

T-34/04. sz. ügy

Plus Warenhandelsgesellschaft mbH
kontra
Belső Piaci Harmonizációs Hivatal
(védjegyek és formatervezési minták) (OHIM)

„Közösségi védjegy – A »Turkish Power« szóelemet magában foglaló közösségi ábrás védjegy bejelentése – A POWER korábbi szóvédjegy – Felszólalási eljárás – Esetleges összetéveszthetőség – A 40/94 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja”

Az Elsőfokú Bíróság ítélete (negyedik tanács), 2005. június 22. II - 2403

Az ítélet összefoglalása

Közösségi védjegy – A közösségi védjegy meghatározása és megszerzése – Viszonylagos kizáró okok – Azonos vagy hasonló termékek, illetve szolgáltatások vonatkozásában lajstromozott azonos vagy hasonló korábbi védjegy jogosultja általi felszólalás – A korábbi védjeggyel való összetéveszthetőség – A Turkish Power ábrás védjegy és a POWER szóvédjegy (40/94 tanácsi rendelet, 8. cikk, (1) bekezdés, b) pont)

II - 2401

A német fogyasztók szemszögéből nem áll fenn az összetévesztés veszélye a Nizzai Megállapodás szerinti osztályokba tartozó áruk vonatkozásában, így a 34. osztályba tartozó „dohány, dohányzási cikkek és gyufák” tekintetében közösségi védjegyként lajstromozni kívánt, lángoló sörényű, ordító oroszlánfejjel elválasztott két szóelemből – „Turkish” és „power” – álló ábrás megjelölés és a korábban Németországban, ugyanezen áruosztályra vonatkozóan „dohány, dohányzási cikkek, ...; gyufák” vonatkozásában lajstromozott POWER szóvédjegy között, mivel nem úgy tűnik, hogy egyrészt a két megjelölésben található közös „power” elem képezi a bejelentett védjegy domináns elemét, másrészt, nem ez határozza meg a megjelölés által keltett általános összbenyomást, amely következté-

ben összetéveszthetőséget lehetne megállapítani a releváns közönség tudatában, oly módon, hogy tekintettel az egyébként az ütköző megjelölések közötti létező – vizuális, hangzásbeli és fogalmi – különbségekre, az érintett áruk azonossága és az említett közös szóelem jelenlétének ellenére, az érintett vásárlóközönség, amely tájékozott, fokozottan figyelmes és hű az általa hagyományosan használt márkákhoz, nem hiheti azt, hogy a szóban forgó áruk ugyanattól a gazdasági vállalkozástól vagy – adott esetben – gazdaságilag egymással kapcsolatban álló vállalkozásoktól származnak.

(vö. 49., 71–72. pont)