Samling af Afgørelser

RETTENS DOM (Niende Afdeling)

26. oktober 2017*

»EU-varemærker - ansøgning om EU-ordmærket Klosterstoff - absolutte registreringshindringer - beskrivende karakter - varemærke, som vil kunne vildlede offentligheden - artikel 7, stk. 1, litra b), c) og g), i forordning (EF) nr. 207/2009 [nu artikel 7, stk. 1, litra b), c) og g), i forordning (EU) 2017/1001] - EUIPO's tidligere praksis«

I sag T-844/16,

Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG, Alpirsbach (Tyskland), ved advokaterne W. Göpfert og S. Hofmann,

sagsøger,

mod

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

sagsøgt,

angående et søgsmål anlagt til prøvelse af afgørelse truffet den 6. oktober 2016 af Femte Appelkammer ved EUIPO (sag R 2064/2015-5) vedrørende en ansøgning om registrering af ordtegnet Klosterstoff som EU-varemærke,

har

RETTEN (Niende Afdeling),

sammensat af afdelingsformanden, S. Gervasoni, og dommerne K. Kowalik-Bańczyk og C. Mac Eochaidh (refererende dommer),

justitssekretær: E. Coulon,

under henvisning til stævningen, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 29. november 2016,

under henvisning til svarskriftet, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 1. marts 2017,

og under henvisning til, at ingen af parterne har anmodet om berammelse af et 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,

* Processprog: tysk.

afsagt følgende

Dom

Sagens baggrund

1 Den 13. april 2015 indgav sagsøgeren, Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & 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), med senere ændringer (erstattet af Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/1001 af 14.6.2017 om EU-varemærker (EUT 2017, L 154, s. 1)). Det varemærke, der blev ansøgt registreret, var ordtegnet Klosterstoff.

2 De varer, som registreringsansøgningen vedrørte, henhører under klasse 32 og 33 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 for hver af disse klasser til følgende beskrivelse:

– klasse 32: »øl og bryggeriprodukter; ølblandingsdrikke, ikke-alkoholholdige drikke, især ikke-alkoholholdigt øl; præparater til fremstilling af drikke«

– klasse 33: »alkoholholdige drikke, undtagen øl; spirituosa og likører, især whisky, cognac, piquette (en tynd vin af afpressede druerester); færdigblandede alkoholholdige drikke (ikke baseret på øl); præparater til fremstilling af alkoholholdige drikke«.

3 Ved afgørelse af 4. september 2015 afslog undersøgeren at registrere det ansøgte varemærke på grundlag af artikel 7, stk. 1, litra b), c) og g), i forordning nr. 207/2009 [nu artikel 7, stk. 1, litra b), c) og g), i forordning 2017/1001].

4 Den 13. oktober 2015 indgav sagsøgeren i medfør af artikel 58-64 i forordning nr. 207/2009 (nu artikel 66-71 i forordning 2017/1001) en klage over undersøgerens afgørelse til EUIPO.

5 Ved afgørelse af 6. oktober 2016 (herefter »den anfægtede afgørelse«) afslog Femte Appelkammer ved EUIPO klagen. Appelkammeret anførte i denne henseende for det første i den anfægtede afgørelses punkt 15 og 16, at der, da det ansøgte varemærke var sammensat af tyske ord, skulle tages hensyn til en kundekreds, der talte tysk eller beherskede det tyske sprogs basale ordforråd, og som var almindeligt oplyst og rimeligt opmærksom og velunderrettet. For det andet anførte appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 17-26, at ordet »klosterstoff«, der var sammensat af ordene »kloster« og »stoff«, betegnede varer, der indeholder alkohol hidrørende fra et kloster eller fremstillet et sådant sted. For appelkammeret udgjorde det ansøgte ordtegn en simpel sammenstilling af to ord, og foreningen af dem var beskrivende for så vidt angik varerne »øl og bryggeriprodukter; ølblandingsdrikke, præparater til fremstilling af drikke«, der henhører under klasse 32, og »alkoholholdige drikke, undtagen øl; spirituosa og likører, især whisky, cognac, piquette (en tynd vin af afpressede druerester); færdigblandede alkoholholdige drikke (ikke baseret på øl); præparater til fremstilling af alkoholholdige drikke«, der henhører under klasse 33. Appelkammeret konkluderede således i den anfægtede afgørelses punkt 26, at registreringen af varemærket måtte afslås på grundlag af artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 med hensyn til de nævnte varer. For det tredje anførte appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 27-33, at det ansøgte varemærke også manglede fornødent særpræg som omhandlet i den nævnte forordnings artikel 7, stk. 1, litra b), for så vidt angik de samme varer, med den begrundelse, at det kun indeholdt det simple budskab, at de pågældende varer indeholder alkohol hidrørende fra et kloster eller fremstillet et sådant sted. Forbrugeren var følgelig ikke i stand til at identificere den handelsmæssige oprindelse, når den så

tegnet. For det fjerde fandt appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 34-37, at det ansøgte varemærke var vildledende som omhandlet i samme forordnings artikel 7, stk. 1, litra g), idet det lod forbrugerne tro, at ikke-alkoholholdige drikke indeholder alkohol, og at det således ikke kunne registreres for sådanne for »ikke-alkoholholdige drikke, især ikke-alkoholholdigt øl«, der er indeholdt i klasse 32. For det femte anførte appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 38 og 39, at det forhold, at forskellige varemærker indeholdende bestanddelen »stoff« tidligere var blevet registreret, ikke var afgørende for at vurdere lovligheden af registreringen af det ansøgte varemærke.

Parternes påstande

6 Sagsøgeren har nedlagt følgende påstande:

– Den anfægtede afgørelse annulleres.

– EUIPO tilpligtes at betale sagsomkostningerne.

7 EUIPO har nedlagt følgende påstande:

– Frifindelse.

– Sagsøgeren tilpligtes at betale sagsomkostningerne.

Retlige bemærkninger

8 Til støtte for søgsmålet har sagsøgeren i det væsentlige fremført fire anbringender. For det første tilsidesatte appelkammeret artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, da det fandt, at det ansøgte varemærke var beskrivende for de omhandlede varer. For det andet tilsidesatte appelkammeret artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009, da det fandt, at det ansøgte varemærke manglede fornødent særpræg som omhandlet i denne bestemmelse. For det tredje havde appelkammeret med urette konkluderet, at det ansøgte varemærke var vildledende som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009, for visse af de omhandlede varer. For det fjerde har sagsøgeren i det væsentlige anført, at appelkammeret ikke har respekteret sin tidligere afgørelsespraksis.

Det første anbringende om tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009

9 Sagsøgeren har i det væsentlige gjort gældende, at appelkammeret begik en vurderingsfejl, da det fandt, at det ansøgte varemærke var beskrivende for de omhandlede varer som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009.

10 EUIPO har bestridt dette argument.

11 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]«. Samme forordnings artikel 7, stk. 2 (nu artikel 7, stk. 2, i forordning 2017/1001) bestemmer, at den nævnte forordnings artikel 7, stk. 1, finder anvendelse, selv om registreringshindringerne kun er til stede i en del af Den Europæiske Union.

12 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 således et mål af almen interesse, hvorefter det kræves,

at sådanne tegn eller angivelser frit kan anvendes af alle (dom af 27.2.2002, Ellos mod KHIM (ELLOS), T-219/00, EU:T:2002:44, præmis 27, og af 2.5.2012, Universal Display mod KHIM (UniversalPHOLED), T-435/11, ikke trykt i Sml., EU:T:2012:210, præmis 14; jf. i denne retning dom af 23.10.2003, KHIM mod Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, præmis 31).

13 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 træffe det samme valg, hvis oplevelsen viser sig at være positiv, eller træffe et andet valg, hvis den viser sig at være negativ (dom af 2.5.2012, UniversalPHOLED, T-435/11, ikke trykt i Sml., EU:T:2012:210, præmis 15; jf. i denne retning dom af 23.10.2003, KHIM mod Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, præmis 30).

14 Det følger heraf, at det, for at et tegn kan falde ind under det forbud, der er fastsat i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, er nødvendigt, at det har en tilstrækkelig direkte og konkret forbindelse til de omhandlede varer eller tjenesteydelser til, at den berørte kundekreds straks og uden yderligere overvejelse kan opfatte det som en beskrivelse af de omhandlede varer og tjenesteydelser eller af en af deres egenskaber (jf. dom af 16.10.2014, Larrañaga Otaño mod KHIM (GRAPHENE), T-458/13, EU:T:2014:891, præmis 16 og den deri nævnte retspraksis).

15 Endelig skal det bemærkes, at spørgsmålet om, hvorvidt et tegn er beskrivende, kun kan vurderes dels i forhold til, hvordan den berørte kundekreds opfatter tegnet, dels i forhold til de pågældende varer eller tjenesteydelser (jf. dom af 7.6.2005, Münchener Rückversicherungs Gesellschaft mod KHIM (MunichFinancial Services), T-316/03, EU:T:2005:201, præmis 26 og den deri nævnte retspraksis).

16 Det er på baggrund af disse betragtninger, at det skal undersøges, om appelkammeret, således som sagsøgeren har gjort gældende, tilsidesatte artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009 ved at fastslå, at det ansøgte varemærke havde en beskrivende karakter.

17 For det første skal det bemærkes, at appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 15 og 16 fandt, at den berørte kundekreds i forhold til opfattelsen af det ansøgte varemærkes beskrivende karakter bestod af en kundekreds, der taler tysk, eller som behersker det tyske sprogs basale ordforråd. Hvad angår den omhandlede kundekreds' grad af opmærksomhed fastslog appelkammeret, at kundekredsen var almindeligt oplyst og rimeligt opmærksom og velunderrettet. Disse bedømmelser er rigtige, og sagsøgeren har ikke rejst tvivl om dem.

18 For det andet fandt appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 17-26, at ordene »kloster« og »stoff« samlet set og ved deres sammenstilling, var beskrivende, således at de af den relevante kundekreds ville blive opfattet som en henvisning til varer, der indeholder alkohol, hidrørende fra et kloster eller fremstillet et sådant sted. På den ene side har sagsøgeren, idet selskabet støtter sig på ordbogen *Duden*, anført, at ordet »stoff« betegner alkohol, og det er af den opfattelse, at det forhold, at der er tale om en almindelig anvendelse af dette ord, er irrelevant. Den flertydige karakter af ordet »stoff« blev dog af appelkammeret anset for at være uden betydning, eftersom mindst en af de potentielle betydninger af dette ord vedrørte de omhandlede varer. På den anden side har sagsøgeren anført, at den relevante kundekreds er vant til at se gengivelser af eller navne på klostre i forbindelse med alkoholiske drikke. Sagsøgeren har således anført, at ordene »klosterbrauerei« (klosterbryggeri) og »klosterbier« (klosterøl) kendes af ølkendere, eftersom mange øl brygges i klostre eller abbedier. Sagsøgeren har også nævnt tre franske, tyske og østrigske abbedier og klostre, der fremstiller spiritus. Ifølge sagsøgeren er det i øvrigt godtgjort, at der siden middelalderen er blevet fremstillet øl og spiritus i klostre. Appelkammeret udledte af disse elementer en klar forbindelse mellem det ansøgte tegn og de omhandlede varer. Endelig fandt det sagsøgerens argument, hvorefter betegnelsen »klosterstoff« ikke var almindelig, idet brugen af dette ordtegn for at betegne de omhandlede varer ikke kunne udelukkes for fremtiden, uvirksomt.

19 Sagsøgeren har i det væsentlige gjort gældende, at det var med urette, at appelkammeret fastslog, at det ansøgte varemærke havde en beskrivende karakter, ved at støtte sig på en særskilt analyse af ordene »kloster« og »stoff« uden at tage tilstrækkeligt hensyn til det helhedsindtryk, som dette ordtegn giver. Overordnet set gør sidstnævnte det muligt for den relevante kundekreds at forstå det ansøgte varemærke som en fantasifuld og usædvanlig betegnelse, der begrænser sig til at angive de omhandlede varers oprindelse. Det ansøgte varemærke vil således blive opfattet således, at det betegner en vare – der ikke er præciseret på anden måde end ved ordet »stoff«, men som fremkalder associationer om noget substantielt, originalt og rodfæstet – fra eller knyttet til et kloster. Sagsøgeren har i øvrigt gjort gældende, at brugen af ordet »stoff« for at betegne alkoholiske drikke og navnlig øl ikke er almindeligt i de tysktalende lande. Denne anvendelse af ordet »stoff« fremgår i øvrigt ikke af flere ordbøger, internetsider og resultater fra søgemaskiner, som sagsøgeren har påberåbt sig. Selv ordbogen *Duden*, som appelkammeret har henvist til, bekræfter kun anvendelsen af ordet »stoff« i almindelige betydning og alene for stærk alkohol. Sagsøgeren er ligeledes af den opfattelse, at traditionen med fremstilling af øl og spiritus i klostre, som appelkammeret har anført, er ukendt for gennemsnitsforbrugerne. Det følger heraf, at den relevante kundekreds ikke uden yderligere overvejelse vil etablere en direkte forbindelse mellem ordet »klosterstoff« og de omhandlede varer. Eftersom det ansøgte varemærke ikke er beskrivende, finder det friholdelsesbehov for dette ordtegn, som appelkammeret har gjort gældende, ifølge sagsøgeren ikke anvendelse i det foreliggende tilfælde.

20 EUIPO har bestridt disse argumenter.

21 For det første skal det bemærkes, at appelkammeret har foretaget en undersøgelse af hvert af de ord, som det ansøgte varemærke består af, idet det har støttet sig på betydningerne fra ordbogen *Duden*, som sagsøgeren selv anerkender er den vigtigste og mest kendte ordbog for det tyske sprog. Det er ligeledes ubestridt, at sagsøgeren ikke har rejst tvivl om den forståelse af ordet »kloster«, som appelkammeret har anført.

22 Derimod skal sagsøgerens argument, hvorefter ordbogen *Duden*, i modsætning til det, som appelkammeret anførte i den anfægtede afgørelses punkt 17, for så vidt angår alkoholiske drikke begrænser betydningen af ordet »stoff« alene til stærk alkohol og ikke vækker forestilling om øl eller andre bryggeriprodukter, forkastes. Sagsøgeren har ikke indgivet noget bevis til Retten for at underbygge dette anførte. Det følger heraf, at appelkammeret ikke begik en fejl, da det med støtte i den nævnte ordbog fastslog, at ordet »stoff« betegnede alkohol, og at det ville blive opfattet som sådant af den relevante kundekreds.

23 For det andet kan der ikke rejses tvivl om denne vurdering fra appelkammerets side ved det forhold, at flere ordbøger, internetsider og søgemaskineresultater, som sagsøgeren har nævnt, ikke skaber en forbindelse mellem »stoff« og alkohol. Det har heller ingen betydning, at denne anvendelse er mindre sædvanlig og almindelig i det tyske sprog. Det fremgår nemlig af retspraksis, at et ordtegn skal udelukkes fra registrering, såfremt det i det mindste i en af dets mulige betydninger betegner en egenskab ved de pågældende varer eller tjenesteydelser (jf. dom af 11.5.2017, Bammer mod EUIPO – mydays (MÄNNERSPIELPLATZ), T-372/16, ikke trykt i Sml., EU:T:2017:331, præmis 18 og 54 og den deri nævnte retspraksis).

24 Det var således med rette, at appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 17 fastslog, at den relevante kundekreds ville opfatte det ansøgte varemærke som en beskrivende angivelse, fordi gennemsnitsforbrugerne ville forstå, at de omhandlede varer indeholdt alkohol hidrørende fra et kloster eller fremstillet et sådant sted. Som appelkammeret anførte i den anfægtede afgørelses punkt 26, angiver ordtegnet Klosterstoff således direkte arten og beskaffenheden af en del af de nævnte varer over for den relevante kundekreds.

25 For det tredje har appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 20 og 21 henvist til en tradition fra middelalderen med fremstilling af øl og spiritus i klostre. Ifølge appelkammeret godtgør disse elementer eksistensen af en konkret forbindelse mellem det ansøgte varemærke og de omhandlede varer fra den relevante kundekreds' synsvinkel.

26 Ifølge sagsøgeren er en sådan tradition ukendt for gennemsnitsforbrugeren. Denne argumentation kan imidlertid ikke tiltrædes. Indledningsvis bemærkes, at det ikke fuldstændigt kan udelukkes, at en del af den brede offentlighed har en større almenviden om alkoholiske drikke (jf. i denne retning dom af 19.5.2015, Granette & Starorežná Distilleries mod KHIM – Bacardi (42 VODKA JEMNÁ VODKA VYRÁBĚNÁ JEDINEČNOU TECHNOLOGIÍ 42% vol.), T-607/13, ikke trykt i Sml., EU:T:2015:292, præmis 105). Det er endvidere velkendt, at forbrugerne er vant til at se gengivelser af eller navne på klostre, navnlig for spiritus og øl (jf. i denne retning dom af 8.10.2015, Benediktinerabtei St. Bonifaz mod KHIM – Andechser Molkerei Scheitz (Genuß für Leib & Seele KLOSTER Andechs SEIT 1455), T-78/14, ikke trykt i Sml., EU:T:2015:768, præmis 27 og 29). Endelig bemærkes, at selv hvis det blev antaget, at det ansøgte varemærke ikke kan knyttes til denne tradition, vil denne omstændighed ikke være af en sådan art, at den kan rejse tvivl om det forhold, at den relevante kundekreds, når den er stillet over for det omhandlede ordtegn, vil forstå, at der er tale om en henvisning til varer, der indeholder alkohol hidrørende fra et kloster eller fremstillet et sådant sted.

27 Sagsøgerens argument, hvorefter denne bryggeritradition er ukendt for gennemsnitsforbrugerne i visse medlemsstater, navnlig i Syd- og Østeuropa, skal også forkastes. Det fremgår nemlig af selve ordlyden af artikel 7, stk. 2, i forordning nr. 207/2009, at denne forordnings artikel 7, stk. 1, finder anvendelse, selv om registreringshindringerne kun er til stede i en del af Unionen. I denne henseende har Retten allerede fastslået, at den nævnte del af Unionen i givet fald kan bestå af en enkelt medlemsstat (dom af 27.6.2017, Jiménez Gasalla mod EUIPO (B2B SOLUTIONS), T-685/16, ikke trykt i Sml., EU:T:2017:438, præmis 29 og den deri nævnte retspraksis).

28 Det skal således bemærkes, at det var med rette, at appelkammeret fastslog, at der fra den relevante kundekreds' synsvinkel fandtes en konkret forbindelse mellem det ansøgte varemærke og alle de omhandlede varer, herunder øl. Det følger heraf, at det er ufornødent, at Retten udtaler sig om den konstatering, der fremgår af den anfægtede afgørelses punkt 20, og som sagsøgeren har anfægtet, hvorefter ordene »klosterbrauerei« og »klosterbier« kendes af »ølkendere«. Dette klagepunkt er uvirksomt, fordi det, selv hvis det skulle tiltrædes, ikke rejser tvivl om ovenstående betragtninger.

29 For det fjerde har sagsøgeren gjort gældende, at det ansøgte varemærke indeholder hentydninger til en bestemt vare – der kun er præciseret ved ordet »stoff«, men som vækker forestilling om noget substantielt, originalt og rodfæstet – fra eller knyttet til et kloster uden dog at betegne eller beskrive denne særlige genstand med præcision. Samlet set er ordtegnet Klosterstoff således tilstrækkeligt fantasifuldt og ligger også langt fra den relevante kundekreds' sædvanlige sprogbrug, således at det af denne ikke vil blive opfattet som en rent beskrivende angivelse af de omhandlede varer.

30 Dette argument er ikke overbevisende. I denne henseende bemærkes, at 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, selv er beskrivende for disse varers og tjenesteydelsers egenskaber i henhold til artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, undtagen hvis der er en synlig forskel mellem neologismen eller det omhandlede ord og den blotte sum af de bestanddele, det er sammensat af. Dette forudsætter, at neologismen eller det omhandlede ord - på grund af kombinationens usædvanlige karakter, henset 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, de er sammensat af, således at de er mere end summen af de nævnte bestanddele (jf. dom af 22.6.2005, Metso Paper Automation mod KHIM (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247,

præmis 27 og den deri nævnte retspraksis, og af 22.5.2008, Radio Regenbogen Hörfunk in Baden mod KHIM (RadioCom), T-254/06, ikke trykt i Sml., EU:T:2008:165, præmis 31 og den deri nævnte retspraksis).

31 Det skal imidlertid konstateres, at ordmærket ikke har en usædvanlig struktur, henset til reglerne i det tyske sprog, således at det, således som appelkammeret i det væsentlige med rette anførte i den anfægtede afgørelses punkt 17, 23 og 25, på en klar måde vil informere den relevante kundekreds om, at de omhandlede varer indeholder alkohol hidrørende fra et kloster eller fremstillet på et sådant sted.

32 Det var følgelig uden at begå en fejl, at appelkammeret modsatte sig registreringen af det ansøgte varemærke i overensstemmelse med artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, for »øl og bryggeriprodukter; ølblandingsdrikke, præparater til fremstilling af drikke«, der henhører under klasse 32, og »alkoholholdige drikke, undtagen øl; spirituosa og likører, især whisky, cognac, piquette (en tynd vin af afpressede druerester); færdigblandede alkoholholdige drikke (ikke baseret på øl); præparater til fremstilling af alkoholholdige drikke«, der henhører under klasse 33. Det følger heraf, at det første anbringende må forkastes.

Det andet anbringende om tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009

33 Sagsøgeren har i det væsentlige gjort gældende, at appelkammeret begik en vurderingsfejl, da det fandt, at det ansøgte varemærke ikke havde særpræg som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009.

34 EUIPO har bestridt dette argument.

35 Som det fremgår af artikel 7, stk. 1, i forordning nr. 207/2009, er det tilstrækkeligt, at en af de absolutte registreringshindringer finder anvendelse, for at tegnet ikke kan registreres som EU-varemærke (dom af 19.9.2002, DKV mod KHIM, C-104/00 P, EU:C:2002:506, præmis 29, og af 7.10.2015, Cypern mod KHIM (ΧΑΛΛΟΥΜΙ og HALLOUMI), T-292/14 og T-293/14, EU:T:2015:752, præmis 74).

36 Det følger heraf, at det, eftersom det for så vidt angår de omhandlede varer følger af undersøgelsen af det første anbringende, at det tegn, der er indgivet til registrering, har en beskrivende karakter som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 207/2009, og denne begrundelse i sig selv begrunder afslaget på den anfægtede registrering, under alle omstændigheder ikke er hensigtsmæssigt at undersøge, om anbringendet, der vedrører en tilsidesættelse af den nævnte forordnings artikel 7, stk. 1, litra b), har grundlag (jf. i denne retning kendelse af 13.2.2008, Indorata-Serviços e Gestão mod KHIM C-212/07 P, ikke trykt i Sml., EU:C:2008:83, præmis 28)

Det tredje anbringende om tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009

37 Sagsøgeren har anført, at det ansøgte varemærke i modsætning til det, som appelkammeret fastslog, ikke kunne vildlede den relevante kundekreds for så vidt angår varerne »ikke-alkoholholdige drikke, især ikke-alkoholholdigt øl«, der er omfattet af klasse 32. Ifølge sagsøgeren er det åbenbart, at en opmærksom gennemsnitsforbruger ved, at ikke-alkoholholdige drikke ikke indeholder øl eller andre former for alkohol. Registreringshindringen vedrørende det ansøgte varemærkes vildledende karakter finder desuden kun anvendelse, hvis dette er vildledende for alle de varer, som det betegner.

38 EUIPO har bestridt disse argumenter.

39 Indledningsvis skal det bemærkes, at sagsøgeren med det foreliggende anbringende tilsigter at rejse tvivl om den anfægtede afgørelse, for så vidt som appelkammeret fastslog, at det ansøgte varemærke var vildledende for varerne »ikke-alkoholholdige drikke, især ikke-alkoholholdigt øl«, der er omfattet

af klasse 32. Det adskiller sig således fra de to første anbringender, hvormed sagsøgeren anfægtede afslaget på registrering af det nævnte varemærke for så vidt angår de alkoholiske drikke, der er omfattet af klasse 32 og 33.

40 Henset til denne forskel finder den retspraksis, der er nævnt i præmis 35 og 36 ovenfor, ikke anvendelse på det foreliggende anbringende. Anfægtelsen af ordtegnet Klosterstoffs beskrivende karakter for alkoholiske drikke kan ikke fritage Retten fra at foretage en efterprøvelse af den hævdede vildledende karakter af det ansøgte varemærke, for så vidt som det betegner en anden vareform, nemlig »ikke-alkoholholdige drikke, især ikke-alkoholholdigt øl«.

41 Ifølge ordlyden af artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009 er varemærker, som vil kunne vildlede offentligheden, f.eks. med hensyn til varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed eller geografiske oprindelse, udelukket fra registrering.

42 I denne henseende skal det bemærkes, at det følger af fast retspraksis, at tilfældet med afslag på registrering, der er omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009 indebærer, at det kan lægges til grund, at der foreligger en faktisk vildledning eller en tilstrækkeligt alvorlig risiko for vildledning af forbrugeren [jf. i denne retning for så vidt angår artikel 3, stk. 1, litra g), i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21.12.1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (EFT 1989, L 40, s. 1), hvis ordlyd er identisk med ordlyden af artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009, dom af 4.3.1999, Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, præmis 41, og af 30.3.2006, Emanuel, C-259/04, EU:C:2006:215, præmis 47; jf. ligeledes dom af 8.6.2017, W.F. Gözze Frottierweberei og Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, præmis 54 og den deri nævnte retspraksis, og af 5.5.2011, SIMS – École de ski internationale mod KHIM – SNMSF (esf école du ski français), T-41/10, ikke trykt i Sml., EU:T:2011:200, præmis 49 og den deri nævnte retspraksis].

43 I det foreliggende tilfælde fandt appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 35 og 36, at hvis gennemsnitsforbrugerne ser ordtegnet Klosterstoff på emballagen for de omhandlede varer, dvs. for »ikke-alkoholholdige drikke, især ikke-alkoholholdigt øl«, vil de på grund af tilstedeværelsen af ordet »stoff« blive foranlediget til at tro, at de er på basis af alkohol. Ifølge appelkammeret følger det heraf, at det ansøgte varemærke er vildledende, eftersom det formidler den klare oplysning, at de omhandlede varer, der betegnes under dette varemærke, er alkoholiske drikke, selv om varerne »ikke-alkoholholdige drikke, især ikke-alkoholholdigt øl« ikke indeholder alkohol.

44 Henset til de betragtninger, der er blevet anført i forbindelse med det første anbringende, deler Retten appelkammerets opfattelse, hvorefter gennemsnitsforbrugerne vil forbinde ordet »stoff« med alkohol. Det var følgelig med rette, at appelkammeret fandt, at det ansøgte varemærke ville have en vildledende angivelse, hvis det fandt anvendelse på drikke uden alkohol.

45 Denne konklusion afsvækkes ikke af det forhold, som sagsøgeren har gjort gældende, at de nævnte drikkes sammensætning er anført på disse varer. Hvis denne argumentation blev fulgt, ville det for det første medføre, at varemærkets vildledende karakter først ville forsvinde for gennemsnitsforbrugeren ved læsningen af etiketten, hvor disse drikkevarers ingredienser nævnes. I modsætning til det, som sagsøgeren har anført, er der således ikke noget bevis for, at det kan antages, at forbrugerne vil være bevidste om, at disse drikkevarer ikke indeholder alkohol. Som EUIPO har fremhævet, kan forbrugerne nemlig komme ud for at skulle købe disse varer forhastet uden at tage sig tid til at analysere den tekst, der fremgår af emballagen. For det andet fremgår det af retspraksis, at den mulighed, der tilbydes forbrugeren for på etiketten at kontrollere, hvilke ingredienser der anvendes i fremstillingen af en drikkevare, ikke i sig selv er til hinder for, at det varemærke, der betegner disse varer, er vildledende (jf. i denne retning dom af 19.11.2009, Torresan mod KHIM – Klosterbrauerei Weissenohe (CANNABIS), T-234/06, EU:T:2009:448, præmis 43).

46 Endelig kan der ikke gives medhold i sagsøgerens argument, hvorefter udelukkelsesgrunden i artikel 7, stk. 1, litra g), i forordning nr. 207/2009 kun kan finde anvendelse i det tilfælde, hvor varemærket er vildledende for alle de varer, som det betegner. EUIPO kan nemlig modsætte sig registreringen af et varemærke for visse varer, som det betegner, selv om varemærkets vildledende karakter kun vedrører de nævnte varer og ikke alle de betegnede varer (jf. i denne retning dom af 27.10.2016, Caffè Nero Group mod EUIPO (CAFFÈ NERO), T-37/16, ikke trykt i Sml., EU:T:2016:634, præmis 53 og 54, og af 27.10.2016, Caffè Nero Group mod EUIPO (CAFFÈ NERO), T-29/16, ikke trykt i Sml., EU:T:2016:635, præmis 48 og 49).

47 Det følger heraf, at det tredje anbringende må forkastes.

Det fjerde anbringende om tilsidesættelse af EUIPO's tidligere afgørelsespraksis

48 Dette anbringende hviler på to klagepunkter. Med det første klagepunkt har sagsøgeren gjort gældende, at appelkammeret ved at afslå registreringen af det ansøgte varemærke ikke på tilstrækkelig måde har redegjort for de grunde, der begrundede, at appelkammeret fjernede sig fra EUIPO's tidligere afgørelsespraksis. Ifølge sagsøgeren er mange ældre ordmærker blevet registreret af EUIPO eller har været genstand for nationale og internationale registreringer for varer, der henhører under klasse 32 og 33, selv om de indeholder bestanddelen »stoff«. Det andet klagepunkt, som er blevet fremført for første gang for Retten, vedrører en retlig fejl begået af appelkammeret, idet mange ældre ordmærker blevet registreret af EUIPO eller har været genstand for tyske og internationale registreringer for varer, der henhører under klasse 32 og 33, selv om de indeholdt bestanddelen »kloster«.

49 EUIPO har bestridt disse argumenter.

50 For så vidt angår det første klagepunkt bemærkes, at EUIPO's afgørelser i henhold til artikel 75, første punktum, i forordning nr. 207/2009 (nu artikel 94, første punktum, i forordning 2017/1001) skal begrundes. Ifølge retspraksis har denne forpligtelse den samme rækkevidde som den, der er fastsat i artikel 296 TEUF, og den har til formål dels, at de berørte personer kan få kendskab til grundlaget for den trufne foranstaltning, for at de kan forsvare deres rettigheder, dels, at Unionens retsinstanser kan efterprøve afgørelsens lovlighed (jf. dom af 28.4.2004, Sunrider mod KHIM – Vitakraft-Werke Wührmann og Friesland Brands (VITATASTE og METABALANCE 44), T-124/02 og T-156/02, EU:T:2004:116, præmis 72 og 73 og den deri nævnte retspraksis).

51 Det skal ligeledes bemærkes, at de afgørelser, som appelkamrene ved EUIPO skal træffe i henhold til forordning nr. 207/2009 vedrørende registrering af et tegn som EU-varemærke, træffes under udøvelse af en bunden kompetence og ikke på grundlag af en skønsmæssig beføjelse. Lovligheden af disse afgørelser skal derfor udelukkende bedømmes på grundlag af denne forordning, således som den er fortolket af Unionens retsinstanser, og ikke på grundlag af EUIPO's tidligere afgørelsespraksis (jf. i denne retning dom af 26.4.2007, Alcon mod KHIM, C-412/05 P, EU:C:2007:252, præmis 65, af 2.5.2012, UniversalPHOLED, T-435/11, ikke trykt i Sml., EU:T:2012:210, præmis 37, og af 8.5.2012, Mizuno mod KHIM – Golfino (G), T-101/11, ikke trykt i Sml., EU:T:2012:223, præmis 77 og den deri nævnte retspraksis). Det er endvidere blevet fastslået, at såfremt EUIPO på baggrund af ligebehandlingsprincippet og princippet om god forvaltningsskik skal tage hensyn til allerede trufne afgørelser og særligt overveje, hvorvidt der i den foreliggende situation skal træffes samme afgørelse, skal anvendelsen af disse principper imidlertid være forenelig med overholdelsen af legalitetsprincippet (jf. dom af 21.1.2015, Sabores de Navarra mod KHIM – Frutas Solano (KIT, EL SABOR DE NAVARRA), T-46/13, ikke trykt i Sml., EU:T:2015:39, præmis 47 og den deri nævnte retspraksis).

52 EU-varemærkesystemet er i øvrigt et selvstændigt system, der består af en helhed af regler, og som forfølger formål, som er særegne for systemet, og dets anvendelse er uafhængig af alle nationale systemer. Muligheden for at registrere et tegn som EU-varemærke skal følgelig udelukkende bedømmes på grundlag af de relevante bestemmelser. EUIPO og i givet fald Unionens retsinstanser er

ikke bundet af afgørelser truffet af medlemsstater eller tredjelande, selv om de kan tage hensyn hertil, og der er ingen bestemmelse i forordning nr. 207/2009, der pålægger EUIPO eller – efter anlæggelse af et søgsmål – Retten at nå frem til resultater, der er identiske med dem, som de nationale myndigheder eller retter er nået til i en tilsvarende situation (jf. dom af 15.7.2015, Australian Gold mod KHIM – Effect Management & Holding (HOT), T-611/13, EU:T:2015:492, præmis 60 og den deri nævnte retspraksis).

53 I det foreliggende tilfælde fandt appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 38, at de EU-varemærker, som sagsøgeren havde påberåbt sig, og hvori ordet »stoff« var anvendt, ikke rejste tvivl om undersøgerens bedømmelse. Appelkammeret anførte i samme punkt, at de nævnte varemærker ikke var sammenlignelige tegn, eftersom de ganske vist indeholdt bestanddelen »stoff«, men som en del af andre ord. Hvad angår de varemærker, der er blevet registreret i det tyske register eller i det internationale register, og som også omfatter ordet »stoff«, anførte appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 39, at disse registreringer ikke var genstand for den sag, som det skulle behandle, og at de ikke ændrede på dets konklusion om, at det ansøgte varemærke ikke kunne registreres.

54 I modsætning til det, som sagsøgeren har hævdet, skal det konstateres, at denne begrundelse er tilstrækkelig.

55 Hvad angår det andet klagepunkt har EUIPO gjort gældende, at de sagsakter, der fremgår af stævningens bilag K 13, ikke kan antages til realitetsbehandling, da de er blevet fremlagt for første gang for Retten.

56 Dette bilag består af et uddrag fra en tysk internetside fra polymark, som er dateret den 23. november 2016. Det opregner syv ordmærker, der indeholder bestanddelen »kloster«, der er blevet registreret som EU-varemærker eller som tyske varemærker, eller som har været genstand for en international registrering med udvidelse til beskyttelse i Unionen.

57 Selv om disse dokumenter er blevet fremlagt for første gang for Retten, er de ikke egentlige beviser som omhandlet i artikel 85 i Rettens procesreglement, men angår EUIPO's og andre nationale og internationale myndigheders afgørelsespraksis, som en part har ret til at henvise til, også selv om den nævnte praksis er af senere dato end sagsbehandlingen ved EUIPO (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 20, af 18.11.2014, Repsol mod KHIM – Adell Argiles (ELECTROLINERA), T-308/13, ikke trykt i Sml., EU:T:2014:965, præmis 20, og af 24.11.2016, CG mod EUIPO – Perry Ellis International Group (P PRO PLAYER), T-349/15, ikke trykt i Sml., EU:T:2016:677, præmis 18 og 19). Formalitetsindsigelsen kan således ikke tages til følge.

58 I henhold til den retspraksis, der er nævnt i præmis 51 og 52 ovenfor, må det klagepunkt, som sagsøgeren har gjort gældende, dog forkastes. Som det blev anført i præmis 32 og 44 ovenfor, bemærkes navnlig, at appelkammeret med rette fandt, at det ansøgte varemærke dels var beskrivende for varerne »øl og bryggeriprodukter; ølblandingsdrikke, præparater til fremstilling af drikke«, der henhører under klasse 32, og »alkoholholdige drikke, undtagen øl; spirituosa og likører, især whisky, cognac, piquette (en tynd vin af afpressede druerester); færdigblandede alkoholholdige drikke (ikke baseret på øl); præparater til fremstilling af alkoholholdige drikke«, der henhører under klasse 33 (jf. præmis 32 ovenfor), dels kunne vildlede offentligheden, når det blev anvendt på drikkevarer uden alkohol (jf. præmis 44 ovenfor), således at sagsøgeren ikke behørigt kunne gøre ældre ansøgninger fra EUIPO gældende for at afkræfte denne konklusion (jf. i denne retning dom af 21.1.2015, KIT, EL SABOR DE NAVARRA, T-46/13, ikke trykt i Sml., EU:T:2015:39, præmis 47 og den deri nævnte retspraksis). Den omstændighed, at varemærker, der omfatter bestanddelen »kloster«, tidligere er blevet registreret, gør det ikke muligt at rejse tvivl om det ansøgte varemærkes beskrivende og vildledende karakter.

59 På baggrund af alle disse betragtninger må det fjerde anbringende forkastes, og EUIPO skal dermed frifindes i det hele.

Sagsomkostninger

60 Ifølge procesreglementets artikel 134, stk. 1, pålægges det den tabende part at betale sagsomkostningerne, hvis der er nedlagt påstand herom. Da sagsøgeren har tabt sagen, bør det pålægges denne at betale sagsomkostningerne i overensstemmelse med EUIPO's påstand herom.

På grundlag af disse præmisser

udtaler og bestemmer

RETTEN (Niende Afdeling):

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

2) Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG betaler sagsomkostningerne.

Gervasoni Kowalik-Bańczyk Mac Eochaidh

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 26. oktober 2017.

Underskrifter