relevante kundekreds rent faktisk kan opfatte det ansøgte varemærke som betegnende for temaet for portalerne eller for oplysningerne om de berørte tjenesteydelser. Appelkammerets ræsonnement taget i betragtning fremstår det ikke således, at det i forbindelse med sin vurdering forvekslede de tekniske tjenester, som er en forudsætning for, at en internetportal, der har ølfremstilling som emne, kan fungere, med navnet på selve portalen.

73 Hvad for det femte angår tjenesteydelser, der henhører under klasse 41, har sagsøgeren anfægtet det ansøgte varemærkes beskrivende karakter for så vidt angår »sportsarrangementer« og »organisering og afholdelse af musikalske fritidsaktiviteter«.

74 Hvad angår »sportsarrangementer« var det med rette, at appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 20 konstaterede, at ølfremstilling er en gammel tradition af stor kulturel betydning i Tyskland og Østrig, hvor det giver anledning til adskillige fester med sportslige indslag, såsom konkurrencer, hvor der trilles øltønder.

75 Det er ganske vist korrekt, som sagsøgeren nærmere bestemt har gjort gældende, at de omhandlede aktiviteter ikke udgør udbredte sportslige discipliner, og at der er et element af underholdning involveret. Begrebet sportsaktivitet er imidlertid for det første på ingen måde uforeneligt med underholdningsaktiviteter. For det andet er de omhandlede aktiviteter konkurrencebetonede aktiviteter, der kræver en fysisk indsats fra deltagernes side, og appelkammeret har derfor ikke har begået noget fejlskøn, da det kvalificerede aktiviteterne som »sportsarrangementer«.

76 Hvad angår »organisering og afholdelse af musikalske fritidsaktiviteter« fastslog appelkammeret med rette i den anfægtede afgørelses punkt 20 i modsætning til det, der er anført af sagsøgeren – som ikke har underbygget sin påstand med konkrete argumenter – at de omhandlede aktiviteter kunne være forbundet med verdenen for ølfremstilling, således at det ansøgte varemærke kan fortolkes som en henvisning til denne egenskab af den relevante kundekreds.

– Hensyntagen til ældre registreringer og afgørelser

77 Sagsøgeren har gjort gældende, at appelkammeret undlod at tage hensyn til ældre registreringer af ordtegnet Brauwelt, som sagsøgeren er indehaver af. Sagsøgeren har understreget, at for så vidt som disse registreringer forhindrer tredjemænd i at anvende tegnet, finder det friholdelsesbehov, som ligger til grund for den absolutte registreringshindring i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, ikke anvendelse i denne sag.

78 Sagsøgeren har desuden anført, at det fremgår af den afgørelse, som Andet Appelkammer traf den 22. november 2005 (sag R 137/2005-2), at tegnet Brauwelt ikke er beskrivende for de tjenesteydelser, som henhører under klasse 35, 41 og 42, og som er identiske med eller ligner dem, der er omhandlet i den foreliggende sag.

79 Endelig har sagsøgeren henvist til talrige registreringer af tegn, der er identiske med eller ligner det ansøgte varemærke, og som sagsøgeren har påberåbt for appellammeret.

80 EUIPO har bestridt, at der er grundlag for sagsøgerens anbringender.

81 Det følger af retspraksis, at med hensyn til ligebehandlingsprincippet og princippet om god forvaltningsskik skal EUIPO i forbindelse med behandlingen af en EU-varemærkeansøgning tage hensyn til allerede trufne afgørelser vedrørende lignende ansøgninger og særligt overveje, hvorvidt der i den foreliggende situation skal træffes samme afgørelse (jf. i denne retning dom af 10.3.2011, Agencja Wydawnicza Technopol mod KHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, præmis 73 og 74).

82 I denne forbindelse skal ligebehandlingsprincippet og princippet om god forvaltningsskik forliges med legalitetsprincippet. En person, der ansøger om varemærkeregistrering af et tegn, kan følgelig ikke til egen fordel påberåbe sig en ulovlighed, der er begået til fordel for andre, med henblik på at opnå identisk afgørelse. Under alle omstændigheder skal undersøgelsen af enhver ansøgning om registrering af hensyn til retssikkerheden og kravet om god forvaltningsskik være streng og fuldstændig for at undgå, at der sker uretmæssige registreringer af varemærker. Denne undersøgelse skal foretages i hvert enkelt konkret tilfælde. Registreringen af et tegn som varemærke afhænger nemlig af specifikke kriterier, der i den foreliggende sag finder anvendelse under faktiske omstændigheder, hvorved det kontrolleres, at varemærket ikke er omfattet af en registreringshindring (jf. i denne retning dom af 10.3.2011, Agencja Wydawnicza Technopol mod KHIM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, præmis 75-77).

83 Under disse omstændigheder, og henset til det, der fremgår af den prøvelse, der er foretaget i præmis 28-76 ovenfor, og hvoraf det fremgår, at appelkammeret med rette fastslog, at det ansøgte varemærke er beskrivende for alle de heraf omhandlede varer og tjenesteydelser i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, kan sagsøgeren ikke med rette henholde sig til de påberåbte ældre registreringer og afgørelser.

84 På baggrund af det ovenstående skal klagepunktet om, at det ansøgte varemærke ikke er beskrivende for de heraf omfattede varer og tjenesteydelser, forkastes.

Om tilsidesættelse af sagsøgerens ret til at blive hørt

85 Sagsøgeren har gjort gældende, at appelkammeret har tilsidesat sagsøgerens ret til at blive hørt, med henvisning til, at appelkammeret for første gang i den anførte afgørelse nævnte dels, at »brau« udgør en ordbestanddel, dels, at konkurrencen, hvor der skulle rulles med tønder, er et eksempel på en sportsaktivitet, som er forbundet med en verden med ølfremstilling.

86 I henhold til artikel 75, andet punktum, i forordning nr. 207/2009, som indeholder det inden for varemærkeretten almindelige princip om beskyttelsen af retten til forsvar, og navnlig retten til at blive hørt, kan EUIPO's afgørelser kun støttes på grunde, som parterne har haft lejlighed til at udtale sig om.

87 Hvad angår sagsøgerens første argument har undersøgeren, selv om vedkommende ikke udtrykkeligt har henvist til, at »brau« er en ordbestanddel, imidlertid i det foreliggende tilfælde fastslået, at den relevante kundekreds forstår betydningen af denne bestanddel, for så vidt som kundekredsen kender ordet og betydningen heraf. Undersøgeren henviste således til formålet med bestanddelen »brau« som ren ordbestanddel, og sagsøgeren var i stand til at forstå dette argument, eftersom sagsøgeren har bestridt såvel berettigelsen af dette argument og dets relevans for appelkammeret.

88 Hvad angår det andet argument er det ganske vist korrekt, at undersøgeren ikke i sin afgørelse henviste til konkurrencen, hvor der skulle rulles med tønder. Som EUIPO har gjort gældende, udgør appelkammerets henvisning til dette eksempel imidlertid blot et eksempel, som har til formål at illustrere den generelle konstatering om, at det ansøgte varemærke kan opfattes som en henvisning til den omstændighed, at »sportsarrangementerne« i klasse 41 er forbundet med ølfremstilling, og derfor er beskrivende for sidstnævnte ydelser som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009. Eftersom sidstnævnte konstatering fremgår af undersøgerens afgørelse, kan det ikke fastslås, at den anfægtede afgørelse i denne henseende er støttet på en grund, som sagsøgeren ikke har haft lejlighed til at udtale sig om.

89 På denne baggrund må anbringendet om tilsidesættelse af sagsøgernes ret til forsvar forkastes.

90 I lyset af det ovenfor anførte må det første anbringende forkastes.

Om det andet anbringende vedrørende tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009

91 Sagsøgeren har kritiseret appelkammeret for at have udledt det ansøgte varemærkes manglende fornødne særpræg af det forhold, at det har en beskrivende karakter, uden at have foretaget en separat undersøgelse af anvendelsen af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009 og uden at have begrundet anvendelsen af denne bestemmelse særskilt i forhold til de forskellige varer og tjenesteydelser, som er omfattet af det ansøgte varemærke.

92 Det er tilstrækkeligt at bemærke, at det følger af fast retspraksis, at et ordmærke, som er beskrivende for egenskaberne ved varer eller tjenesteydelser i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, af denne grund nødvendigvis mangler det fornødne særpræg i forhold til de samme varer eller tjenesteydelser i henhold til forordningens artikel 7, stk. 1, litra b) (jf. dom af 8.7.2004, TELEPHARMACY SOLUTIONS, T-289/02, EU:T:2004:227, præmis 24 og den deri nævnte retspraksis, og af 1.2.2013, Ferrari mod KHIM (PERLE'), T-104/11, ikke trykt i Sml., EU:T:2013:51, præmis 32 og den deri nævnte retspraksis).

93 Eftersom det var med rette, at appelkammeret konkluderede, at varemærket BRAUWELT er beskrivende for de omhandlede varer og tjenesteydelser som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, kunne det af den nævnte retspraksis udlede, at også registreringen skulle afslås på grundlag af forordningens artikel 7, stk. 1, litra b), uden at det var nødvendigt at give en begrundelse herfor.

94 Følgelig skal det andet anbringende forkastes som ubegrundet.

Om det tredje anbringende vedrørende tilsidesættelse artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009, sammenholdt med forordningens artikel 75

95 Sagsøgeren har for det første gjort gældende, at appelkammeret har tilsidesat sagsøgerens ret til i henhold til artikel 75 i forordning nr. 207/2009 at blive hørt, eftersom sagsøgeren ikke har haft lejlighed til at udtale sig om de mangler, der blev konstateret af appelkammeret for så vidt angår de beviser, der blev fremlagt med henblik på at godtgøre, at varemærkerne har opnået det fornødne særpræg som følge af brug som omhandlet i artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009.

96 For det andet har appelkammeret ikke givet en tilstrækkelig begrundelse for afslaget på at anvende artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009 for så vidt angår fagtidsskrifter, seminarer, informationstjenester, tekniske tjenester og de andre varer og tjenesteydelser, som ikke er nævnt i den anfægtede afgørelse.

97 For det tredje har appelkammeret tilsidesat artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009, for så vidt som det fastslog, at det ikke var godtgjort, at der var opnået fornødent særpræg med hensyn til fagtidsskrifter, udstillingskataloger, arrangeringen af øl-messer.

98 Såfremt sagsøgeren i denne forbindelse ikke får medhold i sin principale påstand, har sagsøgeren desuden subsidiært erklæret, at sagsøgeren ønsker det ansøgte varemærke registreret, henset til, at varemærket har opnået fornødent særpræg ved brugen af »fagtidsskrifter inden for bryggeriområdet«, og at sagsøgeren tilbagetager varemærkeansøgningen for så vidt angår de varer og tjenesteydelser, med hensyn til hvilke tegnet Brauwelt ikke vil kunne beskyttes.

99 EUIPO har bestridt berettigelsen af sagsøgerens argumenter.

100 Inden sagsøgerens tre klagepunkter behandles, skal sagens genstand indledningsvis undersøges for så vidt angår anvendelsen af artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009 med hensyn til proceduren for appelkammeret og sagsøgerens erklæringer, som er gengivet i præmis 98 ovenfor.

Om sagens genstand

101 Hvad for det første angår rækkevidden af påberåbelsen af, at der er opnået fornødent særpræg opnået ved brug, og dermed genstanden for det tredje anbringende skal det bemærkes, at sagsøgeren i indledningen til punkt V i det indlæg, der indeholder begrundelsen for klagen til appelkammeret, kortfattet har påberåbt, at det ansøgte varemærke som sådan har opnået fornødent særpræg.

102 Herefter har sagsøgeren alene udtrykkeligt gjort gældende, at der er opnået fornødent særpræg for så vidt angår fagtidsskrifter, informationstjenester, seminarer og bøger. Sagsøgeren her derudover gjort gældende, at der er foretaget en »omfattende brug« af det ansøgte varemærke for så vidt angår udstillingskataloger, tjenesteydelser i forbindelse med tilrettelæggelse af messer og udstillinger, øl og administrationen af websteder inden for området ølfremstilling. Selv om sagsøgeren har hævdet, at det ansøgte varemærke er blevet »kendt« som følge af denne brug, har sagsøgeren imidlertid ikke udtrykkeligt kvalificeret, hvilke retsvirkninger der skal afledes af denne brug.

103 Appelkammeret har i den anfægtede afgørelses punkt 7 anført, at det fornødne særpræg er opnået ved brugen af fagtidsskrifter, informationstjenester, seminarer og bøger. Selv om der ikke udtrykkeligt er blevet påberåbt et fornødent særpræg, har appelkammeret ligeledes taget stilling til, om der er opnået et fornødent særpræg ved brug med hensyn til udstillingskataloger, tilrettelæggelse af messer og udstillinger og øl.

104 Under disse omstændigheder er det alene de af sagsøgerens klagepunkter, der er fremsat i forbindelse med det tredje anbringende vedrørende de varer og tjenesteydelser, som er opregnet i præmis 103 ovenfor, som skal undersøges. Anvendelsen af artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009 på varer og tjenesteydelser, som ikke er omfattet af en udtrykkelig eller implicit påberåbelse af et fornødent særpræg, der er opnået ved brug, var nemlig ikke genstand for sagen for appelkammeret og dermed heller ikke for den anfægtede afgørelse.

105 Navnlig – og i modsætning til det af sagsøgeren anførte – omfatter genstanden for tvisten for så vidt angår det tredje anbringende ikke tekniske tjenester inden for telekommunikations- og it-sektoren henhørende under klasse 38 og 42. For det første har disse tjenesteydelser ikke været genstand for en udtrykkelig påberåbelse af, at der er opnået fornødent særpræg ved brug. For det andet udgør de argumenter og beviser, som sagsøgeren har fremført for appelkammeret, ikke en implicit påberåbelse, eftersom det eneste aspekt heraf, som på nogen måde vedrører telekommunikations- og it-sektoren, dvs. sagsøgerens drift af websteder, vedrører levering af informationstjenester og ikke tekniske tjenester.

106 Det fremgår for det andet af samme begrundelse for klagen ved appelkammeret, at sagsøgeren påberåbte og havde til hensigt at bevise, at der var opnået fornødent særpræg ved brug med hensyn til underkategorien »fagtidsskrifter«, snarere end for den bredere kategori af tidsskrifter, der fremgår af fortegnelsen over varer og tjenesteydelser, som er omfattet af det ansøgte varemærke.

107 Det bemærkes, at i henhold til artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009 er de absolutte registreringshindringer, som er omhandlet i nævnte forordnings artikel 7, stk. 1, litra b)-d), ikke til hinder for registreringen af et varemærke, hvis det som følge af den brug, der er gjort deraf, har fået fornødent særpræg for de varer, for hvilke det søges registreret.

108 Dermed skal det bevises, at der er opnået fornødent særpræg ved brug for hele den kategori af varer eller tjenesteydelser, som den omhandlede registreringshindring finder anvendelse på, således som kategorien fremgår af fortegnelsen over varer og tjenesteydelser for det ansøgte varemærke, og ikke i forhold til en underkategori.

109 Denne regel berører ikke det forhold, at en ansøger af et varemærke i henhold til artikel 43, stk. 1, i forordning nr. 207/2009 til enhver tid kan tilbagetage sin ansøgning om registrering af EU-varemærket eller begrænse den deri angivne fortegnelse over varer eller tjenesteydelser.

110 Selv om sagsøgeren i det foreliggende tilfælde udtrykkeligt har påberåbt det fornødne særpræg, der er opnået ved brug for underkategorien af »fagtidsskrifter«, fremgår det ikke af sagens akter og navnlig ikke begrundelsen for klagen for appelkammeret, at sagsøgeren på samme måde samtidig skulle have begrænset de kategorier af »tidsskrifter«, som fremgår af fortegnelsen over varer og tjenesteydelser, der er omfattet af det ansøgte varemærke.

111 Det var dermed med rette, at appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 27 fastslog, at der skal føres bevis for, at der er opnået fornødent særpræg ved brug for kategorien »tidsskrifter«.

112 Hvad angår den subsidiære begrænsning af kategorien af »tidsskrifter« til »fagtidsskrifter inden for bryggeriområdet« og den betingede tilbagetagelse af ansøgningen om registrering af varemærket for de varer, med hensyn til hvilke tegnet Brauwelt ikke kan beskyttes, hvilken begrænsning sagsøgeren har formuleret ved Retten, skal det for det tredje bemærkes, at henset til deres ordlyd, vedrører disse erklæringer den tredje påstand. Henset til, at denne påstand af de grunde, der er anført i præmis 11-14 ovenfor, skal afvises, er den nævnte påstand uden genstand.

113 Selv om det antages, at begrænsningen af kategorien af »tidsskrifter« kan henføres til den første påstand, skal det bemærkes, at en begrænsning som omhandlet i artikel 43, stk. 1, i forordning nr. 207/2009, der foretages inden vedtagelsen af den anfægtede afgørelse, kan tages i betragtning af Retten, når ansøgeren begrænser sig til alene at begrænse sagens genstand ved at tilbagetage vise kategorier af varer eller tjenesteydelser fra fortegnelsen over varer eller tjenesteydelser, der er angivet i en ansøgning om registrering af et varemærke. Når denne begrænsning medfører en ændring af sagsgenstanden, for så vidt som begrænsningen indebærer fremlæggelse af nye oplysninger, som ikke var blevet undersøgt af appelkammeret, kan Retten i princippet ikke tage hensyn til disse. Dette er bl.a. tilfældet, når begrænsningen af varer og tjenesteydelser består i specifikationer, der kan påvirke fastlæggelsen af den relevante kundekreds, og dermed de faktiske omstændigheder, således som de var blevet fremlagt for appelkammeret (jf. i denne retning dom af 27.2.2008, Citigroup mod KHIM – Link Interchange Network (WORLDLINK), T-325/04, ikke trykt i Sml., EU:T:2008:51, præmis 26 og 27).

114 I det foreliggende tilfælde består den begrænsning, som sagsøgeren har foretaget i en specifikation af kategorien »tidsskrifter« gennem en tilføjelse af præciseringen »fagtidsskrifter inden for bryggeriområdet«. Denne specifikation påvirker fastlæggelsen af den relevante kundekreds, eftersom den udelukker den brede offentlighed fra denne definition, og den ændrer dermed de faktiske omstændigheder, således som de er fremstillet for appelkammeret. Retten kan derfor ikke tage dem i betragtning.

115 Hvad angår den betingede tilbagetagelse af varemærkeansøgningen for de andre kategorier af varer og tjenesteydelser afhænger behandlingen af denne påstand udtrykkeligt af, om søgsmålet er begrundet, således at begrænsningen ikke kan påvirke omfanget af tvisten for Retten. Retten kan dermed heller ikke tage stilling til denne påstand.

Om tilsidesættelsen af sagsøgerens ret til at blive hørt

116 Sagsøgeren har gjort gældende, at for så vidt som det fornødne særpræg som følge af brug i henhold til artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009 kan påberåbes for første gang for appelkammeret, kan det stadium, hvor sagsøgeren har påberåbt beskyttelsen i henhold til denne bestemmelse, ikke have nogen negative virkninger for sagsøgeren. Sagsøgeren er derfor af den opfattelse, at appelkammeret enten burde have hørt sagsøgeren hvad angår de fremlagte bevisers påståede utilstrækkelighed eller hjemvist sagen til undersøgeren med henblik på, at denne traf afgørelse for så vidt angår disse beviser i første instans. Ved direkte at træffe afgørelse om anvendelsen af artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009 har appelkammeret derfor tilsidesat sagsøgerens ret til at blive hørt i overensstemmelse med samme forordnings artikel 75 og afskåret sagsøgeren fra en instans.

117 EUIPO har bestridt berettigelsen af sagsøgerens argumenter.

118 Hvad for det første angår spørgsmålet om, hvorvidt appelkammeret var forpligtet til at hjemvise sagen til undersøgeren, er det ganske vist korrekt, at der ikke findes nogen bestemmelse i forordning nr. 207/2009, som er til hinder for, at en opnåelse af fornødent særpræg i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i samme forordnings artikel 7, stk. 3, påberåbes for første gang for appelkammeret som en reaktion på undersøgerens afgørelse, hvorefter det omhandlede varemærke i sig selv er omfattet af en af de absolutte registreringshinderinger i forordningens artikel 7, stk. 1, litra b-d).

119 Det skal fastslås, at appelkammeret efter at have realitetsbehandlet sagen i henhold til artikel 64, stk. 1, i forordning nr. 207/2009 træffer afgørelse om klagen og kan udøve den kompetence, som henhører under den afdeling, der har vedtaget den anfægtede afgørelse. Det følger af bestemmelsen, at appelkammeret som følge af en klage over undersøgerens afgørelse om afslag på registrering kan foretage en ny og fuldstændig prøvelse af ansøgningens realitet, såvel retligt som faktisk (dom af 3.7.2013, Airbus mod KHIM (NEO), T-236/12, EU:T:2013:343, præmis 21). Appelkammeret har dermed bl.a. kompetence til at træffe afgørelse vedrørende en påberåbelse af, at varemærket har opnået fornødent særpræg gennem brug som omhandlet i artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009.

120 Appelkammeret mister dermed ikke denne kompetence, fordi ansøgeren om et varemærke har valgt at gøre gældende, at der er opnået fornødent særpræg ved brug for første gang under klagesagen. En sådan afskærelse af en instans som den af sagsøgeren anfægtede er dermed alene en følge af varemærkeansøgerens egen adfærd og ikke af en tilsidesættelse af proceduremæssige rettigheder begået af en EUIPO's instanser.

121 Det må følgelig konkluderes, at appelkammeret ikke var forpligtet til at hjemvise sagen til undersøgeren.

122 Hvad for det andet angår spørgsmålet om, hvorvidt appelkammeret skal høre sagsøgeren om de utilstrækkelige beviser, som er fremlagt for appelkammeret, skal det, som det allerede er anført i præmis 86 ovenfor, bemærkes, at artikel 75, andet punktum, i forordning nr. 207/2009 inden for varemærkeområdet fastsætter det almindelige princip om beskyttelsen af retten til forsvar og navnlig retten til at blive hørt.

123 Denne ret indebærer imidlertid ikke, at appelkammeret ved EUIPO, inden det vedtager sit endelige standpunkt vedrørende bedømmelsen af de oplysninger, som parten har fremlagt, er forpligtet til at give denne sidstnævnte en ny mulighed for at udtale sig om de pågældende oplysninger (jf. dom af 19.1.2012, KHIM mod Nike International, C-53/11 P, EU:C:2012:27, præmis 53 og den deri nævnte retspraksis).

124 Appelkammeret var dermed ikke forpligtet til hverken at informere sagsøgeren om, at det anså de af sagsøgeren fremlagte argumenter og beviser for utilstrækkelige, eller at give sagsøgeren mulighed for at fremkomme med nye indlæg.

125 I denne forbindelse har sagsøgeren desuden med urette gjort gældende, at appelkammeret var forpligtet til at høre sagsøgeren, inden det i den anfægtede afgørelse fremsatte en ny registreringshindring i henhold til artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009. Sidstnævnte bestemmelse, hvis anvendelse skal påberåbes af varemærkeansøgeren, udgør ikke en absolut registreringshindring, men derimod en undtagelse til disse hindringer, som er opstillet i forordningens artikel 7, stk. 1, litra b)-d).

126 Henset til det ovenstående skal klagepunktet vedrørende tilsidesættelse af sagsøgerens ret til at blive hørt forkastes.

Tilsidesættelse af begrundelsespligten

127 Henset til det i denne doms præmis 101-105 konstaterede for så vidt angår afgrænsningen af påstanden om opnåelse af fornødent særpræg ved brug er det ikke nødvendigt at undersøge klagepunktet om en tilsidesættelse af begrundelsespligten for så vidt angår andre varer og tjenesteydelser end dem, der svarer til de kategorier, som er nævnt i præmis 103 ovenfor, og navnlig for så vidt angår tekniske tjenester.

128 I den anfægtede afgørelses punkt 26-28 undersøgte appelkammeret for det andet i modsætning til det, sagsøgeren har gjort gældende, brugen af det ansøgte varemærke for fagtidsskriftet *Brauwelt*, således som det fremgår af de beviser, som er fremlagt i denne henseende, og navnlig tidskriftets salgstal. Det må følgelig konkluderes, at appelkammeret ikke har tilsidesat begrundelsespligten for så vidt angår kategorien »tidsskrifter«.

129 For det tredje har sagsøgeren i begrundelsen for klagen til appelkammeret gjort gældende, at for så vidt som tidsskrifterne havde til formål at formidle information inden for forskellige områder, udstrakte brugen opnåelsen af fornødent særpræg ved brug sig ligeledes til informationstjenester, bøger og seminarer. Sagsøgerens påstand er blevet gengivet i den sammenfatning af sagsøgerens argumentation, som er nævnt i den anfægtede afgørelses punkt 7. Under disse omstændigheder finder appelkammerets begrundelse i den anfægtede afgørelses punkt 26-28 for så vidt angår kategorien af »tidsskrifter« indirekte, men nødvendigvis, anvendelse på informationstjenester, bøger og seminarer, og så meget desto mere, eftersom den anfægtede afgørelses punkt 27 ikke blot henviser til varer, men også til de omhandlede tjenesteydelser.

130 Det er i denne forbindelse korrekt, at sagsøgeren har underbygget påberåbelsen af opnåelsen af et fornødent særpræg for så vidt angår informationstjenester, bøger og seminarer med yderligere beviser, dvs. dels en erklæring afgivet under ed af S. (herefter »erklæringen afgivet under ed«), som bl.a. vedrører udgivelsen af bøger og drift af websteder, der henvender sig til øl-området, dels en reklame for et seminar, der vedrører samme område som det seminar, som sagsøgeren organiserer (herefter »reklamen«).

131 Erklæringen afgivet under ed og reklamen er i den anfægtede afgørelses punkt 6 nævnt som beviser, der er fremført af sagsøgeren, hvilket indebærer, at de udgør beviser, som appelkammeret har taget i betragtning i forbindelse med dets vurdering. Under disse omstændigheder må det konstateres, at appelkammerets begrundelse i den anfægtede afgørelses punkt 26-28 ligeledes finder anvendelse på de beviser, som skal godtgøre, at der er opnået fornødent særpræg ved brug for så vidt angår informationstjenester, bøger og seminarer.

132 Følgelig skal klagepunktet vedrørende tilsidesættelse af begrundelsespligten forkastes.

Om opnåelse af fornødent særpræg ved brug

133 I henhold til artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009 er de absolutte registreringshindringer i samme forordnings artikel 7, stk. 1, litra b)-d), ikke til hinder for en registrering af et varemærke, hvis mærket som følge af den brug, der er gjort deraf, har fået fornødent særpræg for de varer og tjenesteydelser, for hvilke det søges registreret.

134 Det fremgår i denne forbindelse af retspraksis, at det, for at varemærket har fået fornødent særpræg gennem brug, kræves, at i det mindste en betydelig andel af den relevante kundekreds identificerer varen som hidrørende fra en bestemt virksomhed (jf. i denne retning dom af 29.4.2004, Eurocermex mod KHIM (En ølflaskes form), T-399/02, EU:T:2004:120, præmis 42 og den deri nævnte retspraksis).

135 For at underbygge påstanden om erhvervelse af fornødent særpræg gennem brug har sagsøgeren fremlagt følgende beviser for appelkammeret:

— en undersøgelse, som et selskab har foretaget af 200 erhvervsdrivende inden for det tyske og østrigske bryggeriområde (herefter »undersøgelsen«)

— erklæringen afgivet under ed

— en artikel udskrevet fra online encyklopædien »Wikipedia« vedrørende tidsskriftet *Brauwelt*

— et eksemplar af tidskriftet *Brauwelt*

— uddrag af udgivelser vedrørende udstillingen »drinktec«

— fotos af en udstillingsstand

— den endelige rapport fra udstillingen »drinktec« og uddrag fra internetsiden vedrørende udstillingen »BrauBeviale«

— en reklame vedrørende et seminar om brygning

— ølflaskeetiketter.

136 Appelkammeret fastslog i den anfægtede afgørelses punkt 26-29, at disse beviser var utilstrækkelige til at godtgøre, at det ansøgte varemærke havde opnået fornødent særpræg ved brug for så vidt angår de varer og tjenesteydelser, med hensyn til hvilke et sådant fornødent særpræg var påberåbt.

137 For det første har sagsøgeren med henblik på at anfægte denne konstatering gjort gældende, at det ansøgte varemærke har opnået fornødent særpræg ved brug for så vidt angår tidskriftet af samme navn, hvilket sagsøgeren har underbygget med undersøgelsen, erklæringen afgivet under ed, artiklen, der er udskrevet fra online encyklopædien »Wikipedia«, og eksemplaret af tidskriftet.

138 I denne forbindelse er det i denne doms præmis 111 blevet fastslået, at appelkammeret med rette fastslog, at det fornødne særpræg, der er opnået ved brug, skal bevises for så vist angår kategorien »tidsskrifter«. For så vidt som denne kategori af varer henvender sig til såvel erhvervsdrivende som den brede offentlighed, omfatter den relevante kundekreds, med hensyn til hvilken det skal bevises, at der er opnået et fornødent særpræg ved brug, disse to forbrugergrupper således som konstateret af appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 27.

139 For så vidt som tidsskriftet *Brauwlt*, der udgives af sagsøgeren, er et fagtidsskrift, godtgør de beviser, som sagsøgeren har fremført, således som appelkammeret med rette har gjort gældende, alene, at der er sket brug af det ansøgte varemærke i forhold til den professionelle kundekreds og denne kundekreds' opfattelse af dette varemærke, hvilket sagsøgeren i øvrigt ikke har bestridt.

140 For så vidt som sagsøgeren har gjort gældende, at der ved brug af det ansøgte varemærke på fagtidsskrifter er opnået fornødent særpræg for så vidt angår informationstjenester, seminarer og bøger, finder appelkammerets vurderinger i den anfægtede afgørelses punkt 26-28, der er gengivet i præmis 138 og 139 ovenfor, hvorefter denne brug alene er godtgjort for så vidt angår en del af den relevante kundekreds, ligeledes anvendelse. Ligesom hvad angår tidsskrifterne henvender de tre kategorier af varer og tjenesteydelser sig nemlig såvel til en professionel kundekreds som til den brede offentlighed.

141 Den samme betragtning gælder for så vidt angår de andre beviser, som er fremlagt af sagsøgeren vedrørende de tre omhandlede kategorier af varer og tjenesteydelser. Selv om det lægges til grund, at angivelserne vedrørende driften af websteder, der fremgår af erklæringen afgivet under ed, vedrører kategorien informationstjenester, kan det ikke heraf udledes, at de omhandlede websteder besøges eller er kendte af en betydelig del af den brede offentlighed. Dernæst fremgår det af oplysninger i reklamerne, at det seminar, som sagsøgeren organiserer, er rettet mod en specialiseret kundekreds, navnlig små og mellemstore bryggerier. Som det fremgår af erklæringen afgivet under ed, er de bøger, som udgives af sagsøgeren under det ansøgte varemærke, fagbøger, og de er dermed ikke rettet mod den brede offentlighed.

142 Hvad for det tredje angår udstillingskatalogerne og tilrettelæggelsen af messer og udstillinger har sagsøgeren kritiseret appelkammeret for ikke at tage hensyn til erklæringen afgivet under ed, hvoraf det fremgår, at sagsøgeren udgav kataloget til udstillingerne »BrauBeviale« og »drinktec«, uddragene fra de to udgivelser vedrørende udstillingen »drinktec« og fotografierne af udstillingsstanden med henblik på at erkende, at varemærket har opnået særpræg som følge af den brug, der er gjort deraf.

143 I denne forbindelse skal det indledningsvis bemærkes, at erklæringen afgivet under ed er afgivet af en person, som har en professionel forbindelse til sagsøgeren, således at erklæringen ikke i sig selv kan udgøre et tilstrækkeligt bevis for, at det ansøgte varemærke har opnået fornødent særpræg (jf. analogt dom af 15.12.2005, BIC mod KHIM (Form af en lighter), T-262/04, EU:T:2005:463, præmis 79). Eftersom de andre beviser, som sagsøgeren har fremlagt, ikke vedrører udstillingen »BrauBeviale«, vil den af sagsøgerens påståede udgivelse af kataloger til denne udstilling ikke blive taget i betragtning.

144 Hvad dernæst angår udgivelserne vedrørende udstillingen »drinktec« har sagsøgeren anfægtet appelkammerets konstatering af, at angivelsen af »i samarbejde med«, som fremgår af deres forside, ikke gør det muligt at identificere forbindelsen mellem forsiden og arrangøren af den pågældende udstilling. I modsætning til det, sagsøgeren har gjort gældende, kan det imidlertid ikke antages, at den relevante kundekreds fortolker denne angivelse, som om sagsøgeren kan kædes sammen med tilrettelæggelsen af den pågældende udstilling og udgivelsen af kataloger hertil, eftersom de fremlagte uddrag ikke indeholder nogen angivelser i denne retning. Af de lovpligtige oplysninger vedrørende udstillingen »drinktec 2013« fremgår det derimod tydeligt, at der er tale om et særligt supplement til tidsskriftet *Brauwelt*, som sagsøgeren har udgivet i forbindelse med denne udstilling. Af udgivelserne

vedrørende udstillingen »drinktec« fremgår det således hverken, at sagsøgeren er ansvarlig for tilrettelæggelsen af udstillingen, eller at sagsøgeren i denne forbindelse har redigeret og udgivet et i forhold til tidsskriftet særskilt katalog.

145 Endelig var det i modsætning til det, sagsøgeren har gjort gældende, med rette, at appelkammeret fastslog, at de fotos af en udstillingsstand, som er fremlagt af sagsøgeren, ikke godtgør, at der er gjort brug af det ansøgte varemærke for udstillingskataloger og tilrettelæggelse af messer og udstillinger, men højst for fagtidsskrifter og særlig forlagsvirksomhed. Der er nemlig ikke noget ved den omhandlede stand, der gør det muligt at konkludere, at den tilhører arrangøren af udstillingen, eller at den er beregnet til distribution af arrangørens kataloger. Arrangøren er derimod tydeligvis angivet som et »specialiseret forlag«, og en del af standen var forbeholdt »abonnementstjeneste«.

146 Hvad for det fjerde angår øl har sagsøgeren anfægtet appelkammerets konstatering af, at de ølflaskeetiketter, som sagsøgeren har fremlagt, var gaver givet i reklameøjemed, og at omsætningen ved salget af øl ikke var blevet underbygget. Sagsøgeren har anført, at de omhandlede etiketter beviser, at sagsøgeren har været til stede på markedet i mere end 150 år, og at sagsøgeren således er meget kendt. Sagsøgeren har tilføjet, at salg af øl ikke er en forudsætning for at godtgøre, at der er opnået et fornødent særpræg ved brug for så vidt angår denne vare.

147 Det fremgår i denne forbindelse af erklæringen afgivet under ed, der er blevet fremlagt af sagsøgeren, at der i alt blev brygget 1 350 flasker af den omhandlede øl ved to lejligheder med henblik på at blive tilbudt kunder i forbindelse med tidsskriftet *Brauwelts* 150 års fødselsdag. Som fastslået af appelkammeret henhører en sådan brug af det ansøgte varemærke snarere under reklame af det pågældende tidsskrift end en brug i forbindelse med markedsføringen af øl, og den er under alle omstændigheder ikke tilstrækkelig til, at det kan fastslås, at det ansøgte varemærke har opnået fornødent særpræg i en betydelig del af den relevante kundekreds' bevidsthed for så vidt angår denne vare.

148 Henset til ovenstående bemærkninger var det med rette, at appelkammeret konkluderede, at sagsøgeren ikke havde bevist, at det ansøgte varemærke har opnået fornødent særpræg gennem brug som omhandlet i artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009.

149 Det tredje anbringende og søgsmålet i sin helhed skal dermed forkastes.

Sagens omkostninger

150 I henhold til artikel 134, stk. 1, i Rettens procesreglement pålægges det den tabende part at betale sagsomkostningerne, hvis der er nedlagt påstand herom. Sagsøgeren har tabt sagen og pålægges derfor at betale sagsomkostningerne i overensstemmelse med EUIPO's påstand herom.

På grundlag af disse præmisser

udtaler og bestemmer

RETTEN (Første Afdeling):

1) Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) frifindes.

2) Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG betaler sagens omkostninger.

Kanninen Pelikánová Buttigieg

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 18. oktober 2016.

Underskrifter

Indhold

Sagens baggrund 2

Parternes påstande 3

Retlige bemærkninger 4

1. Formaliteten vedrørende den anden og den tredje påstand 4

2. Om de beviser, der for første gang er fremlagt for Retten 4

3. Om realiteten 5

Om det første anbringende vedrørende tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, sammenholdt med forordningens artikel 75 5

Om tilsidesættelse af begrundelsespligten 5

Om det ansøgte varemærkes beskrivende karakter i forhold til de varer og tjenesteydelser, der er omfattet 6

– Om forbindelsen mellem det ansøgte varemærke og de heraf omfattede varer og tjenesteydelser 9

– Hensyntagen til ældre registreringer og afgørelser

Om tilsidesættelse af sagsøgerens ret til at blive hørt 12

Om det andet anbringende vedrørende tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009 13

Om det tredje anbringende vedrørende tilsidesættelse artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 207/2009, sammenholdt med forordningens artikel 75 13

Om sagens genstand 14

Om tilsidesættelsen af sagsøgerens ret til at blive hørt 16

Tilsidesættelse af begrundelsespligten 17

Om opnåelse af fornødent særpræg ved brug 18

Sagens omkostninger 20