

URTEIL DES GERICHTSHOFES (Erste Kammer)
30. Juni 2005 *

In der Rechtssache C-286/04 P

betreffend ein Rechtsmittel nach Artikel 56 der Satzung des Gerichtshofes,
eingereicht am 29. Juni 2004,

Eurocermex SA mit Sitz in Evere (Belgien), Prozessbevollmächtigter: A. Bertrand,
avocat,

Rechtsmittelführerin,

anderer Verfahrensbeteiligter:

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle)
(HABM), vertreten durch A. Rassat als Bevollmächtigten,

Beklagter im ersten Rechtszug,

* Verfahrenssprache: Französisch.

erlässt

DER GERICHTSHOF (Erste Kammer)

unter Mitwirkung des Kammerpräsidenten P. Jann sowie der Richter K. Lenaerts, K. Schieman, E. Juhász und M. Ilešič (Berichterstatter),

Generalanwalt: D. Ruiz-Jarabo Colomer,
Kanzler: R. Grass,

aufgrund des schriftlichen Verfahrens,

aufgrund des nach Anhörung des Generalanwalts ergangenen Beschlusses, ohne Schlussanträge über die Rechtssache zu entscheiden,

folgendes

Urteil

- 1 Mit ihrem Rechtsmittel beantragt die Eurocermex SA, das Urteil des Gerichts erster Instanz der Europäischen Gemeinschaften vom 29. April 2004 in der Rechtssache T-399/02 (Eurocermex SA/HABM [Form einer Bierflasche], Slg. 2004, II-1391, im

Folgenden: angefochtenes Urteil) aufzuheben, mit dem dieses ihre Klage auf Aufhebung der Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (im Folgenden: HABM) vom 21. Oktober 2002 (Sache R 188/2002-1) abgewiesen hat, mit der die Eintragung einer dreidimensionalen Marke abgelehnt wurde, die aus der Form einer Flasche mit langem Hals, in dem eine Zitronenscheibe steckt, besteht und für die die Farben Gelb und Grün beansprucht wurden (im Folgenden: streitige Entscheidung).

Rechtlicher Rahmen

- 2 Artikel 7 — „Absolute Eintragungshindernisse“ — der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. 1994, L 11, S. 1) bestimmt:

(1) Von der Eintragung ausgeschlossen sind

...

b) Marken, die keine Unterscheidungskraft haben,

...

(3) Die Vorschriften des Absatzes 1 Buchstaben b), c) und d) finden keine Anwendung, wenn die Marke für die Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat.“

Vorgeschichte des Rechtsstreits

- 3 Die Rechtsmittelführerin, deren Tätigkeit im Vertrieb des mexikanischen Bieres CORONA in Europa besteht, reichte am 27. November 1998 gemäß der Verordnung Nr. 40/94 die Anmeldung einer dreidimensionalen Gemeinschaftsmarke beim HABM ein.

- 4 Die zur Eintragung angemeldete Marke besteht aus einer dreidimensionalen Form sowie Farben einer durchsichtigen, mit einer gelben Flüssigkeit gefüllten Flasche mit langem Hals, in dem eine Zitronenscheibe mit grüner Schale steckt.



- 5 Die Waren und Dienstleistungen, für die die Markeneintragung begehrt wird, gehören zu den Klassen 16, 25, 32 und 42 im Sinne des Abkommens von Nizza vom 15. Juni 1957 über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken in seiner revidierten und geänderten Fassung.

- 6 Mit Entscheidung vom 21. Dezember 2001 wies die Prüferin des HABM die Anmeldung für die Waren „Biere, Mineralwässer und kohlenstoffhaltige Wässer, Fruchtsäfte“ der Klasse 32 und die Dienstleistungen „Restaurants, Bars, Snackbars“ der Klasse 42 mit der Begründung zurück, dass die angemeldete Marke keine Unterscheidungskraft im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 habe und die Rechtsmittelführerin nicht bewiesen habe, dass die Marke infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt habe.

- 7 Mit der streitigen Entscheidung hob die Erste Beschwerdekammer des HABM die Entscheidung der Prüferin insoweit teilweise auf, als diese die Anmeldung in Bezug auf die Waren „Mineralwässer“ der Klasse 32 zurückgewiesen hatte. Sie bestätigte die Entscheidung der Prüferin im Übrigen.

Verfahren vor dem Gericht und angefochtenes Urteil

- 8 Mit ihrer beim Gericht erhobenen Klage hat die Rechtsmittelführerin begehrt, die streitige Entscheidung aufzuheben, soweit mit dieser ihr Antrag auf Eintragung der

fraglichen Marke in Bezug auf die Waren „Biere, kohlenensäurehaltige Wässer, Fruchtsäfte“ und die Dienstleistungen „Restaurants, Bars, Snackbars“ abgelehnt wurde.

- 9 Sie hat mit ihrem ersten Klagegrund geltend gemacht, dass der angemeldeten Marke nicht die Unterscheidungskraft im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 fehle, und mit dem zweiten Klagegrund, dass die Marke jedenfalls gemäß Artikel 7 Absatz 3 der Verordnung Nr. 40/94 Unterscheidungskraft infolge ihrer Benutzung erlangt habe.

- 10 Zum ersten Klagegrund hat das Gericht in Randnummer 18 des angefochtenen Urteils insbesondere unter Berufung auf sein Urteil vom 2. Juli 2002 in der Rechtssache T-323/00 (SAT.1/HABM [SAT.2], Slg. 2002, II-2839) ausgeführt, Marken ohne Unterscheidungskraft im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 seien „insbesondere Marken, die aus der Sicht der maßgeblichen Verkehrskreise im geschäftlichen Verkehr gewöhnlich für die Präsentation der betreffenden Waren oder Dienstleistungen verwendet werden oder von denen zumindest aufgrund konkreter Hinweise anzunehmen ist, dass sie in dieser Weise verwendet werden können“.

- 11 In Randnummer 25 des angefochtenen Urteils hat das Gericht festgestellt, dass eine zusammengesetzte Marke, wie die angemeldete, zwar zum Zweck der Würdigung ihrer Unterscheidungskraft als Ganzes zu betrachten sei, dass dies jedoch nicht ausschliesse, dass die einzelnen verwendeten Gestaltungselemente, aus denen sich die Marke zusammensetze, nacheinander geprüft würden.

- 12 Was zum einen die Waren „Biere, kohlenensäurehaltige Wässer, Fruchtsäfte“ angeht, so ist das Gericht, nachdem es in den Randnummern 26 und 27 des angefochtenen Urteils die in der angemeldeten Marke dargestellte Flasche, in Randnummer 28 die Zitronenscheibe und in Randnummer 29 die verwendeten Farben untersucht hat, in Randnummer 30 zu der Schlussfolgerung gelangt, dass „die angemeldete Marke aus einer Kombination von Bestandteilen [besteht], die allesamt im geschäftlichen Verkehr gewöhnlich zur Aufmachung der Waren verwendet werden können, auf die sich die Anmeldung bezieht, und die daher in Bezug auf diese Waren keine Unterscheidungskraft haben“.
- 13 In Randnummer 31 des angefochtenen Urteils hat das Gericht dargelegt, dass „die Tatsache, dass eine zusammengesetzte Marke nur aus Bestandteilen besteht, die in Bezug auf die betroffenen Waren oder Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft haben, darauf schließen lässt, dass auch die Marke als Ganze im geschäftlichen Verkehr gewöhnlich zur Aufmachung der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen verwendet werden kann (Urteil [SAT.1/HABM des Gerichts,] SAT.2, ... Randnr. 49)“, und dass ein „solcher Schluss ... nur dann widerlegt werden [kann], wenn konkrete Anhaltspunkte, wie etwa die Art, in der die verschiedenen Bestandteile zusammengesetzt sind, darauf hindeuten, dass die zusammengesetzte Marke, insgesamt betrachtet, mehr ist als die Summe der Bestandteile, aus denen sie zusammengesetzt ist“.
- 14 In Randnummer 32 des angefochtenen Urteils hat das Gericht die Ansicht vertreten, dass solche Anhaltspunkte insbesondere deshalb nicht vorlägen, weil, „[w]as ... die Struktur der angemeldeten Marke angeht, die dadurch gekennzeichnet ist, dass die Limettenscheibe im Hals der Flasche steckt, ... andere Möglichkeiten, diese Bestandteile in einer einzigen dreidimensionalen Einheit zu kombinieren, schwer vorstellbar [sind]“ und weil „es sich um die einzige Art und Weise [handelt], in der einem Getränk eine Limettenscheibe oder eine Limettenspalte beigegeben werden kann, wenn es direkt aus der Flasche getrunken wird“. In den Randnummern 33 und 34 des angefochtenen Urteils hat das Gericht hinzugefügt, dass „[m]ögliche Form-

und Farbunterschiede zwischen der angemeldeten Marke und anderen Flaschen, die zur Verpackung der betreffenden Waren verwendet werden, ... [das] Ergebnis, dass die Marke keine Unterscheidungskraft hat,] nicht berühren [können]“.

- 15 Das Gericht hat demgemäß in Randnummer 35 des angefochtenen Urteils befunden, dass die angemeldete Marke nicht geeignet sei, die Waren „Biere, kohlenensäurehaltige Wässer, Fruchtsäfte“ zu individualisieren und sie von Waren anderer betrieblicher Herkunft zu unterscheiden, und dass sie damit in Bezug auf diese Waren keine Unterscheidungskraft habe.

- 16 Was zum anderen die Dienstleistungen „Restaurants, Bars, Snackbars“ betrifft, so hat das Gericht in Randnummer 36 des angefochtenen Urteils festgestellt, dass diese Dienstleistungen u. a. den Vertrieb der Waren „Biere, kohlenensäurehaltige Wässer, Fruchtsäfte“ zum Gegenstand hätten und dass der Umstand, dass die angemeldete Marke im geschäftlichen Verkehr gewöhnlich zur Aufmachung dieser Waren verwendet werden könne, ein konkreter Anhaltspunkt dafür sei, dass die Marke im geschäftlichen Verkehr gewöhnlich auch zur Aufmachung dieser Dienstleistungen verwendet werden könne, so dass sie auch für diese keine Unterscheidungskraft habe.

- 17 Zum zweiten Klagegrund hat das Gericht in den Randnummern 50 bis 54 des angefochtenen Urteils dargelegt, die Rechtsmittelführerin habe nicht nachgewiesen, dass die angemeldete Marke in der gesamten Gemeinschaft im Sinne von Artikel 7 Absatz 3 der Verordnung Nr. 40/94 infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt habe.

Rechtsmittel

- 18 Mit ihrem Rechtsmittel, das sie auf zwei Gründe stützt, beantragt die Rechtsmittelführerin,
- das angefochtene Urteil aufzuheben;

 - die streitige Entscheidung aufzuheben.
- 19 Das HABM beantragt, das Rechtsmittel zurückzuweisen und der Rechtsmittelführerin die Kosten aufzuerlegen.

Zum ersten Rechtsmittelgrund: Verstoß gegen Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94

Zum ersten Teil: Berücksichtigung des durch die angemeldete Marke hervorgerufenen Gesamteindrucks

- 20 Mit dem ersten Teil ihres ersten Rechtsmittelgrundes macht die Rechtsmittelführerin geltend, das Gericht habe im Rahmen seiner Beurteilung der Unter-

scheidungskraft der angemeldeten Marke nicht, wie es seine Pflicht gewesen wäre, den von dieser Marke hervorgerufenen Gesamteindruck geprüft, sondern es sei nach einer irrigen Methode vorgegangen, die darin bestehe, die Marke in ihre Bestandteile zu zerlegen und getrennt die Form der Flasche, das Vorhandensein der Zitronenspalte und die verwendeten Farben zu prüfen.

- 21 Das HABM erwidert, aus den Randnummern 25 und 31 bis 36 des angefochtenen Urteils gehe hervor, dass das Gericht seine Schlussfolgerung, dass die angemeldete Marke in Bezug auf die betroffenen Waren und Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft habe, aus einer Prüfung der Marke als Ganzes gezogen habe.
- 22 Wie der Gerichtshof in zahlreichen Entscheidungen festgestellt und auch das Gericht in Randnummer 25 des angefochtenen Urteils in Erinnerung gerufen hat, nimmt der Durchschnittsverbraucher eine Marke normalerweise als Ganzes wahr und achtet nicht auf die verschiedenen Einzelheiten. Um zu beurteilen, ob eine Marke Unterscheidungskraft hat, ist daher auf den von ihr hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen (vgl. u. a. Urteile vom 29. April 2004 in den Rechtssachen C-468/01 P bis C-472/01 P, Procter & Gamble/HABM, Slg. 2004, I-5141, Randnr. 44, und vom 7. Oktober 2004 in der Rechtssache C-136/02 P, Mag Instrument/HABM, Slg. 2004, I-9165, Randnr. 20).
- 23 Dies bedeutet jedoch nicht, dass die zuständige Behörde, die zu prüfen hat, ob die angemeldete Marke im Verkehr als Herkunftshinweis wahrgenommen wird, nicht zunächst die einzelnen Gestaltungselemente dieser Marke nacheinander prüfen kann. Es kann sich nämlich als zweckmäßig erweisen, dass sie bei der Gesamtbeurteilung jeden einzelnen Bestandteil der betreffenden Marke untersucht (vgl. u. a. Urteil Procter & Gamble/HABM, Randnr. 45).

- 24 Im vorliegenden Fall hat das Gericht zunächst in den Randnummern 26 bis 29 des angefochtenen Urteils nacheinander die in der angemeldeten Marke dargestellte Flasche, die Zitronenscheibe und die verwendeten Farben geprüft und ist sodann in Randnummer 30 dieses Urteils zu dem Schluss gelangt, dass diese Marke aus einer Kombination von Bestandteilen bestehe, die allesamt in Bezug auf die Waren „Biere, kohlenensäurehaltige Wässer, Fruchtsäfte“ keine Unterscheidungskraft hätten.
- 25 In Randnummer 31 des angefochtenen Urteils hat das Gericht ausgeführt, dass „die Tatsache, dass eine zusammengesetzte Marke [wie die angemeldete Marke] nur aus Bestandteilen besteht, die in Bezug auf die betroffenen Waren oder Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft haben, darauf schließen lässt, dass auch die Marke als Ganze im geschäftlichen Verkehr gewöhnlich zur Aufmachung der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen verwendet werden kann“.
- 26 Wie der Gerichtshof im Urteil vom 16. September 2004 in der Rechtssache C-329/02 P (SAT.1/HABM, Slg. 2004, I-8317, Randnr. 35) festgestellt hat, ist für die Beurteilung der Frage, ob einer zusammengesetzten Marke die Unterscheidungskraft fehlt, auf die Gesamtwahrnehmung dieser Marke durch einen Durchschnittsverbraucher abzustellen und nicht auf die Vermutung, dass Bestandteile, die isoliert betrachtet nicht unterscheidungskräftig sind, auch im Fall ihrer Kombination nicht unterscheidungskräftig werden können.
- 27 In dieser Rechtssache, in der es um die Eintragung der Wortzusammenstellung „SAT.2“ als Marke ging, hob der Gerichtshof das Urteil SAT.1/HABM (SAT.2) des

Gerichts mit der Begründung auf, dass die Ablehnung der Eintragung dieser Wortzusammenstellung auf diese Vermutung gestützt worden sei. Er hat nämlich festgestellt, dass das Gericht den durch die Wortzusammenstellung hervorgerufenen Gesamteindruck nur hilfsweise geprüft und dabei Aspekten wie dem Vorliegen eines Phantasieelements, die bei dieser Prüfung zu berücksichtigen seien, jede Relevanz abgesprochen habe (Urteil SAT.1/HABM des Gerichtshofes, Randnr. 35).

- 28 Im angefochtenen Urteil hat das Gericht nach getrennter Prüfung jedes der Bestandteile der angemeldeten Marke ebenfalls befunden, dass das Fehlen der Unterscheidungskraft zu vermuten sei. Im Gegensatz zu seiner Würdigung im Urteil SAT.1/HABM (SAT.2) hat es jedoch seine Prüfung fortgesetzt, indem es eingehend untersucht hat, ob die angemeldete Marke bei einer Gesamtbetrachtung Unterscheidungskraft hat oder nicht.
- 29 So hat das Gericht in Randnummer 32 des angefochtenen Urteils ausgeführt: „Was insbesondere die Struktur der angemeldeten Marke angeht, die dadurch gekennzeichnet ist, dass die Limettenscheibe im Hals der Flasche steckt, so sind andere Möglichkeiten, diese Bestandteile in einer einzigen dreidimensionalen Einheit zu kombinieren, schwer vorstellbar. Außerdem handelt es sich um die einzige Art und Weise, in der einem Getränk eine Limettenscheibe oder eine Limettenspalte beigegeben werden kann, wenn es direkt aus der Flasche getrunken wird. Folglich ist die Art und Weise, in der die Bestandteile der vorliegenden zusammengesetzten Marke kombiniert sind, nicht geeignet, der Marke Unterscheidungskraft zu verleihen.“
- 30 Weiter hat das Gericht in Randnummer 33 des angefochtenen Urteils befunden: „Mögliche Form- und Farbunterschiede zwischen der angemeldeten Marke und anderen Flaschen, die zur Verpackung der betreffenden Waren verwendet werden,

können dieses Ergebnis [betreffend das Fehlen der Unterscheidungskraft dieser Marke] nicht berühren. Nach ihrem Gesamtbild unterscheidet sich die angemeldete Marke nämlich nicht wesentlich von den Grundformen der Portionierung der betreffenden Waren, die im geschäftlichen Verkehr gewöhnlich verwendet werden, sondern erscheint vielmehr als eine Variante dieser Formen.“

31 In Randnummer 35 des angefochtenen Urteils ist das Gericht schließlich zu dem Ergebnis gelangt, dass „die angemeldete Marke in ihrer Wahrnehmung durch einen normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher nicht geeignet [ist], die Waren, auf die sich die Anmeldung bezieht, zu individualisieren und sie von Waren anderer betrieblicher Herkunft zu unterscheiden“.

32 Das Gericht hat folglich seine Beurteilung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke zutreffend auf den Gesamteindruck gestützt, der durch die Form und die Farbgebung der angemeldeten Marke hervorgerufen wird, wie es die in Randnummer 22 des vorliegenden Urteils angeführte Rechtsprechung verlangt.

33 Der erste Teil des ersten Rechtsmittelgrundes ist daher als unbegründet zurückzuweisen.

Zum zweiten Teil: Bejahung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke

- 34 Mit dem zweiten Teil des ersten Rechtsmittelgrundes macht die Rechtsmittelführerin geltend, aus den von der Ersten Beschwerdekammer des HABM geprüften Unterlagen gehe hervor, dass die angemeldete Marke sehr wohl geeignet sei, es den Verbrauchern zu ermöglichen, die Herkunft der mit ihr versehenen Waren zu erkennen.
- 35 Hinsichtlich der in der angemeldeten Marke dargestellten Flasche, die diejenige ist, die für die Aufmachung des Bieres CORONA verwendet wird, macht die Rechtsmittelführerin drei Argumente geltend. Erstens würden für die auf dem Gemeinschaftsmarkt vertriebenen Biere außer einigen mexikanischen Bieren, gegen deren Hersteller deswegen Gerichtsurteile ergangen seien, entweder breite Flaschen mit gedrungenem Bauch und einem Hals, der weniger als ein Drittel der Gesamthöhe ausmache, verwendet, oder diese Flaschen seien, wenn ihre Form derjenigen der dargestellten Flasche entspreche, im Allgemeinen nicht durchsichtig. Zweitens weise die Form der herkömmlich für Fruchtsäfte verwendeten Flaschen, abgesehen davon, dass sie aus Weißglas hergestellt sei, keine Ähnlichkeit mit der dargestellten Flasche auf. Drittens sei es der Durchschnittsverbraucher nicht gewohnt, dass für Limonaden 33-cl-Flaschen verwendet würden, da dieses Getränk in 1-Liter- oder 1,5-Liter-Flaschen zum Kauf angeboten werde.
- 36 Jedenfalls verliehen die mit dieser besonderen Flaschenform verbundenen zusätzlichen Elemente (Zitronenspalte sowie Farben Gelb und Grün) der angemeldeten Marke insgesamt Unterscheidungskraft. Speziell die Übung, eine Zitronenspalte in den Flaschenhals zu stecken, sei eine Besonderheit der Waren der Rechtsmittelführerin. Nur das unter der Marke SOL vertriebene Bier werde ebenfalls mit einer Zitronenspalte im Flaschenhals präsentiert; hierbei handele es sich aber offensichtlich um eine Übernahme der für die Waren der Marke CORONA bestehenden Trinktradition.

- 37 Somit sei zu dem Zeitpunkt, zu dem sie ihre Anmeldung beim HABM eingereicht habe, die Verbindung dieser besonderen Flaschenform mit der Zitronenspalte und den Farben Gelb und Grün für die Waren der Rechtsmittelführerin spezifisch. Die angemeldete Marke erlaube es mithin dem Durchschnittsverbraucher, die Herkunft der mit ihr versehenen Waren und Dienstleistungen zu erkennen.
- 38 Jedenfalls lasse sich nicht sagen, dass es durchaus üblich sei, Fruchtsäfte und Limonaden mit einer Zitronenspalte zu verzieren.
- 39 Das HABM trägt in erster Linie vor, der zweite Teil des ersten Rechtsmittelgrundes sei unzulässig.
- 40 Zum einen beschränke sich die Rechtsmittelführerin darauf, einige der bereits im ersten Rechtszug geltend gemachten Tatsachenbehauptungen zu wiederholen, ohne eine konkrete Rüge gegenüber dem angefochtenen Urteil zu erheben. Ein solcher Rechtsmittelgrund stelle aber einen Antrag dar, der auf eine bloße erneute Prüfung der beim Gericht eingereichten Klage abziele, was nach Artikel 58 der Satzung des Gerichtshofes nicht in die Zuständigkeit des Gerichtshofes falle.

- 41 Zum anderen beanstandete die Rechtsmittelführerin mit ihrem Vorbringen die Beurteilung des Sachverhalts durch das Gericht. Bei dieser gehe es jedoch, sofern nicht der Fall einer Entstellung des dem Gericht unterbreiteten Sachvortrags vorliege, nicht um eine Rechtsfrage, für deren Kontrolle der Gerichtshof im Rahmen eines Rechtsmittels zuständig wäre. Die Feststellungen des Gerichts ließen nichts erkennen, was eine Entstellung der diesem unterbreiteten Tatsachen vermuten ließe. Auch die Rechtsmittelführerin mache keineswegs geltend, dass eine Tatsachenentstellung vorliege.
- 42 Insoweit folgt aus den Artikeln 225 EG, 58 Absatz 1 der Satzung des Gerichtshofes und 112 § 1 Absatz 1 Buchstabe c seiner Verfahrensordnung, dass ein Rechtsmittel die beanstandeten Teile des Urteils, dessen Aufhebung beantragt wird, sowie die rechtlichen Argumente, die diesen Antrag speziell stützen, genau bezeichnen muss (vgl. u. a. Urteil vom 4. Juli 2000 in der Rechtssache C-352/98 P, Bergaderm und Goupil/Kommission, Slg. 2000, I-5291, Randnr. 34, und vom 23. März 2004 in der Rechtssache C-234/02 P, Médiateur/Lamberts, Slg. 2004, I-2803, Randnr. 76).
- 43 Außerdem ist das Rechtsmittel nach den Artikeln 225 EG und 58 Absatz 1 der Satzung des Gerichtshofes auf Rechtsfragen beschränkt. Daher ist allein das Gericht für die Feststellung und Beurteilung der relevanten Tatsachen sowie die Beweiswürdigung zuständig. Somit ist die Würdigung dieser Tatsachen und Beweise, sofern nicht der Fall ihrer Entstellung bzw. Verfälschung vorliegt, keine Rechtsfrage, die als solche der Kontrolle des Gerichtshofes im Rahmen eines Rechtsmittels unterliegen würde (Urteil Mag Instrument/HABM, Randnr. 39).
- 44 Im vorliegenden Fall beschränkt sich die Rechtsmittelführerin mit dem zweiten Teil des ersten Rechtsmittelgrundes auf das Vorbringen, dass das Gericht der

angemeldeten Marke zu Unrecht die Unterscheidungskraft abgesprochen habe, sie präzisiert jedoch nicht, welchen Rechtsfehler das Gericht bei der Auslegung und Anwendung von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 begangen haben soll.

45 In Wirklichkeit ersucht die Rechtsmittelführerin also den Gerichtshof, seine eigene Sachverhaltsbeurteilung an die Stelle derjenigen zu setzen, die das Gericht im Rahmen seiner Prüfung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke vorgenommen hat.

46 Da im vorliegenden Fall keine Entstellung von Tatsachen oder Verfälschung von Beweisen durch das Gericht festgestellt werden kann, ist der zweite Teil des ersten Rechtsmittelgrundes aus den in Randnummer 43 des vorliegenden Urteils genannten Gründen für unzulässig zu erklären.

Zum dritten Teil betreffend die Begründung der streitigen Entscheidung in Bezug auf die Dienstleistungen „Restaurants, Bars, Snackbars“

47 Mit dem dritten Teil des ersten Rechtsmittelgrundes macht die Rechtsmittelführerin geltend, die Erste Beschwerdekammer des HABM führe keinerlei Gründe dafür an, warum die angemeldete Marke ungeeignet sein solle, die von ihr erbrachten Dienstleistungen „Restaurants, Bars und Snackbars“ von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

48 Das HABM entgegnet, Randnummer 36 des angefochtenen Urteils führe, was die Ablehnung der Eintragung der angemeldeten Marke angehe, rechtlich hinreichend die Gründe für die Würdigung des Gerichts an.

- 49 Wie in Randnummer 42 des vorliegenden Urteils in Erinnerung gerufen worden ist, muss nach den Artikeln 225 EG, 58 Absatz 1 der Satzung des Gerichtshofes und 112 § 1 Absatz 1 Buchstabe c seiner Verfahrensordnung ein Rechtsmittel die beanstandeten Teile des Urteils, dessen Aufhebung beantragt wird, sowie die rechtlichen Argumente, die diesen Antrag speziell stützen, genau bezeichnen.
- 50 Ein Rechtsmittel, das lediglich die bereits vor dem Gericht geltend gemachten Klagegründe und Argumente wiederholt und nicht einmal Ausführungen enthält, die speziell darauf gerichtet sind, den Rechtsfehler herauszuarbeiten, mit dem das angefochtene Urteil behaftet sein soll, genügt diesem Erfordernis nicht. Ein solches Rechtsmittel zielt nämlich in Wirklichkeit nur auf eine erneute Prüfung der beim Gericht eingereichten Klage ab, was nicht in die Zuständigkeit des Gerichtshofes fällt (vgl. u. a. Urteile Bergaderm und Goupil/Kommission, Randnr. 35, und Médiateur/Lamberts, Randnr. 77).
- 51 Im vorliegenden Fall beschränkt sich die Klägerin darauf, das bereits im ersten Rechtszug geltend gemachte Vorbringen zum angeblichen Begründungsmangel der streitigen Entscheidung zu wiederholen, ohne anzugeben, welchen Rechtsfehler das Gericht im angefochtenen Urteil begangen haben soll.
- 52 Mithin ist der dritte Teil des ersten Rechtsmittelgrundes als unzulässig zurückzuweisen; damit ist dieser Rechtsmittelgrund insgesamt zurückzuweisen.

Zum zweiten Rechtsmittelgrund: Verstoß gegen Artikel 7 Absatz 3 der Verordnung Nr. 40/94

- 53 Die Rechtsmittelführerin macht geltend, wie die im Verfahren vorgelegten Unterlagen zeigten, sei die angemeldete Marke in großem Umfang ernsthaft, beständig und fortgesetzt beworben worden, so dass sie vom Publikum unschwer mit dem Unternehmen der Rechtsmittelführerin gedanklich in Verbindung gebracht werde.
- 54 Das HABM beantragt zunächst, bestimmte der Rechtsmittelschrift als Anlage beigefügte Unterlagen für unzulässig zu erklären, weil diese weder der Beschwerdekammer des HABM noch dem Gericht vorgelegt worden seien.
- 55 Weiter trägt es vor, die Rechtsmittelführerin fasse lediglich ihren Sachvortrag vor dem Gericht zusammen, ohne sich auf einen vom Gericht im angefochtenen Urteil begangenen Rechtsfehler zu berufen, so dass dieser Rechtsmittelgrund nicht in die Zuständigkeit des Gerichtshofes falle.
- 56 Dazu ist festzustellen, dass die Behauptung der Rechtsmittelführerin, aus den im Verfahren vorgelegten Unterlagen gehe hervor, dass die angemeldete Marke infolge

ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt habe, in Wirklichkeit darauf abzielt, den Gerichtshof zu veranlassen, seine eigene Sachverhaltsbeurteilung an die Stelle derjenigen zu setzen, die das Gericht in den Randnummern 48 bis 54 des angefochtenen Urteils vorgenommen hat.

- 57 Da im Rahmen des vorliegenden Rechtsmittelgrundes nicht behauptet worden ist, dass das Gericht die ihm unterbreiteten Tatsachen entstellt oder die ihm vorgelegten Beweise verfälscht habe, ist dieser Rechtsmittelgrund aus den in Randnummer 43 des vorliegenden Urteils angeführten Gründen für unzulässig zu erklären, ohne dass es erforderlich ist, den Antrag des HABM zu prüfen, bestimmte der Rechtsmittelschrift als Anlage beigefügte Unterlagen unberücksichtigt zu lassen, weil sie weder der Ersten Beschwerdekammer des HABM noch dem Gericht vorgelegt worden seien.

- 58 Mithin ist das Rechtsmittel insgesamt zurückzuweisen.

Kosten

- 59 Nach Artikel 69 § 2 der Verfahrensordnung, der gemäß Artikel 118 der Verfahrensordnung auf das Rechtsmittelverfahren entsprechend anwendbar ist, ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen. Da das HABM die Verurteilung der Rechtsmittelführerin beantragt hat und diese mit ihrem Vorbringen unterlegen ist, sind ihr die Kosten aufzuerlegen.

Aus diesen Gründen hat der Gerichtshof (Erste Kammer) für Recht erkannt und entschieden:

- 1. Das Rechtsmittel wird zurückgewiesen.**

- 2. Die Eurocermex SA trägt die Kosten des Verfahrens.**

Unterschriften.