

# Mål T-441/05

**IVG Immobilien AG**

**mot**

**Byrån för harmonisering inom den inre marknaden  
(varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån)**

”Gemenskapsvarumärke — Figurkännetecken — Absoluta registreringshinder —  
Särskiljningsförmåga saknas — Artikel 7.1 b i förordning (EG) nr 40/94”

Förstainstansrättens dom (fjärde avdelningen) av den 13 juni 2007 . . . . . II - 1940

## Sammanfattning av domen

1. *Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av gemenskapsvarumärke — Kännetecken som kan utgöra ett varumärke  
(Rådets förordning nr 40/94, artiklarna 4 och 7.1 b)*
2. *Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av gemenskapsvarumärke — Absoluta registreringshinder — Varumärken som saknar särskiljningsförmåga  
(Rådets förordning nr 40/94, artikel 7.1 b och 7.3)*

3. *Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av gemenskapsvarumärke — Absoluta registreringshinder — Varumärken som saknar särskiljningsförmåga (Rådets förordning nr 40/94, artiklarna 4 och 7.1 b)*
4. *Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av gemenskapsvarumärke — Absoluta registreringshinder — Varumärken som saknar särskiljningsförmåga (Rådets förordning nr 40/94, artiklarna 4 och 7.1 b)*

1. Visserligen anges uttryckligen bland annat bokstäver och siffror i förteckningen i artikel 4 i förordning nr 40/94 över exempel på kännetecken som kan återges grafiskt och som kan utgöra ett varumärke. Den omständigheten att ett slags kännetecken allmänt sett är ägnat att utgöra ett varumärke i den mening som avses i denna bestämmelse medför emellertid inte att dessa kännetecken med nödvändighet har särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i denna förordning i förhållande till en viss vara eller tjänst.
2. Ett varumärkes särskiljningsförmåga som fordras enligt artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 skall, med beaktande av samtliga relevanta fakta och omständigheter, bedömas dels utifrån de varor eller tjänster som registreringsansökan avser, dels utifrån hur omsättningskretsen, som består av konsumenterna av dessa varor eller tjänster, uppfattar varumärket.

Kännetecken saknar särskiljningsförmåga om de inte konkret kan ange den avsedda varans eller tjänstens ursprung och göra det möjligt för de konsument som köper den vara eller den tjänst som varumärket avser att träffa samma val vid ett senare köp, om erfarenheten varit god, eller att göra ett annat val, om den varit dålig.

Att den konkreta bedömningen av vissa varumärkens särskiljningsförmåga är svårare innebär inte att det är befogat att anta att dessa a priori saknar särskiljningsförmåga eller att de kan förvärva sådan endast till följd av användning i enlighet med artikel 7.3 i förordning nr 40/94.

(se punkterna 37–39)

Dessutom är ett minimum av särskiljningsförmåga tillräckligt för att det absoluta registreringshindret i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 inte skall kunna tillämpas.

(se punkterna 40–43)

3. Det kan inte utan att åsidosätta artikel 4 i förordning nr 40/94 om gemenskapsvarumärken anses att en tryckerisymbol i ett standardiserat typsnitt inte i sig har den minsta särskiljningsförmåga som fordras enligt artikel 7.1 b för att den skall kunna registreras som gemenskapsvarumärke.

Artiklarna 4 och 7.1 b i förordning nr 40/94 tillämpas således felaktigt om den slutsatsen dras att ett sökt kännetecken saknar särskiljningsförmåga på grund av att det inte innehåller några tydliga särskilda grafiska inslag jämfört med ett standardtypsnitt.

(se punkterna 47 och 52)

4. Ett kännetecken saknar inte särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 om gemenskapsvarumärken endast beroende på att det inte har ett ovanligt eller iögonfallande utseende.

För att ett kännetecken skall kunna registreras som gemenskapsvarumärke uppställs det nämligen inte något krav på en viss nivå av kreativitet eller fantasi från varumärkesinnehavarens sida, utan på kännetecknets förmåga att skilja varumärkessökandens varor eller tjänster från dem som konkurrenterna tillhandahåller.

(se punkterna 49 och 50)