

Kohtuasi C-183/21 P

Eelotsusetaotluse kokkuvõte Euroopa Kohtu kodukorra artikli 98 lõike 1 alusel

Saabumise kuupäev:

23. märts 2021

Eelotsusetaotluse esitanud kohus:

Landgericht Saarbrücken (Saarbrückeni esimese astme kohus, Saksamaa)

Eelotsusetaotluse kuupäev:

4. märts 2021

Hageja:

Maxis Group GmbH & Co. KG

Kostja:

Globus Holding GmbH & Co. KG

Põhikohtuasja ese

Kaubamärgidirektiiv – Selgitamis- ja tõendamiskoormis

Eelotsusetaotluse ese ja õiguslik alus

Liidu õiguse tõlgendamine, ELTL artikkel 267

Eelotsuse küsimus

Kas liidu õigust tuleb osas, mis puudutab kaubamärgidirektiivi (kaubamärgidirektiive), see tähendab

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT 2008, L 299, lk 95), eelkõige selle artiklit 12, ja

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta direktiivi (EL) 2015/2436 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT 2008, L 336, lk 1), eelkõige selle artikleid 16, 17 ja 19,

tõlgendada nii, et nende normide soovitatav toime keelab riigisisesele menetlusõigusele antava tõlgenduse,

1) mis paneb tsiviilmenetluses, mille ese on riigisisese registreeritud kaubamärgi registrist kustutamine tulenevalt selle kasutamata jätmisest, hagejale selgitamiskoormise, mis erineb tõendamiskoormisest, ja

2) mis paneb selgitamiskoormise raames hagejale kohustuse

a. sellises menetluses esitada üksikasjalikke väiteid – kuivõrd tal on see võimalik –, et kostja ei ole kaubamärki kasutanud, ja

b. teha kaubamärgi registrist kustutamise taotluse ja asjaomase kaubamärgi eristatavuse seisukohast asjakohane turuuuring?

Viidatud liidu õigusnormid

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta direktiiv (EL) 2015/2436 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (edaspidi „kaubamärgidirektiiv“), eelkõige artiklid 16, 17, 19, 44 ja 46

Viidatud riigisisesed õigusnormid

Tsiviilkohtumenetluse seadustik (Zivilprozessordnung), eelkõige § 178

Kohtuasja asjaolude ja menetluse lühikokkuvõte

- 1 Hageja taotleb kostja kahe Saksa kaubamärgi registrist kustutamist, tuginedes nende kasutamata jätmisele. Hageja turustab spordiriistu ja -varustust, massaažilaudu, massaažitoole ja grille. Tema nimele on registreeritud Saksa kaubamärk 302017108053 „MAXXUS“ ja ELi kaubamärk 17673641 „MAXXUS“.
- 2 Kostja on Globuse kontserni (asukoht St. Wendel) emaettevõtja. Kontserni kuuluvad erinevad äriühingud, kes käitavad kogu Saksamaa Liitvabariigis 46 suurt hüpermarketit, kus müüakse toidu- ja tööstuskaupu, ning jookide, ehituskaupade, elektroonika ja muude kaupade müügile spetsialiseerunud kauplusi. Kostja lubab kontserni kuuluvatel äriühingutel kasutada tema nimele registreeritud kaubamärke. Arvestatav e-kaubanduse käive on kontsernil äärmisel juhul elektri- ja ehituskaupade sektoris.

- 3 Kostja nimele on alates 1996. aasta juulist kaubamärgiregistris registreeritud Saksa sõnamärk 395 35 217 „MAXUS“ paljude kaupade jaoks, mis kuuluvad klassidesse 33, 1–9, 11–32 ja 34. Kaubamärgi kaitseõiguste tähtaeg lõppes 30. oktoobril 2005. Lisaks on kostja nimele 1996. aasta mais registreeritud klassidesse 20, 1–9, 11–19 ja 21–34 kuuluvate kaupade jaoks allpool kujutatud Saksa sõna- ja kujutismärk, millel on tekst „MAXUS“ ja gloobuse kujutis.



- 4 Hageja kaubamärkide „MAXXUS“ registreerimismenetluses esitas kostja kõigepealt vastulause. 2. mail 2018 esitas kostja vastulause hageja ELi kaubamärgi 17673641 „MAXXUS“ peale. Vastulause puudutas muu hulgas sõnamärki 395 35 217 „MAXUS“. Hageja esitas vastulausele vastuväite, et kostja ei ole kasutanud kaubamärki „MAXUS“ viisil, mis tagab kaubamärgist tulenevate õiguste säilimise. Kostja võttis 5. augustil 2019 vastulause tagasi. Samuti sõnamärgile „MAXUS“ tuginedes esitas kostja 12. veebruaril 2018 vastulause hageja Saksa kaubamärgi „MAXUS“ peale. Kostja võttis ka selle vastulause tagasi.
- 5 Hageja esitas 29. juulil 2019 Saksamaa patendi- ja kaubamärgiametile (Deutsches Patent- und Markenamt) taotluse kustutada registrist mõlemad vaidlusalused kaubamärgid. Kostja vaidles registrist kustutamisele vastu 26. augusti 2019. aasta kirjades.
- 6 Kostja on vähemasti sõnamärki „MAXUS“ kasutanud erinevate teiste ettevõtjate jaoks valmistatud toodete jaoks nn valge sildina (*white label*) ja valinud seejuures järgmise kuju:



- 7 Vaidluse all on kõnealuse kasutamise ulatus ja kasutamise viimane kuupäev. Hageja väidab, et kostja ei ole tema nimele registreeritud kaubamärke viimase viie aasta jooksul kasutanud viisil, mis tagab kaubamärgist tulenevate õiguste säilimise.
- 8 Kui hageja otsis märksõna „MAXUS“ *Google*'i otsingus, ei kuvatud ühtegi viidet sellele, et vaidlusaluseid kaubamärke oleks kasutatud viisil, mis tagab vaidlusaluste kaubamärkidega seotud õiguste säilimise. Kostja kontserni

veebisaidil www.globus.de on rubriik „Eigenmarken“ (Oma kaubamärgid). Seal on loetletud järgmised nimetused: „korrekt“, „Globus“, „Globus Gold“, „naturell“ ja „Jeden Tag“. Vaidlusaluseid kaubamärke ei ole seal mainitud. Kui sisestada rubriigis „Valik/Tootekataloog“ nimetus „MAXUS“ saidisisesesse otsingusse, kuvatakse kaheksa vastet, millest kaks ei ole asjakohased ja kuus käivad puhastuslappide kohta. Kumbagi vaidlusalust kaubamärki ei ole aga puhastuslappidel ega nende pakenditel kasutatud. Üksnes pakkumise tekstis esineb sõna „MAXUS“. Kui sisestada veebilehel www.globus.de saidisisesesse otsingusse nimetus „MAXUS“, kuvatakse kaks vastet. Mõlemad viitavad kauplusele „MAXUS Getränkemarkt“, mida käitab Maxus GC Freilassing GmbH & Co. KG. Kostja veebisaidi andmetel ei kasuta see äriühing nimetust „MAXUS“ siiski mitte kaubamärgina omaenda jookide jaoks, vaid üksnes ärinimena või kaubamärgina jookidega kauplemise jaoks. Üks detektiivbüroo tegi kindlaks, et Freilassingis asuvas alkoholipoes ei müüdnud vaidlusaluste nimetuste all ühtegi kostja oma kaubamärgi all turustatavat toodet.

- 9 Hageja väidab, et kostja ei ole tema nimele registreeritud kaubamärke kasutanud viimase viie aasta jooksul viisil, mis tagab kaubamärgiga seotud õiguste säilimise. Kostjal lasub selgitamis- ja tõendamiskoormis. See nähtub ka kaubamärgidirektiivi praegu kehtivast redaktsioonist.
- 10 Hageja palub kohustada kostjat esiteks nõustuma sellega, et registrist kustutatakse Saksamaa patendi- ja kaubamärgiametis numbriga 395 35 217 all tema nimele registreeritud sõnamärk „MAXUS“ seoses kõigi kaupadega, ning teiseks nõustuma sellega, et registrist kustutatakse Saksa patendi- ja kaubamärgiametis numbriga 395 35 216 all tema nimele registreeritud sõna- ja kujutismärk „MAXUS“ seoses kõigi kaupadega.
- 11 Kostja palub jätta hagi rahuldamata. Ta kinnitab, et on kasutanud kaubamärke viisil, mis tagab kaubamärgiga seotud õiguste säilimise, ja leiab, et hageja esitatud väited ei ole piisavad, et põhjendada teisest selgitamiskoormist.
- 12 Kaubamärki „MAXUS“ kasutatakse kostja nõusolekul Globuse kontserni kuuluvates hüpermarketites selleks, et tähistada järgmisi põhivalikus olevaid kaubagruppe: lemmikloomatarbed, majapidamiskaubad, kirjatarbed, mänguasjad, sporditarbed, autotarvikud, tekstiilitooted. Selliseid kaubamärgiga kaupu turustati viimast viit aastat hõlmava asjakohase perioodi jooksul kuni käesoleva menetluse algatamiseni ning kuni praeguse ajani kostja nõusolekul Globuse kontsernile kuuluvates hüpermarketites Saksamaal ning ka ekspordikaupadena. Lisaks kasutatakse kaubamärki ajutiselt teatud kampaaniate puhul, näiteks jalgpalliürituste fännitoodetel.
- 13 Kostja esitab näitlikud pakendinäidised ja riulitest tehtud fotod, mille eesmärk on näitlikustada sõnamärgi „MAXUS“ kasutamist viimase viie aasta jooksul. Peale selle esitab ta väljavõtted laovarude haldamise süsteemist ning nimekirja oma kaubamärkide all turustatavatest toodetest. Lisaks kinnitab ta vastulausemenetluses esitatud väiteid ja esitab selle kohta dokumendid, millega on

üksikasjalikele andmetele ja muudele tõenditele tuginedes tõendatud kaubamärgi kasutamist.

- 14 Lisaks märgib ta, et asjakohaste jõupingutuste korral võib ta esitada kasutamise kohta lisatõendeid. Need pingutused on aga märkimisväärsed.

Asjakohased õigusnormid / kohtupraktika

- 15 Eelotsusetaotluse esitanud kohus viitab uue kaubamärgidirektiivi põhjendustele 31, 32 ja 42 ning artiklitele 16, 17, 19, 44 ja 46; neid õigusnorme ei ole käesoleva menetluse eseme osas muudetud.
- 16 Euroopa Kohtu praktika kohaselt lasub taotluse korral kustutada registrist kaubamärk selle kasutamata jätmise tõttu *tõendamiskoormis* kaubamärgi omanikul. ELi kaubamärkide puhul viitab eelotsusetaotluse esitanud kohus sellega seoses kohtuotsuse Centrotherm (C-610/11 P) punktidele 52–64. Varasemat kaubamärgidirektiivi käsitlevat kohtupraktikat on kohaldatud ka riigisiseste kaubamärkide suhtes, nagu nähtub liidetud kohtuasjades C-217/13 ja C-218/13 (Oberbank AG jt) tehtud otsuse punktidest 62–74. Lõpuks leidis Euroopa Kohus, nagu nähtub liidetud kohtuasjades C-720/18 ja C-721/18 (Ferrari SpA) tehtud otsuse punktidest 73–82, et ka käesoleva kohtuasjaga samases tsiviilõiguslikus kehtetuks tunnistamise menetluses lasub tõendamiskoormis kaubamärgi omanikul.
- 17 Saksa õiguse, nimelt kaubamärkide ja muude eristavate tähistate kaitse seaduse (Markengesetz, edaspidi „MarkenG“) § 55 lõike 1 teise lause punkti 1 kohaselt võib igäüks esitada kaubamärgi tühistamise hagi MarkenG § 49 alusel, tuginedes kaubamärgi kasutamata jätmisele. MarkenG § 49 lõike 1 kohaselt tühistatakse kaubamärk registrist kustutamise nõude alusel, kui kaubamärki ei ole MarkenG § 26 tähenduses viie aasta jooksul järjepidevalt tegelikult kasutatud; ühestainsast tegelikust kasutamisest piisab, et muuta kehtetuks vaidlustaja nõue kaubamärk registrist kustutada.
- 18 Bundesgerichtshofi (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) praktika kohaselt (olid) selgitamis- ja tõendamiskoormis tsiviilõiguslikes tühistamishagides kujundatud selliselt, et hageja peab kõigepealt üksikasjalikult tõendama kaubamärgi kasutamata jätmist. Sellega seoses tunnistati, et hageja peab selgitamiskoormise tõttu ise oma vahenditega korraldama piisava uurimise, et teha kindlaks, kas vastaspool kasutab kaubamärki viisil, mis tagab kaubamärgiga seotud õiguste säilimise, või mitte. Kaubamärgi omanikul võis seejärel lasuda teisene selgitamiskoormis, kuna vaidlustajal ei saa üldjuhul olla ettekujutus vastaspoole ettevõttesisesest tegevusest. Selle kohta märgiti järgmist: „Registrist kustutamise hagi esitamise tingimuste kohta selgituste esitamise ja nende tõendamise koormis lasub hagejal. Siiski võib registrist kustutamise hagi menetluse kostjatele tuleneda BGB § 242 kohasest hea usu põhimõttest, mis on kohaldatav ka menetlusõiguses, kohustus anda menetluses selgitusi. See eeldab, et kaubamärgi registrist kustutamise hagi esitajal ei ole täpset teavet kaubamärgi

kasutamise asjaolude kohta ning tal ei ole ka võimalust faktilisi asjaolusid omal algatusel välja selgitada.“

Eelotsusetaotluse põhjenduste lühikokkuvõte

- 19 Käesolev eelotsusemenetlus käsitleb seda, kuidas tõlgendada kaubamärgidirektiivi (või kaubamärgidirektiive) osas, milles käsitletakse riigisiseseid kehtetuks tunnustamise menetlusi, mille algatamisel on tuginetud riigisiseste kaubamärkide kasutamata jätmisele. Liidetud kohtuasjades C-720/18 ja C-721/18 tehtud otsuses leidis Euroopa Kohus, et neis menetlustes lasub tõendamiskoormis kaubamärgi omanikul.
- 20 Eelotsusetaotluse esitanud kohus on seisukohal, et viidatud kohtuotsust arvestades ei ole Bundesgerichtshofi (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) eespool kirjeldatud praktika tõendamiskoormise aspektist enam õige. Endiselt on aga lahtine, kas riigisisese õiguse kohaselt võib selgitamiskoormis jätkuvalt lasuda hagejal. Eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates on see nii.
- 21 Seejuures võiks kehtida põhimõte, et menetlusõigus kuulub – ka kaubamärgidirektiivi kohaselt – liikmesriikide pädevusse. Seda kinnitab direktiivi põhjendus 42. Nimetatud põhimõtet piiravad aga liidu õiguse üldnormid diskrimineerimiskeelu ja tõhususe põhimõtte kaudu.
- 22 Kuigi võrdse kohtlemise põhimõtet ei ole käesolevas asjas käsitletud, tekib küsimus, kas selgitamiskoormise panemine hagejale kahjustaks kaubamärgidirektiivi soovivat toimet.
- 23 Saksa õiguses tehakse vahet selgitamiskoormise ja tõendamiskoormise vahel.
- 24 Selgitamiskoormis kohustab kohtuasja poolt esitama oma väited, mida tal on võimalik esitada, võimalikult täpselt. See, kellel lasub ZPO § 138 alusel selgitamiskoormis, kaotab kohtuvaidluse, kui ta jätab selgitamiskoormis täitmata. Saksa menetlusõiguses on välja kujundatud ka teisene selgitamiskoormis. Selle eesmärk on kohustada mõlemat poolt esitama väited, mida neil on tegelikult võimalik esitada. Kohtupraktikas on sellega seoses tunnustatud ka kohustust teha järelepärimised oma mõjualas.
- 25 Sellest tuleb eristada küsimust, kellel lasub tõendamiskoormis juhul, kui mõlemad kohtuasja pooled esitavad oma seisukohad piisavalt täpselt. Kui kohus ei tea pärast tõendite kogumist, kas ta saab lõppkokkuvõttes usaldada hageja esitatud tõendeid hoolimata kostja esitatud vastutõenditest, kaotab kohtuvaidluse pool, kellel lasub tõendamiskoormis (nn *non liquet*).
- 26 Selgitamiskoormise ja tõendamiskoormise vahel tuleb põhimõtteliselt vahet teha. Saksa õigus sisaldab mitmeid näiteid selle kohta, et selgitamiskoormis ja tõendamiskoormis on üksteisest erinevad, ning käsitab selgitamiskoormist nii, et kumbki pool peab esitama asjaolud, mis on talle teada või mida tal on võimalik

mõistliku jõupingutusega välja uurida. Kui üks pooltest selgitamiskoormist ei täida, kaotab ta kohtuvaidluse. Kui mõlemad pooled esitavad piisavalt täpsed tõendid, kogub kohus esitatud tõendid ja hindab neid. Kui kohus ei jõua esitatud tõendite põhjal kindlale veendumusele, kaotab kohtuvaidluse pool, kellel lasub tõendamiskoormis.

- 27 Käesolev eelotsusetaotlus käsitleb üksnes selgitamiskoormist, mitte tõendamiskoormist.
- 28 Küsitav on käesolevas asjas üksnes see, kas hagejale saab riigisisese kaubamärgiõiguse alusel toimivas kehtetuks tunnistamise menetluses, mis on algatatud kaubamärgi kasutamata jätmisele tuginedes, panna esmase – või pärast seda, kui kostja on juba üsna üksikasjalikult esitanud väiteid kasutamise kohta, vähemalt teisese – selgitamiskoormise.
- 29 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates ei reguleeri kaubamärgidirektiiv selgitamiskoormist. Eelkõige ei nähtu tema hinnangul kaubamärgidirektiivist, igal juhul mitte imperatiivselt tõhususe põhimõtte tähenduses, et hagejale ei saa tühistamismenetluses esitada mingeid nõudeid seoses tema hagi põhjendamisega.
- 30 Euroopa Kohus põhjendab tõendamiskoormist, mida kaubamärgidirektiiv eraldi reguleeritud, analoogia alusel määrusega ELi kaubamärgi kohta, ja muuhulgas argumendiga, et tõendamiskoormise küsimus peab kõikides liikmesriikides olema kindlaks määratud ühtemoodi, et mitte kahjustada kaubamärgidirektiivist tulenevat kaitsetaset. Kaubamärgi omaniku tõendamiskoormis tuleneb põhimõttest, mis „on tegelikult üksnes loogilise mõtlemise ja menetluse tõhususe põhinõude väljendus.“
- 31 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu esialgsel hinnangul ei puuduta kumbki argument selgitamiskoormist.
- 32 Loogilisest mõtlemisest ja menetluse tõhususest, mis on Euroopa Kohtu praktika kaks aluspõhimõtet, tuleneb eelotsusetaotluse esitanud kohtu hinnangul nõue tõlgendada selgitamiskoormist ka edaspidi tasakaalustavalt kooskõlas Bundesgerichtshofi (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) praktikaga.
- 33 Mõlema poole hästi arusaadavaid huve tuleb nimelt üksteise suhtes kaaluda. Seetõttu peaks hageja kõigepealt ise püüdma – niivõrd kui see on võimalik ja asjakohane – uurida, kas kostja kasutab asjaomast kaubamärki või mitte. Alles pärast sellist uurimist ja selle kohta üksikasjalike väidete esitamist peab kostja esitama täieliku ülevaate kaubamärgi kasutamisest.
- 34 Vastasel korral võiks kohtuasja ükskõik milline pool – konkreetset õiguslikku huvi menetlusõigus tühistamishagide puhul ei eelda – kohustada ükskõik millist kaubamärgi omanikku esitama ülevaadet oma kaubamärgi kasutamisest. Nii Saksa õiguse kui ka direktiivide kohaselt võib „iga isik“ esitada kaubamärgi registrist kustutamise hagi. Seega esineb suur oht seda õiguskaitsevahendit kuritarvitada,

kui hagejale ei tahetaks esimeses etapis panna muid väidete esitamise kohustusi peale lause „Kostja ei kasuta oma kaubamärke“.

- 35 Kostjaks olevale kaubamärgi omanikule pannakse märkimisväärne kohustus, nimelt kohustus uurida kõiki kasutustoiminguid viimase viie aasta jooksul kõigis valdkondades, kus ta oma kaubamärki kasutab.
- 36 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates on seetõttu mõistlik ja vajalik kohustada kõigepealt hagejat ennast nõuetekohaselt kontrollima, kas kaubamärgi omanik üldse on jätnud kaubamärgi kasutamata. Selleks peab ta eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates korraldama uurimise, mis on asjaomase kaubamärgi eristatavuse seisukohalt asjakohane, ja hagiavalduses sellest aru andma. Alles siis, kui hageja on esitanud sedavõrd täpsed faktiväited, tekib kostjal väidete esitamise koormis. Seejuures on nõustatud ka sellega, et ühe poole konkreetsed väited nõuavad teise poole konkreetset vastust.
- 37 Käesolev kohtuasi näitlikustab kõnealuseid probleeme: Kostja käitab 46 statsionaarsest hüpermarketist koosnevat ketti Saksamaal ja pakub täielikku valikut tööstuskaupu. Vähemasti oma väidete ja kuni käesoleva ajani toimikusse lisatud tõendite põhjal kasutab ta sõnamärki „maxus“ oma kaubamärgina paljude kaupade jaoks, mis kuuluvad Nizza kokkuleppe paljudesse klassidesse. E-kaubanduses tegutseb kostja üksnes väga vähesel määral. Hageja on menetluse käigus seni piirdunud põgusa *Google*'i otsinguga ja ühe päringutabamuse – alkoholipood Münchenis – kontrollimisega.
- 38 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates ei täida hageja sellega selgitamiskoormist. Põhikohtuasja esemeks oleva kaubamärgi puhul oleks hagejal olnud võimalik vähemasti pisteliselt uurida kostja kahte või kolme kauplust, et kontrollida asjaomaste kaubamärkide kasutamist, ja hagejalt oleks saanud seda mõistlikult eeldada. Seda seetõttu, et asjaomane kaubamärk on kostja oma kaubamärk, mida saab kasutada paljude teiste ettevõtjate jaoks valmistatud toodete jaoks (nn valge silt), ja kostja ei tegele e-kaubandusega, vaid käitab paikseid kauplusi.
- 39 Eelotsusetaotluse esitanud kohus leiab, et selgitamiskoormise ulatuse asjakohasuse küsimuse üle saab liikmesriigi kohus otsustada ainult igal konkreetsel juhul individuaalselt. Näiteks oli liidetud kohtuasjades C-720/18 ja C-721/18, milles Euroopa Kohus käsitles tõendamiskoormist, tegemist kaubamärgiga, mille puhul oli olemas ülevaade valdkondadest ja tooteturgudest, samuti kaubamärgi kasutamisest neil turgudel. Supermarketi oma kaubamärkide „valgete siltide“ puhul on see täiesti teistmoodi. Siin on tegemist paljude turgude ja toodetega.
- 40 Kui hagejal ei oleks ühtegi konkreetset uurimis- ja väidete esitamise kohustust selgitamiskoormise tähenduses, võiks ta ilma jõupingutust tegemata kohustada kostjat üksikasjalikult tõendama oma kaubamärgi kasutamist, loobuma

ärisaladuste hoidmisest ja tegema suuri jõupingutusi uurimiste korraldamisel. Eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates loob see kuritarvitamise võimalusi.

- 41 On tõsi, et tuleb arvestada asjaoluga, et tühistamishagi esitatakse üldistes huvides kaitsta kaubamärke ainuõiguse alusel üksnes siis, kui neid ka kasutatakse. Samuti lubab Saksa õigus esitada tühistamishagi ilma enda õigusliku huvita. Siiski võib eeldada, et kaubamärgi omaniku õigustatud huvi selle vastu, et neid ei esitata mitte huupi, vaid üksnes siis, kui ka hageja on „oma kodutöö teinud“, viitab sellele, et vaidlustajal on teatud põhjendamiskohustus.
- 42 Selle käsituse poolt räägib ka kaubamärgidirektiivi ülesehitus. Selle artiklites 17, 44 ja 46 on selgitatud, et kasutamata jätmise vastuväite võib esitada kaubamärgiomaniku aktiivsete tegevuste käigus, mida neis sätetes on nimetatud, ja kaubamärgi omanikul lasub seal nimetatud juhtudel töendamiskoormis. Kui kaubamärgi omanik soovib end näiteks rikkumise vastu kaitsta, peab tal järelikult potentsiaalse rikkuja vastuväite põhjal lasuma esmane kohustus töendada, et ta kaubamärki üldse kasutab. Samamoodi on see kaubamärgidirektiivi artiklites 44 ja 46 kirjeldatud menetluste puhul. Menetluse ulatuse määrab käesoleval juhul seega kindlaks kaubamärgi omanik.
- 43 Tsiiviilõiguslikus kehtetuks tunnistamise menetluses kui kaubamärgi omaniku passiivses menetluses on see täiesti teistmoodi. Esiteks ei ole seda menetlust direktiivis reguleeritud, mis ei toeta seisukohta, et vaidlustaja selgitamiskoormist tuleks piirata. Seega ei mõjuta kaubamärgidirektiivi kasulikku mõju seevastu vaidlustaja kohustus esitada asjaolud tsiiviilõiguslikus kehtetuks tunnistamise menetluses. Teiseks määrab käesoleval juhul vaidlustaja kindlaks, millise ulatusega nõue esitatakse kaubamärgi suhtes, mida omanik ei ole väidetavalt kasutanud. Seetõttu on eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates selles olukorras vähemasti nõutav, et hageja esitaks faktidel põhinevad väited, et kehtetuks tunnistamise menetlus täielikult laiali ei valguks. See seab tingimuseks, et vaidlustaja korraldab enne kohtumenetlust teatava asjakohase uurimise.
- 44 Lisaks tuleb märkida, et direktiiv näeb sõnaselgelt ette haldusõigusnormide alusel toimuva tühistamismenetluse kaubamärgiametis. See on Saksa õigusega ka tagatud. Seega ei tulene kaubamärgidirektiivi soovitatavast toimest nõuet võtta hagejalt väidete esitamise koormis tsiiviilõiguslikus kehtetuks tunnistamise menetluses, mida direktiiv ei nõua ega reguleeri.
- 45 Euroopa Kohtu teine argument, mille kohaselt ei või kaubamärgidirektiivi kohaldamisalas tekkida erinev kaitsetase, ei mõjuta eelotsusetaotluse esitanud kohtu esialgset seisukohta. Nimelt on liidetud kohtuasjades C-720/18 ja C-721/18 tehtud otsuse kohaselt selge, et *non liquet* tähendaks, et pärast tõendite kogumist tehtaks otsus kaubamärgi omaniku vastu. Üksikasjalike väidete esitamine selgitamiskoormise tähenduses on ilma pikemata võimalik kõigil kohtuasja pooltel, kes soovivad teha uurimisel vajalikke jõupingutusi. Kui seda tehakse, peab kaubamärgi omanik esitama täielikud tõendid oma kaubamärgi kasutamise kohta. Kui ta seda teeb, toimub tõendite kogumine ja nende edutuse korral

tähendab see just nimelt seda, et tehakse *non liquet* otsus vaidlustaja kasuks. Järelikult ei muuda eelotsusetaotluse esitanud kohtu seisukoht selgitamiskoormise kohta kaitsetaset.

- 46 Järelikult soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus oma esimese küsimusega teada, kas hagejale võib panna kehtetuks tunnistamise menetluses kohustuse esitada üksikasjalikke väiteid. Teise küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus teada, kas tõlgendus, mida ta esialgu eelistas ja mille kohaselt nõuab selgitamiskoormis, et hageja ise korraldaks vaidlusaluse kaubamärgi puhul asjakohase uurimise, on kooskõlas liidu õigusega.

TÖÖDOKUMENT