Sammlung der Rechtsprechung

URTEIL DES GERICHTS (Erste Kammer)

18. Oktober 2016*

„Unionsmarke — Anmeldung der Unionswortmarke BRAUWELT — Absolute Eintragungshindernisse — Beschreibender Charakter — Fehlende Unterscheidungskraft — Art. 7 Abs. 1 Buchst. b und c der Verordnung (EG) Nr. 207/2009 — Infolge Benutzung erlangte Unterscheidungskraft — Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 — Anspruch auf rechtliches Gehör — Begründungspflicht — Art. 75 der Verordnung Nr. 207/2009“

In der Rechtssache T-56/15

Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG mit Sitz in Nürnberg (Deutschland), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwältin M. Höfler,

Klägerin,

gegen

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

Beklagter,

betreffend eine Klage gegen die Entscheidung der Vierten Beschwerdekammer des EUIPO vom 4. Dezember 2014 (Sache R 1121/2014-4) über die Eintragung des Wortzeichens BRAUWELT als Unionsmarke

erlässt

DAS GERICHT (Erste Kammer)

zum Zeitpunkt der Beratung unter Mitwirkung des Präsidenten H. Kanninen sowie der Richterin I. Pelikánová (Berichterstatterin) und des Richters E. Buttigieg,

Kanzler: E. Coulon,

aufgrund der am 2. Februar 2015 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 21. April 2015 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung,

aufgrund der am 6. Juli 2015 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Erwiderung,

* Verfahrenssprache: Deutsch.

aufgrund des Umstands, dass keine der Hauptparteien binnen der Frist von drei Wochen nach der Mitteilung, dass das schriftliche Verfahren abgeschlossen ist, die Anberaumung einer mündlichen Verhandlung beantragt hat, und des daher gemäß Art. 106 Abs. 3 der Verfahrensordnung des Gerichts ergangenen Beschlusses, ohne mündliche Verhandlung zu entscheiden,

folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

1 Am 2. August 2013 meldete die Klägerin, die Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG, nach der Verordnung (EG) Nr. 207/2009 des Rates vom 26. Februar 2009 über die Unionsmarke (ABl. 2009, L 78, S. 1) beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) eine Unionsmarke an.

2 Bei der angemeldeten Unionsmarke handelt es sich um das Wortzeichen BRAUWELT.

3 Die Marke wurde für folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 32, 35, 38, 41, 42 und 43 des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken vom 15. Juni 1957 in revidierter und geänderter Fassung angemeldet:

— Klasse 9: „Computerprogramme und Software, insbesondere Anwenderprogramme (Apps, herunterladbar); Datenträger (bespielt und unbespielt)“;

— Klasse 16: „Druckschriften; Zeitschriften; Kataloge; Bücher, auch als Loseblattsammlung“;

— Klasse 32: „Bier; Hopfenextrakte für die Bierherstellung“;

— Klasse 35: „Veranstaltung von Messen und Ausstellungen im Bereich des Brauwesens, des Getränkewesens und der Ernährung für gewerbliche und Werbezwecke; Dokumentationsdienstleistungen für wirtschaftliche Zwecke; Adressmarketing; Sammeln und Bereitstellen von Informationen im Internet, nämlich von Marketing- und Vertriebsinformationen; Organisation und Veranstaltung von Messen, auch in elektronischer Form“;

— Klasse 38: „Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet; Bereitstellung von Portalen im Internet; Bereitstellung des Zugriffs auf Computerprogramme und Apps (Anwendungssoftware) im Internet; Bereitstellen von Internetportalen für Dritte; Bereitstellen des Zugriffs auf Informationen im Internet; Sammeln, Liefern und Übermitteln von Nachrichten im Internet; Verschaffen des Zugriffs auf Datenbanken; Bereitstellung des Zugriffs auf Software, Daten, Bilder, Audio- und/oder Videoinformationen im Internet; elektronische Anzeigenvermittlung“;

— Klasse 41: „Organisation und Veranstaltung von Seminaren und Workshops, auch in elektronischer Form; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Organisation und Durchführung von musischen, kulturellen, touristischen und sonstigen Freizeitveranstaltungen; Informationen über Unterhaltungs- und Freizeitveranstaltungen; Ausbildung; Unterhaltung; Dienstleistungen eines Verlages, insbesondere Online-Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften sowie Verfassen und Herausgabe von Texten; Online-Angebote, nämlich Informationen aus den Bereichen Ernährung und Getränke (Ernährungserziehung, Ernährungsschulungen)“;

— Klasse 42: „Entwurf und Entwicklung von Computersoftware, insbesondere von Anwenderprogrammen (Apps); Bereitstellung von Plattformen im Internet; Bereitstellung einer E-Commerce-Plattform im Internet“;

— Klasse 43: „Verpflegung von Gästen“.

4 Mit Entscheidung vom 14. März 2014 wies der Prüfer die Anmeldung für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen mit der Begründung zurück, dass die angemeldete Marke beschreibend im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 sei und sie im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b dieser Verordnung keine Unterscheidungskraft habe.

5 Am 24. April 2014 legte die Klägerin nach den Art. 58 bis 64 der Verordnung Nr. 207/2009 eine Beschwerde gegen die Entscheidung des Prüfers beim EUIPO ein.

6 Mit Entscheidung vom 4. Dezember 2014 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) wies die Vierte Beschwerdekammer des EUIPO die Beschwerde zurück. Sie war erstens der Auffassung, dass die maßgeblichen Verkehrskreise, da die angemeldete Marke aus deutschen Begriffen gebildet sei, aus deutschen und österreichischen Endverbrauchern und Fachkreisen bestünden. Sie stellte zweitens fest, dass die angemeldete Marke „Welt des Brauens“ bedeute und für den deutschsprachigen Verbraucher eine Vertriebsstätte oder ein umfassendes Angebot an Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Tätigkeit des Brauens beschreibe. Sie führte drittens aus, dass die angemeldete Marke den Gegenstand, die thematische Ausrichtung oder die Vertriebs- oder Erbringungsstätte der erfassten Waren und Dienstleistungen bezeichne. Alle von der angemeldeten Marke erfassten Waren und Dienstleistungen könnten Teil eines umfassenden Informations- und Leistungsangebots zum Thema des Brauens sein. Daher sei die angemeldete Marke für die Art oder den Gegenstand der erfassten Waren und Dienstleistungen beschreibend im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009. Die Beschwerdekammer war viertens der Meinung, dass die angemeldete Marke, weil sie beschreibend sei, im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 keine Unterscheidungskraft habe. Fünftens stellte sie fest, dass die von der Klägerin eingereichten Unterlagen nicht ausreichten, um eine infolge Benutzung erlangte Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke im Sinne von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 zu belegen.

Anträge der Parteien

7 Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben;

— die angefochtene Entscheidung dahin gehend abzuändern, dass die angemeldete Marke für die erfassten Waren und Dienstleistungen eingetragen wird;

— hilfsweise, die angefochtene Entscheidung dahin gehend abzuändern, dass die angemeldete Marke für die Waren „Fachzeitschriften auf dem Gebiet des Brauereiwesens“ eingetragen wird;

— dem EUIPO die Kosten aufzuerlegen.

8 Das EUIPO beantragt,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

Rechtliche Würdigung

1. *Zur Zulässigkeit des zweiten und des dritten Klageantrags*

9 Das EUIPO hält den zweiten und den dritten Klageantrag für unzulässig, da sie darauf gerichtet seien, dass das Gericht ihm eine Weisung erteile.

10 Die Klägerin tritt dem Vorbringen des EUIPO entgegen und macht geltend, dass es sich beim zweiten Klageantrag um ein zulässiges Abänderungsersuchen und beim dritten Klageantrag um eine bedingte Einschränkung des Verzeichnisses der von der angemeldeten Marke beanspruchten Waren und Dienstleistungen handele.

11 Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass der dritte Antrag unabhängig davon, dass er auf einer bedingten Einschränkung des Verzeichnisses der von der angemeldeten Marke beanspruchten Waren und Dienstleistungen beruht, ebenso wie der zweite Antrag ein Ersuchen auf Abänderung darstellt, mit dem die Eintragung der Marke durch das Gericht erreicht werden soll.

12 Das Gericht ist nach Art. 65 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 in der Tat befugt, die Entscheidung der Beschwerdekammer abzuändern. Diese Abänderungsbefugnis zielt jedoch darauf, dass das Gericht die Entscheidung erlässt, die die Beschwerdekammer nach der Verordnung Nr. 207/2009 hätte erlassen müssen, was bedeutet, dass die Zulässigkeit eines Abänderungsersuchens im Hinblick auf die Befugnisse zu prüfen ist, die der Beschwerdekammer zukommen (Beschluss vom 30. Juni 2009, Securvita/HABM [Natur-Aktien-Index], T-285/08, EU:T:2009:230, Rn. 14 und 15).

13 Die Eintragung einer Unionsmarke ergibt sich zwar aus der Feststellung, dass alle in Art. 45 der Verordnung Nr. 207/2009 aufgestellten Voraussetzungen erfüllt sind, doch erlassen die für die Eintragung von Unionsmarken zuständigen Dienststellen des EUIPO insoweit keine förmliche Entscheidung, die Gegenstand eines Rechtsbehelfs sein könnte. Daher ist die Beschwerdekammer, die nach Art. 64 Abs. 1 der Verordnung Nr. 207/2009 entweder im Rahmen der Zuständigkeit der Dienststelle tätig wird, die die angefochtene Entscheidung erlassen hat, oder die Angelegenheit zur weiteren Entscheidung an diese Dienststelle zurückverweist, nicht befugt, über ein Ersuchen zu entscheiden, das dahin geht, dass sie eine Unionsmarke einträgt. Somit ist es auch nicht Sache des Gerichts, über ein Abänderungsersuchen zu befinden, das dahin geht, dass es die Entscheidung einer Beschwerdekammer in diesem Sinne abändert (vgl. in diesem Sinne Beschluss vom 30. Juni 2009, Natur-Aktien-Index, T-285/08, EU:T:2009:230, Rn. 16 bis 23).

14 Nach alledem sind der zweite und der dritte Klageantrag als unzulässig zurückzuweisen.

2. *Zu den erstmals beim Gericht eingereichten Unterlagen*

15 Das EUIPO hält die Anlagen K.24 bis K.30 und K.33 zur Klageschrift für unzulässig, da sie erstmals dem Gericht vorgelegt worden, nicht aber Bestandteil der Verfahrensakte vor dem EUIPO gewesen seien.

16 Nach ständiger Rechtsprechung ist die Klage beim Gericht auf die Kontrolle der Rechtmäßigkeit der von den Beschwerdekammern des EUIPO erlassenen Entscheidungen im Sinne von Art. 65 der Verordnung Nr. 207/2009 gerichtet, so dass es nicht Aufgabe des Gerichts ist, den Sachverhalt anhand erstmals bei ihm eingereichter Unterlagen zu überprüfen. Somit sind die Anlagen K.24 bis K.30 und K.33 zur Klageschrift zurückzuweisen, ohne dass ihre Beweiskraft geprüft zu werden braucht (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 24. November 2005, Sadas/HABM – LTJ Diffusion [ARTHUR ET FELICIE], T-346/04, EU:T:2005:420, Rn. 19 und die dort angeführte Rechtsprechung).

3. *Zur Begründetheit*

17 Die Klägerin stützt ihre Klage auf drei Klagegründe, mit denen sie erstens einen Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. c in Verbindung mit Art. 75 der Verordnung Nr. 207/2009, zweitens einen Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 und drittens einen Verstoß gegen Art. 7 Abs. 3 in Verbindung mit Art. 75 der Verordnung Nr. 207/2009 geltend macht.

Zum ersten Klagegrund: Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. c in Verbindung mit Art. 75 der Verordnung Nr. 207/2009

18 Die Klägerin rügt, die Beschwerdekammer habe die Begründungspflicht verletzt, die angemeldete Marke zu Unrecht als für alle erfassten Waren und Dienstleistungen beschreibend angesehen und ihren Anspruch auf rechtliches Gehör verletzt.

Zur Verletzung der Begründungspflicht

19 Die Klägerin ist der Auffassung, dass die Beschwerdekammer die Begründungspflicht verletzt habe, da sie nicht geprüft habe, ob die angemeldete Marke für jede der in der Anmeldung bezeichnete Ware und Dienstleistung beschreibend sei, sondern sich pauschal auf alle Waren der jeweiligen Klasse bezogen habe.

20 Das EUIPO hält das Vorbringen der Klägerin für unbegründet.

21 Nach der Rechtsprechung muss die Beschwerdekammer, wenn die Eintragung einer Marke für verschiedene Waren oder Dienstleistungen beantragt wird, in konkreter Weise prüfen, ob die Marke in Bezug auf jede dieser Waren oder Dienstleistungen unter keines der in Art. 7 Abs. 1 der Verordnung Nr. 207/2009 aufgeführten Eintragungshindernisse fällt, und kann bei den betreffenden Waren oder Dienstleistungen zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen. Folglich ist die Beschwerdekammer, wenn sie die Eintragung einer Marke ablehnt, verpflichtet, in ihrer Entscheidung für jede der in der Anmeldung bezeichneten Waren und Dienstleistungen anzugeben, zu welchem Schluss sie gekommen ist, und zwar unabhängig davon, wie die Anmeldung formuliert ist (vgl. Urteil vom 2. April 2009, Zuffa/HABM [ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP], T-118/06, EU:T:2009:100, Rn. 27 und die dort angeführte Rechtsprechung).

22 Wenn allerdings dasselbe Eintragungshindernis einer Kategorie oder einer Gruppe von Waren oder Dienstleistungen entgegengehalten wird, kann sich die Beschwerdekammer auf eine globale Begründung für alle betroffenen Waren oder Dienstleistungen beschränken, sofern die Gesamtheit der tatsächlichen und rechtlichen Erwägungen, die die Begründung der in Rede stehenden Entscheidung darstellen, zum einen die Erwägungen der Beschwerdekammer für jede Ware oder Dienstleistung dieser Kategorie hinreichend deutlich macht und zum anderen ohne Unterschied auf jede der betreffenden Waren oder Dienstleistungen angewandt werden kann. Die bloße Tatsache, dass die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen zur selben Klasse des Nizzaer Abkommens gehören, genügt dafür nicht (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 2. April 2009, ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP, T-118/06, EU:T:2009:100, Rn. 27 und 28 und die dort angeführte Rechtsprechung).

23 Die Beschwerdekammer hat sich in Rn. 16 der angefochtenen Entscheidung auf „Computerprogramme“, die „Software“ einschließen, und auf „Datenträger“ der Klasse 9 sowie auf „Druckschriften“, „Zeitschriften“, „Kataloge“ und „Bücher“ der Klasse 16 bezogen. In Rn. 17 der angefochtenen Entscheidung hat sich die Prüfung auf „Bier“ und „Hopfenextrakte“ der Klasse 32 sowie auf „Verpflegung von Gästen“ der Klasse 43 erstreckt. In Rn. 18 der angefochtenen Entscheidung hat die Beschwerdekammer die Dienstleistungen der Klasse 35 in zwei Unterkategorien – Marketing und Messeveranstaltung – unterteilt. In Rn. 19 der angefochtenen Entscheidung bezieht sich die Begründung zu den Dienstleistungen der Klassen 38 und 42 auf drei Unterkategorien,

nämlich erstens Bereitstellen von Portalen, zweitens Bereitstellen des Zugriffs auf Informationen, Computerprogramme und Datenbanken und drittens zugehörige Programmierdienstleistungen. In Rn. 20 der angefochtenen Entscheidung hat die Beschwerdekammer schließlich die Dienstleistungen der Klasse 41 in vier Unterkategorien unterteilt, nämlich Aus- und Fortbildung, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Unterhaltung sowie Verlagsdienstleistungen.

24 Indem sie den beschreibenden Charakter der angemeldeten Marke nach Waren- und Dienstleistungskategorien geprüft hat, deren Eignung die Klägerin nicht bestritten hat, ist die Beschwerdekammer gemäß den oben in den Rn. 21 und 22 dargelegten Vorgaben vorgegangen.

25 Die vorliegende Rüge ist daher zurückzuweisen.

Zum beschreibenden Charakter der angemeldeten Marke in Bezug auf die erfassten Waren und Dienstleistungen

26 Nach Ansicht der Klägerin ist die Beschwerdekammer zu Unrecht davon ausgegangen, dass die angemeldete Marke für die erfassten Waren und Dienstleistungen gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 beschreibend sei.

27 Das EUIPO hält das Vorbringen der Klägerin für unbegründet.

28 Nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die 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.

29 Nach der Rechtsprechung erlaubt es Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 nicht, dass die von ihm erfassten Zeichen oder Angaben durch ihre Eintragung als Marke einem einzigen Unternehmen vorbehalten werden. Diese Bestimmung verfolgt damit das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass solche Zeichen oder Angaben von jedermann frei verwendet werden können (Urteil vom 23. Oktober 2003, HABM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, Rn. 31).

30 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 Nr. 207/2009 als ungeeignet angesehen, die wesentliche Funktion der Marke zu erfüllen, die darin besteht, die betriebliche Herkunft der Ware oder Dienstleistung zu identifizieren, um es dem Verbraucher, der die mit der Marke gekennzeichnete Ware oder Dienstleistung erwirbt, damit zu ermöglichen, bei einem weiteren Erwerb seine Entscheidung davon abhängig zu machen, ob er gute oder schlechte Erfahrungen gemacht hat (Urteil vom 23. Oktober 2003, HABM/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, Rn. 30).

31 Unter Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 fallen solche Zeichen oder Angaben, die im normalen Sprachgebrauch nach dem Verständnis der maßgeblichen Verkehrskreise die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen entweder unmittelbar oder durch Hinweis auf eines ihrer wesentlichen Merkmale bezeichnen können (Urteil vom 20. September 2001, Procter & Gamble/HABM, C-383/99 P, EU:C:2001:461, Rn. 39).

32 Demnach fällt ein Zeichen nur dann unter das in Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 vorgesehene Verbot, wenn es einen hinreichend direkten und konkreten Zusammenhang mit den in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen aufweist, der es den betroffenen Verkehrskreisen

ermöglicht, sofort und ohne weiteres Nachdenken eine Beschreibung der fraglichen Waren oder Dienstleistungen oder eines ihrer Merkmale wahrzunehmen (Urteil vom 14. Juni 2007, Europig/HABM [EUROPIG], T-207/06, EU:T:2007:179, Rn. 27).

33 Um eine Marke, die aus einer sprachlichen Neuschöpfung oder einem Wort mit mehreren Bestandteilen besteht, als beschreibend im Sinne des Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 ansehen zu können, genügt es nicht, dass für jeden dieser Bestandteile gegebenenfalls ein beschreibender Charakter festgestellt wird. Ein solcher Charakter muss auch für die Neuschöpfung oder das Wort selbst festgestellt werden (Urteil vom 12. Januar 2005, Wieland-Werke/HABM [SnTEM, SnPUR, SnMIX], T-367/02 bis T-369/02, EU:T:2005:3, Rn. 31; vgl. auch entsprechend Urteile vom 12. Februar 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, Rn. 96, und vom 12. Februar 2004, Campina Melkunie, C-265/00, EU:C:2004:87, Rn. 37).

34 Eine Marke, die aus einer sprachlichen Neuschöpfung oder einem Wort mit mehreren Bestandteilen besteht, von denen jeder Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen beschreibt, hat selbst einen diese Merkmale beschreibenden Charakter im Sinne des Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009, es sei denn, dass ein merklicher Unterschied zwischen der Neuschöpfung oder dem Wort und der bloßen Summe ihrer Bestandteile besteht. Dies setzt voraus, dass die Neuschöpfung oder das Wort aufgrund der Ungewöhnlichkeit der Kombination in Bezug auf die Waren oder Dienstleistungen einen Eindruck erweckt, der hinreichend weit von dem entfernt ist, der bei bloßer Zusammenfügung der ihren Bestandteilen zu entnehmenden Angaben entsteht, und somit über die Summe dieser Bestandteile hinausgeht. Insoweit ist auch die Analyse des fraglichen Ausdrucks anhand der maßgeblichen lexikalischen und grammatikalischen Regeln von Bedeutung (Urteil vom 12. Januar 2005, SnTEM, SnPUR, SnMIX, T-367/02 bis T-369/02, EU:T:2005:3, Rn. 32; vgl. auch entsprechend Urteile vom 12. Februar 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, Rn. 104, und vom 12. Februar 2004, Campina Melkunie, C-265/00, EU:C:2004:87, Rn. 43).

35 Im vorliegenden Fall wendet sich die Klägerin nicht gegen die Feststellungen der Beschwerdekammer, wonach sich die mit der angemeldeten Marke gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen sowohl an Endverbraucher als auch an Fachkreise richten und auf das deutschsprachige Publikum in Deutschland und Österreich abzustellen ist, weil die angemeldete Marke aus deutschen Begriffen besteht. Da diese Feststellungen keine Fehler aufweisen, sind sie zu berücksichtigen.

36 Die Klägerin beanstandet jedoch die Erwägungen der Beschwerdekammer zur Bedeutung der angemeldeten Marke und zu ihrem beschreibenden Charakter. Sie trägt außerdem vor, dass die Beschwerdekammer die früheren Eintragungen des Wortzeichens Brauwelt, deren Inhaberin sie sei, und weitere Eintragungen und Entscheidungen in Bezug auf identische oder ähnliche Zeichen hätte berücksichtigen müssen.

– Zur Bedeutung der angemeldeten Marke

37 Die Klägerin trägt erstens zum Element „Brau“ vor, dass entgegen den Ausführungen in der Entscheidung des Prüfers das Wörterbuch *Duden online* nicht den Schluss zulasse, dass es ein Wortbildungselement sei; es finde sich als solches auch nicht in anderen Nachschlagewerken. Außerdem bezögen sich die einzigen Treffer bei der Abfrage deutscher Suchmaschinen im Internet auf das Wort „Bräu“, den Familiennamen „Brau“ oder die Benutzung des Bestandteils „Brau“ als Marke oder Firmenname.

38 Jedenfalls sei der Bestandteil „Brau“ – auch dann, wenn man ihn tatsächlich als Wortbildungselement ansehen wollte – in Alleinstellung schwach und ohne konkreten Bedeutungsgehalt, und die Auslegung, er beziehe sich allgemein auf die Brautätigkeit, sei überaus unbestimmt.

39 Die Beschwerdekammer hat hierzu in Rn. 13 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass „Brau“ ein Wortbildungselement sei, das in Wortverbindungen auf die Tätigkeit des Brauens hinweise. Sie hat diese Feststellung mit zahlreichen Beispielen zusammengesetzter Wörter untermauert, die den Bestandteil „Brau“ enthalten und die sie dem Warenverzeichnis der angemeldeten Marke, den von der Klägerin vorgelegten Beweisen und dem Wörterbuch *Duden online* entnommen hat.

40 Diese Beispiele lassen in der Tat die Annahme zu, dass die maßgeblichen Verkehrskreise, wenn sie sich dem Bestandteil „Brau“ gegenübersehen, ihn als einen Hinweis auf die Tätigkeit des Brauens verstehen werden, so dass die Beurteilung der Beschwerdekammer zutreffend ist.

41 Dies wird durch das Vorbringen der Klägerin nicht in Frage gestellt. Denn zum einen macht die Klägerin zwar geltend, dass sich der Bestandteil „Brau“ als solcher entgegen den Feststellungen des Prüfers nicht in Nachschlagewerken finde, doch zweifelt sie die Existenz und die Deutung der von der Beschwerdekammer angeführten zusammengesetzten Wörter nicht an. Zudem beziehen sich die von ihr vorgelegten Unterlagen zu den Ergebnissen der Suchabfragen bei deutschen Internet-Suchmaschinen auf die Nutzung des Bestandteils „Brau“ allein und nicht auf seine Verwendung in einem zusammengesetzten Wort wie dem hier in Rede stehenden Wort „Brauwelt“.

42 Zum anderen hat die von der Beschwerdekammer gewählte Auslegung des Bestandteils „Brau“ entgegen dem Vorbringen der Klägerin einen konkreten Bedeutungsgehalt, da es sich beim Brauen um einen bestimmten Bereich menschlicher Tätigkeit handelt.

43 Nach alledem ist die Beurteilung der Beschwerdekammer zur Bedeutung des Bestandteils „Brau“ zu bestätigen.

44 Die Klägerin trägt zweitens vor, dass der Bestandteil „Welt“ kein Synonym für eine Vertriebsstätte sei. Entgegen den Erwägungen des Prüfers bezeichne der Bestandteil „Welt“ auch keine Braustätte, da es sich bei Brauwelt nicht um eine Örtlichkeit handele.

45 Die Beschwerdekammer hat hierzu in Rn. 14 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass der Wortbestandteil „Welt“ wörtlich einen in sich geschlossenen Lebensbereich, eine Sphäre bezeichne und zudem – ebenso wie der entsprechende englische Begriff „world“ – eine verbreitete Bezeichnung für Vertriebsstätten mit einem umfassenden Sortiment oder für ein umfassendes Produkt- und Leistungsangebot zu einem bestimmten Themenbereich sei.

46 Insoweit ist zum einen darauf hinzuweisen, dass die Beschwerdekammer ihre Feststellung, das Wort „Welt“ sei eine häufige Bezeichnung für Vertriebsstätten, mit Verweisen auf Entscheidungen des Gerichts und des EUIPO untermauert hat, die Klägerin ihre gegenteilige Behauptung aber nicht konkret belegt hat.

47 Soweit die Klägerin zum anderen vorträgt, die maßgeblichen Verkehrskreise würden den Bestandteil „Welt“ nicht als Bezeichnung einer Braustätte verstehen, geht ihr Vorbringen ins Leere, da die Beschwerdekammer sich die dahin gehende Feststellung des Prüfers nicht zu eigen gemacht hat.

48 Die Beurteilung der Beschwerdekammer zur Bedeutung des Bestandteils „Welt“ ist daher zu bestätigen.

49 Drittens hält die Klägerin die von der Beschwerdekammer zur Gesamtbedeutung der angemeldeten Marke vorgenommene Prüfung für unzureichend. Sie wiederholt insoweit ihr Vorbringen, der Bestandteil „Brau“ habe für sich genommen keinen konkreten Bedeutungsgehalt, weshalb er im deutschen Sprachgebrauch immer eine Ergänzung durch einen weiteren Bestandteil benötige, der die Bedeutung klarstelle. Da der Bestandteil „Welt“ aber im Kontext des Brauwesens ebenfalls keine konkrete Bedeutung habe, sei der Ausdruck „Brauwelt“ völlig unbestimmt, unüblich und neuartig. Die von der Beschwerdekammer angenommenen Bedeutungen seien überaus vage.

50 Die Beschwerdekammer hat hierzu in Rn. 15 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass der Ausdruck „Brauwelt“ in seiner Gesamtheit „Welt des Brauens“ bedeute und eine Vertriebsstätte oder ein umfassendes Angebot an Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Tätigkeit des Brauens beschreibe.

51 Entgegen den Ausführungen der Klägerin hat die Beschwerdekammer die Gesamtbedeutung der angemeldeten Marke somit geprüft. Diese Prüfung weist keinen Beurteilungsfehler auf und wird durch das Vorbringen der Klägerin nicht in Frage gestellt.

52 Die angemeldete Marke besteht nämlich aus einer bloßen, den deutschen Syntax- und Grammatikregeln entsprechenden Aneinanderreihung zweier Bestandteile, die jeweils einen konkreten Bedeutungsgehalt haben; dass sich der Ausdruck „Brauwelt“ nicht in Nachschlagewerken findet, ist insoweit ohne Belang (vgl. in diesem Sinne entsprechend Urteil vom 12. Januar 2000, DKV/HABM [COMPANYLINE], T-19/99, EU:T:2000:4, Rn. 26).

53 Ferner übersteigt die Kombination dieser beiden Bestandteile nicht die Summe ihrer Aussagegehalte und stellt eine Wortschöpfung mit einer bestimmten Gesamtbedeutung dar, die ein großes Geschäftsangebot im Bereich des Brauwesens beschreibt.

54 Die von der Beschwerdekammer festgestellte Gesamtbedeutung der angemeldeten Marke ist daher zu bestätigen.

– Zum Bezug zwischen der angemeldeten Marke und den erfassten Waren und Dienstleistungen

55 Nach Ansicht der Klägerin ist die angemeldete Marke für die betreffenden Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend.

56 Das EUIPO hält das Vorbringen der Klägerin für unbegründet.

57 Vorab macht die Klägerin geltend, der Bestandteil „Brau“ bezeichne weder eine Ware noch eine Dienstleistung oder ein Merkmal einer Ware oder Dienstleistung. Der Bestandteil „Welt“ in seiner Bedeutung als „Verkaufsstätte“ oder „Warenangebot“ sei nicht geeignet, die erfassten Waren und Dienstleistungen zu beschreiben, die insbesondere keine Handelsdienstleistungen der Klasse 35 seien, zumal der Bestandteil „Brau“ keine Bestimmung der angebotenen konkreten Ware oder Dienstleistung zulasse. Somit sei die angemeldete Marke zu unbestimmt, als dass ein hinreichend direkter und konkreter Bezug, den Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 verlange, vorliegen könnte.

58 Dem kann nicht gefolgt werden. Wie sich aus der Prüfung oben in den Rn. 37 bis 54 ergibt, bezieht sich die angemeldete Marke als Ganzes betrachtet nämlich auf eine Vertriebsstätte oder ein umfassendes Angebot an Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Tätigkeit des Brauens. Wie die Beschwerdekammer im Wesentlichen in den Rn. 15 und 21 der angefochtenen Entscheidung im Rahmen einer Gesamtbetrachtung festgestellt hat, kann die angemeldete Marke einen Hinweis auf den thematischen Gegenstand einer Ware oder Dienstleistung, ihre Art und ihre Vertriebs- oder Erbringungsstätte übermitteln.

59 Zu der Frage, ob solche Hinweise für die im vorliegenden Fall von der angemeldeten Marke erfassten Waren und Dienstleistungen tatsächlich beschreibend sind, trägt die Klägerin eine Reihe von Argumenten vor.

60 So macht sie erstens geltend, dass es die „Welt des Brauens“ als thematischen Gegenstand der Waren der Klassen 9 und 16 entgegen der Auffassung der Beschwerdekammer nicht gebe. Die Daten und Datenträger der Klasse 9 und damit auch die Waren der Klasse 16 würden im Allgemeinen nicht inhaltsbezogen gekennzeichnet.

61 Die Beschwerdekammer hat hierzu in Rn. 16 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass die angemeldete Marke den thematischen Gegenstand der „Computerprogramme“ und „Datenträger“ der Klasse 9 und der „Druckschriften“, „Zeitschriften“, „Kataloge“ und „Bücher“ der Klasse 16 bezeichne, nämlich die Welt des Brauens.

62 Diese Beurteilung trifft zu, da die Waren und Dienstleistungen der Klassen 9 und 16 – anders als die Klägerin meint – die Tätigkeit des Brauens zum Gegenstand haben können. Entgegen dem Vorbringen der Klägerin ist die angemeldete Marke insbesondere dann geeignet, die angesprochenen Verkehrskreise unmittelbar über ein wesentliches Merkmal dieser Waren, nämlich über ihren thematischen Inhalt, zu informieren, wenn sie auf „Datenträgern“ angebracht ist (vgl. entsprechend Urteil vom 17. September 2008, Prana Haus/HABM [PRANAHAUS], T-226/07, nicht veröffentlicht, EU:T:2008:381, Rn. 33). Zudem ist es häufig der Fall, dass der Titel eines Buches, eines Katalogs oder einer Druckschrift sowie der Name von Zeitschriften auf den thematischen Inhalt dieser Veröffentlichungen hinweisen und sich sowohl Verbraucher als auch Fachkreise zur Lektüre von Veröffentlichungen im Allgemeinen wegen ihres Inhalts oder ihres Gegenstands entschließen (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 23. September 2015, Reed Exhibitions/HABM [INFOSECURITY], T-633/13, nicht veröffentlicht, EU:T:2015:674, Rn. 54).

63 Die Klägerin macht zweitens in Bezug auf die Waren der Klasse 32 und die Dienstleistungen der Klasse 43 geltend, dass die angemeldete Marke, anders als der Prüfer annehme, wegen der Kennzeichnungsgewohnheiten der Bierhersteller nicht als Hinweis auf den Brauort verstanden werden könne.

64 Die Beschwerdekammer hat hierzu in Rn. 17 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass die angemeldete Marke von den maßgeblichen Verkehrskreisen als Hinweis auf eine Vertriebs- oder Erbringungsstätte verstanden werde, in der Bier und Hopfenextrakte der Klasse 32 oder Verpflegungsdienstleistungen der Klasse 43 angeboten würden.

65 Diese Beurteilung ist nicht zu beanstanden. Sie beruht auch nicht auf der Auslegung, die angemeldete Marke bezeichne den Brauort des Biers, so dass das oben in Rn. 63 angeführte Argument ins Leere geht.

66 Drittens trägt die Klägerin zu den Dienstleistungen der Klasse 35 vor, dass die Beschwerdekammer einerseits zugestehe, dass es unüblich sei, diese Dienstleistungen nach ihrer thematischen Ausrichtung zu bezeichnen, andererseits aber meine, dass die maßgeblichen Verkehrskreise in der angemeldeten Marke lediglich einen Hinweis auf das Thema der veranstalteten Messe oder Ausstellung sähen. In Wirklichkeit hätten Marken von Spezialmessen oft einen anspielenden Charakter und geringe Kennzeichnungskraft, ohne jedoch beschreibend zu sein.

67 Die Beschwerdekammer hat hierzu in Rn. 18 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass die angemeldete Marke die betreffenden Dienstleistungen thematisch bezeichne, nämlich dass die Messen und Ausstellungen auf das Brauen ausgerichtet seien und sich die Marketing-Dienstleistungen speziell an Brauereien richteten. Es möge zwar unüblich sein, die fraglichen Dienstleistungen nach ihrem thematischen Gegenstand zu bezeichnen, doch seien die maßgeblichen Verkehrskreise in der Lage, diesen Verweis ohne Weiteres zu verstehen, wenn sie sich der angemeldeten Marke gegenübersähen.

68 Diese Feststellungen sind zum einen entgegen der Andeutung der Klägerin nicht widersprüchlich. Wie sich oben aus Rn. 67 ergibt, hat die Beschwerdekammer nämlich nicht kategorisch festgestellt, dass es unüblich sei, die Dienstleistungen der Klasse 35 nach ihrem thematischen Gegenstand zu bezeichnen, sondern lediglich eingeräumt, dass es unüblich sein möge, um anschließend darauf hinzuweisen, dass dies nichts an der Wahrnehmung der maßgeblichen Verkehrskreise ändere.

69 Zum anderen ist die von der Beschwerdekammer vorgenommene Beurteilung zutreffend. Denn es ist zwar möglich, dass die Marken, die Spezialmessen und -ausstellungen bezeichnen, oft einen anspielenden Charakter haben, ohne beschreibend zu sein, doch trifft dies auf die angemeldete Marke nicht zu, die das relevante Publikum unmittelbar darüber informiert, dass die Messe oder Ausstellung das Brauwesen betrifft. Hinsichtlich der Marketing-Dienstleistungen greift die Klägerin die – nicht zu beanstandende – Feststellung, diese könnten sich speziell an Brauereien richten, so dass die maßgeblichen Verkehrskreise die angemeldete Marke dahin verstehen könnten, dass sie sich auf ihren Gegenstand beziehe, nicht an.

70 Viertens trägt die Klägerin zu den Dienstleistungen der Klassen 38 und 42 vor, dass sie technischer Art seien, so dass die angemeldete Marke für sie nicht beschreibend sei, sondern im Gegenteil ausreichend originell. Die Beschwerdekammer habe außerdem den Namen eines Internet-Portals mit den von der angemeldeten Marke erfassten technischen Dienstleistungen verwechselt, die Dritten angeboten würden.

71 Die Beschwerdekammer hat hierzu in Rn. 19 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass die Dienstleistungen der Klassen 38 und 42 in drei Gruppen unterteilt seien, die das Bereitstellen von Portalen, das Bereitstellen des Zugriffs auf Informationen, Computerprogramme und Datenbanken sowie die zugehörigen Programmierdienstleistungen beträfen. Die angemeldete Marke weise darauf hin, dass die fraglichen Dienstleistungen auf Portale bezogen seien, die sich thematisch mit der Welt des Brauens befassten, oder den Zugriff auf Informationen auf diesem Gebiet beträfen.

72 Diese Beurteilung ist zutreffend, denn die angemeldete Marke kann von den maßgeblichen Verkehrskreisen tatsächlich dahin wahrgenommen werden, dass sie das Thema von Portalen oder Informationen bezeichnet, auf die sich die fraglichen Dienstleistungen beziehen. Aus den Ausführungen der Beschwerdekammer ergibt sich auch nicht, dass sie bei ihrer Beurteilung die technischen Dienstleistungen, die für das Funktionieren eines Internet-Portals mit dem Gegenstand des Brauwesens erforderlich sind, mit dem Namen dieses Portals verwechselt hätte.

73 Fünftens bestreitet die Klägerin, dass die angemeldete Marke für die Dienstleistungen „sportliche Aktivitäten“ und „Organisation und Durchführung von musischen Freizeitveranstaltungen“ der Klasse 41 beschreibend sei.

74 Zu den „sportlichen Aktivitäten“ hat die Beschwerdekammer in Rn. 20 der angefochtenen Entscheidung zutreffend festgestellt, dass das Brauen in Deutschland und Österreich in kultureller Hinsicht bedeutsam ist und eine Tradition hat, die mit zahlreichen Festen gefeiert wird, die sportliche Elemente aufweisen, wie etwa Wettkämpfe im Bierfassrollen.

75 Zwar sind die fraglichen Aktivitäten, wie die Klägerin im Wesentlichen geltend macht, keine weitverbreiteten Sportarten und schließen ein wesentliches Unterhaltungselement ein. Doch ist der Begriff der sportlichen Aktivität keineswegs unvereinbar mit demjenigen der Unterhaltung. Außerdem handelt es sich bei den fraglichen Aktivitäten um wettbewerbsorientierte Tätigkeiten, die von den Teilnehmern eine physische Anstrengung verlangen, so dass der Beschwerdekammer mit ihrer Einordnung als „sportliche Aktivitäten“ kein Beurteilungsfehler unterlaufen ist.

76 Was die „Organisation und Durchführung von musischen Freizeitveranstaltungen“ anbelangt, hat die Beschwerdekammer entgegen dem Vorbringen der Klägerin, die ihre Behauptung nicht mit konkretem Vortrag untermauert, in Rn. 20 der angefochtenen Entscheidung zutreffend festgestellt, dass die

fraglichen Veranstaltungen einen Bezug zur Welt des Brauens haben können, so dass die angemeldete Marke von den maßgeblichen Verkehrskreisen als ein Hinweis auf dieses Merkmal verstanden werden kann.

– Zur Berücksichtigung früherer Eintragungen und Entscheidungen

77 Nach Ansicht der Klägerin hat es die Beschwerdekammer unterlassen, für sie bestehende Voreintragungen des Wortzeichens Brauwelt zu berücksichtigen. Da diese Eintragungen Dritte daran hinderten, das Zeichen zu verwenden, bestehe das Freihaltebedürfnis, das dem absoluten Eintragungshindernis des Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 zugrunde liege, im vorliegenden Fall nicht.

78 Außerdem ergebe sich aus der Entscheidung der Zweiten Beschwerdekammer vom 22. November 2005 (Sache R 137/2005-2), dass das Zeichen Brauwelt für die Dienstleistungen der Klassen 35, 41 und 42, die mit den hier in Rede stehenden Dienstleistungen identisch oder ihnen ähnlich seien, nicht beschreibend sei.

79 Schließlich beruft sich die Klägerin auf zahlreiche Eintragungen von mit der angemeldeten Marke identischen oder ihr ähnlichen Marken, die sie vor der Beschwerdekammer geltend gemacht habe.

80 Das EUIPO hält das Vorbringen der Klägerin für unbegründet.

81 Nach der Rechtsprechung muss das EUIPO in Anbetracht der Grundsätze der Gleichbehandlung und der ordnungsgemäßen Verwaltung im Rahmen der Prüfung einer Anmeldung einer Unionsmarke die zu ähnlichen Anmeldungen ergangenen Entscheidungen berücksichtigen und besonderes Augenmerk auf die Frage richten, ob im gleichen Sinne zu entscheiden ist oder nicht (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 10. März 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/HABM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, Rn. 73 und 74).

82 Allerdings müssen der Grundsatz der Gleichbehandlung und der Grundsatz der ordnungsgemäßen Verwaltung mit dem Gebot rechtmäßigen Handelns in Einklang gebracht werden. Folglich kann sich der Anmelder eines Zeichens als Unionsmarke nicht auf eine etwaige fehlerhafte Rechtsanwendung in der Vergangenheit berufen, um eine identische Entscheidung zu erlangen. Im Übrigen muss aus Gründen der Rechtssicherheit und gerade auch der ordnungsgemäßen Verwaltung jede Anmeldung streng und umfassend geprüft werden, um eine ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu verhindern. Diese Prüfung muss in jedem Einzelfall erfolgen. Die Eintragung eines Zeichens als Marke hängt nämlich von besonderen, im Rahmen der tatsächlichen Umstände des Einzelfalls anwendbaren Kriterien ab, anhand deren ermittelt werden soll, ob das fragliche Zeichen nicht unter ein Eintragungshindernis fällt (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 10. März 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/HABM, C-51/10 P, EU:C:2011:139, Rn. 75 bis 77).

83 Da sich aus der oben in den Rn. 28 bis 76 durchgeführten Prüfung ergibt, dass die Beschwerdekammer zu Recht zu der Schlussfolgerung gelangt, dass die angemeldete Marke für alle erfassten Waren und Dienstleistungen im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 beschreibend ist, kann sich die Klägerin nicht mit Erfolg auf die von ihr angeführten früheren Eintragungen und Entscheidungen berufen.

84 Nach alledem ist die Rüge, die angemeldete Marke sei für die erfassten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend, zurückzuweisen.

Zur Verletzung des Anspruchs der Klägerin auf rechtliches Gehör

85 Die Klägerin trägt vor, dass die Beschwerdekammer ihren Anspruch auf rechtliches Gehör verletzt habe, indem sie erstmals in der angefochtenen Entscheidung damit argumentiert habe, dass „Brau“ ein Wortbildungselement sei und dass der Wettkampf im Bierfassrollen ein Beispiel für eine sportliche Aktivität im Zusammenhang mit der Welt des Brauens sei.

86 Nach Art. 75 Satz 2 der Verordnung Nr. 207/2009, in dem für das Markenrecht der allgemeine Grundsatz des Schutzes der Verteidigungsrechte, darunter der Anspruch auf rechtliches Gehör, verankert ist, dürfen die Entscheidungen des EUIPO nur auf Gründe gestützt werden, zu denen sich die Beteiligten äußern konnten.

87 Hier ist zum ersten Argument der Klägerin festzustellen, dass der Prüfer zwar nicht ausdrücklich darauf verwiesen hat, dass „Brau“ ein Wortbildungselement sei, dass er jedoch ausgeführt hat, dass die maßgeblichen Verkehrskreise die Bedeutung dieses Bestandteils verstünden, da ihnen Wörter und Ausdrücke mit ihm bekannt seien. Damit hat sich der Prüfer tatsächlich auf die Funktion des Bestandteils „Brau“ als Wortbildungselement bezogen, und der Klägerin war dieses Argument auch verständlich, da sie vor der Beschwerdekammer sowohl seine Stichhaltigkeit als auch seine Erheblichkeit angezweifelt hat.

88 Was ihr zweites Argument anbelangt, so trifft es zwar zu, dass der Prüfer in seiner Entscheidung nicht auf den Wettkampf im Bierfassrollen eingegangen ist. Die Beschwerdekammer hat, wie das EUIPO geltend macht, diesen Wettkampf jedoch nur als Beispiel zur Verdeutlichung der allgemeinen Feststellung angeführt, dass die angemeldete Marke als Verweis darauf wahrgenommen werden könne, dass die „sportlichen Aktivitäten“ der Klasse 41 einen Bezug zum Brauen hätten, und sie für diese Dienstleistungen damit beschreibend im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 sei. Da sich diese letztere Feststellung aber der Entscheidung des Prüfers entnehmen ließ, wird die angefochtene Entscheidung insoweit nicht auf einen Grund gestützt, zu dem sich die Klägerin nicht hätte äußern können.

89 Die Rüge einer Verletzung des Anspruchs der Klägerin auf rechtliches Gehör ist daher zurückzuweisen.

90 Nach alledem ist der erste Klagegrund zurückzuweisen.

Zum zweiten Klagegrund: Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009

91 Die Klägerin macht geltend, die Beschwerdekammer habe das Fehlen der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke aus ihrem beschreibenden Charakter abgeleitet, statt die Anwendung von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 gesondert zu prüfen und für die einzelnen von der angemeldeten Marke erfassten Waren und Dienstleistungen zu begründen.

92 Hierzu ist lediglich festzustellen, dass nach ständiger Rechtsprechung einer Wortmarke, die im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 Merkmale von Waren oder Dienstleistungen beschreibt, aus diesem Grund zwangsläufig die Unterscheidungskraft in Bezug auf diese Waren oder Dienstleistungen im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b dieser Verordnung fehlt (vgl. Urteile vom 8. Juli 2004, TELEPHARMACY SOLUTIONS, T-289/02, EU:T:2004:227, Rn. 24 und die dort angeführte Rechtsprechung, und vom 1. Februar 2013, Ferrari/HABM [PERLE’], T-104/11, nicht veröffentlicht, EU:T:2013:51, Rn. 32 und die dort angeführte Rechtsprechung).

93 Da die Beschwerdekammer zu Recht zu der Schlussfolgerung gelangt ist, dass die Marke BRAUWELT für die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 beschreibend ist, durfte sie auf der Grundlage dieser Rechtsprechung daraus ableiten, dass die angemeldete Marke auch gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. b dieser Verordnung von der Eintragung ausgeschlossen ist, ohne dass sie dies begründen musste.

94 Der zweite Klagegrund ist deshalb als unbegründet zurückzuweisen.

Zum dritten Klagegrund: Verstoß gegen Art. 7 Abs. 3 in Verbindung mit Art. 75 der Verordnung Nr. 207/2009

95 Die Klägerin trägt erstens vor, dass die Beschwerdekammer ihren in Art. 75 der Verordnung Nr. 207/2009 verankerten Anspruch auf rechtliches Gehör verletzt habe, da sie nicht die Möglichkeit gehabt habe, sich zu den von der Beschwerdekammer festgestellten Unzulänglichkeiten der Beweise für die Erlangung von Unterscheidungskraft infolge Benutzung im Sinne von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 zu äußern.

96 Zweitens habe die Beschwerdekammer ihre Weigerung, Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 anzuwenden, für Fachzeitschriften, Seminare, Informationsdienstleistungen, technische Dienstleistungen und die übrigen Waren und Dienstleistungen, die in der angefochtenen Entscheidung nicht erwähnt seien, nicht rechtlich hinreichend begründet.

97 Drittens habe die Beschwerdekammer mit ihrer Annahme, die Verkehrsdurchsetzung sei für Fachzeitschriften, Messekataloge, Veranstaltung von Messen und Bier nicht belegt, gegen Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 verstoßen.

98 In diesem Zusammenhang erklärt die Klägerin für den Fall, dass ihrem Hauptantrag nicht stattgegeben werde, ferner hilfsweise, dass sie die Eintragung der angemeldeten Marke kraft Verkehrsdurchsetzung für „Fachzeitschriften auf dem Gebiet des Brauereiwesens“ anstrebe und die Markenanmeldung für die Waren und Dienstleistungen, für die das Zeichen Brauwelt als nicht schutzwürdig erachtet werde, zurücknehme.

99 Das EUIPO hält das Vorbringen der Klägerin für unbegründet.

100 Vor einer Befassung mit den drei Rügen der Klägerin ist zunächst unter Berücksichtigung des Verfahrens vor der Beschwerdekammer und des oben in Rn. 98 zusammengefassten Vorbringens der Klägerin der die Anwendung von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 betreffende Streitgegenstand zu prüfen.

Zum Streitgegenstand

101 Erstens ist zum Umfang der geltend gemachten Verkehrsdurchsetzung und damit zum Gegenstand des dritten Klagegrundes darauf hinzuweisen, dass die Klägerin in der einleitenden Randnummer des Teils V der bei der Beschwerdekammer eingereichten Beschwerdebegründung die Erlangung von Unterscheidungskraft durch die angemeldete Marke als solche kurz erwähnt hat.

102 In der Folge hat die Klägerin diese Unterscheidungskraft jedoch ausdrücklich nur für Fachzeitschriften, Informationsdienstleistungen, Seminare und Bücher geltend gemacht. Sie hat sich außerdem auf eine „umfassende Benutzung“ der angemeldeten Marke für Messekataloge, Dienstleistungen der Veranstaltung von Messen und Ausstellungen, Bier und das Betreiben von Websites im Bereich des Brauwesens berufen. Zwar hat sie behauptet, dass die angemeldete Marke infolge dieser Benutzung „bekannt“ geworden sei, doch hat sie die Rechtsfolgen, die sich aus dieser Bekanntheit ergeben sollen, nicht ausdrücklich benannt.

103 Die Beschwerdekammer hat in Rn. 7 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass die Verkehrsdurchsetzung für Fachzeitschriften, Informationsdienstleistungen, Seminare und Bücher geltend gemacht worden sei. Trotz fehlender ausdrücklicher Geltendmachung hat sie die Verkehrsdurchsetzung auch für Messekataloge, Dienstleistungen der Veranstaltung von Messen und Ausstellungen und Bier geprüft.

104 Unter diesen Umständen sind nur die Rügen der Klägerin zu prüfen, die im Rahmen des dritten Klagegrundes in Bezug auf die Waren und Dienstleistungen der oben in Rn. 103 angeführten Kategorien vorgetragen werden. Die Anwendung von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 auf Waren und Dienstleistungen, für die weder ausdrücklich noch implizit eine Verkehrsdurchsetzung geltend gemacht wurde, war nämlich nicht Gegenstand des Verfahrens vor der Beschwerdekammer und damit auch nicht der angefochtenen Entscheidung.

105 Entgegen den Ausführungen der Klägerin sind insbesondere die technischen Dienstleistungen im Bereich der Telekommunikation und der elektronischen Datenverarbeitung der Klassen 38 und 42 nicht Streitgegenstand des dritten Klagegrundes. Für diese Dienstleistungen wurde nämlich nicht ausdrücklich eine Verkehrsdurchsetzung geltend gemacht. Das Vorbringen und die von der Klägerin bei der Beschwerdekammer eingereichten Beweise lassen auch keine implizite Geltendmachung erkennen, und zwar insbesondere deshalb, weil der einzige Umstand, der sich in irgendeiner Weise auf Telekommunikation und elektronische Datenverarbeitung bezieht, nämlich das Betreiben von Websites durch die Klägerin, im Zusammenhang mit der Erbringung von Informationsdienstleistungen und nicht mit der Erbringung von technischen Dienstleistungen steht.

106 Zweitens ergibt sich aus der bei der Beschwerdekammer eingereichten Beschwerdebegründung, dass die Klägerin die Verkehrsdurchsetzung für die Unterkategorie „Fachzeitschriften“ geltend gemacht hat und belegen wollte, nicht aber für die umfassendere Kategorie „Zeitschriften“, wie sie im Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen der angemeldeten Marke aufgeführt ist.

107 Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass nach Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 die absoluten Eintragungshindernisse gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. b bis d dieser Verordnung der Eintragung einer Marke nicht entgegenstehen, wenn die Marke für die Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat.

108 Daher muss die Erlangung von Unterscheidungskraft infolge Benutzung grundsätzlich für die gesamte Waren- und Dienstleistungskategorie nachgewiesen werden, für die das betreffende Eintragungshindernis gilt und wie sie im Waren- und Dienstleistungsverzeichnis der angemeldeten Marke aufgeführt ist, und nicht für eine Unterkategorie.

109 Dieser Grundsatz gilt unbeschadet der Regelung in Art. 43 Abs. 1 der Verordnung Nr. 207/2009, wonach der Anmelder seine Anmeldung einer Unionsmarke jederzeit zurücknehmen oder das in der Anmeldung enthaltene Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen einschränken kann.

110 Während die Klägerin im vorliegenden Fall die Verkehrsdurchsetzung für die Unterkategorie „Fachzeitschriften“ ausdrücklich geltend gemacht hat, ergibt sich aus den Akten, insbesondere aus der bei der Beschwerdekammer eingereichten Beschwerdebegründung, nicht, dass sie zugleich die im Waren- und Dienstleistungsverzeichnis der angemeldeten Marke aufgeführte Kategorie „Zeitschriften“ gleichermaßen eingeschränkt hätte.

111 Die Beschwerdekammer hat daher in Rn. 27 der angefochtenen Entscheidung zutreffend festgestellt, dass die Verkehrsdurchsetzung für die Kategorie „Zeitschriften“ nachzuweisen ist.

112 Drittens ist zu der von der Klägerin vor dem Gericht hilfsweise vorgenommenen Einschränkung der Kategorie „Zeitschriften“ auf „Fachzeitschriften auf dem Gebiet des Brauereiwesens“ und der bedingten Rücknahme der Markenanmeldung für die Waren und Dienstleistungen, für die das

Zeichen Brauwelt als nicht schutzwürdig erachtet wird, festzustellen, dass diese Erklärungen nach ihrem Wortlaut zum dritten Klageantrag gehören. Da dieser Antrag aber aus den oben in den Rn. 11 bis 14 genannten Gründen unzulässig ist, sind sie gegenstandslos.

113 Selbst wenn die Einschränkung der Kategorie „Zeitschriften“ zum ersten Klageantrag gehören sollte, ist jedenfalls festzustellen, dass eine Einschränkung im Sinne von Art. 43 Abs. 1 der Verordnung Nr. 207/2009, die nach Erlass der angefochtenen Entscheidung vorgenommen wird, vom Gericht berücksichtigt werden kann, wenn sich der Anmelder strikt darauf beschränkt, den Streitgegenstand dadurch einzuschränken, dass er bestimmte Kategorien von Waren oder Dienstleistungen aus dem Verzeichnis der von der Markenanmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen streicht. Führt diese Einschränkung dagegen zu einer Änderung des Streitgegenstands, weil dadurch neue Gesichtspunkte eingeführt werden, die der Beschwerdekammer für den Erlass der angefochtenen Entscheidung nicht zur Prüfung unterbreitet worden waren, kann sie vom Gericht grundsätzlich nicht berücksichtigt werden. Dies ist u. a. dann der Fall, wenn die Einschränkung der Waren und Dienstleistungen aus Konkretisierungen besteht, die sich auf die Bestimmung der maßgeblichen Verkehrskreise auswirken und damit den tatsächlichen Rahmen ändern können, der vor der Beschwerdekammer dargelegt worden war (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 27. Februar 2008, Citigroup/HABM – Link Interchange Network [WORLDLINK], T-325/04, nicht veröffentlicht, EU:T:2008:51, Rn. 26 und 27).

114 Im vorliegenden Fall besteht die von der Klägerin vorgenommene Einschränkung aus der Konkretisierung der Kategorie „Zeitschriften“ durch die hinzugefügte Präzisierung „Fachzeitschriften auf dem Gebiet des Brauereiwesens“. Diese Konkretisierung wirkt sich auf die Bestimmung der maßgeblichen Verkehrskreise aus, da sie insoweit die breite Öffentlichkeit ausschließt und damit den tatsächlichen Rahmen ändert, mit dem die Beschwerdekammer befasst war. Sie kann daher vom Gericht nicht berücksichtigt werden.

115 Was die bedingte Rücknahme der Markenanmeldung für die übrigen Waren- und Dienstleistungskategorien anbelangt, so ist diese ausdrücklich vom Ergebnis der Prüfung der Begründetheit der Klage abhängig gemacht worden, so dass sie sich nicht auf den Umfang des dem Gericht unterbreiteten Rechtsstreits auswirken kann. Auch sie kann daher vom Gericht nicht berücksichtigt werden.

Zur Verletzung des Anspruchs der Klägerin auf rechtliches Gehör

116 Die Klägerin trägt vor, dass die Verkehrsdurchsetzung nach Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 erstmals vor der Beschwerdekammer geltend gemacht werden dürfe, so dass sich aus dem Stadium, in dem sie sich auf diese Bestimmung berufen habe, keine nachteiligen Folgen für sie ergeben könnten. Die Beschwerdekammer hätte sie folglich entweder zur angeblichen Unzulänglichkeit der vorgelegten Beweise anhören müssen oder die Sache an den Prüfer zurückverweisen müssen, damit er über diese Beweise in erster Instanz entscheide. Die Beschwerdekammer habe daher, als sie unmittelbar über die Anwendung von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 entschieden habe, den in Art. 75 dieser Verordnung verankerten Anspruch der Klägerin auf rechtliches Gehör verletzt und ihr eine Instanz genommen.

117 Das EUIPO hält das Vorbringen der Klägerin für unbegründet.

118 Erstens ist zu der Frage, ob die Beschwerdekammer die Sache an den Prüfer zurückverweisen musste, festzustellen, dass die Verordnung Nr. 207/2009 zwar keine Bestimmung enthält, die es ausschlösse, dass als Reaktion auf die Entscheidung des Prüfers, der Eintragung der angemeldeten Marke stehe eines der absoluten Eintragungshindernisse nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. b bis d dieser Verordnung entgegen, erstmals vor der Beschwerdekammer geltend gemacht wird, dass diese Marke im Sinne von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung infolge Benutzung Unterscheidungskraft erlangt habe.

119 Gemäß Art. 64 Abs. 1 der Verordnung Nr. 207/2009 entscheidet jedoch die Beschwerdekammer nach der Prüfung der Begründetheit der Beschwerde über diese und kann dabei im Rahmen der Zuständigkeit der Dienststelle tätig werden, die die angefochtene Entscheidung erlassen hat. Aus dieser Bestimmung folgt, dass die Beschwerde gegen eine Entscheidung des Prüfers, mit der eine Anmeldung zurückgewiesen wurde, die Wirkung hat, die Beschwerdekammer mit einer vollständigen neuen Prüfung der Anmeldung sowohl in rechtlicher als auch in tatsächlicher Hinsicht zu befassen (Urteil vom 3. Juli 2013, Airbus/HABM [NEO], T-236/12, EU:T:2013:343, Rn. 21). Die Beschwerdekammer ist daher u. a. befugt, über die Geltendmachung von Unterscheidungskraft, die die angemeldete Marke im Sinne von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 infolge ihrer Benutzung erlangt haben soll, zu entscheiden.

120 Diese Befugnis kann der Beschwerdekammer aber nicht schon deshalb genommen werden, weil der Markenanmelder sich entschieden hat, die Verkehrsdurchsetzung erstmals im Beschwerdeverfahren geltend zu machen. In diesem Fall folgt der Instanzenverlust, den die Klägerin vorliegend rügt, nämlich allein aus dem Verhalten des Markenanmelders und nicht aus einer Verletzung seiner Verfahrensrechte durch die Dienststellen des EUIPO.

121 Demnach musste die Beschwerdekammer die Sache nicht an den Prüfer zurückverweisen.

122 Zweitens ist zu der Frage, ob die Beschwerdekammer die Klägerin zur Unzulänglichkeit der von ihr vorgelegten Beweismittel hätte anhören müssen, bereits oben in Rn. 86 ausgeführt worden, dass für das Markenrecht in Art. 75 Satz 2 der Verordnung Nr. 207/2009 der allgemeine Grundsatz des Schutzes der Verteidigungsrechte, insbesondere der Wahrung des Anspruchs auf rechtliches Gehör, verankert ist.

123 Dieser Anspruch verlangt jedoch nicht, dass die Beschwerdekammer des EUIPO vor Erlass ihrer endgültigen Entscheidung über die Würdigung der von einem Beteiligten vorgelegten Beweise diesem eine weitere Möglichkeit zur Stellungnahme zu diesen Beweisen geben muss (vgl. Urteil vom 19. Januar 2012, HABM/Nike International, C-53/11 P, EU:C:2012:27, Rn. 53 und die dort angeführte Rechtsprechung).

124 Deshalb musste die Beschwerdekammer die Klägerin weder darüber informieren, dass sie ihr Vorbringen und die von ihr vorgelegten Beweise für unzureichend hielt, noch ihr Gelegenheit geben, neu vorzutragen und zusätzliche Beweise einzureichen.

125 In diesem Zusammenhang trägt die Klägerin im Übrigen zu Unrecht vor, dass die Beschwerdekammer, wenn sie vorgehabt habe, in der angefochtenen Entscheidung ein neues, auf Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 gestütztes Eintragungshindernis einzuwenden, sie zuvor hätte anhören müssen. Diese Bestimmung, auf die sich der Markenanmelder berufen muss, ist nämlich kein absolutes Eintragungshindernis, sondern im Gegenteil eine in Art. 7 Abs. 1 Buchst. b bis d dieser Verordnung vorgesehene Ausnahme zu solchen Eintragungshindernissen.

126 Nach alledem ist die Rüge einer Verletzung des Anspruchs der Klägerin auf rechtliches Gehör zurückzuweisen.

Zur Verletzung der Begründungspflicht

127 Erstens ist aufgrund der oben in den Rn. 101 bis 105 getroffenen Feststellungen zum Umfang der geltend gemachten Verkehrsdurchsetzung die Rüge einer Verletzung der Begründungspflicht in Bezug auf die Waren und Dienstleistungen, die nicht in die oben in Rn. 103 genannten Kategorien fallen, insbesondere die technischen Dienstleistungen, nicht zu prüfen.

128 Zweitens hat die Beschwerdekammer entgegen dem Vorbringen der Klägerin die Benutzung der angemeldeten Marke für die Fachzeitschrift *Brauwelt*, wie sie sich aus den hierfür vorgelegten Beweisen und insbesondere aus den Verkaufszahlen dieser Zeitschrift ergab, in den Rn. 26 bis 28 der angefochtenen Entscheidung geprüft. Die Beschwerdekammer hat daher die Begründungspflicht hinsichtlich der Kategorie „Zeitschriften“ nicht verletzt.

129 Drittens hat die Klägerin im bei der Beschwerdekammer eingereichten Beschwerdeschriftsatz vorgetragen, dass sich die Verkehrsdurchsetzung für „Zeitschriften“, da Zeitschriften der Informationsvermittlung in verschiedenen Bereichen dienten, auch auf Informationsdienstleistungen, Bücher und Seminare erstrecke. Dieses Vorbringen der Klägerin ist in der Zusammenfassung ihrer Argumentation in Rn. 7 der angefochtenen Entscheidung wiedergegeben. Die Begründung der Beschwerdekammer in den Rn. 26 bis 28 der angefochtenen Entscheidung zur Kategorie der „Zeitschriften“ gilt daher implizit, aber zwangsläufig auch für Informationsdienstleistungen, Bücher und Seminare, zumal sich Rn. 27 der angefochtenen Entscheidung nicht nur auf die erfassten Waren, sondern auch auf die erfassten Dienstleistungen bezieht.

130 Insoweit hat die Klägerin für die Verkehrsdurchsetzung in Bezug auf Informationsdienstleistungen, Bücher und Seminare zwar zusätzliche Unterlagen vorgelegt, nämlich zum einen eine eidesstattliche Versicherung von Herrn S. (im Folgenden: eidesstattliche Versicherung), die sich u. a. auf die Veröffentlichung von Büchern und das Betreiben von Websites im Bereich des Brauwesens bezieht, und zum anderen einen Werbeprospekt für ein Seminar in diesem Bereich, das sie veranstaltet habe (im Folgenden: Prospekt).

131 Die eidesstattliche Versicherung und der Prospekt werden in Rn. 6 der angefochtenen Entscheidung als von der Klägerin vorgelegte Beweise aufgeführt, was zeigt, dass sie von der Beschwerdekammer bei ihrer Würdigung berücksichtigt wurden. Demnach erstreckt sich die Begründung der Beschwerdekammer in den Rn. 26 bis 28 der angefochtenen Entscheidung auch auf die Beweise, mit denen die Verkehrsdurchsetzung für Informationsdienstleistungen, Bücher und Seminare belegt werden sollte.

132 Die Rüge einer Verletzung der Begründungspflicht ist daher zurückzuweisen.

Zum Beweis der Erlangung von Unterscheidungskraft infolge Benutzung

133 Nach Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 stehen die absoluten Eintragungshindernisse gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. b bis d dieser Verordnung der Eintragung einer Marke nicht entgegen, wenn die Marke für die Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat.

134 Insoweit ergibt sich aus der Rechtsprechung, dass die Erlangung von Unterscheidungskraft infolge 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 29. April 2004, Eurocermex/HABM [Form einer Bierflasche], T-399/02, EU:T:2004:120, Rn. 42 und die dort angeführte Rechtsprechung).

135 Im vorliegenden Fall hat die Klägerin vor der Beschwerdekammer folgende Beweise für die Verkehrsdurchsetzung vorgelegt:

— eine Verkehrsbefragung bei 200 deutschen und österreichischen Fachleuten im Bereich des Brauwesens (im Folgenden: Verkehrsbefragung),

— die eidesstattliche Versicherung,

— einen Artikel aus der Online-Enzyklopädie „Wikipedia“ über die Zeitschrift *Brauwelt*,

— ein Exemplar der Zeitschrift *Brauwelt*,

— Auszüge aus Veröffentlichungen über die Messe „drinktec“,

— Fotos eines Messestands,

— den Schlussbericht der „drinktec“ und einen Auszug der Website der Messe „BrauBeviale“,

— einen Werbeprospekt für ein Seminar über das Brauen,

— Etiketten für Bierflaschen.

136 In den Rn. 26 bis 29 der angefochtenen Entscheidung hat die Beschwerdekammer ausgeführt, dass diese Unterlagen für den Nachweis, dass die angemeldete Marke infolge ihrer Benutzung für die Waren und Dienstleistungen Unterscheidungskraft erlangt habe, für die diese geltend gemacht worden sei, unzureichend seien.

137 Die Klägerin tritt dieser Beurteilung erstens mit einem Verweis darauf entgegen, dass die angemeldete Marke für die gleichnamige Zeitschrift Unterscheidungskraft infolge Benutzung erlangt habe, wie durch die Verkehrsbefragung, die eidesstattliche Versicherung, den Artikel aus der Online-Enzyklopädie „Wikipedia“ und das Exemplar dieser Zeitschrift belegt werde.

138 Insoweit wurde oben in Rn. 111 entschieden, dass die Beschwerdekammer zutreffend festgestellt hat, dass die Verkehrsdurchsetzung für die Kategorie „Zeitschriften“ nachzuweisen ist. Da sich diese Warenkategorie sowohl an Fachkreise als auch an die breite Öffentlichkeit richtet, bestehen die maßgeblichen Verkehrskreise, auf die für den Beweis der Erlangung von Unterscheidungskraft abzustellen war, aus diesen beiden Verbrauchergruppen, wie die Beschwerdekammer in Rn. 27 der angefochtenen Entscheidung entschieden hat.

139 Wie die Beschwerdekammer zutreffend ausgeführt hat, ist die von der Klägerin herausgegebene Zeitschrift *Brauwelt* eine Fachzeitschrift, so dass die von der Klägerin vorgelegten Beweise nur die Benutzung der angemeldeten Marke gegenüber dem Fachpublikum und dessen Wahrnehmung der Marke belegen, was die Klägerin im Übrigen nicht bestreitet.

140 Soweit die Klägerin zweitens die Verkehrsdurchsetzung für Informationsdienstleistungen, Seminare und Bücher auf der Grundlage der Benutzung der angemeldeten Marke für Fachzeitschriften geltend macht, gelten ebenfalls die oben in den Rn. 138 und 139 wiedergegebenen Ausführungen der Beschwerdekammer in den Rn. 26 bis 28 der angefochtenen Entscheidung, wonach diese Benutzung nur für einen Teil der maßgeblichen Verkehrskreise belegt sei. Ebenso wie Zeitschriften können sich diese drei Waren- und Dienstleistungskategorien nämlich sowohl an Fachkreise als auch an die breite Öffentlichkeit richten.

141 Gleiches gilt für die übrigen von der Klägerin vorgelegten Beweise für diese drei Waren- und Dienstleistungskategorien. Selbst wenn man nämlich unterstellt, dass die Angaben in der eidesstattlichen Versicherung über das Betreiben von Websites die Kategorie der Informationsdienstleistungen betreffen, lassen sie nicht den Schluss zu, dass diese Websites von einem erheblichen Teil der breiten Öffentlichkeit besucht werden oder ihm bekannt sind. Ferner ergibt sich aus den Angaben im Prospekt, dass sich das von der Klägerin veranstaltete Seminar an ein Fachpublikum richtete, insbesondere an Betreiber kleiner und mittlerer Brauereien. Wie außerdem der eidesstattlichen Versicherung zu entnehmen ist, handelt es sich bei den von der Klägerin unter der angemeldeten Marke herausgegebenen Büchern um Fachbücher, die sich daher nicht an die breite Öffentlichkeit richten.

142 Drittens rügt die Klägerin hinsichtlich der Messekataloge und der Veranstaltung von Messen und Ausstellungen, dass die Beschwerdekammer die eidesstattliche Versicherung, aus der hervorgehe, dass sie den Messekatalog für die „BrauBeviale“ und für die „drinktec“ herausgebe, die Auszüge aus zwei Veröffentlichungen über die „drinktec“ und die Fotos eines Messestands nicht für die Verkehrsdurchsetzung der angemeldeten Marke berücksichtigt habe.

143 Insoweit ist zunächst darauf hinzuweisen, dass die eidesstattliche Versicherung von einer Person stammt, die mit der Klägerin beruflich verbunden ist, so dass sie allein keinen hinreichenden Beweis für eine infolge Benutzung erlangte Unterscheidungskraft der Anmeldemarke darstellen kann (vgl. entsprechend Urteil vom 15. Dezember 2005, BIC/HABM [Form eines Steinfeuerzeugs], T-262/04, EU:T:2005:463, Rn. 79). Da sich aber die übrigen von der Klägerin vorgelegten Beweise nicht auf die „BrauBeviale“ beziehen, kann die behauptete Herausgabe von Katalogen für diese Messe durch die Klägerin nicht berücksichtigt werden.

144 Sodann beanstandet die Klägerin die Feststellung der Beschwerdekammer, der Aufdruck „in Kooperation“ auf den Deckblättern der Veröffentlichungen über die „drinktec“ erlaube es nicht, eine Verbindung zwischen ihr und dem Veranstalter dieser Messe herzustellen. Entgegen dem Vorbringen der Klägerin ist jedoch nicht anzunehmen, dass die maßgeblichen Verkehrskreise diesen Aufdruck dahin verstehen werden, dass die Klägerin an der Veranstaltung der Messe und der Herausgabe des Katalogs beteiligt war, da die vorgelegten Auszüge keine entsprechenden Hinweise liefern. Im Gegenteil geht aus dem Impressum der Veröffentlichung zur „drinktec 2013“ klar hervor, dass es sich um eine Sonderausgabe der Zeitschrift *Brauwelt* handelt, die von der Klägerin anlässlich dieser Messe herausgegeben wurde. Somit ergibt sich aus den Veröffentlichungen zur „drinktec“ weder, dass die Klägerin für die Veranstaltung dieser Messe verantwortlich wäre, noch, dass sie zu diesem Anlass einen von dieser Zeitschrift unabhängigen Katalog herausgegeben und verteilt hätte.

145 Schließlich ist darauf hinzuweisen, dass die Beschwerdekammer – anders als die Klägerin vorbringt – zutreffend festgestellt hat, dass die von der Klägerin vorgelegten Fotos eines Messestands nicht die Benutzung der angemeldeten Marke für Messekataloge und Dienstleistungen der Veranstaltung von Messen und Ausstellungen belegen, sondern allenfalls eine Benutzung für Fachzeitschriften und Dienstleistungen eines Fachverlags. An dem fraglichen Stand lässt nämlich nichts darauf schließen, dass er dem Veranstalter der Messe gehört oder der Verteilung des Messekatalogs dient. Der Aussteller ist vielmehr klar als ein „Fachverlag“ zu erkennen, und der Stand verfügt über einen eigenen Bereich für einen „Abo-Service“.

146 Viertens wendet sich die Klägerin in Bezug auf Bier gegen die Feststellung der Beschwerdekammer, die von ihr vorgelegten Flaschenetiketten legten nahe, dass es sich um Werbegeschenke gehandelt habe, jedenfalls fehle es an einem Beleg für einen mit dem Verkauf von Bier erzielten Umsatz. Nach Auffassung der Klägerin belegen die fraglichen Etiketten, dass sie seit 150 Jahren auf dem Markt in Erscheinung trete und damit erhebliche Bekanntheit genieße. Außerdem sei der Verkauf von Bier für den Beweis der Verkehrsdurchsetzung für diese Ware nicht erforderlich.

147 Insoweit ergibt sich aus der von der Klägerin selbst vorgelegten eidesstattlichen Versicherung, dass insgesamt 1 350 Flaschen des fraglichen Biers zu zwei Anlässen gebraut wurden, um sie anlässlich des 150-jährigen Jubiläums der Zeitschrift *Brauwelt* an Kunden zu verschenken. Wie die Beschwerdekammer festgestellt hat, gehört eine solche Benutzung der angemeldeten Marke zu den Werbemaßnahmen für diese Zeitschrift und nicht zu einer Benutzung im Rahmen des Vertriebs von Bier und reicht jedenfalls nicht aus, um zu belegen, dass die angemeldete Marke in Bezug auf diese Ware bei einem erheblichen Teil der maßgeblichen Verkehrskreise Unterscheidungskraft erlangt hat.

148 Nach alledem ist die Beschwerdekammer zu Recht davon ausgegangen, dass die Klägerin nicht nachgewiesen hat, dass die angemeldete Marke im Sinne von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 207/2009 Unterscheidungskraft infolge Benutzung erlangt hat.

149 Folglich ist der dritte Klagegrund zurückzuweisen und damit die Klage insgesamt abzuweisen.

Kosten

150 Nach Art. 134 Abs. 1 der Verfahrensordnung des Gerichts ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen. Da die Klägerin unterlegen ist, sind ihr gemäß dem Antrag des EUIPO die Kosten aufzuerlegen.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Erste Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. Die Klage wird abgewiesen.

2. Die Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG trägt die Kosten.

Kanninen Pelikánová Buttigieg

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 18. Oktober 2016.

Unterschriften

Inhaltsverzeichnis

Vorgeschichte des Rechtsstreits 2

Anträge der Parteien 3

Rechtliche Würdigung 4

1. Zur Zulässigkeit des zweiten und des dritten Klageantrags 4

2. Zu den erstmals beim Gericht eingereichten Unterlagen 4

3. Zur Begründetheit 5

Zum ersten Klagegrund: Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. c in Verbindung mit Art. 75 der Verordnung Nr. 207/2009 5

Zur Verletzung der Begründungspflicht 5

Zum beschreibenden Charakter der angemeldeten Marke in Bezug auf die erfassten Waren und Dienstleistungen 6

– Zur Bedeutung der angemeldeten Marke 7

– Zum Bezug zwischen der angemeldeten Marke und den erfassten Waren und Dienstleistungen 9

– Zur Berücksichtigung früherer Eintragungen und Entscheidungen

Zur Verletzung des Anspruchs der Klägerin auf rechtliches Gehör 13

Zum zweiten Klagegrund: Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 13

Zum dritten Klagegrund: Verstoß gegen Art. 7 Abs. 3 in Verbindung mit Art. 75 der Verordnung Nr. 207/2009 14

Zum Streitgegenstand 14

Zur Verletzung des Anspruchs der Klägerin auf rechtliches Gehör 16

Zur Verletzung der Begründungspflicht 17

Zum Beweis der Erlangung von Unterscheidungskraft infolge Benutzung 18

Kosten 21