

RETTENS DOM (Fjerde Afdeling)

7. juli 2005 *

I sag T-385/03,

Miles Handelsgesellschaft International mbH, Norderstedt (Tyskland), ved
Rechtsanwälte F. Dettmann og A. Deutsch,

sagsøger,

mod

Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design)
(KHIM) ved T. Eichenberg og G. Schneider, som befuldmægtigede,

sagsøgt,

den anden part i sagen for appelkammeret ved Kontoret for Harmonisering i det
Indre Marked (Varemærker og Design) var:

* Processprog: tysk.

Biker Miles Motorrad Handels- und Vertriebsgesellschaft mbH, Berlin (Tyskland), ved Rechtsanwalt G. Malchartzeck,

angående en påstand om annullation af den afgørelse, der blev truffet den 9. september 2003 af Andet Appellkammer ved Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (sag R 174/2002-2) vedrørende en indsigelsessag mellem Biker Miles Motorrad Handels- und Vertriebsgesellschaft mbH og Miles Handelsgesellschaft International mbH,

har

DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS RET
I FØRSTE INSTANS (Fjerde Afdeling)

sammensat af afdelingsformanden, H. Legal, og dommerne P. Lindh og V. Vadapalas,

justitssekretær: assisterende justitssekretær B. Pastor,

under henvisning til stævningen, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 18. november 2003,

under henvisning til svarskriftet, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 26. marts 2004,

under henvisning til intervenientens svarskrift, som blev indleveret til Rettens Justitskontor den 18. februar 2004,

efter retsmødet den 19. januar 2005,

afsagt følgende

Dom

Sagens baggrund

- 1 Den 7. juli 1999 indgav intervenienten en EF-figurmærkeansøgning 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 Varemærket, som er søgt registreret, er det nedenfor viste figurmærke:



- 3 De varer, som varemærkeansøgningen vedrører, henhører i klasse 9, 12 og 25 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

svarer i klasse 25 til følgende beskrivelse: »udstyr og beklædningsgenstande til førere af tohjulede køretøjer, nemlig støvler, sko, handsker, tørklæder, regntøj, vindtæt beklædning, pullovere, stormhuer, nyrebælter, beklædningsgenstande af læder, beklædningsgenstande af læderimitationer«.

4 Varemærkeansøgningen blev offentliggjort i *EF-Varemærketidende* nr. 38/2000 af 15. maj 2000.

5 Den 15. august 2000 rejste det sagsøgende selskab en indsigelse mod registrering af det ansøgte varemærke for varerne i klasse 25, idet selskabet anførte, at der var en risiko for forveksling i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94. Indsigelsen var støttet på EF-ordmærket MILES, der var blevet registreret den 28. juli 1998 for »beklædningsgenstande, inklusive sportsbeklædning« i klasse 25.

6 Ved afgørelse af 7. februar 2002 imødekom Harmoniseringskontorets Indsigelsesafdeling indsigelsen med den begrundelse, at der forelå risiko for forveksling mellem de omhandlede varemærker.

7 Den 18. februar 2002 påklagede intervenienten i medfør af artikel 57-62 i forordning nr. 40/94 Indsigelsesafdelingens afgørelse.

8 Ved afgørelse af 9. september 2003 (sag R 174/2002-2), der blev meddelt sagsøgeren den 18. september 2003 (herefter »den anfægtede afgørelse«), gav appelkammeret medhold i klagen. Appelkammeret fandt nærmere bestemt, at de omhandlede varer

var af samme art, selv om de varer, der var omfattet af varemærkeansøgningen, var særlige beklædningsgenstande, der forhandles inden for særlige distributionskanaler til en klart afgrænset gruppe af forbrugere. De berørte forbrugere tillægger funktionen af disse beklædningsgenstande samt den sikkerhed, disse giver, en særlig betydning, og udviser som følge heraf en øget grad af opmærksomhed. Hvad angår ligheden mellem de omhandlede tegn tog appelkammeret hensyn til den grafiske gengivelse af det ansøgte varemærke og dets ordbestanddel »biker« for at komme frem til den konklusion, at de to tegn adskilte sig visuelt, fonetisk og begrebsmæssigt fra hinanden. På trods af at varerne er af samme art, fandt appelkammeret ikke, at der var en risiko for forveksling.

Parternes påstande

- 9 Sagsøgeren har nedlagt følgende påstande:
 - Den anfægtede afgørelse annulleres.
 - Harmoniseringskontoret tilpligtes at betale sagens omkostninger.
- 10 Harmoniseringskontoret og intervenienten har nedlagt følgende påstande:
 - Harmoniseringskontoret frifindes.
 - Sagsøgeren tilpligtes at betale sagens omkostninger.

Spørgsmålet, om Harmoniseringskontorets påstande kan antages til realitetsbehandling

- 11 Indledningsvis bemærkes, at Harmoniseringskontoret i svarskriftet og under retsmødet har bekræftet, at appelkammeret har begået en fejl, da det afviste, at der forelå en risiko for forveksling i den foreliggende sag. Harmoniseringskontoret har imidlertid anført, at som følge af Rettens dom af 12. december 2002, Vedial mod KHIM — France Distribution (HUBERT) (sag T-110/01, Sml. II, s. 5275, præmis 16-25), er det forpligtet til at nedlægge påstand om frifindelse. Samtidig med at Harmoniseringskontoret har nedlagt påstand om frifindelse, har det som følge heraf ikke bestridt, at sagsøgerens eneste anbringende er velbegrundet.
- 12 I den forbindelse bemærkes, at i henhold til artikel 46, stk. 1, litra b), sammenholdt med artikel 135, stk. 1, i Rettens procesreglement, skal det af sagsøgte indgivne svarskrift bl.a. indeholde de faktiske og retlige anbringender, der gøres gældende. I den foreliggende sag har Harmoniseringskontoret ikke anført et eneste anbringende til støtte for sin påstand om frifindelse.
- 13 Under disse omstændigheder kan Harmoniseringskontorets påstande ikke antages til realitetsbehandling. Da intervenienten imidlertid har nedlagt påstand om frifindelse af Harmoniseringskontoret, skal den foreliggende tvist behandles i overensstemmelse med procesreglementets artikel 134, stk. 4.

Realiteten

Parternes argumenter

- 14 Det sagsøgende selskab har til støtte for søgsmålet fremført et eneste anbringende om tilsidesættelse af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94.

- 15 Selskabet har indledningsvis gjort gældende, at appelkammeret med urette har antaget, at graden af opmærksomhed hos den relevante kundekreds er høj. Da beklædningsgenstande til motorcyklister ligeledes kan købes af andre personer end motorcyklister, består den relevante kundekreds af almindeligt oplyste og opmærksomme gennemsnitsforbrugere. De omhandlede varer er dagligvarer, som forbrugeren opfatter med almindelig opmærksomhed. Selv om det antages, at den relevante kundekreds kun består af motorcyklister, vil denne gruppe af forbrugere desuden ikke være mere opmærksom end en gennemsnitsforbruger ved køb af de pågældende beklædningsgenstande, der kan anvendes til såvel motorcykelkørsel som til en vinterspadseretur.
- 16 Hvad angår den visuelle og fonetiske sammenligning af de omhandlede tegn har sagsøgeren bekræftet, at det ansøgte varemærke er domineret af ordbestanddelen »miles«, der er fælles for de to tegn. I modsætning til det af appelkammeret konstaterede, bidrager varemærkets andre bestanddele hverken hver for sig eller kombineret med hinanden til det helhedsindtryk, som dette varemærke frembringer. Det ansøgte varemærkes figurative bestanddele forbliver uden betydning, for så vidt angår sammenligningen af de omhandlede tegn, da de kun er af ornamentel eller beskrivende karakter, idet de angiver, at beklædningsgenstandene kan anvendes i trafikken. Ordbestanddelen »biker« er ligeledes uden betydning som følge af dens beskrivende karakter for så vidt angår varer til motorcyklister.
- 17 Da dette ord er knyttet til motorcyklister, vil gennemsnitsforbrugeren opfatte de beklædningsgenstande, der markedsføres under varemærket Biker Miles, som en del af et af sagsøgeren fremstillet sortiment af beklædningsgenstande, der er særligt bestemt til motorcyklister. Analogt betragtes tilføjelser af ord som »strand« eller »ski« ikke som angivelser af beklædningsgenstandenes oprindelse, men udelukkende som betegnende for en særlig kategori af beklædningsgenstande, dvs. strand- eller skitøj, der hidrører fra samme virksomhed.

- 18 Hvad angår den begrebsmæssige sammenligning af de omtvistede varemærker har appelkammeret ifølge sagsøgeren med urette antaget, at det ansøgte varemærke adskiller sig fra det ældre varemærke som følge af hentydningen til motorcyklister. Denne hentydning er en henvisning til den berørte forbruger og kan således på ingen måde bidrage til helhedsindtrykket, som det ansøgte varemærke frembringer. I den forbindelse har sagsøgeren påberåbt sig Rettens dom af 23. oktober 2002, Oberhauser mod KHIIM — Petit Liberto (Fifties) (sag T-104/01, Sml. II, s. 4359, præmis 45 ff.), for at angive, at de figurative bestanddele er uden betydning for så vidt angår bedømmelsen af det indtryk, som varemærket frembringer.
- 19 Ifølge sagsøgeren ligner de omhandlede tegn, idet de er kendetegnet ved en fælles dominerende bestanddel, således visuelt, fonetisk og begrebsmæssigt hinanden. Henset til at de omhandlede varer er af samme art, og at de omtvistede varemærker ligner hinanden, har appelkammeret begået en fejl, da det vurderede, at der ikke var risiko for forveksling mellem de omtvistede varemærker.
- 20 Ifølge intervenienten har appelkammeret — som følge af den særlige funktion, som beklædningsgenstande til motorcyklister har, og som er knyttet til deres beskyttende karakter i tilfælde af en ulykke — med rette fastslået en høj grad af opmærksomhed hos den relevante kundekreds. Intervenienten støtter ligeledes appelkammerets konklusion vedrørende ligheden mellem de omtvistede tegn.
- 21 Ifølge intervenienten er den konklusion, som Harmoniseringskontorets to instanser er kommet frem til, hvorefter de omhandlede varer er af samme art, derimod ikke korrekt. Intervenienten har gjort gældende, at beklædningsgenstande til motorcyklister som følge af deres særlige funktion, materiale, forarbejdning og form adskiller sig fra sportsbeklædningsgenstande i almindelighed og i endnu større grad fra andre beklædningsgenstande, der markedsføres af sagsøgeren. De pågældende varer har således kun en svag lighed med hinanden.

- 22 Da de pågældende varer ikke er af samme art, og da de omtvistede tegn ikke ligner hinanden, har intervenienten konkluderet, at en risiko for forveksling er udelukket i den foreliggende sag.

Rettens bemærkninger

- 23 Hvis indehaveren af et ældre varemærke rejser indsigelse, er det varemærke, der søges registreret, ifølge artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 udelukket fra registrering, såfremt der i offentlighedens bevidsthed inden for det område, hvor det ældre mærke er beskyttet, er risiko for forveksling, fordi det yngre mærke er identisk med eller ligner det ældre varemærke, og varerne eller tjenesteydelserne er af samme eller lignende art.
- 24 Risikoen for forveksling er ifølge fast retspraksis risikoen for, at det i kundekredsen kan antages, at de pågældende varer eller tjenesteydelser hidrører fra den samme virksomhed eller i givet fald fra økonomisk forbundne virksomheder.
- 25 Ifølge samme retspraksis skal der foretages en helhedsvurdering af risikoen for forveksling i henhold til den opfattelse, som den berørte forbruger har. Der skal herved tages hensyn til alle relevante faktorer i sagen, navnlig at ligheden mellem tegnene og ligheden mellem de pågældende varer og tjenesteydelser står i et indbyrdes afhængighedsforhold (jf. Rettens dom af 9.7.2003, sag T-162/01, Laboratorios RTB mod KHIM — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), Sml. II, s. 2821, præmis 30-33 og den deri nævnte retspraksis).

- 26 Da det ældre varemærke i den foreliggende sag er et EF-varemærke, er den relevante kundekreds hvad angår vurderingen af risikoen for forveksling en gennemsnitsforbruger i Den Europæiske Union.
- 27 Hvad angår graden af den berørte forbrugers opmærksomhed følger det af retspraksis, at gennemsnitsforbrugerens opmærksomhedsniveau kan variere, alt efter hvilken kategori af varer eller tjenesteydelser der er tale om (Domstolens dom af 22.6.1999, sag C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, Sml. I, s. 3819, præmis 26).
- 28 I den foreliggende sag skal det bemærkes, at intervenienten har begrænset sin ansøgning om registrering til bestemte udstyrs- og beklædningsgenstande inden for klasse 25 (jf. præmis 3 ovenfor). Det fremgår imidlertid ikke af fortegnelsen over dem, at de i klasse 25 omhandlede varer, som sagsøgeren har ansøgt varemærket registreret for, er af en særlig beskaffenhed, såsom en højteknologisk eller særlig beskyttende karakter.
- 29 Som følge heraf skal det fastslås, at appelkammeret med urette har fastslået, at den berørte forbruger tildeler de pågældende varer en høj grad af opmærksomhed.
- 30 Herefter bemærkes, at intervenienten har anfægtet appelkammerets konklusion, hvorefter de pågældende varer er af samme art.
- 31 Ifølge fast retspraksis skal der med henblik på vurderingen af ligheden mellem de pågældende varer eller tjenesteydelser tages hensyn til alle de relevante faktorer, der kendetegner forbindelsen mellem varerne eller tjenesteydelserne, herunder navnlig deres art, anvendelsesformål og benyttelsen, samt om de er i et konkurrenceforhold

med eller supplerer hinanden (jf. Rettens dom af 15.1.2003, sag T-99/01, Mystery Drinks mod KHIM — Karlsberg Brauerei (MYSTERY), Sml. II, s. 43, præmis 39 og den deri nævnte retspraksis).

- 32 Eftersom de varer, der er omfattet af det ældre varemærke, indbefatter de varer, der er omfattet af varemærkeansøgningen, antages disse varer desuden at være af samme art (Fifties-dommen, præmis 32 og 33, og HUBERT-dommen, præmis 43 og 44).
- 33 Da det ældre varemærke ikke er underlagt brugsforpligtelsen i henhold til artikel 43, stk. 2, i forordning nr. 40/94, skal sammenligningen mellem de berørte varer — som det med rette er anført af appelkammeret (den anfægtede afgørelses punkt 17) — udelukkende være baseret på den betegnelse, varerne har i varemærkeregistreringen.
- 34 Intervenientens påstand om, at de omhandlede varer ikke er af samme art, skal forstås således, at »beklædningsgenstande, inklusive sportsbeklædning« i klasse 25 i Nice-arrangementet, der er omfattet af det ældre varemærke, ikke indbefatter udstyr og beklædningsgenstande til førere af tohjulede køretøjer, der henhører under samme klasse, og som der i varemærkeansøgningen er søgt registrering for.
- 35 Selv om alle beklædningsgenstande ganske vist almindeligvis har fælles funktioner, kan bestemte beklædningsgenstande være bestemt til at have en særlig funktion, som f.eks. beskyttelse af kroppen under en risikobetonet handling. I det omfang den særlige funktion af disse beklædningsgenstande bestyrkes af andre egenskaber, der er knyttet til deres art, anvendelsesformål og benyttelse, kan disse udgøre en varekategori, der er forskellig fra beklædningsgenstande i almindelighed.

- 36 I den foreliggende sag kan det ikke af betegnelsen af varerne i varemærkeansøgningen udledes, at de beklædningsgenstande, der er omfattet af ansøgningen, ud over deres funktion har andre karakteristika, der adskiller dem fra beklædningsgenstande i almindelighed.
- 37 Appellkammerets konstatering, hvorefter de omhandlede varer er af samme art, skal derefter tiltrædes. De berørte varer i klasse 25 er nemlig indbefattet i den varekategori, der er omfattet af det ældre varemærke.
- 38 Hvad angår sammenligningen af de omtvistede varemærker skal helhedsvurderingen af risikoen for forveksling være baseret på helhedsindtrykket af tegnene, idet der bl.a. skal tages hensyn til deres bestanddele, der har særpræg eller dominans (Domstolens dom af 11.11.1997, sag C-251/95, SABEL, Sml. I, s. 6191, præmis 23).
- 39 Desuden kan et sammensat varemærke og et andet varemærke, der er identisk med en af bestanddelene i det sammensatte varemærke, kun betragtes som identiske, hvis denne bestanddel udgør den dominerende bestanddel i det helhedsindtryk, som det sammensatte varemærke fremkalder. Dette er tilfældet, når denne bestanddel i sig selv kan præge det billede af dette varemærke, som den relevante kundekreds har i erindringen, således at alle varemærkets andre bestanddele er uden betydning i helhedsindtrykket af varemærket (Rettens dom af 23.10.2002, sag T-6/01, Matratzen Concord mod KHIM — Hukla Germany (MATRATZEN), Sml. II, s. 4335, præmis 33).
- 40 En sådan vurdering indebærer ikke, at der alene tages hensyn til en del af et sammensat varemærke, og at denne del sammenlignes med et andet mærke. Dette udelukker imidlertid ikke, at helhedsindtrykket af et sammensat varemærke under visse omstændigheder kan være domineret af en eller flere af mærkets bestanddele. Ved vurderingen af, hvorvidt en eller flere bestemte bestanddele i et sammensat

varemærke har dominerende karakter, skal der navnlig tages hensyn til hver af disse bestanddeles egenskaber i sig selv, sammenlignet med de andre bestanddeles egenskaber (MATRAZEN-dommen, præmis 34 og 35).

- 41 I den foreliggende sag er det ansøgte varemærke sammensat af to ord med fed skrift, »biker« og »miles«, og figurbestanddele, der navnlig består af et billede af en vej, der er omkranset af en cirkel.
- 42 Hvad indledningsvis angår de figurative bestanddele af de ansøgte varemærker skal det bemærkes, hvilket appelkammeret med rette har anført i den anfægtede afgørelses punkt 20, at de visuelt ikke er lige så fremtrædende som ordbestanddelene. Desuden udgør billedet af en vej, der er omkranset af en cirkel — ud over at det for varer bestemt til vejtrafik ikke har meget særpræg — ikke en differentierende bestanddel i forhold til det billede, der vækkes af ordet »miles«, der i hvert fald i den engelsktalende del af den relevante kundekreds kan forstås som en afstandsmåling.
- 43 Hvad angår ordbestanddelene har sagsøgeren med rette anført — og uden at dette er blevet bestridt af intervenienten — at ordet »biker« er beskrivende for så vidt angår varer til motorcyklister, mens ordet »miles« ikke er beskrivende.
- 44 Det skal i den forbindelse bemærkes, at kundekredsen i almindelighed ikke opfatter en beskrivende bestanddel, der udgør en del af et sammensat mærke, som den særprægede og dominerende bestanddel i det helhedsindtryk, som varemærket fremkalder (Rettens dom af 3.7.2003, sag T-129/01, José Alejandro mod KHIM,

Anheuser-Busch (BUDMEN), Sml. II, s. 2251, præmis 53, og af 6.10.2004, forenede sager T-117/03 — T-119/03 og T-171/03, New Look mod KHIM — Naulover (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE og NLCollection), Sml. II, s. 3471, præmis 34).

45 Ordbestanddelen »miles«, der er identisk med det ældre varemærke, skal således betragtes som det ansøgte varemærkes dominerende bestanddel.

46 Heraf følger, at appelkammeret med urette i den anfægtede afgørelses punkt 21 har fastslået, at det ansøgte varemærkes andre bestanddele, nemlig den grafiske gengivelse og ordbestanddelen »biker« er af betydning for det helhedsindtryk, som varemærket fremkalder.

47 Det er korrekt, at samtlige ordbestanddele i et sammensat varemærke under visse omstændigheder skal vurderes som en helhed og adskilt fra de enkelte ordbestanddele, bl.a. når denne helhed skaber en logisk enhed, der har en semantisk betydning, som er forskellig fra dens komponenter (jf. i denne retning HUBERT-dommen, præmis 57-59). Dette er ligeledes tilfældet, når en bestanddel af et sammensat varemærke, ud over at den ikke har nogen beskrivende værdi for de pågældende varer, har en vigtig semantisk værdi i tilgift til den, som de andre komponenter, der er fælles for de omtvistede tegn, giver, hvorved disse sammen danner et andet begrebsmæssigt hele (jf. i denne retning GIORGIO BEVERLY HILLS-dommen, præmis 49, og Rettens dom af 9.7.2003, sag T-156/01, Laboratorios RTB mod KHIM — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO AIRE), Sml. II, s. 2789, præmis 80).

48 Dette er imidlertid ikke tilfældet i den foreliggende sag. For det første har de forestillinger, som ordet »miles« og sammensætningen af ordene »biker miles« vækker, stor lighed med hinanden, da tilføjelsen af ordet »biker« hverken ændrer

betydningen af ordet »miles« eller med dette ord skaber en logisk enhed, der har en semantisk betydning, som er forskellig fra denne enheds komponenter. For det andet — hvad angår varer, der er bestemt til motorcyklister — har henvisningen til motorcyklister et beskrivende indhold og er ikke egnet til at differentiere det begreb, der betegnes af tegnet. Som følge heraf har ordbestanddelen »biker« ikke nogen væsentlig værdi i begrebsmæssig henseende.

- 49 Hvad endelig angår helhedsvurderingen af risikoen for forveksling skal det bemærkes, at det er almindeligt i tøjbranchen, at det samme varemærke har forskellige udformninger afhængigt af arten af de varer, som det betegner, og at den samme virksomhed benytter undermærker for at adskille virksomhedens forskellige produktlinjer. Under disse omstændigheder er det tænkeligt, at den berørte forbruger antager, at de varer, der betegnes med de omtvistede varemærker, ganske vist tilhører to forskellige produktlinjer, men at de dog hidrører fra den samme virksomhed (Fifties-dommen, præmis 49, BUDMEN-dommen, præmis 57, og dommen i sagen NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE og NLCollection, præmis 51).
- 50 I den foreliggende sag har appelkammeret stiltiende forkastet dette argument, idet det fandt, at den berørte forbruger, der allerede havde en motorcykel af mærket Biker Miles, eller som kunne støde på dette varemærke, når vedkommende påtænkte at købe en motorcykel, måske ikke ønskede at købe handsker af mærket MILES, men snarere af mærket Biker Miles, der passer til motorcyklen og til resten af vedkommendes udstyr.
- 51 Denne argumentation kan ikke tiltrædes. Da de omtvistede tegn har den dominerende bestanddel til fælles og omhandler varer af samme art, nemlig beklædningsgenstande, vil den berørte forbruger være tilbøjelig til at opfatte disse tegn som to forskellige produktlinjer for beklædningsgenstande fra den samme virksomhed.

- 52 I lyset af det ovenfor anførte skal det fastslås, at appelkammeret med urette har antaget, at den berørte forbruger har en høj grad af opmærksomhed, og at de omtvistede tegn ud fra denne forbrugers synspunkt ikke ligner hinanden, idet ordbestanddelen »miles«, der er fælles for tegnene, ikke er den dominerende bestanddel.
- 53 Henset til, at de omhandlede varer er af samme art, og at de omtvistede tegn ligner hinanden, skal det fastslås, at appelkammeret har tilsidesat artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 ved at fastslå, at der ikke er risiko for forveksling mellem de to omtvistede varemærker.
- 54 Som følge heraf skal den anfægtede afgørelse annulleres.

Sagens omkostninger

- 55 I henhold til procesreglementets artikel 87, stk. 2, pålægges det den tabende part at betale sagens omkostninger, hvis der er nedlagt påstand herom. Harmoniseringskontoret har tabt sagen og bør derfor pålægges at betale sagens omkostninger i overensstemmelse med sagsøgerens påstand herom. Da sagsøgeren ikke har nedlagt påstand om, at intervenienten skal betale sagens omkostninger, bør intervenienten pålægges at bære sine egne omkostninger.

På grundlag af disse præmisser

udtaler og bestemmer

RET TEN (Fjerde Afdeling)

- 1) Afgørelsen, der blev truffet den 9. september 2003 af Andet Appellkammer ved Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (sag R 174/2002-2), annulleres.
- 2) Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) tilpligtes at betale sagsøgerens omkostninger.
- 3) Intervenienten bærer sine egne omkostninger.

Legal

Lindh

Vadapalas

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 7. juli 2005.

H. Jung

H. Legal

Justitssekretær

Afdelingsformand