RETTENS DOM (Anden Afdeling)

8. juli 2004 *

I sag T-270/02,

**MLP Finanzdienstleistungen AG,** Heidelberg (Tyskland), ved Rechtsanwalt W. Göpfert,

sagsøger,

mod

**Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM)** ved G. Schneider, som befuldmægtiget,

sagsøgt,

angående en påstand om annullation af den afgørelse, der blev truffet den 26. juni 2002 af Tredje Appelkammer ved Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (sag R 206/2002-3), hvorved appelkammeret afviste at registrere ordmærket bestpartner,

* Processprog: tysk.

har

DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS RET I FØRSTE INSTANS
(Anden Afdeling)

sammensat af afdelingsformanden, J. Pirrung, og dommerne A.W.H. Meji og N.J. Forwood,
justitssekretær: fuldmægtig D. Christensen,

under henvisning til stævningen, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 28. august 2002,

under henvisning til svarskriftet, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 19. december 2002,

på grundlag af foranstaltninger med henblik på sagens tilrettelæggelse af 16. december 2003,

og efter retsmødet den 3. februar 2004,

afsagt følgende

## Dom

### Tvistens baggrund

1 Den 20. juni 2001 indgav sagsøgeren en EF-varemærkeansøgning til Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (herefter »Harmoniseringskontoret«) i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker (EFT 1994 L 11, s. 1), som ændret.

2 Det varemærke, som registreringsansøgningen vedrører, er ordmærket bestpartner.

3 De tjenesteydelser, som registreringsansøgningen vedrører, henhører under klasse 36, 38 og 42 i Nice-arrangementet af 15. juni 1957 vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret, og er, efter berigtigelse, beskrevet på følgende måde:

— »Forsikringsvirksomhed, forsikringsrådgivning, formidling af forsikringer; finansiel virksomhed, finansiel rådgivningsvirksomhed, rådgivning i anliggender vedrørende opsparing og investering af penge, investeringsrådgivning; finansielle analyser, investeringsforeninger, især fonde; kapitalinvestering; formueforvaltning for tredjemand; rådgivning i forbindelse med køb af fast ejendom, koncepter for fast ejendom for tredjemand«, i klasse 36.

— »Internettjenester, nemlig tilrådighedsstillelse, redigering og udbydelse af informationer via internettet«, i klasse 38.

— »Databehandling for tredjemand; udvikling, fremstilling, optimering og ajourføring af programmer til tekst- og databehandling og til processtyring; teknisk rådgivning og anvendelsesrådgivning vedrørende computere og databehandlingsprogrammer; en internetudbyders tjenesteydelser, nemlig fremstilling af programmer til løsning af branchespecifikke problemer på internettet, udarbejdelse og design af websteder, nemlig oprettelse, opretholdelse og vedligeholdelse af internetadgange og knudepunkter«, i klasse 42.

4 Undersøgeren afslog registreringsansøgningen ved afgørelse af 2. januar 2002 i henhold til artikel 38 i forordning nr. 40/94 under henvisning til forordningens artikel 7, stk. 1, litra b) og c), og stk. 2, med den begrundelse, at det ansøgte tegn var et velkendt udtryk og ville blive opfattet som et beskrivende reklameslogan uden fornødent særpræg, i det mindste i den engelsktalende del af Den Europæiske Union. Den 27. februar 2002 påklagede sagsøgeren undersøgerens afgørelse til Harmoniseringskontoret i henhold til artikel 59 i forordning nr. 40/94.

5 Ved afgørelse af 26. juni 2002 (herefter »den anfægtede afgørelse«) afviste Tredje Appelkammer klagen med den begrundelse, at det ansøgte tegn dels fuldstændig manglede det fornødne særpræg, der kræves, dels udelukkende bestod af beskrivende angivelser.

**Parternes påstande**

6 Sagsøgeren har nedlagt følgende påstande:

— Den anfægtede afgørelse annulleres.

— Harmoniseringskontoret tilpligtes at betale sagens omkostninger.

7 Harmoniseringskontoret har nedlagt følgende påstande:

— Frifindelse.

— Sagsøgeren tilpligtes at betale sagens omkostninger.

## Retlige bemærkninger

*Parternes argumenter*

8 Sagsøgeren har til støtte for sin påstand for det første gjort gældende, at artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 er tilsidesat, idet appelkammeret fejlagtigt har undladt at anerkende, at det ansøgte varemærke har fornødent særpræg, og for det andet, at forordningens artikel 7, stk. 1, litra c), er tilsidesat, idet appelkammeret har foretaget en urigtig anvendelse af kriteriet vedrørende behovet for friholdelse.

9 Sagsøgeren har gjort gældende, at udtrykkene »best« og »partner« begge kan forstås på forskellige måder. Så meget desto mere har ordet bestpartner, der dannes af en sammenstilling af disse udtryk, ikke nogen entydig betydning og giver den tilsigtede kundekreds, der udgøres af gennemsnitsforbrugere, som dog er særligt velunderrettede og rimeligt opmærksomme inden for det følsomme område for forsikringsydelser og finansielle tjenesteydelser, mulighed for at adskille de tjenesteydelser, som sagsøgeren tilbyder. Sagsøgeren har anført, at ordet bestpartner er en neologisme, der ikke står i ordbøgerne som et enkelt udtryk, og som skal undersøges adskilt fra de bestanddele, som ordet består af.

10 Sagsøgeren har anført, at det følger af disse omstændigheder, at tegnet, som denne har ansøgt om at få registreret som varemærke for finansielle tjenesteydelser, forsikringsydelser og databehandling på internettet, ikke er beskrivende i forhold til disse tjenesteydelser. Følgelig er der ikke noget friholdelsesbehov til hinder for denne registrering. Sagsøgeren har i denne forbindelse henvist til Rettens dom af 31. januar 2001, Taurus-Film mod KHIM (Cine Action) (sag T-135/99, Sml. II,

s. 379, præmis 29), og anfører herved, at tegnet ikke har en beskrivende karakter i forhold til tjenesteydelserne, hvis forbindelsen mellem tegnet og disse tjenesteydelser er for vag og ubestemt. Sagsøgeren har gjort gældende, at det alene er de angivelser, der er direkte beskrivende på en klar og entydig måde, som fortsat skal stå til rådighed i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 40/94. I den foreliggende sag skal tegnet bestpartner betragtes som et reklameslogan.

11 Med hensyn til det resultat af en søgning på internettet, der er omtalt i punkt 4 i den anfægtede afgørelse, har sagsøgeren anført, at den omstændighed, at det omhandlede udtryk anvendes i flæng i handelen, ikke er en tilstrækkelig grund til at afvise registrering af et varemærke i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 40/94. Sagsøgeren har anført eksempler på en anvendelse af det pågældende tegn inden for domænenavne på internettet og har sluttet, at den anvendelse, der er gjort af dette tegn i handelen, påviser dets evne til at angive, at tjenesteydelserne hidrører fra en bestemt virksomhed.

12 Det følger desuden af de samme omstændigheder, at tegnet bestpartner ikke mangler det minimum af særpræg, der er nødvendigt ifølge retspraksis (Rettens dom af 27.2.2002, sag T-34/00, Eurocool Logistik mod KHIM (EUROCOOL), Sml. II, s. 683, præmis 39). Sagsøgeren har i denne henseende anført, at manglende fornødent særpræg ikke kan udledes af den blotte konstatering af, at det pågældende tegn ikke har originalitet og hverken har et usædvanligt eller bemærkelsesværdigt islæt (Rettens dom af 5.4.2001, sag T-87/00, Bank für Arbeit und Wirtschaft mod KHIM (EASYBANK), Sml. II, s. 1259, præmis 39).

13 Den omstændighed, at lignende varemærker desuden er blevet registreret hos Harmoniseringskontoret, særligt varemærkerne bestpartner classic og bestpartner topinvest, og i Fællesskabets medlemsstater, må betragtes som en angivelse af, at det ansøgte tegn ligeledes er egnet til at blive registreret som varemærke.

14 Endelig har sagsøgeren henvist til de argumenter, som denne har anført under sagen for Harmoniseringskontoret, og har gjort gældende, at argumenterne er en integreret del af dennes stævning.

15 Harmoniseringskontoret har bestridt alle de anbringender og argumenter, der er anført af sagsøgeren. Ifølge Harmoniseringskontoret er det således berettiget, at appelkammeret har afvist det af sagsøgeren ansøgte varemærke, i særdeleshed fordi varemærket mangler det minimum af fornødent særpræg, der kræves.

*Rettens bemærkninger*

16 Indledningsvis bemærkes, at sagsøgeren afslutningsvis i sin stævning har fremsat en anmodning om, at dennes indlæg for Harmoniseringskontoret skal betragtes som en integreret del af dennes anbringender og argumenter i den foreliggende sag, for at »undgå at gentage [sig] unødigt«. Det fremgår af fast retspraksis, at i henhold til artikel 44, stk. 1, i Rettens procesreglement, der finder anvendelse på intellektuelle ejendomsrettigheder i medfør af reglementets artikel 130, stk. 1, og artikel 132, stk. 1, gælder det, at selv om visse punkter i stævningen kan støttes og udbygges med henvisninger til afsnit i dokumenter, der vedlægges som bilag til stævningen, kan en generel henvisning til andre dokumenter, ikke afhjælpe, at der mangler væsentlige oplysninger i den retlige argumentation, der i medfør af de nævnte bestemmelser skal være indeholdt i selve stævningen (Rettens dom af 20.4.1999, forenede sager T-305/94-T-307/94, T-313/94-T-316/94, T-318/94, T-325/94, T-328/94, T-329/94 og T-335/94, LVM mod Kommissionen, Sml. II, s. 931, præmis 39). For så vidt som stævningen henviser til de dokumenter, der er indgivet af sagsøgeren for Harmoniseringskontoret, skal sagen følgelig afvises, i det omfang den heri indeholdte generelle henvisning ikke er forbundet med et anbringende, der er behandlet i stævningen.

17 Med hensyn til realiteten bemærkes først, at i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 40/94 er »varemærker, som mangler fornødent særpræg« udelukket fra registrering.

18 Desuden bestemmer artikel 7, stk. 2, i forordning nr. 40/94, at »[s]tk. 1 finder anvendelse, selv om registreringshindringerne kun er til stede i en del af Fællesskabet«.

19 I den henseende skal spørgsmålet om fornødent særpræg vurderes dels i forhold til de varer eller tjenesteydelser, som registreringsansøgningen for tegnet vedrører, dels i forhold til den relevante kundekreds' forståelse heraf (jf. f.eks. Rettens dom af 20.3.2002, sag T-355/00, DaimlerChrysler mod KHIM (TELE AID), Sml. II, s. 1939, præmis 51).

20 Der skal desuden tages hensyn ikke alene til den udtrykkelige og direkte betydning af de udtryk, der er anvendt ved dannelsen af et sammensat tegn, men ligeledes til de konnotationer, som udtrykkene kan være egnede til at fremkalde.

21 I den foreliggende sag har parterne i deres argumentation fokuseret på, at udtrykkene »best« og »partner« er engelske udtryk, men det bør desuden bemærkes, at disse udtryk findes, eventuelt med mindre variationer, på andre af Fællesskabets sprog, bl.a. på nederlandsk og tysk. Det er under alle omstændigheder tilstrækkeligt til at udelukke et varemærke fra registrering, at registreringshindringen findes i en del af Fællesskabet, hvorfor det må konstateres, at i tilfælde, hvor det er fastslået, at der foreligger en registreringshindring i den engelsktalende del af Fællesskabet, der består af to medlemsstater, vil en eventuel tilstedeværelse af en sådan hindring også i andre dele af Fællesskabet være uden betydning for udfaldet af den foreliggende sag. I den foreliggende sag må det således antages, at den relevante kundekreds er en engelsktalende kundekreds.

22 Det må desuden antages, at den relevante kundekreds udgøres af særligt velunderrettede og opmærksomme forbrugere i betragtning af den specialiserede karakter af de tjenesteydelser, der er omfattet af varemærkeansøgningen.

23 I den foreliggende sag består tegnet udelukkende af udtrykkene »best« og »partner«, der begge navnlig hidrører fra det engelske sprog. Udtrykket »best« fremkalder en forestilling om kvalitet og giver derfor den relevante kundekreds det indtryk, at der er tale om et produkt eller en tjenesteydelse af den bedste kvalitet. Ordet »partner« bliver benyttet i forskellige sammenhænge, herunder på tjenesteydelsesområdet, til at beskrive forbindelser i en sammenslutning eller i et partnerskab, idet det fremkalder positive konnotationer om pålidelighed og kontinuitet i den henseende. Appelkammeret har således med rette anført i punkt 24 i den anfægtede afgørelse, at dette udtryk i moderne reklamesprog bruges til at beskrive forholdet mellem leverandør og kunde, hvor førstnævnte betragtes som en »forretningspartner« for sidstnævnte.

24 Det må således konstateres, at udtrykkene »best« og »partner« er almindelige ord, der alene henviser til kvaliteten af de tjenesteydelser, som en virksomhed leverer til sine kunder (jf. i den retning Rettens dom af 12.1.2000, sag T-19/99, DKV mod KHIM (COMPANYLINE), Sml. II, s. 1, præmis 26, efter appel stadfæstet ved Domstolens dom af 19.9.2002, sag C-104/00 P, DKV mod KHIM, Sml. I, s. 7561, præmis 13-25).

25 Følgelig er udtrykkene hver for sig beskrivende for de omfattede tjenesteydelser. Disse beskrivende udtryk mangler med hensyn til visse varer eller tjenesteydelser ligeledes fornødent særpræg i forhold til disse varer eller tjenesteydelser (Rettens dom af 2.7.2002 (under appel), sag T-323/00, SAT.1 mod KHIM, Sml. II, s. 2839, præmis 40). Det kan kun forholde sig anderledes, hvis det ord, der fremkommer ved sammensætningen, betyder noget andet end den betydning, de to adskilte udtryk fremkalder, når de står efter hinanden.

26 Den omstændighed, at de to udtryk sættes sammen — uden den mindste grafiske eller semantiske ændring — udgør ingen yderligere egenskab, hvorved tegnet i sin helhed bliver egnet til at adskille sagsøgerens tjenesteydelser fra andre virksomheders i den relevante kundekreds' bevidsthed (jf. i den retning COMPANYLINE-dommen, nævnt i præmis 24, præmis 26). Ordet bestpartner fremkalder

nemlig det indtryk, at betydningen af de to udtryk, der danner ordet, er »bedre partner«, på samme måde som vendingen, der dannes af de samme udtryk, når de ikke er sammensat — »best partner«. Den omstændighed, at det pågældende ord ikke er nævnt i ordbøgerne som sådan — hvad enten det skrives i ét ord eller ikke — ændrer ikke denne bedømmelse.

27 I forhold til den relevante kundekreds mangler tegnet bestpartner følgelig det minimum af særpræg, der er nødvendigt ifølge retspraksis (jf. f.eks. EUROCOOL-dommen, nævnt i præmis 12, præmis 39), og appelkammeret har derfor med rette fastslået, at den registreringshindring, der er fastsat i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94, i det foreliggende tilfælde er til hinder for den ansøgte registrering.

28 Det fremgår af artikel 7, stk. 1, i forordning nr. 40/94, at det er tilstrækkeligt, at en af de opregnede absolutte registreringshindringer finder anvendelse, for at tegnet ikke kan registreres som EF-varemærke (COMPANYLINE-dommen, nævnt i præmis 24, præmis 30). Det følger herefter af ovenstående, at Harmoniseringskontoret skal frifindes, uden at det er nødvendigt at tage stilling til sagsøgerens argumentation vedrørende artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 40/94.

## Sagens omkostninger

29 I henhold til procesreglementets artikel 87, stk. 2, pålægges det den tabende part at betale sagens omkostninger, hvis der er nedlagt påstand herom. Sagsøgeren har tabt sagen og bør derfor pålægges at betale sagens omkostninger i overensstemmelse med Harmoniseringskontorets påstand.

På grundlag af disse præmisser

udtaler og bestemmer

RETTEN (Anden Afdeling)

**1) Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) frifindes.**

**2) Sagsøgeren betaler sagens omkostninger.**

Pirrung Meij Forwood

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 8. juli 2004.

H. Jung

Justitssekretær

J. Pirrung

Afdelingsformand