Rättsfallssamlingen

TRIBUNALENS DOM (nionde avdelningen)

den 26 oktober 2017 *

”EU-varumärke - Ansökan om registrering som EU-varumärke av ordmärket Klosterstoff - Absoluta registreringshinder - Beskrivande karaktär - Varumärke som är ägnat att vilseleda allmänheten - Artikel 7.1 b, c och g i förordning (EG) nr 207/2009 (nu artikel 7.1 b, c och g i förordning (EU) nr 2017/1001) - EUIPO:s tidigare praxis”

I mål T–844/16,

Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG, Alpirsbach (Tyskland), företrätt av advokaterna W. Göpfert och S. Hofmann,

klagande,

mot

Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO), företrädd av A. Schifko, i egenskap av ombud,

motpart,

angående ett överklagande av det beslut som meddelades av EUIPO:s femte överklagandenämnd den 6 oktober 2016 (ärende R 2064/2015-5) om en ansökan om registrering som EU-varumärke av ordkännetecknet Klosterstoff,

meddelar

TRIBUNALEN (nionde avdelningen),

sammansatt av ordföranden S. Gervasoni samt domarna K. Kowalik-Bańczyk och C. Mac Eochaidh (referent),

justitiesekreterare: E. Coulon,

med beaktande av ansökan som inkom till tribunalens kansli den 29 november 2016,

med beaktande av svarsinlagan som inkom till tribunalens kansli den 1 mars 2017,

med beaktande av att ingen av parterna tre veckor efter delgivningen av underrättelsen om att den skriftliga delen av förfarandet avslutats hade inkommit med någon begäran om muntlig förhandling, och av att tribunalen således, med tillämpning av artikel 106.3 i tribunalens rättegångsregler, har beslutat att avgöra målet på handlingarna,

* Rättegångsspråk: tyska.

följande

Dom

Bakgrund till tvisten

1 Klaganden, Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG, ingav den 13 april 2015 en ansökan om registrering av EU-varumärke till Europeiska unionens immatrialrättsmyndighet (EUIPO) i enlighet med rådets förordning (EG) nr 207/2009 av den 26 februari 2009 om EU-varumärken (EUT L 1, 2009, s. 1), i dess ändrade lydelse (ersatt av rådets förordning (EG) nr 2017/1001 av den 14 juni 2017 om EU-varumärken (EUT L 154, 2017, s. 1)). Det sökta varumärket utgörs av ordkännetecknet Klosterstoff.

2 De varor som registreringsansökan avsåg omfattas av klasserna 32 och 33 i Niceöverenskommelsen om internationell klassificering av varor och tjänster vid varumärkesregistrering av den 15 juni 1957, med ändringar och tillägg, och motsvarar, för var och en av dessa klasser, följande beskrivning:

– Klass 32: ”Öl och bryggeriprodukter; ölblandningsdrycker; icke alkoholhaltiga drycker, inklusive alkoholfri öl; preparat för framställning av drycker”.

– Klass 33: ”Alkoholhaltiga drycker (ej öl); Sprit och likörer, särskilt whisky, eaux-de-vie, piquettevin; färdigblandade alkoholdrycker, andra än öl-baserade; preparat för tillverkning av alkoholhaltiga drycker”.

3 Genom beslut av den 4 september 2015 avslog granskaren ansökan om registrering av det sökta varumärket med tillämpning av artikel 7.1 b, c och g i förordning nr 207/2009 (nu artikel 7.1 b, c och g i förordning nr 2017/1001).

4 Den 13 oktober 2015 överklagade klaganden granskarens beslut till EUIPO med stöd av artiklarna 58–64 i förordning nr 207/2009 (nu artiklarna 66–71 i förordning nr 2017/1001).

5 Genom beslut av den 6 oktober 2016 (nedan kallat det överklagade beslutet) avslog EUIPO:s femte överklagandenämnd överklagandet. Överklagandenämnden angav i detta hänseende, i punkterna 15 och 16 i det överklagade beslutet, för det första att det sökta varumärket består av tyska ord, varför hänsyn ska tas till den tyskspråkiga allmänheten eller den del av allmänheten som har en grundläggande tysk ordförståelse, som är normalt informerad och skäligen uppmärksam och medveten. Överklagandenämnden anförde, i punkterna 17–26 i det överklagade beslutet, att ordet ”klosterstoff”, vilket består av orden ”kloster” och ”stoff”, syftar på alkoholhaltiga varor med ursprung från ett kloster eller som har tillverkats på en sådan plats. Enligt överklagandenämnden innebär ordkännetecknet en ren sammansättning av två termer som tillsammans är beskrivande vad gäller varorna ”Öl och bryggeriprodukter; ölblandningsdrycker; preparat för framställning av drycker”, som omfattas av klass 32, och ”Alkoholhaltiga drycker (ej öl); sprit och likörer, särskilt whisky, eaux-de-vie, piquettevin; färdigblandade alkoholdrycker, andra än öl-baserade; preparat för tillverkning av alkoholhaltiga drycker”, som omfattas av klass 33. Överklagandenämnden förklarade därför, i punkt 26 i det överklagade beslutet, att varumärket inte kunde registreras enligt artikel 7.1 c i förordning nr 207/2009 vad avser nämnda varor. Överklagandenämnden förklarade för det tredje, i punkterna 27–33 i det överklagade beslutet, att det sökta varumärket saknar särskiljningsförmåga, i den mening som avses i artikel 7.1 b i nämnda förordning, vad avser samma varor, eftersom det endast meddelar att de berörda varorna innehåller alkohol och kommer från ett kloster eller har tillverkats på en sådan plats. Konsumenten kan således inte avgöra varornas kommersiella ursprung med hjälp av kännetecknet. Överklagandenämnden ansåg, i punkterna 34–37 i det överklagade beslutet, för det fjärde att det sökta varumärket är vilseledande, i den mening som avses i artikel 7.1 g

i samma förordning, i det att det får konsumenterna att tro att alkoholfria drycker innehåller alkohol och att det således härvidlag endast kan registreras för ”icke alkoholhaltiga drycker, inklusive alkoholfri öl”, som omfattas av klass 32. Överklagandenämnden ansåg för det femte, i punkterna 38 och 39 i det överklagade beslutet, att den omständigheten att olika varumärken som innehåller ordelementet ”stoff” tidigare registrerats inte är avgörande för bedömningen huruvida det vore lagenligt att registrera det sökta varumärket.

Parternas yrkanden

6 Klaganden har yrkat att tribunalen ska

– ogiltigförklara det överklagade beslutet, och

– förplikta EUIPO att ersätta rättegångskostnaderna.

7 EUIPO har yrkat att tribunalen ska

– ogilla överklagandet, och

– förplikta klaganden att ersätta rättegångskostnaderna.

Rättslig bedömning

8 Klaganden har åberopat fyra grunder till stöd för sin talan. Enligt klaganden har överklagandenämnden åsidosatt artikel 7.1 c i förordning nr 207/2009 genom att anse att det sökta varumärket är beskrivande för de aktuella varorna. Överklagandenämnden har för det andra åsidosatt artikel 7.1 b i förordning nr 207/2009 genom att anse att det sökta varumärket saknar särskiljningsförmåga, i den mening som avses i denna bestämmelse. För det tredje har överklagandenämnden felaktigt ansett att det sökta varumärket är vilseledande, i den mening som avses i artikel 7.1 g i förordning nr 207/2009, vad avser vissa av de aktuella varorna. För det fjärde har överklagandenämnden inte följt sin tidigare beslutspraxis.

Den första grunden: Åsidosättande av artikel 7.1 c i förordning nr 207/2009

9 Klaganden har hävdat att överklagandenämnden gjort en felaktig bedömning genom att anse att det sökta varumärket är beskrivande för de aktuella varorna, i den mening som avses i artikel 7.1 g i förordning nr 207/2009.

10 EUIPO har bestritt detta argument.

11 Enligt artikel 7.1 c i förordning nr 207/2009 får registrering inte ske av ”[v]arumärken som endast består av kännetecken eller upplysningar vilka i handeln visar varornas eller tjänsternas art, kvalitet, kvantitet, avsedda användning, värde, geografiska ursprung, tiden för deras framställande eller andra egenskaper hos varorna eller tjänsterna”. I artikel 7.2 i samma förordning (nu artikel 7.2 i förordning 2017/1001) anges att artikel 7.1 i nämnda förordning ska tillämpas även om registreringshindren endast finns i endast en del av Europeiska unionen.

12 Det följer av rättspraxis att artikel 7.1 c i förordning nr 207/2009 utgör hinder för att kännetecken eller upplysningar som avses i denna bestämmelse förbehålls ett enda företag genom att de registreras som varumärke. Bestämmelsen tjänar således ett syfte av allmänintresse, nämligen att sådana kännetecken och upplysningar ska kunna användas fritt av alla (dom av den 27 februari 2002, Ellos/harmoniseringskontoret, T-219/00, EU:T:2002:44, punkt 27, och dom av den 2 maj 2012,

Universal Display/harmoniseringskontoret (UniversalPHOLED), T-435/11, ej publicerad, EU:T:2012:210, punkt 14; se, för ett liknande resonemang, dom av den 23 oktober 2003, harmoniseringskontoret/Wrigley, C-191/01 P, EU:T:2003:579, punkt 31).

13 Dessutom anses tecken eller upplysningar vilka i handeln visar egenskaperna hos den vara eller tjänst som ansökan gäller enligt artikel 7.1 c i förordning nr 207/2009 inte kunna fylla ett varumärkes grundläggande funktion, nämligen den att ange varans eller tjänstens kommersiella ursprung, så att den konsument som köper den vara eller den tjänst som kännetecknas av varumärket kan göra samma val vid ett senare köp, om erfarenheten varit positiv, eller göra ett annat val, om erfarenheten varit negativ (dom av den 2 maj 2012, UniversalPHOLED, T-435/11, ej publicerad, EU:T:2012:210, punkt 15; se, för ett liknande resonemang, dom av den 23 oktober 2003, harmoniseringskontoret/Wrigley, C-191/01 P, EU:T:2003:579, punkt 30).

14 Härav följer att ett kännetecken omfattas av förbudet i denna bestämmelse bara om det har ett tillräckligt direkt och konkret samband med de aktuella varorna eller tjänsterna, så att omsättningskretsen omedelbart och utan vidare eftertanke kan uppfatta en beskrivning av dessa varor eller tjänster eller en av deras egenskaper (se dom av den 16 oktober 2014, Larrañaga Otaño/harmoniseringskontoret (GRAPHENE), T-458/13, EU:T:2014:891, punkt 16 och där angiven rättspraxis).

15 Tribunalen erinrar slutligen om att frågan huruvida ett kännetecken är beskrivande endast kan bedömas dels i förhållande till hur omsättningskretsen uppfattar kännetecknet, dels i förhållande till de berörda varorna eller tjänsterna (se dom av den 7 juni 2005, Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft/harmoniseringskontoret (MunichFinancialServices), T-316/03, EU:T:2005:201, punkt 26 och där angiven rättspraxis).

16 Det är mot bakgrund av dessa överväganden som tribunalen ska pröva huruvida överklagandenämnden, såsom klaganden har hävdat, åsidosatte artikel 7.1 b i förordning nr 207/2009 när den slog fast att det sökta varumärket är beskrivande.

17 Tribunalen erinrar för det första om att överklagandenämnden, i punkterna 15 och 16 i det överklagade beslutet, har ansett att den relevanta omsättningskretsen, vad gäller frågan hur det sökta varumärket uppfattas, är den breda tyskspråkiga allmänheten eller den del av allmänheten som har en grundläggande tysk ordförståelse. Vad avser frågan om den berörda omsättningskretsens grad av uppmärksamhet har överklagandenämnden slagit fast att denna är normalt informerad och skäligen uppmärksam och medveten. Dessa bedömningar innehåller inga fel och de har inte ifrågasatts av klaganden.

18 Överklagandenämnden har för det andra, i punkterna 17–26 i det överklagade beslutet, ansett att den helhet som uppstår genom att kombinera termerna ”kloster” och ”stoff” är beskrivande, i och med att de av den relevanta omsättningskretsen uppfattas som en hänvisning till alkoholhaltiga varor med ursprung från ett kloster eller som har tillverkats på en sådan plats. Med hänvisning till ordboken *Duden* har överklagandenämnden angett att ordet ”stoff” syftar på alkohol och att det saknar betydelse att det är fråga om en vardaglig användning av detta ord. Överklagandenämnden ansåg att den omständigheten att ”stoff” är ett mångtydligt ord saknar betydelse, eftersom åtminstone en av en termens möjliga betydelser omfattar de aktuella varorna. Överklagandenämnden har vidare anfört att den relevanta omsättningskretsen är van vid att se bilder av eller namn på kloster i association till alkoholhaltiga drycker. Den har påpekat att orden ”klosterbrauerei” (klosterbryggeri) och ”klosterbier” (klosteröl) är välkända bland ölkännare, eftersom flera öl bryggs på kloster. Den har också nämnt tre franska, tyska och österrikiska kloster som tillverkar sprit. Enligt överklagandenämnden är det också belagt att öl och sprit tillverkats vid kloster sedan medeltiden. Överklagandenämnden har med utgångspunkt från dessa omständigheter dragit slutsatsen att det föreligger ett klart samband mellan

det sökta kännetecknet och de aktuella varorna. Nämnden har slutligen avfärdat klagandens argument att beteckningen ”klosterstoff” är ovanlig och att det därför borde vara tillåtet att använda detta ordkännetecken för de aktuella varorna i framtiden.

19 Klaganden har gjort gällande att överklagandenämnden gjorde fel när den slog fast att det sökta varumärket är beskrivande med hänvisning till en separat analys av ordet ”kloster” respektive ordet ”stoff”, utan att ta tillräcklig hänsyn till det samlade intryck detta ordkännetecken ger. Ordkännetecknet ger som helhet den relevanta omsättningskretsen möjlighet att förstå det sökta varumärket som ett ovanligt fantasinamn, som endast anger de aktuella varornas ursprung. Enligt klaganden uppfattas således det sökta varumärket som att det avser en vara – som inte preciseras på annat sätt än med ordet ”stoff”, men som avser något viktigt, originellt och platsanknutet – som är från eller som har band till ett kloster. Klaganden har dessutom hävdat att det i tyskspråkiga länder är ovanligt att använda ordet ”stoff” för alkoholhaltiga drycker och särskilt öl. Denna användning av ordet ”stoff” är dessutom okänd i flera ordböcker, webbplatser och sökningar med sökmotorer. Även i ordboken *Duden*, som överklagandenämnden har hänvisat till, är användningen av termen ”stoff” endast belagd i vardagsspråk och därvid endast för starksprit. Klaganden anser även att den tillverkning av öl och sprit vid kloster, som överklagandenämnden har tagit upp, är okänd hos genomsnittskonsumenter. Enligt klaganden följer härav att den relevanta omsättningskretsen inte spontant och utan reflektion uppfattar ett direkt samband mellan termen ”klosterstoff” och de aktuella varorna. Klaganden anser därför att det sökta varumärket inte är beskrivande. Enligt klaganden är således det av överklagandenämnden åberopade frihållningsbehovet vad avser detta ordkännetecken inte är tillämpligt i förevarande fall.

20 EUIPO har tillbakavisat dessa argument.

21 Tribunalen vill för det första påpeka att överklagandenämnden undersökt varje term som ingår i det sökta varumärket på grundval av de betydelser som framgår av ordboken *Duden*, som klaganden själv har medgett är den viktigaste och mest kända ordboken vad avser det tyska språket. Det är även ostridigt att klaganden inte ifrågasätter den betydelse av termen ”kloster” som överklagandenämnden har hänvisat till.

22 Tribunalen avfärdar däremot klagandens argument att det, tvärtemot vad överklagandenämnden påstått i punkt 17 i det överklagade beslutet, framgår av ordboken *Duden* att den, vad avser alkoholhaltiga drycker begränsar betydelsen av ordet ”stoff” till att endast avse starksprit och inte tar upp öl och andra bryggeriprodukter. Klaganden har inte anfört någon bevisning för detta påstående. Överklagandenämnden begick således inget fel genom att med stöd av denna ordbok anse att ordet ”stoff” syftar på alkohol och uppfattas så av den relevanta omsättningskretsen.

23 För det andra påverkas inte denna bedömning från överklagandenämndens sida av den omständigheten att flera ordböcker, webbplatser och sökmotorer, som klaganden har nämnt, inte tar upp något samband mellan ”stoff” och alkohol. Det är på samma sak utan relevans att denna betydelse är ovanlig och endast förekommer i tyskt vardagsspråk. Det framgår nämligen av rättspraxis att registrering av ett ordkännetecken ska vägras om åtminstone en av dess potentiella betydelser avser en egenskap hos de berörda varorna eller tjänsterna (se dom av den 11 maj 2017, Bammer/EUIPO – mydays (MÄNNERSPIELPLATZ), T-372/16, ej publicerad, EU:T:2017:331, punkterna 18 och 54, och där angiven rättspraxis).

24 Överklagandenämnden har således rätt i sin i punkt 17 i det överklagade beslutet uttryckta åsikt att den relevanta omsättningskretsen uppfattar det sökta varumärket som en beskrivande uppgift, eftersom genomsnittskonsumenterna uppfattar det som att de aktuella varorna innehåller alkohol med ursprung från ett kloster eller som har tillverkats på en sådan plats. Såsom angetts i punkt 26 i det överklagade beslutet informerar ordkännetecknet Klosterstoff direkt den relevanta omsättningskretsen om en del av nämnda varors art och egenskaper.

25 Överklagandenämnden har, för det tredje, i punkterna 20 och 21 i det överklagade beslutet, hänvisat till en tradition, som förelegat sedan medeltiden, av tillverkning av öl och spritdrycker vid kloster. Enligt nämnden visar dessa omständigheter att den relevanta omsättningskretsen uppfattar ett konkret samband mellan det sökta varumärket och de aktuella varorna.

26 Enligt klaganden är denna tradition inte känd för genomsnittskonsumenten. Denna argumentation kan emellertid inte vinna framgång. Till att börja med kan det inte totalt uteslutas att en del av den breda allmänheten har allmänbildade kunskaper vad avser alkoholhaltiga drycker (se, för ett liknande resonemang, dom av den 19 maj 2015, Granette & Starorežná Distilleries/harmoniseringskontoret – Bacardi (42 VODKA JEMNÁ VODKA VYRÁBĚNÁ JEDINEČNOU TECHNOLOGIÍ 42 %vol.), T-607/13, ej publicerad, EU:T:2015:292, punkt 105). Vidare är det allmänt känt att konsumenterna är vana vid att se bilder av eller namn på kloster, bland annat vad avser spritdrycker och öl (se, för ett liknande resonemang, dom av den 8 oktober 2015, Benediktinerabtei St. Bonifaz/harmoniseringskontoret – Andechser Molkerei Scheitz (Genuß für Leib & Seele KLOSTER Andechs SEIT 1455), T-78/14, ej publicerad, EU:T:2015:768, punkterna 27 och 29). Även om man antar att det sökta varumärket inte kan knytas till denna tradition kan slutligen denna omständighet inte påverka den omständigheten att den relevanta omsättningskretsen, inför det aktuella ordkännetecknet, uppfattar det som en hänvisning till alkoholhaltiga varor med ursprung från ett kloster eller som har tillverkats på en sådan plats.

27 Tribunalen avfärdar således klagandens argument att denna bryggeritradition är okänd bland genomsnittskonsumenter i vissa medlemsstater, särskilt i södra och östra Europa. Det framgår nämligen av själva ordalydelsen i artikel 7.2 i förordning nr 207/2009 att artikel 7.1 i samma förordning ska tillämpas även om registreringshindren finns i endast en del av unionen. Tribunalen har i detta hänseende redan slagit fast att nämnda del av unionen i förekommande fall kan bestå av en enda medlemsstat (se dom av den 27 juni 2017, Jiménez Gasalla/EUIPO (B2B SOLUTIONS), T-685/16, ej publicerad, EU:T:2017:438, punkt 29 och där angiven rättspraxis).

28 Överklagandenämnden har således rätt i sin slutsats att den relevanta omsättningskretsen uppfattar att det föreligger ett konkret samband mellan det sökta varumärket och de aktuella varorna, däribland öl. Tribunalen saknar således anledning att pröva det påstående som framgår av punkt 20 i det överklagade beslutet, och som klaganden har ifrågasatt, att orden ”klosterbrauerei” och ”klosterbier” är kända bland ”ölkännare”. Denna invändning är verkningslös, eftersom den, även om den skulle godtas, inte påverkar föregående överväganden.

29 Klaganden har för det fjärde hävdat att det sökta varumärket innehåller anspelningar på en viss vara – som inte preciseras på annat sätt än med ordet ”stoff”, men som avser något viktigt, originellt och platsanknutet – som är från eller som har band till ett kloster, utan att för den skull med precision utpeka eller beskriva detta specifika objekt. Enligt klaganden är således ordkännetecknet Klosterstoff tillräckligt fantasiartat, men samtidigt avvikande från den relevanta omsättningskretsens vanliga språkbruk, för att inte uppfattas som en rent beskrivande upplysning av de aktuella varorna.

30 Detta argument är inte övertygande. Det ska härvidlag erinras om att ett varumärke som utgörs av en nybildning, eller ett ord som består av olika delar som var för sig beskriver egenskaper hos varor eller tjänster som registreringsansökan avser, i sig beskriver nämnda egenskaper hos dessa varor eller tjänster, i den mening som avses i artikel 7.1 c i förordning nr 207/2009, om det inte finns en märkbar skillnad mellan nybildningen eller ordet i fråga och enbart en summering av de delar som nybildningen eller ordet består av. En förutsättning för att en sådan skillnad ska anses föreligga är att nybildningen eller ordet i fråga, på grund av sammansättningens ovanliga karaktär i förhållande till nämnda varor eller tjänster, skapar ett intryck som är tillräckligt avlägset från det intryck som ges genom att de upplysningar som erhålls genom de delar som ordet består av bara läggs samman, så att nybildningen eller ordet blir något mer än summan av nämnda delar (se dom av den 22 juni 2005, Metso Paper Automation/harmoniseringskontoret (PAPERLAB), T-19/04, EU:T:2005:247, punkt 27

och där angiven rättspraxis), och dom av den 22 maj 2008, Radio Regenbogen Hörfunk in Baden/harmoniseringskontoret (RadioCom), T-254/06, ej publicerad, EU:T:2008:165, punkt 31 och där angiven rättspraxis).

31 Tribunalen konstaterar emellertid att ordkännetecknet inte är en ordbildning som avviker från det tyska språkets normala struktur, varför det, såsom överklagandenämnden slog fast, i punkterna 17, 23 och 25 i det överklagade beslutet, tydligt informerar den relevanta omsättningskretsen om att de aktuella varorna innehåller alkohol med ursprung från ett kloster eller som har tillverkats på en sådan plats.

32 Överklagandenämnden gjorde således inget fel när den motsatte sig registrering av det sökta varumärket med stöd av artikel 7.1 c i förordning nr 207/2009, vad avser ”öl och bryggeriprodukter; ölblandningsdrycker; preparat för framställning av drycker”, som omfattas av klass 32, och ”alkoholhaltiga drycker (ej öl); sprit och likörer, särskilt whisky, eaux-de-vie, piquettevin; färdigblandade alkoholdrycker, andra än öl-baserade; preparat för tillverkning av alkoholhaltiga drycker”, som omfattas av klass 33. Överklagandet kan således inte vinna bifall såvitt avser den första grunden.

Den andra grunden: Åsidosättande av artikel 7.1 b i förordning nr 207/2009

33 Klaganden har hävdat att överklagandenämnden gjort en felaktig bedömning genom att anse att det sökta varumärket saknar särskiljningsförmåga, i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning nr 207/2009.

34 EUIPO har bestritt detta argument.

35 Såsom framgår av artikel 7.1 i förordning nr 207/2009 räcker det nämligen att ett av de absoluta hindren för registrering är tillämpligt för att kännetecknet inte ska kunna registreras som EU-varumärke (dom av den 19 september 2002, DKV/harmoniseringskontoret, C-104/00 P, EU:T:2002:506, punkt 29, och dom av den 7 oktober 2015, Cypern/harmoniseringskontoret (ΧΑΛΛΟΥΜΙ och HALLOUMI), T-292/14 och T-293/14, EU:T:2015:752, punkt 74).

36 Vid prövningen av den första grunden har således framkommit att det ordkännetecken som ansökan om registrering avser är beskrivande, i den mening som avses i artikel 7.1 c i förordning nr 207/2009, och att detta skäl i sig motiverar avslaget på den omtvistade ansökan om registrering. Det är därför under alla omständigheter meningslöst att pröva grunden om åsidosättande av artikel 7.1 b i nämnda förordning (se, för ett liknande resonemang, beslut av den 13 februari 2008, Indorata-Serviços e Gestão/harmoniseringskontoret, C-212/07 P, ej publicerat, EU:T:2008:83, punkt 28).

Den tredje grunden: Åsidosättande av artikel 7.1 g i förordning nr 207/2009

37 Klaganden har hävdat att, tvärtemot vad överklagandenämnden beslutat, det sökta varumärket inte kan antas vilseleda den relevanta omsättningskretsen vad avser varorna ”icke alkoholhaltiga drycker, inklusive alkoholfri öl”, som omfattas av klass 32. Enligt klaganden är det för den genomsnittskonsument som är uppmärksam uppenbart att alkoholfria drycker inte innehåller öl eller andra alkoholdrycker. Dessutom är registeringshindret att det sökta varumärket är vilseledande endast tillämpligt om det är vilseledande vad avser samtliga varor som det avser.

38 EUIPO har tillbakavisat dessa argument.

39 Det ska inledningsvis påpekas att klaganden genom denna grund ifrågasätter det överklagade beslutet i den del överklagandenämnden ansett att det sökta varumärket är vilseledande vad avser varorna ”icke alkoholhaltiga drycker, inklusive alkoholfri öl”, som omfattas av klass 32. Denna grund avviker således från de två första grunderna, varigenom vilka klaganden bestritt beslutet att inte registrera det sökta varumärket i den del det rör alkoholhaltiga drycker som omfattas av klasserna 32 och 33.

40 Med hänsyn till denna skillnad är den rättspraxis som tribunalen har hänvisat till i punkterna 35 och 36 ovan enligt klaganden inte tillämplig vad avser denna grund. Konstaterandet att ordkännetecknet Klosterstoff är beskrivande vad avser alkoholhaltiga drycker befriar inte tribunalen från kravet att pröva påståendet att det sökta varumärket är vilseledande i den del det avser en annan typ av vara, nämligen ”icke alkoholhaltiga drycker, inklusive alkoholfri öl”,

41 Enligt artikel 7.1 g i förordning nr 207/2009 får varumärken som är ägnade att vilseleda allmänheten, till exempel med avseende på varans eller tjänstens art, kvalitet eller geografiska ursprung, inte registreras.

42 Tribunalen vill härvidlag påpeka att det framgår av fast rättspraxis att de fall av registreringshinder som avses i artikel 7.1 g i förordning nr 207/2009 förutsätter att det kan konstateras föreligga ett faktiskt vilseledande eller en tillräckligt allvarlig risk för att konsumenter ska vilseledas (se, för ett liknande resonemang, vad avser artikel 3.1 i rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (EGT L 40, 1989, s. 1; svensk specialutgåva, område 13, volym 17, s. 178), vars ordalydelse är identiskt med artikel 7.1 g i förordning nr 207/2009, dom av den 4 mars 1999, Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:T:1999:115, punkt 41, och dom av den 30 mars 2006, Emanuel, C-259/04, EU:T:2006:215, punkt 47; se även dom av den 8 juni 2017, W. F. Gözze Frottierweberei och Gözze, C-689/15, EU:T:2017:434, punkt 54 och där angiven rättspraxis, och dom av den 5 maj 2011, SIMS – École de ski internationale/harmoniseringskontoret – SNMSF (esf école du ski français), T-41/10, ej publicerad, EU:T:2011:200, punkt 49 och där angiven rättspraxis).

43 Överklagandenämnden har i förevarande fall, i punkterna 35 och 36 i det överklagade beslutet, ansett att om genomsnitskonsumenterna ser ordkännetecknet Klosterstoff på förpackningarna för de aktuella varorna, det vill säga ”icke alkoholhaltiga drycker, inklusive alkoholfri öl”, kommer de att tänka att varorna är alkoholbaserade, på grund av att ordet ”stoff” finns med. Detta innebär enligt överklagandenämnden att det sökta varumärket är vilseledande, eftersom det förmedlar den tydliga upplysningen att de aktuella varorna som avses med detta varumärke är alkoholhaltiga drycker, trots att varorna ”icke alkoholhaltiga drycker, inklusive alkoholfri öl”, inte innehåller alkohol.

44 Med hänsyn till de överväganden som utvecklats vad avser den första grunden delar tribunalen överklagandenämndens ståndpunkt att genomsnittskonsumenterna associerar ordet ”stoff” med alkohol. Överklagandenämnden gjorde således rätt när den ansåg att det sökta varumärket presenterar en vilseledande beteckning när det används för alkoholfria drycker.

45 Denna slutsats vederläggs inte av den omständigheten att nämnda dryckers sammansättning anges på desamma, såsom klaganden har hävdat. Om man godtar denna argumentationslinje, så innebär detta att det för genomsnittskonsumenten inte framgår att varumärket är vilseledande förrän denne läser etiketten som anger dessa dryckers ingredienser. Tvärtemot vad klaganden har hävdat finns det således inget som talar för att konsumenterna är medvetna om att dessa drycker inte innehåller alkohol. Såsom EUIPO har understrukit kan det nämligen tänkas att konsumenterna köper dessa varor utan närmare eftertanke, utan att ta sig tid att analysera den text som finns på förpackningen. Det framgår vidare av rättspraxis att konsumenternas möjlighet att kontrollera på etiketten vilka ingredienser som har använts vid tillverkningen av en dryck inte i sig utesluter att det varumärke som dessa varor omfattas av är vilseledande (se, för ett liknande resonemang, dom av den 19 november 2009, Torresan/harmoniseringskontoret, – Klosterbrauerei Weissenohe (CANNABIS), T-234/06 P, EU:T:2009:448, punkt 43).

46 Tribunalen kan inte heller godta klagandens argument att registreringshindret enligt artikel 7.1 g i förordning nr 207/2009 endast är tillämpligt om varumärket är vilseledande vad avser samtliga varor som omfattas av detsamma. EUIPO kan nämligen motsätta sig registrering av ett varumärke för vissa varor som omfattas av detsamma, trots att det endast är vilseledande vad avser nämnda varor, och inte samtliga varor som omfattas av varumärket (se, för ett liknande resonemang, dom av den 27 oktober 2016, Caffè Nero Group/EUIPO (CAFFÈ NERO), T-37/16, ej publicerad, EU:T:2016:635, punkterna 53 och 54, och dom av den 27 oktober 2016, Caffè Nero Group/EUIPO (CAFFÈ NERO), T-29/16, ej publicerad, EU:T:2016:635, punkterna 48 och 49).

47 Överklagandet kan följaktligen inte bifallas såvitt avser den tredje grunden.

Den fjärde grunden: Åsidosättande av EUIPO:s tidigare beslutspraxis

48 Denna grund består av två invändningar. I den första invändningen har klaganden gjort gällande att överklagandenämnden, när den avslog ansökan om registrering av det sökta varumärket, inte angett tillräckliga skäl som motiverar ett avsteg från EUIPO:s tidigare beslutspraxis. Enligt klaganden har ett stort antal ordvarumärken registrerats av EUIPO eller varit föremål för nationell eller internationell registrering vad avser varor som omfattas av klasserna 32 och 33, trots att de innehåller ordelementet ”stoff”. I den andra invändningen, som anförts först vid tribunalen, görs gällande att överklaganämnden gjort sig skyldig till felaktig rättstillämpning, i det avseendet ett stort antal äldre ordvarumärken registrerats av EUIPO eller varit föremål för tysk eller internationell registrering vad avser varor som omfattas av klasserna 32 och 33, trots att de innehåller ordelementet ”kloster”.

49 EUIPO har tillbakavisat dessa argument.

50 Vad avser den första invändningen ska det erinras om att det framgår av ordalydelsen i artikel 75 första meningen i förordning nr 207/2009 (nu artikel 94 första meningen i förordning nr 2017/1001) att EUIPO:s beslut ska innehålla beslutets grunder. Enligt rättspraxis har denna skyldighet samma räckvidd som den som föreskrivs i artikel 296 FEUF och dess syfte är dels att göra det möjligt för dem som berörs därav att få kännedom om skälen för den vidtagna åtgärden, så att de kan göra gällande sina rättigheter, dels att göra det möjligt för unionsdomstolen att pröva beslutets lagenlighet (se dom av den 28 april 2004, Sunrider/harmoniseringskontoret – Vitakraft-Werke Wührmann och Friesland Brands (VITATASTE och METABALANCE 44), T-124/02 och T-156/02, EU:T:2004:116, punkterna 72 och 73, och där angiven rättspraxis).

51 Det ska även erinras om att EUIPO:s överklagandenämnder ska fatta beslut enligt förordning nr 207/2009 beträffande registrering av ett kännetecken som EU-varumärke inom ramen för en normbunden behörighet och att de således inte har någon befogenhet att företa skönsmässiga bedömningar. Frågan huruvida dessa beslut är lagenliga ska därför enbart bedömas på grundval av denna förordning, såsom den tolkats av unionsdomstolen, och inte mot bakgrund av EUIPO:s överklagandenämnders tidigare beslutspraxis (se, för ett liknande resonemang, dom av den 26 april 2007, Alcon/harmoniseringskontoret, C-412/05 P, EU:T:2007:252, punkt 65, dom av den 2 maj 2012, UniversalPHOLED, T-435/11, ej publicerad, EU:T:2012:210, punkt 37, och dom av den 8 maj 2012, Mizuno/harmoniseringskontoret – Golfino (G), T-101/11, ej publicerad, EU:T:2012:223, punkt 77 och där angiven rättspraxis). Det har dessutom slagits fast att även om EUIPO, i enlighet med principerna om likabehandling och god förvaltningssed, ska beakta de beslut som redan fattats och ägna särskild uppmärksamhet åt frågan huruvida det finns anledning att besluta på samma sätt, så ska tillämpningen av dessa båda principer emellertid förenas med legalitetsprincipen (se dom av den 21 januari 2015, Sabores de Navarra/harmoniseringskontoret – Frutas Solano (KIT, EL SABOR DE NAVARRA), T-46/13, ej publicerad, EU:T:2015:39, punkt 47 och där angiven rättspraxis).

52 Unionsordningen för varumärken är dessutom ett självständigt system som består av en samling regler och som syftar till att uppnå de mål som är specifika för detta system. Detta system ska tillämpas utan hänsyn till de nationella systemen. Frågan huruvida ett kännetecken kan registreras som EU-varumärke ska följaktligen endast prövas på grundval av den relevanta lagstiftningen. EUIPO och, i förekommande fall, unionsdomstolarna, är inte bundna av de beslut och avgöranden som meddelats i en medlemsstat, eller till och med i ett tredjeland, även om de kan beakta dem, och det inte finns någon bestämmelse i förordning nr 207/2009 enligt vilken EUIPO, eller tribunalen, om dess beslut överklagas dit, är skyldiga att komma fram till samma resultat som de nationella förvaltningsmyndigheterna eller domstolarna i en liknande situation (se dom av den 15 juli 2015, Australian Gold/ harmoniseringskontoret – Effect Management & Holding (HOT), T-611/13, EU:T:2015:492, punkt 60 och där angiven rättspraxis).

53 I förevarande fall har överklagandenämnden, i punkt 38 i det överklagade beslutet, ansett att de EU-varumärken som åberopats av klaganden, vilka innehåller termen ”stoff” inte vederlägger granskarens bedömning. Överklagandenämnden har vidare, i samma punkt, angett att nämnda varumärken inte utgör kännetecken som är jämförbara, eftersom de visserligen innehåller ordelementet ”stoff”, men även innehåller andra termer. Vad avser varumärken med tysk registrering eller internationell registrering och som även de innehåller ordet ”stoff”, har överklagandenämnden, i punkt 39 i det överklagade beslutet, angett att dessa registreringar inte omfattas av det förfarande den har att genomföra, och att de inte påverkar dess slutsats att det sökta varumärket inte kan registreras.

54 Tvärtemot vad klaganden har hävdat konstaterar tribunalen att denna motivering är tillräcklig.

55 Vad avser den andra invändningen har EUIPO gjort gällande att de handlingar som förekommer i bilaga K 13 till ansökan inte kan beaktas, eftersom den anförts för första gången vid tribunalen.

56 Denna bilaga består av ett utdrag från den tyska webbplatsen för polymark, daterat den 23 november 2016. I utdraget förtecknas sju ordvarumärken som innehåller ordelementet ”kloster”, vilka registrerats som EU-varumärken eller som tyska varumärken, eller som blivit föremål för en internationell registrering med rättsverkan i unionen.

57 Även om dessa handlingar getts in för första gången vid tribunalen, är de inte bevisning i dess rätta bemärkelse, i den mening som avses i artikel 85 i tribunalens rättegångsregler, utan rör EUIPO:s beslutspraxis och praxis från andra nationella och internationella myndigheter, som en part, även efter förfarandet vid EUIPO, har rätt att åberopa (se, för ett liknande resonemang, dom av den 24 november 2005, Sadas/harmoniseringskontoret – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, EU:T:2005:420, punkt 20, dom av den 18 november 2014, Repsol/harmoniseringskontoret – Adell Argiles (ELECTROLINERA), T-308/13, ej publicerad, EU:T:2014:965, punkt 20, och dom av den 24 november 2016, CG/EUIPO – Perry Ellis International Group (P PRO PLAYER), T-349/15, ej publicerad, EU:T:2016:677, punkterna 18 och 19). Tribunalen avslår därför invändningen om rättegångshinder.

58 Tribunalen avfärdar emellertid, med tillämpning av den rättspraxis som det hänvisas till i punkterna 51 och 52 ovan, klagandens invändning. Såsom påpekats i punkterna 32 och 44 ovan har överklagandenämnden nämligen med rätta ansett att det sökta varumärket dels är beskrivande, vad avser varorna ”öl och bryggeriprodukter; ölblandningsdrycker; preparat för framställning av drycker”, som omfattas av klass 32, och ”alkoholhaltiga drycker (ej öl); sprit och likörer, särskilt whisky, eaux-de-vie, piquettevin; färdigblandade alkoholdrycker, andra än öl-baserade; preparat för tillverkning av alkoholhaltiga drycker”, som omfattas av klass 32 (se punkt 32 ovan), dels är ägnade att vilseleda allmänheten, när de används för alkoholfria drycker (se punkt 44 ovan), varför klaganden inte med framgång kan åberopa EUIPO:s tidigare beslut för att vederlägga denna slutsats (se dom av den 21 januari 2015, Sabores de Navarra/harmoniseringskontoret – Frutas Solano (KIT, EL SABOR DE NAVARRA), T-46/13, ej publicerad, EU:T:2015:39, punkt 47 och där angiven rättspraxis). Den omständigheten att varumärken som innehåller ordelementet ”kloster” tidigare har registrerats utgör inte grund för att ifrågasätta konstaterandet att det sökta varumärket är beskrivande och vilseledande.

59 Mot bakgrund av ovanstående överväganden kan överklagandet inte vinna bifall på den fjärde grunden och överklagandet ska därför ogillas i sin helhet.

Rättegångskostnader

60 Enligt artikel 134.1 i rättegångsreglerna skall tappande part förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna, om detta har yrkats. EUIPO har yrkat att klaganden ska förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna. Eftersom klaganden har tappat målet ska yrkandet bifallas.

Mot denna bakgrund beslutar

TRIBUNALEN (nionde avdelningen)

följande:

1) Överklagandet ogillas.

2) Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH & Co. KG ska ersätta rättegångskostnaderna.

Gervasoni Kowalik-Bańczyk Mac Eochaidh

Avkunnad vid offentligt sammanträde i Luxemburg den 26 oktober 2017.

Underskrifter