

Mål T-360/03

Frischpack GmbH & Co. KG

mot

**Byrån för harmonisering inom den inre marknaden
(varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån)**

”Gemenskapsvarumärke — Tredimensionellt varumärke — Formen på en ask för ost — Absolut registreringshinder — Artikel 7.1 b i förordning (EG) nr 40/94 — Särskiljningsförmåga”

Förstainstansrättens dom (femte avdelningen) av den 23 november 2004 . . . II - 4099

Sammanfattning av domen

Gemenskapsvarumärke — Prövningsförfarande — Prövning vid gemenskapsdomstol — Invändning mot överklagandenämndens definition av målgruppen vid bedömningen av det sökta varumärkets särskiljningsförmåga — Ändring av föremålet för tvisten — Föreligger inte (Förstainstansrättens rättegångsregler; artikel 135.4; rådets förordning nr 40/94, artikel 7.1 b)

II - 4097

Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) skall, vid bedömningen av om ett kännetecken som begärs registrerat som gemenskapsvarumärke har särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94, fastställa vilken målgruppen är.

Genom att invända mot den definition av målgruppen som överklagandenämnden gjort vid sin bedömning av det sökta varumärkets särskiljningsförmåga, begär sökanden sålunda inte att förstainstansrätten, i strid mot artikel 135.4 i rättegångsreglerna, skall avgöra några andra frågor än dem som tagits upp inför överklagandenämnden.

(se punkterna 34 och 35)