

ESIMESE ASTME KOHTU OTSUS (viies koda)

7. juuni 2005 *

Kohtuasjas T-316/03,

Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft AG, asukoht München (Saksamaa),
esindajad: advokaat G. Württenberger ja advokaat R. Kunze,

hageja,

versus

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused),
esindajad: D. Schennen ja G. Schneider,

kostja,

* Kohtumenetluse keel: saksa.

mille esemeks on hagi Siseturu Ühtlustamise Ameti neljanda apellatsioonikoja 26. juuni 2003. aasta otsuse (asi R 337/2002-4) peale, seoses sõnamärgi MünchenFinancialServices ühenduse kaubamärgina registreerimise taotlusega,

EUROOPA ÜHENDUSTE ESIMESE ASTME KOHUS (viies koda),

koosseisus: koja esimees M. Vilaras, kohtunikud M. E. Martins Ribeiro ja K. Jürimäe,

kohtusekretär: ametnik C. Kristensen,

arvestades 12. septembril 2003 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud hagiavaldust,

arvestades 19. jaanuaril 2004 Esimese Astme Kohtu kantseleisse saabunud kostja vastust,

arvestades 13. jaanuari 2005. aasta kohtuistungil esitatut,

on teinud järgmise

otsuse

Vaidluse taust

- 1 Hageja esitas 15. juunil 2000 Siseturu Ühtlustamise Ametile (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet“) nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT erivaljaanne 17/01, lk 146) (muudetud kujul) alusel ühenduse kaubamärgitaotluse.
- 2 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on sõnamärk MunichFinancialServices.
- 3 Teenused, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassi 36. Kõnealused teenused vastavad järgmisele kirjeldusele: „finantsteenused“.
- 4 Kontrollija jättis 18. detsembri 2002. aasta otsusega taotluse rahuldamata, põhjendusel et taotletav kaubamärk oli asjaomaseid teenuseid kirjeldav ja sel puudus eristusvõime määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktide b ja c tähenduses.

- 5 Hageja esitas 18. aprillil 2002 ühtlustamisametile määruse nr 40/94 artikli 59 alusel kaebuse kontrollija otsuse peale.
- 6 Neljas apellatsioonikoda jättis 26. juuni 2003. aasta otsusega (edaspidi „vaidlustatud otsus“), mis tehti hagejale teatavaks 14. juulil 2003, kaebuse rahuldamata, põhjendusel et taotletav kaubamärk on kirjeldav määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses.

Poolte nõuded

- 7 Hageja palub Esimese Astme Kohtul:
- tühistada vaidlustatud otsus;
 - jätta kohtukulud ühtlustamisameti kanda.
- 8 Ühtlustamisamet palub Esimese Astme Kohtul:
- jätta hagi rahuldamata;
 - jätta kohtukulud kostja kanda.

Õiguslik käsitus

- 9 Hageja esitab üheainsa õigusliku aluse, mis põhineb määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c rikkumisel.

Poolte argumendid

- 10 Esiteks väidab hageja, et piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelikul ja arukal tarbijal ei ole ilma täiendava analüüsimiseta võimalik mõista taotletavat kaubamärki moodustava sõnamärgi tähenduslikku sisu, seega ei saa järeldada, nagu poleks kaubamärgil kaitstavat iseloomu.
- 11 Seoses sellega rõhutab hageja, et sõnamärk MunichFinancialServices ei kirjelda kaubamärgitaotluses ettenähtud teenuseid, kuna märgi moodustavate erinevate sõnade kombinatsioonil on talle iseloomulik olemus, mis ei ole tavapärane. Tavapäratu olemus tuleneb sellest, et vaidlusalust sõnamärki ei ole moodustatud inglise keele grammatika reeglite alusel. Muu hulgas jääb tarbijale täiesti ebaselgeks, milline on vaidlusaluses sõnamärgis kohamääruse „Munich”(München) ja väljendi „FinancialServices” suhe.
- 12 Tõendamaks, et vaidlusalune sõnaline tähis ei ole määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktiga c hõlmatud, viitab hageja teiseks kohtujurist Jacobs’i 23. oktoobri 2003. aasta kohtuotsuse C-191/01 P: Siseturu Ühtlustamise Amet v. Wrigley (EKL 2003, lk I-12447, I-12449) ettepaneku punktides 61–64 esitatud analüüsimetodile.

- 13 Sellega seoses tuleb hageja meelde, et kohtujurist Jacobs'i arvates tuleb kaubamärgi kirjeldava iseloomu hindamiseks esiteks anda hinnang sellele, kuidas sõna seondub kauba või teenusega või selle mõne omadusega, teiseks sellele, kuidas seda sõna tajutakse ja kolmandaks kaubamärgi omaduste tähtsusele seoses kauba või teenusega eriti tarbija seisukohalt.
- 14 Esiteks väidab hageja, et mis puutub viisi, kuidas sõna seondub kauba või teenusega või selle mõne omadusega, siis ei saa sõnalise tähise MunichFinancialServices moodustavate sõnade kombinatsiooni põhjal järeldada ühemõttelist seost asjaomaste teenustega, kuna keeleliste vigade tõttu ei ole see grammatiliselt tavapärane ja on seetõttu mitmetähenduslik. Nii ei saa asjaomane avalikkus taotletava kaubamärgi sisu mitmetähenduslikkuse tõttu ilma täiendava tõlgendamiseta tajuda selle väidetavat kirjeldavat iseloomu, mille olemasolu apellatsioonikoda on tunnistanud.
- 15 Mis puutub viisi, kuidas sõna tajutakse, siis hageja arvates sõna grammatiliselt tavapäratu kombinatsiooni tõttu ei tulene sellest iseenesest ja vahetult taotletud kaubamärgi väidetavat kirjeldavat iseloomu.
- 16 Lõpuks, seoses sellega, milline tähtsus on kaubamärgi omadustel seoses kauba või teenusega eriti tarbija seisukohast, on hageja arvamusel, et asjaomased potentsiaalsed kliendid ei pööra kindlasti olulist tähelepanu sellele, kas pakutavad finantsteenused pärinevad just Münchenis asuvalt teenuste osutajalt, kuna finantsteenuste valdkonnas ei ole teenuste osutaja asukohal mingit tähtsust.

- 17 Viidates eespool mainitud kohtujurist Jacobs'i ettepaneku punktile 30 kohtuasjas Siseturu Ühtlustamise Amet v. Wrigley, märgib hageja, et vajadus jätta kirjeldavad terminid vastavalt määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktile c võimalikult vabalt kasutatavateks on olemas vaid siis, kui konkurentidel on mõistlikult selge ja tõenäoline vajadus kasutada just seda sõna oma kaupade või teenuste teatavate omaduste kirjeldamiseks. Hageja sõnul käesoleval juhul see vajadus puudub, kuna konkurentidele on jätud kasutada grammatiliselt korrektsed väljendid (nt „financial services coming from Munich” või „financial services being offered from Munich”), mis seega on tõesti selge kirjeldava tähendusliku sisuga iseloomuga kombinatsioonid. Ülejäänud osas viitab hageja üldiselt argumentidele, mille ta esitas ühtlustamisameti menetluses.
- 18 Ühtlustamisamet vaidleb kõigile hageja esitatud argumentidele vastu. Ühtlustamisameti arvates on apellatsioonikoda hageja esitatud kaubamärgi registreerimise taotluse põhjendatult tagasi lükanud, kuna kõnealusel kaubamärgil on puhtalt kirjeldav iseloom.
- 19 Ühtlustamisamet täpsustab, et tarbija ei taju sõnalist tähist „MunichFinancialServices” viitena kindlale äriühingule, vaid pigem puhtalt kirjeldavana määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses.
- 20 Esiteks tähistab osa „FinancialServices” otseselt teenuseid, mille jaoks registreerimist taotleti.
- 21 Teiseks väidab ühtlustamisamet osaga „Munich” seoses, et arvestades finantsteenuseid üldiselt, kuid samuti eriti seoses pankade ja kindlustusega, kasutatakse kohatähist tavapärastelt ja seda mõistetakse viitena kõnealuseid teenuseid osutava äriühingu asukohale.

- 22 Samuti rõhutab ühtlustamisamet, et München on laialt tuntud finantskeskus.

Esimese Astme Kohtu hinnang

- 23 Kõigepealt tuleb märkida, et mis puutub üldisesse viitese argumentidele, mis sisaldasid ühtlustamisameti haldusmenetluse raames esitatud dokumentides, siis ei vasta hagi Esimese Astme Kohtu kodukorra artikli 44 lõike 1 punktile c ja seega ei pea nende argumentidega arvestama (vt selle kohta Esimese Astme Kohtu 7. novembri 1997. aasta otsus kohtuasjas T-84/96: Cipeke v. komisjon, EKL 1997, lk II-2081, punkt 33 ja 31. märtsi 2004. aasta otsus kohtuasjas T-20/02: Interquell v. Siseturu Ühtlustamise Amet — SCA Nutrition (HAPPY DOG), EKL 2004, lk II-1001, punkt 20).
- 24 Määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaselt ei registreerita kaubamärke, „mis koosnevad ainult sellistest märkidest või tähistest, mis tähistavad kaubanduses sorti, kvaliteeti, kvantiteeti, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu või kaupade tootmise või teenuste pakkumise aega või muid kauba või teenuse omadusi”. Lisaks kohaldatakse selle määruse artikli 7 lõike 2 kohaselt, „[l]õiget 1 [...] olenemata sellest, et registreerimata jätmise põhjused on ainult teatavas ühenduse osas”.
- 25 Kohtupraktikast tulenevalt välistab määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkt c seal viidatud märkide või tähiste reserveerimise ühele konkreetsele äriühingule nende märkide või tähiste kaubamärgina registreerimise kaudu. Seega on sellel sättel üldist huvi teeniv eesmärk, mille kohaselt selliseid märke või tähiseid võivad kõik vabalt kasutada (vt Esimese Astme Kohtu 27. veebruari 2002. aasta otsus kohtuasjas T-219/00: Ellos v. Siseturu Ühtlustamise Amet (ELLOS), EKL 2002, lk II-753, punkt 27 ja viidatud kohtupraktika ning 27. novembri 2003. aasta otsus kohtuasjas T-348/02: Quick v. Siseturu Ühtlustamise Amet (Quick), EKL 2003, lk II-5071, punkt 27).

- 26 Lisaks on määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis c viidatud märgid või tähised sellised, mida võib tarbija seisukohast vaadatuna tavakasutuses kasutada tähistamiseks, kas otse või ühte olulist omadust mainides, kaupa või teenust, mille jaoks registreerimist taotletakse (Euroopa Kohtu 20. septembri 2001. aasta otsus kohtuasjas C-383/99 P: Procter & Gamble v. Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2001, lk I-6251, punkt 39). Järelikult tuleb märgi kirjeldavat iseloomu hinnata ühest küljest üksnes seoses sellega, kuidas asjaomane avalikkus seda tajub ja teisest küljest asjaomaste kaupade ja teenustega seoses (Esimese Astme Kohtu 27. veebruari 2002. aasta otsus kohtuasjas T-34/00: Eurocool Logistik v. Siseturu Ühtlustamise Amet (EUROCOOL), EKL 2002, lk II-683, punkt 38).
- 27 Käesoleval juhul on kaubamärgitaotluses viidatud teenused finantsteenused, mida täiendavalt täpsustatud ei ole. Kuigi taotletav kaubamärk koosneb ingliskeelsetest sõnadest, tähistab selle kaubamärgi esimese osa moodustav linna nimi („Munich”) linna Saksamaal. Ülejäänud kõnealuse kaubamärgi moodustavad sõnad — „financial” ja „services” — on väga tavalised ingliskeelsed sõnad, mis samasuguses kirjaviisis esinevad paljudes teistes ühenduse keeltes. Sellistel asjaoludel tuleb tõdeda, et asjaomane avalikkus koosneb nii ühenduse inglise keelt emakeelena kasutavatest keskmistest tarbijatest, kui ka ühenduse teiste keelepiirkondade keskmistest tarbijatest — eelkõige Saksa tarbijatest — kellel on vähemalt algteadmised inglise keelest.
- 28 Seega tuleb määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis c ettenähtud absoluutse keeldumispõhjuse kohaldamisel uurida, kas asjaomase avalikkuse seisukohalt on sõnamärgi MunichFinancialServices ja nende teenuste, mille jaoks esitatud registreerimistaotlus rahuldamata jäeti, st Nizza kokkuleppe klassi 36 kuuluvad finantsteenused, vahel otsene ja konkreetne seos.
- 29 Tuleb märkida, et asjaomane avalikkus mõistab raskusteta taotletava kaubamärgi põhiosa „FinancialServices” kaubamärgitaotluses ette nähtud finantsteenuste täieliku ingliskeelse kirjeldusena.

- 30 Taotletava kaubamärgi igakülgse hindamise raames tuleb siiski uurida, kas osa „FinancialServices” puhtalt kirjeldava iseloomu välistab esiteks sellele sõna „Munich” lisamine, teiseks väidetav grammatiliselt vale üleschitus ja kolmandaks, ebaharilik kirjaviis.
- 31 Esiteks, seoses sõnamärgis ingliskeelse linna nime „Munich” kasutamisega, on Esimese Astme Kohus seisukohal, et see ei takista asjaomast avalikkust kohe, ilma täiendava arutlemiseta, mõistmast, et tegemist on konkreetse Saksamaa linnaga.
- 32 Kohtupraktika kohaselt on seoses märkide ja tähistega, mida võidakse kasutada nende kaubaliikide, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotletakse, geograafilise päritolu tähistamiseks, eriti seoses geograafiliste nimedega, olemas üldine huvi säilitada need vabalt kasutatavatena (Euroopa Kohtu 4. mai 1999. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-108/97 ja C-109/97: Windsurfing Chiemsee, EKL 1999, lk I-2779, punkt 26 ja Esimese Astme Kohtu 15. oktoobri 2003. aasta otsus kohtuasjas T-295/01: Nordmilch v. Siseturu Ühtlustamise Amet (OLDENBURGER), EKL 2003, lk II-4365, punkt 30). Sama kohtupraktika on kohaldatav ka teenustele.
- 33 Eriti asjakohane on see finantsteenuste valdkonnas, kus kohanime kasutatakse tavapäraselt ja seda mõistetakse kui viidet kõnealust teenust osutava äriühingu asukohale ja seega kohale, kust neid teenuseid põhimõtteliselt osutatakse. Selle geograafilise tähise muudel võimalikel tähendustel ei ole tähtsust, kuna kohtupraktika kohaselt piisab, kui kasvõi üks kõnealuse märgi võimalikest tähendustest tähistab asjaomase kauba või teenuse omadust (vt eespool viidatud kohtuotsus Siseturu Ühtlustamise Amet v. Wrigley, punkt 32).
- 34 Käesoleval juhul tuleb tõdeda, et Münchени linn on laialt tuntud tähtsa finantskeskusena ja asjaomane avalikkus teda selleks ka peab. Selline tõdemus

esines nii ühtlustamisameti kontrollija 18. veebruari 2002. aasta otsuses kui ka ühtlustamisameti kostja vastuses. Kui hagejal paluti kohtuistungil esitada selles asjas oma seisukoht, ei vaielnud ta vastu Müncheni linna olulisele rollile finantsteenuste valdkonnas.

- 35 Sellest tulenevalt on apellatsioonikoda täiesti põhjendatult leidnud, et linna nime „Munich”, millele järgneb väljend „FinancialServices”, mõistab avalikkus eelkõige teenuste päritolu koha või koha, kus neid pakutakse, geograafilise tähisena. Seega ei nõrgenda väljendile „FinancialServices” sõna „Munich” lisamine sellele väljendile omast kirjeldavat iseloomu. Vastupidi, see tugevdab kirjeldavat iseloomu kõnealusel linnal finantsteenuste valdkonnas oleva otsustava rolli tõttu.
- 36 Teiseks tuleb seoses asjaomase sõnamärgi väidetava grammatiliselt vale ülesehitusega märkida, et isegi kui see asjaolu oleks tuvastatud, ei muuda see vaidlusalusele märgile eespool antud hinnangut (vt selle kohta Esimese Astme Kohtu 12. jaanuari 2000. aasta otsus kohtuasjas T-19/99: DKV v. Siseturu Ühtlustamise Amet (COMPANYLINE), EKL 2000, lk II-1, punkt 26 ja 26. oktoobri 2000. aasta otsus kohtuasjas T-360/99: Community Concepts v. Siseturu Ühtlustamise Amet (Investorworld), EKL 2000, lk II-3545, punkt 23).
- 37 Kolmandaks tuleb väite kohta, et vaidlusaluse märgi kirjaviis on ühest küljest ebaharilik seetõttu, et sõnad on asetatud sõnavahedeta üksteise kõrvale ja teisest küljest seetõttu, et iga järgnev sõna algab suurtähega, tõdeda, et see ei kujuta endast sellist omapärast elementi, mis muudaks märgi tervikuna sobivaks ühe äriühingu kaupade eristamiseks teise äriühingu kaupadest (vt selle kohta Esimese Astme Kohtu 31. jaanuari 2001. aasta otsus kohtuasjas T-331/99: Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld v. Siseturu Ühtlustamise Amet (Giroform), EKL 2001, lk II-433, punkt 25). Lisaks kõrvaldab sõnade sõnavahedeta järjestamise võimaliku mõju asjaolu, et vaidlusaluse sõnamärgi moodustavad kolm sõna algavad suurtähega. Seega on apellatsioonikoda

põhjendatult otsustanud, et asjaomane avalikkus loeb, kuuleb ja mõistab sõnamärki MunichFinancialServices järgmiselt: „Munich Financial Services” (vaidlustatud otsuse punkt 9).

- 38 Kokkuvõttes ei ole kuidagi võimalik kinnitada, et väljendile „FinancialServices” sõna „Munich” lisamine annab sõnamärgile MunichFinancialServices teatava täiendava elemendi, mille tõttu sellel sõnamärgil ei ole enam Münchenist osutatavate finantsteenustega seoses puhtalt kirjeldavat iseloomu (vt selle kohta Esimese Astme Kohtu 7. juuni 2001. aasta otsus kohtuasjas T-359/99: DKV v. Siseturu Ühtlustamise Amet (EuroHealth), EKL 2001, lk II-1645, punkt 26).
- 39 Eespool toodud kaalutlustest tuleneb, et asjaomane avalikkus saab kohe, ilma täiendava arutlemiseta, kindlaks teha konkreetse ja otsese seose Münchenist osutatavate finantsteenustega, mis kuuluvad kaubamärgitaotluses viidatud liiki „finantsteenused”.
- 40 Seda hinnangut ei lükka ümber hageja väide, et vajadus jätta kirjeldavad sõnad määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaselt vabalt kasutatavateks on olemas vaid siis, kui konkurentidel on mõistlikult selge ja tõenäoline vajadus kasutada just seda sõna oma kaupade või teenuste teatavate omaduste kirjeldamiseks.
- 41 Esimese Astme Kohus tuletab sellega seoses meelde, et selleks, et ühtlustamisamet saaks määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punkti c alusel jätta kaubamärgi registreerimistaotluse rahuldamata, ei ole nõutav, et selles artiklis ette nähtud kaubamärgi moodustavaid märke ja tähiseid registreerimistaotluse esitamise ajal selliste kaupade ja teenuste, mille kohta taotlus on esitatud, kirjeldamiseks või nende kaupade ja teenuste omaduste kirjeldamiseks tegelikult kasutataks. Nagu kõnealuse sätte sõnastusest nähtub, piisab, kui neid märke või tähiseid on võimalik selleks

kasutada. Seega tuleb kõnealust sätet kohaldades keelduda sõnamärgi registreerimisest, kui vähemalt üks selle võimalikest tähendustest on selline, et see tähistab asjaomaste kaupade või teenuste omadust (eespool viidatud kohtuotsus Siseturu Ühtlustamise Amet v. Wrigley, punkt 32).

- 42 Käesoleval juhul võivad ilma igasuguse kahtluseta vaidlusalust sõnamärki kasutada teised finantssektori ettevõtjad, kes soovivad näidata, et nende teenuseid osutatakse Münchenist, mis on, nagu eespool osutatud, üks tähtsaimatest Saksamaa finantskeskustest. Selles suhtes tuleb tähele panna, et teenuse osutamise geograafiline päritolu on omadus, mis on määruse nr 40/94 artikli 7 lõike 1 punktis c otseselt loetletud. Seega tuleb hageja argumendid kõrvale jätta.
- 43 Seega on appellatsioonikoda põhjendatult otsustanud, et sõnamärk MunichFinancialServices kirjeldab asjaomaseid finantsteenuseid.
- 44 Seetõttu tuleb hageja üksainus õiguslik alus põhjendamatus tõttu tagasi lükata ja jätta hagi tervikuna rahuldamata.

Kohtukulud

- 45 Kodukorra artikli 87 lõike 2 alusel on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna kohtuotsus on tehtud hageja kahjuks, mõistetakse kostja kohtukulud vastavalt kostja nõudele hagejalt välja.

Esitatud põhjendustest lähtudes

ESIMESE ASTME KOHUS (viies koda)

otsustab:

- 1. Jätta hagi rahuldamata.**
- 2. Mõista kohtukulud välja hagejalt.**

Vilaras

Martins Ribeiro

Jürimäe

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 7. juunil 2005 Luxembourgis.

Kohtusekretär

H. Jung

Koja esimees

M. Vilaras