

TIESAS SPRIEDUMS (otrā palāta)

2005. gada 6. oktobrī *

Lieta C-120/04

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši EKL 234. pantam,

ko *Oberlandesgericht Düsseldorf* [Federālas zemes Augstākā tiesa, Diseldorfa] (Vācija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2004. gada 17. februārī un kas Tiesā reģistrēts 2004. gada 5. martā, tiesvedībā

Medion AG

pret

Thomson multimedia Sales Germany & Austria GmbH.

TIESA (otrā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs K.V.A. Timmermanss [*C.W.A. Timmermans*], tiesneši K. Gulmans [*C. Gulmann*] (referents), R. Šingtens [*R. Schintgen*], D. Arestis [*G. Arestis*] un J. Klučka [*J. Klučka*],

* Tiesvedības valoda — vācu.

ģenerāladvokāts F. Dž. Džeikobss [*F.G. Jacobs*],
sekretāre K. Štranca [*K. Sztranc*], administratore,

ņemot vērā rakstveida procesu un tiesas sēdi 2005. gada 14. aprīlī,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

- *Medion AG* vārdā — P. M. Veise [*P.-M. Weisse*], *Rechtsanwalt*, un T. Bekers [*T. Becker*], patentu pilnvarotais,
- *Thomson multimedia Sales Germany & Austria GmbH* vārdā — V. Kellenters [*W. Kellenter*], *Rechtsanwalt*,
- Eiropas Kopienų Komisijas vārdā — T. Jirgensens [*T. Jürgensen*] un N. B. Rasmusens [*N. B. Rasmussen*], pārstāvji,

noklausījusies ģenerālvokāta secinājumus tiesas sēdē 2005. gada 9. jūnijā,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

- 1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp., turpmāk tekstā — “Direktīva”), 5. panta 1. punkta b) apakšpunkta interpretāciju.

- 2 Šis lūgums ir iesniegts tiesvedībā, ko *Medion AG* (turpmāk tekstā — “*Medion*”) uzsāka pret *Thomson multimedia Sales Germany & Austria GmbH* (turpmāk tekstā — “*Thomson*”) sakarā ar to, ka saliktajā apzīmējumā “THOMSON LIFE” *Thomson* izmantoja reģistrēto preču zīmi “LIFE”, kuras īpašniece ir *Medion*.

Atbilstošās tiesību normas

- 3 Direktīvas desmitais apsvērums, kas attiecas uz aizsardzību, kuru piešķir preču zīmes, nosaka:

“[...] aizsardzība, ko iegūst reģistrēta preču zīme, kuras funkcija jo īpaši ir garantēt preču zīmi kā izcelsmes norādi, ir absolūta identitātes gadījumā starp preču zīmi un tās apzīmējumu un precēm vai pakalpojumiem; [...] aizsardzību piemēro arī līdzības gadījumā starp preču zīmi un apzīmējumu un precēm vai pakalpojumiem; [...] obligāti ir jāsniedz līdzības jēdziena interpretācija attiecībā uz iespēju sajaukt [sajaukšanas iespēju]; [...] iespēja sajaukt [sajaukšanas iespēja], kuras novērtējums ir atkarīgs no daudziem elementiem un jo īpaši no preču zīmes atpazīstamības tirgū, iespējamām asociācijām ar izmantotām vai reģistrētām zīmēm, no līdzības pakāpes starp preču zīmi un apzīmējumu starp identificētajām precēm vai pakalpojumiem, veido īpašus nosacījumus šādai aizsardzībai [...].”

- 4 Direktīvas 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir izteikts šādi:

“Reģistrētā preču zīme piešķir īpašniekam šajā ziņā ekskluzīvas tiesības. Īpašniekam ir tiesības atturēt visas trešās personas, kas nav saņēmušas viņa piekrišanu, lietot [izmantot] komercdarbībā:

[..]

b) jebkuru apzīmējumu, ja tā identitātes vai līdzības preču zīmei un preču vai pakalpojumu, uz ko attiecas preču zīme, identitātes vai līdzības dēļ pastāv varbūtība maldināt sabiedrību [sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja], kas ietver asociācijas iespēju starp apzīmējumu un preču zīmi.”

5 Šī tiesību norma ir transponēta Vācijas tiesībās ar 1994. gada 25. oktobra Likuma par preču zīmju un citu atšķirtspējīgu apzīmējumu aizsardzību (Preču zīmju likums, *BGBI. 1994 I*, 3082. lpp.) 14. panta 2. punktu.

Pamata prāva un prejudiciālais jautājums

6 *Medion* ir 1998. gada 29. augustā Vācijā attiecībā uz elektroniskiem aparātiem, kas paredzēti izklaides nolūkiem, reģistrētās preču zīmes “LIFE” īpašniece. Šo preču ražošanas un tirdzniecības jomā tās apgrozījums ir vairāki miljardi euro gadā.

7 *Thomson* pieder vienai no pasaules vadošajām grupām elektronikas, kas paredzēta izklaides nolūkiem, jomā. Dažas no savām precēm tā pārdod ar apzīmējumu “THOMSON LIFE”.

8 2002. gada jūlijā *Medion* iesniedza *Landgericht Düsseldorf* (Diselforfas Apgabaltiesa) prasību par preču zīmju tiesību pārkāpumu. Tā lūdza tiesu aizliegt *Thomson* izmantot apzīmējumu “THOMSON LIFE” attiecībā uz dažiem elektroniskiem aparātiem, kas paredzēti izklaides nolūkiem.

- 9 *Landgericht Düsseldorf* šo prasību noraidīja, uzskatot, ka sajaukšanas iespēja ar preču zīmi "LIFE" nepastāv.
- 10 *Medion* iesniedza apelācijas sūdzību *Oberlandesgericht Düsseldorf*. Tā lūdza šo tiesu aizliegt *Thomson* izmantot apzīmējumu "THOMSON LIFE" attiecībā uz televizoriem, radioaparātiem ar kasešu magnetofonu, kompaktdisku atskaņotājiem un *hi-fi* sistēmām.
- 11 Iesniedzējtiesa atzīmēja, ka prāvas iznākums ir atkarīgs no tā, vai starp preču zīmi "LIFE" un salikto apzīmējumu "THOMSON LIFE" pastāv sajaukšanas iespēja Direktīvas 5. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.
- 12 Tā norāda, ka, saskaņā ar *Bundesgerichtshof* (Federālā Augstākā tiesa) mūsdienu judikatūru, kas balstās uz "*Prägetheorie*" (radītā iespaيدا teoriju), lai novērtētu apstrīdēta apzīmējuma līdzību, ir jāņem vērā katra no diviem apzīmējumiem kopējais iespaids un jāpārbauda, vai identisks elements raksturo salikto preču zīmi tādā mērā, ka kopējā iespaيدا radīšanas ziņā citi elementi lielā mērā atrodas otrajā plānā. Gadījumā, ja apzīmējuma kopējā iespaيدا radīšanā identiskam elementam ir vienīgi palīgrolle, sajaukšanas iespēja nepastāv. Tam, ka aizgūta preču zīme saliktā apzīmējumā ir saglabājusi patstāvīgu apzīmējošo stāvokli ("*kennzeichnende Stellung*"), nav lielas nozīmes.
- 13 *Oberlandesgericht* uzskatīja, ka atbilstoši apzīmējumu noteikšanas praksei, kas pastāv šajā preču sektorā, kuram ir nozīme izskatāmajā prāvā, pirmajā vietā tiek nostādīts ražotāja nosaukums. Precīzāk, apzīmējuma "THOMSON LIFE" kopējā iespaيدا būtiska nozīme pamata lietā ir ražotāja nosaukumam "THOMSON". Elementa "LIFE" parastā atšķirtspēja nav pietiekama, lai izslēgtu, ka apzīmējuma kopējo iespaيدا radis ražotāja nosaukums "THOMSON".

- 14 Tomēr iesniedzējtiesa atzīmēja, ka *Bundesgerichtshof* mūsdienu judikatūra nav viennozīmīga. Viens doktrīnas virziens atbalsta citu tēzi. Principā tā atbilst agrākai tās pašas *Bundesgerichtshof* judikatūrai, saskaņā ar kuru sajaukšanas iespēja būtu jāpieļauj tad, ja identisks elements, kam apstrīdētā apzīmējumā ir patstāvīgs apzīmējošais stāvoklis, šajā apzīmējumā nav zudis vai nokļuvis otrajā plānā tiktāl, ka tas vairs nespēj izraisīt asociāciju ar reģistrētu preču zīmi.
- 15 *Oberlandesgericht* norāda, ka gadījumā, ja šī tēze pamata lietā ir piemērojama, tad sajaukšanas iespējas esamība ir jāpieļauj, jo preču zīme “LIFE” apzīmējumā “THOMSON LIFE” ir saglabājusi patstāvīgu apzīmējošo stāvokli.
- 16 Visbeidzot iesniedzējtiesa jautā, kādā veidā, piemērojot apzīmējumu radītā kopējā iespaids kritēriju, ir iespējams novērst situāciju, kad trešā persona piesavinās reģistrētu preču zīmi un pievieno to sava uzņēmuma apzīmējumam.
- 17 Šajos apstākļos *Oberlandesgericht Düsseldorf* nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādu prejudiciālo jautājumu:

“Vai [Direktīvas] 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču vai pakalpojumu, ko aptver apzīmējumi, identiskuma dēļ sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja pat gadījumā, ja agrāka vārdisks preču zīme ar parastu atšķirtspēju ir iekļauta jaunākā saliktā trešās personas apzīmējumā vai tās vārdiskā/grafiskā apzīmējumā, ko raksturo vārdiski elementi, tādā veidā, ka agrākā preču zīme seko trešās personas uzņēmuma nosaukumam, un ja saliktā apzīmējuma kopējo iespaidu rada ne tikai agrākā preču zīme vien, bet šajā apzīmējumā tā tomēr saglabā patstāvīgu apzīmējošo stāvokli?”

Par prejudiciālo jautājumu

- 18 Ar savu jautājumu iesniedzējtiesa būtībā vēlas noskaidrot, vai Direktīvas 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču vai pakalpojumu identiskuma dēļ sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja gadījumā, ja apstrīdētu apzīmējumu veido trešās personas uzņēmuma nosaukuma, no vienas puses, un reģistrētas preču zīmes ar parastu atšķirtspēju, no otras puses, kombinācija un ja saliktā apzīmējuma kopējo iespaidu rada ne tikai šī preču zīme vien, bet šajā apzīmējumā tā tomēr saglabā patstāvīgu apzīmējošo stāvokli.

Tiesai iesniegtie apsvērumi

- 19 *Medion* un Eiropas Kopienų Komisija uz uzdoto jautājumu ierosina atbildēt apstiprinoši.
- 20 *Medion* apstrīd "*Prägetheorie*". Tā ļaujot uzurpēt reģistrētu preču zīmi, vienkārši pievienojot tai ražotāja nosaukumu. Šāda preču zīmes lietošana varot nelabvēlīgi ietekmēt preču izcelsmes norādes funkciju.
- 21 Komisija norāda, ka pamata lietā esošajos apstākļos abi saliktajā apzīmējumā izmantotie termini ir ekvivalenti. Terminam "LIFE" neesot pilnībā pakļautas nozīmes. Tātad, ciktāl nosaukums "THOMSON" nav vienīgais, kas rada kopējo iespaidu, saliktais apzīmējums un reģistrētā preču zīme esot līdzīgas Direktīvas 5. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Tādējādi sajaukšanas iespēja esot pieļaujama, jo īpaši tādēļ, ka abi uzņēmumi piedāvā identiskas preces.

- 22 *Thomson* uz uzdoto jautājumu ierosina atbildēt noliedzoši. Tā sniedz “*Prägetheorie*” atbilstošu Direktīvas interpretāciju. Pamata lietā apstrīdēto apzīmējumu nevarot sajaukt ar *Medion* piederošo preču zīmi, jo apzīmējums ietver elementu “THOMSON” — ražotāja nosaukumu, kam esot tikpat liela nozīme kā otrajam apzīmējumu veidojošajam elementam. Termins “LIFE” kalpojot tikai dažu realizējamo preču klāsta preču apzīmēšanai. Jebkurā gadījumā esot izslēgts, ka elementam “LIFE” apzīmējuma “THOMSON LIFE” kopējā iespaidā ir noteicoša nozīme.

Tiesas atbilde

- 23 Preču zīmes pamata funkcija ir garantēt patērētājam vai gala izmantotājam ar preču zīmi apzīmētās preces vai pakalpojuma izcelsmes identitāti, ļaujot viņam šo preci vai pakalpojumu atšķirt no precēm vai pakalpojumiem ar citādu izcelsmi, nesajaucot tos (skat. it īpaši 1998. gada 29. septembra spriedumu lietā C-39/97 *Canon, Recueil*, I-5507. lpp., 28. punkts, un 2004. gada 29. aprīļa spriedumu lietā C-371/02 *Björnekulla Fruktindustrier, Recueil*, I-5791. lpp., 20. punkts).
- 24 Direktīvas desmitais apsvērums nosaka, ka reģistrētas preču zīmes aizsardzība ir vērsta uz to, lai garantētu preču zīmes kā izcelsmes norādes funkciju, un ka identitātes starp preču zīmi un apzīmējumu gadījumā un identitātes starp apzīmētajām precēm vai pakalpojumiem gadījumā sajaukšanas iespēja ir specifisks aizsardzības nosacījums.
- 25 Tātad saskaņā ar Direktīvas 5. panta 1. punkta b) apakšpunkta mērķi tas tiek piemērots tikai tad, ja preču zīmju un preču vai pakalpojumu, ko tās apzīmē, identiskuma vai līdzības dēļ sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja.

- 26 Šīs tiesību normas izpratnē iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi nāk no viena uzņēmuma vai, attiecīgā gadījumā, no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem, rada sajaukšanas iespēju (skat. it īpaši 1999. gada 22. jūnija spriedumu lietā *C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, Recueil*, I-3819. lpp., 17. punkts).
- 27 Sajaukšanas iespēja ir jāvērtē visaptveroši un ņemot vērā visus uz konkrēto lietu attiecināmos faktorus (skat. 1997. gada 11. novembra spriedumu lietā *C-251/95 SABEL, Recueil*, I-6191. lpp., 22. punkts, iepriekš minēto spriedumu lietā *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, 18. punkts, un 2000. gada 22. jūnija spriedumu lietā *C-425/98 Marca Mode, Recueil*, 40. punkts, kā arī attiecībā uz Padomes 1993. gada 20. decembra Regulas (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.) 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, kura formulējums būtībā ir identisks Direktīvas 5. panta 1. punkta b) apakšpunktam — 2004. gada 28. aprīļa rīkojumu lietā *C-3/03 P Matratzen Concord/ITSB, Recueil*, I-3657. lpp., 28. punkts).
- 28 Attiecībā uz konkrēto preču zīmju vizuālo, fonētisko un konceptuālo līdzību sajaukšanas iespējas visaptverošam vērtējumam ir jābalstās uz šo preču zīmju radīto kopējo iespaidu, jo īpaši ņemot vērā to atšķirīgos un dominējošos elementus. Preču zīmju uztverei, kas ir attiecīgo preču vai pakalpojumu vidusmēra patērētājam, minētās sajaukšanas iespējas visaptverošā vērtējumā ir noteicoša loma. Šajā sakarā vidusmēra patērētājs parasti uztver preču zīmi kopumā un neveic dažādu tās elementu pārbaudi (skat. jo īpaši iepriekš minētā sprieduma lietā *SABEL* 23. punktu un iepriekš minētā sprieduma lietā *Lloyd Schuhfabrik Meyer* 25. punktu, kā arī iepriekš minētā rīkojuma lietā *Matratzen Concord/ITSB* 29. punktu).
- 29 Veicot sajaukšanas iespējas esamības pārbaudi, divu preču zīmju līdzības vērtējumā nevar ņemt vērā vienīgi kādu vienu saliktas preču zīmes elementu un salīdzināt to ar citu preču zīmi. Salīdzinājums turpretim ir jāveic, pārbaudot attiecīgās preču zīmes un apskatot katru no tām kopumā, kas neizslēdz, ka noteiktos apstākļos konkrētās sabiedrības daļas atmiņā radīto kopējo iespaidu nosaka viens vai vairāki šo preču zīmju elementi (skat. iepriekš minētā rīkojuma lietā *Matratzen Concord/ITSB* 32. punktu).

- 30 Tomēr papildus parastajam gadījumam, kad vidusmēra patērētājs uztver preču zīmi kā veselumu, un neskatoties uz to, ka kopējo iespaidu var noteikt viens vai vairāki saliktas preču zīmes elementi, nebūt nav izslēgts, ka īpašā gadījumā agrāka preču zīme, ko trešā persona izmanto saliktā apzīmējumā, kurš ietver šīs trešās personas uzņēmuma nosaukumu, šajā saliktajā apzīmējumā saglabā patstāvīgu apzīmējošo stāvokli, tomēr nebūdama dominējošs elements.
- 31 Šādos apstākļos saliktā apzīmējuma radītais kopējais iespaids var radīt sabiedrībai iespaidu, ka preces vai pakalpojumi nāk vismaz no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem, un šajā gadījumā sajaukšanas iespēja ir jāatzīst.
- 32 Sajaukšanas iespējas esamības konstatācija nevar būt atkarīga no nosacījuma, ka salikta apzīmējuma radītais kopējais iespaids būtu jānosaka galvenokārt šī apzīmējuma daļai, kuru veido agrāka preču zīme.
- 33 Ja šāds nosacījums būtu bijis noteikts, tad pat tajā gadījumā, kad saliktā apzīmējumā šī preču zīme ieņem patstāvīgu apzīmējošo stāvokli, kas tomēr nav dominējošs, agrākas preču zīmes īpašniekam būtu liegtas Direktīvas 5. panta 1. punkta piešķirtās ekskluzīvās tiesības.
- 34 Šāds gadījums rastos, piemēram, tad, ja preču zīmes ar reputāciju īpašnieks būtu izmantojis saliktu apzīmējumu, savienojot to ar agrāku preču zīmi, kam nav reputācijas. Līdzīgi šāds gadījums rastos tad, ja saliktu apzīmējumu veidotu šī agrākā preču zīme un komerciālais nosaukums ar reputāciju. Tādā veidā kopējo iespaidu visbiežāk radītu saliktā apzīmējumā iekļautā preču zīme vai komerciālais nosaukums ar reputāciju.

35 Tātad, pretēji Kopienų likumdevēja Direktīvas desmitajā apsvērumā izteiktajam nodomam, agrākas preču zīmes izcelsmes funkcijas aizsardzība nebūtu nodrošināta, lai gan šī preču zīme saliktā apzīmējumā saglabā patstāvīgu apzīmējošo stāvokli.

36 Tādējādi ir jāatzīst — lai konstatētu sajaukšanas iespēju, pietiek ar to, ka patstāvīga apzīmējošā stāvokļa dēļ, ko ir saglabājusi agrāka preču zīme, sabiedrība ar šīs preču zīmes īpašnieku saista arī to preču vai pakalpojumu izcelsmi, uz kuriem attiecas saliktais apzīmējums.

37 Tātad uz uzdoto jautājumu ir jāatbild: Direktīvas 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču vai pakalpojumu identiskuma dēļ sabiedrībai var rasties sajaukšanas iespēja gadījumā, ja apstrīdēto apzīmējumu veido trešās personas uzņēmuma nosaukuma, no vienas puses, un reģistrētas preču zīmes ar parastu atšķirtspēju, no otras puses, kombinācija un ja saliktā apzīmējuma kopējo iespaidu rada ne tikai agrākā preču zīme vien, bet šajā apzīmējumā tā tomēr saglabā patstāvīgu apzīmējošo stāvokli.

Par tiesāšanās izdevumiem

38 Attiecībā uz lietas dalībniekiem pamata lietā šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Tiesāšanās izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, izņemot minēto lietas dalībnieku tiesāšanās izdevumus, nav atlīdzināmi.

Ar šā pamatojumu Tiesa (otrā palāta) nospriež:

Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču vai pakalpojumu identiskuma dēļ sabiedrībai var rasties sajaušanas iespēja gadījumā, ja apstrīdēto apzīmējumu veido trešās personas uzņēmuma nosaukuma, no vienas puses, un reģistrētas preču zīmes ar parastu atšķirtspēju, no otras puses, kombinācija un ja saliktā apzīmējuma kopējo iespaidu rada ne tikai agrākā preču zīme vien, bet šajā apzīmējumā tā tomēr saglabā patstāvīgu apzīmējošo stāvokli.

[Paraksti]