TIESAS SPRIEDUMS (pirmā palāta)

2010. gada 25. marts *

Lieta C-278/08

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši EKL 234. pantam, ko *Oberster Gerichtshof* (Austrija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2008. gada 20. maijā un kas Tiesā reģistrēts 2008. gada 26. jūnijā, tiesvedībā

Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH

pret

Günter Guni,

trekking.at Reisen GmbH.

* Tiesvedības valoda — vācu.

TIESA (pirmā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs, kurš veic pirmās palātas priekšsēdētāja pienākumus, A. Ticano [*A. Tizzano*], tiesneši E. Levits, E. Borgs Bartets [*A. Borg Barthet*], M. Ilešičs [*M. Ilešič*] (referents) un Ž. Ž. Kāzels [*J.-J. Kasel*],

ģenerāladvokāts M. Pojarešs Maduru [*M. Poiares Maduro*],
sekretārs K. Malaceks [*K. Malacek*], administrators,

ņemot vērā rakstveida procesu un 2009. gada 7. maija tiesas sēdi,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

— *Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH* vārdā — V. Vecls [*W. Wetzl*], *Rechtsanwalt*,

— G. Guni [*Guni*] un *trekking.at Reisen GmbH* vārdā — M. Vukošics [*M. Wukoschitz*], *Rechtsanwalt*,

— Francijas valdības vārdā — Ž. de Bergess [*G. de Bergues*] un B. Kabuā [*B. Cabouat*], pārstāvji,

— Itālijas valdības vārdā — I. Bruni [*I. Bruni*], pārstāve, kurai palīdz F. Arena [*F. Arena*], *avvocato dello Stato*,

— Portugāles valdības vārdā — L. Inešs Fernandišs [*L. Inez Fernandes*] un R. Solnado Kruss [*R. Solnado Cruz*], pārstāvji,

— Eiropas Kopienu Komisijas vārdā — H. Krēmers [*H. Krämer*], pārstāvis,

ņemot vērā pēc ģenerāladvokāta uzklausīšanas pieņemto lēmumu izskatīt lietu bez ģenerāladvokāta secinājumiem,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par to, kā interpretēt 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.), 5. panta 1. punktu.

2 Šis lūgums tika iesniegts tiesvedībā starp sabiedrību *Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH* (turpmāk tekstā — "*BergSpechte*") un sabiedrību *trekking.at Reisen GmbH* (turpmāk tekstā — "*trekking.at Reisen*"), kā arī tās vadītāju G. Guni par reklāmas saišu parādīšanu internetā, izmantojot preču zīmēm atbilstošus atslēgvārdus.

Atbilstošās tiesību normas

3 Direktīvas 89/104 5. panta ar nosaukumu "Tiesības, ko piešķir preču zīme" 1. punktā ir noteikts:

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

a) jebkuru apzīmējumu, kas ir identisks preču zīmei attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri ir identiski tiem, attiecībā uz ko ir reģistrēta preču zīme;

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, kas ietver asociācijas iespēju starp apzīmējumu un preču zīmi."

4 Direktīva 89/104 tika atcelta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīvu 2008/95/EK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (kodificētā versija) (OV L 299, 25. lpp.), kura stājās spēkā 2008. gada 28. novembrī.

Tomēr — ievērojot lietu faktisko apstākļu rašanās laikā — pamata lietai joprojām ir piemērojama Direktīva 89/104.

Pamata prāva un prejudiciālie jautājumi

Atsauces pakalpojums "AdWords"

5 Kad interneta lietotājs veic meklēšanu, izmantojot vienu vai vairākus vārdus, *Google* meklētājs parādīs tās saites, kuras šķietami vislabāk atbilst šiem vārdiem, sākot ar atbilstošāko saiti. Runa ir par tā sauktajiem "dabiskajiem" meklēšanas rezultātiem.

6 Turklāt *Google* piedāvā maksas atsauču pakalpojumu sauktu "AdWords". Šis pakalpojums ļauj visiem tirgus dalībniekiem, izvēloties vienu vai vairākus atslēgvārdus, gadījumā, ja šis atslēgvārds vai šie atslēgvārdi atbilst vārdiem lietotāja pieprasījumā meklētājā, parādīt reklāmas saiti uz to vietnēm. Šī reklāmas saite parādās rubrikā "sponsorētas saites", kas atrodas vai nu ekrāna labajā pusē pa labi no dabiskajiem rezultātiem, vai ekrāna augšā virs šiem rezultātiem.

7 Šo reklāmas saiti papildina īss komerciāls paziņojums. Kopumā šī saite un šis paziņojums veido iepriekš minētajā rubrikā parādīto reklāmu.

Atslēgvārdu izmantošana pamata lietā

8 *BergSpechte* pieder Austrijas grafiskā un vārdiskā preču zīme, kura attēlota šādi:



9 Šī preču zīme reģistrēta attiecībā uz apģērbu, kas ietilpst 25. klasē, ceļojumu organizēšanu, kas ietilpst 39. klasē, un 41. klasi (audzināšana; mācības; izpriecas; sporta un kultūras pasākumi) atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām.

10 *trekking.at Reisen* tāpat kā *BergSpechte* organizē tā sauktos "outdoor" ceļojumus (trekinga, ekspedīciju un kalnu riteņbraukšanas ceļojumi).

11 2007. gada 17. augustā un 2007. gada 25. septembrī, *Google* meklētājā ievadot meklējamos vārdus "Edi Koblmüller", *trekking.at Reisen* reklāma tika uzrādīta "sponsorēto saišu" rubrikā "Trekking- und Naturreisen" (trekings un dabas ceļojumi).

12 2007. gada 29. augustā un 2007. gada 25. septembrī ievadot meklējamo vārdu "Bergspechte", tika uzrādīta *trekking.at Reisen* reklāma "sponsorēto saišu" rubrikā ar virsrakstu "Äthiopien mit dem Bike ("Etiopija ar velosipēdu")".

13 Ar *Landesgericht Wels* [Velsas reģionālās tiesas] 2007. gada 19. oktobra rīkojumu par pagaidu noregulējumu *trekking.at Reisen* tika noteikti prasības nodrošinājuma pasākumi, aizliedzot tai pāradresēt lietotājus uz savu vietni, izmantojot saiti lapās ar interneta meklētājprogrammu atlases rezultātiem, kā meklējamos vārdus ievadot "Edi Koblmüller" un/vai "Bergspechte".

14 *Oberlandesgericht Linz* [Lincas Augstākā tiesa] 2007. gada 7. decembrī daļēji grozīja šo rīkojumu par pagaidu noregulējumu. *BergSpechte*, *trekking.at Reisen* un G. Guni iesniedza kasācijas prasību [*Revision*] par šo nolēmumu *Oberster Gerichtshof* [Augstākajā tiesā].

15 Šādos apstākļos *Oberster Gerichtshof* nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

"1) Vai [Direktīvas 89/104] 5. panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīme tiek izmantota veidā, kāds ir atļauts tikai preču zīmes īpašniekam, ja preču zīme

vai līdzīgs apzīmējums (piemēram, vārdiskas un grafiskas preču zīmes vārdiskā sastāvdaļa) meklētājprogrammā tiek reģistrēta kā atslēgvārds un līdz ar to, ievadot meklētājā preču zīmi vai tai līdzīgo apzīmējumu kā atslēgvārdu, ekrānā parādās identisku vai līdzīgu preču vai pakalpojumu reklāma?

2) Ja atbilde uz pirmo jautājumu ir apstiprinoša:

a) vai preču zīmes īpašnieka ekskluzīvās tiesības tiek pārkāptas, ja meklējamais vārds, kas ir identisks preču zīmei, tiek izmantots identisku preču vai pakalpojumu reklamēšanai, neatkarīgi no tā, vai izvietotā reklāma parādās atlases rezultātos vai no tiem telpiski nodalītā reklāmas laukā un vai tā apzīmēta kā "sponsorētā saite";

b) vai apzīmējuma, kas ir identisks preču zīmei, izmantošana attiecībā uz līdzīgām precēm vai pakalpojumiem vai arī apzīmējuma, kas ir līdzīgs preču zīmei, izmantošana attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem nerada sajaukšanas iespēju, ja reklāma tiek apzīmēta kā "sponsorēta saite" un/vai parādās nevis atlases rezultātos, bet gan no tiem telpiski nodalītā reklāmas laukā?"

Par pirmo prejudiciālo jautājumu

16 Pamata tiesvedība ir par preču zīmēm atbilstošu apzīmējumu izmantošanu par atslēgvārdiem atsauces pakalpojumā internetā bez preču zīmju īpašnieku piekrišanas.

17 Ar pirmo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var aizliegt trešai personai, izmantojot šai preču zīmei identisku vai līdzīgu atslēgvārdu, ko šī trešā persona bez šī īpašnieka piekrišanas ir izvēlējusies vai uzglabā atsauces pakalpojuma internetā ietvaros, reklamēt vai likt reklamēt produktus vai pakalpojumus, kas ir līdzīgi vai identiski tiem produktiem vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta šī preču zīme.

18 Kā Tiesa konstatēja 2010. gada 23. marta sprieduma apvienotajās lietās no C-236/08 līdz C-238/08 *Google France* un *Google* (Krājums, I-2417 lpp.) 51. un 52. punktā, apzīmējums, ko reklāmas devējs ir izvēlējies kā atslēgvārdu atsauces pakalpojuma internetā ietvaros, ir līdzeklis, ko viņš izmanto, lai parādītu savu reklāmas paziņojumu, un kas tiek izmantots "komercdarbībā" Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta izpratnē.

19 Turklāt runa ir par izmantošanu attiecībā uz reklāmas devēja precēm vai pakalpojumiem, pat ja par atslēgvārdu izvēlētais apzīmējums neparādās pašā reklāmā (iepriekš minētais spriedums apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 65.–73. punkts).

20 Tomēr preču zīmes īpašnieks nevar aizliegt izmantot šādu tā preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu, ja šī izmantošana neatbilst visiem nosacījumiem, kas paredzēti šajā ziņā Direktīvas 89/104 5. pantā un Tiesas judikatūrā par šo pantu.

21 Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunktā paredzētajā gadījumā, kad preču zīmei identisku apzīmējumu trešā persona izmanto precēm vai pakalpojumiem, kas ir

identiski tām precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta preču zīme, preču zīmes īpašniekam ir tiesības aizliegt šādu izmantošanu, ja tas var apdraudēt kādu preču zīmes funkciju (iepriekš minētais spriedums apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 79. punkts).

22 Otrā šīs direktīvas 5. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzētajā gadījumā, kad trešā persona izmanto preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski vai līdzīgi precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta preču zīme, preču zīmes īpašnieks var iebilst pret šī apzīmējuma izmantošanu, tikai ja ir sajaukšanas iespēja (iepriekš minētais spriedums apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 78. punkts un tajā minētā judikatūra).

23 Pamata tiesvedībā apzīmējumi "Edi Koblmüller" un "Bergspechte" tika izmantoti pakalpojumiem, kas ir identiski pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta *BergSpechte* preču zīme, proti, ceļojumu organizēšanas pakalpojumiem.

24 Tādēļ, lai zinātu, vai ir piemērojama Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunktā vai šī panta 1. punkta b) apakšpunktā noteiktā norma, ir jānosaka, vai apzīmējumi "Edi Koblmülle" un "Bergspechte" ir identiski vai līdzīgi *BergSpechte* preču zīmei.

25 Šajā sakarā ir jākonstatē, ka apzīmējums "Edi Koblmüller", kurā atkārtota tikai ierobežota *BergSpechte* preču zīmes daļa, nav jāuzskata par identisku šai preču zīmei. Apzīmējums ir identisks preču zīmei tikai tad, ja tajā bez grozījumiem vai papildinājumiem atkārtoti visi preču zīmi veidojošie elementi vai, aplūkojot to kopumā, tajā ietvertās atšķirības ir tik maznozīmīgas, ka vidusmēra patērētājam tās paliek

neievērotas (2000. gada 20. marta spriedums lietā C-291/00 *LTJ Diffusion*, *Recueil*, I-2799. lpp., 54. punkts).

26 Tomēr iesniedzējtiesai ir jānovērtē, vai apzīmējums "Edi Koblmüller" ir līdzīgs *BergSpechte* preču zīmei.

27 Attiecībā uz apzīmējumu "Bergspechte" nav strīda par to, ka tajā nav atkārtoti visi preču zīmi veidojošie elementi. Tomēr to varētu uzskatīt par tādu, kurā ietvertas maznozīmīgas atšķirības, kas vidusmēra patērētājam paliek neievērotas šī sprieduma 25. punktā minētās judikatūras izpratnē. Valsts tiesai ir jānovērtē, ņemot vērā visus tai zināmos faktus, vai šis apzīmējums būtu šādi kvalificējams.

28 Ja šī tiesa secinātu, ka apzīmējums "Bergspechte" nav identisks *BergSpechte* preču zīmei, nāktos secināt, ka šis apzīmējums ir līdzīgs šai preču zīmei, kas ir jāpārbauda valsts tiesai.

Par ietekmi vai iespējamu ietekmi uz kādu no preču zīmes funkcijām (Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts)

29 Ekskluzīvās tiesības, ko paredz Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts, tika piešķirtas, lai preču zīmes īpašniekam ļautu aizsargāt savas īpašās intereses kā šīs preču zīmes īpašniekam, proti, nodrošināt, ka preču zīme var pildīt savu funkciju.

Tāpēc šo tiesību īstenošanai ir jābūt rezervētai gadījumam, ja apzīmējuma izmantošana no trešo personu puses kaitē vai varētu kaitēt preču zīmes funkcijām (skat. it īpaši 2002. gada 12. novembra spriedumu lietā C-206/01 *Arsenal Football Club*, *Recueil*, I-10273. lpp., 51. punkts; 2009. gada 18. jūnija spriedumu lietā C-487/07 *L'Oréal* u.c., Krājums, I-5185. lpp., 58. punkts, kā arī iepriekš minēto spriedumu apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 75. punkts).

30 No šīs judikatūras izriet, ka preču zīmes īpašnieks nevar iebilst pret to, ka tiek izmantots preču zīmei identisks apzīmējums, ja šī izmantošana nevar apdraudēt nevienu no tās funkcijām (iepriekš minētie spriedumi lietā *L'Oréal* u.c., 60. punkts, kā arī apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 76. punkts).

31 Pie šīm funkcijām ir pieskaitāma ne tikai preču zīmes pamatfunkcija — garantēt patērētājiem preces vai pakalpojuma (turpmāk tekstā — "izcelsmes norādes funkcija") izcelsmi, bet arī citas tās funkcijas, proti, funkcija garantēt šīs preces vai šī pakalpojuma kvalitāti vai saziņas, investīciju vai reklāmas funkcija (iepriekš minētie spriedumi lietā *L'Oréal* u.c., 58. punkts, kā arī apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 77. punkts).

32 Attiecībā uz preču zīmēm identisku apzīmējumu izmantošanu par atslēgvārdiem atsauces pakalpojumā Tiesa iepriekš minētā sprieduma apvienotajās lietās *Google France* un *Google* 81. punktā nosprieda, ka attiecīgās pārbaudāmās funkcijas ir izcelsmes norādes un reklāmas funkcija.

33 Attiecībā uz reklāmas funkciju Tiesa minētajā spriedumā konstatēja, ka citam piederošai preču zīmei identiska apzīmējuma izmantošana tādā atsauces pakalpojumā kā "AdWords", nevar apdraudēt šo preču zīmes funkciju (iepriekš minētais spriedums apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 98. punkts).

34 Šis secinājums attiecas arī uz šo lietu, tā kā pamata lieta ir par atslēgvārdu izvēli un reklāmu parādīšanu šajā pašā atsauces pakalpojumā "AdWords".

35 Attiecībā uz izcelsmes norādes funkciju Tiesa uzskatīja, ka tas, vai tiek apdraudēta šī preču zīmes funkcija, kad lietotājiem, izmantojot preču zīmei identisku atslēgvārdu, tiek parādīta trešās personas reklāma, ir atkarīgs no veida, kādā šī reklāma tiek pasniegta. Preču zīmes izcelsmes norādes funkcija tiek apdraudēta tad, ja reklāma neļauj vai tikai ar lielām grūtībām ļauj samērā informētam un apdomīgam lietotājam zināt, vai reklāmā atainotās preces vai pakalpojumi pieder preču zīmes īpašniekam vai ar to ekonomiski saistītam uzņēmumam vai, tieši pretēji, trešai personai (iepriekš minētais spriedums apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 83. un 84. punkts).

36 Šajā sakarā Tiesā precizēja arī to, ka, ja trešās personas reklāma liek domāt par ekonomisku saistību starp šo trešo personu un preču zīmes īpašnieku, ir jāsecina, ka tiek apdraudēta izcelsmes norādes funkcija. Tāpat, ja reklāma, neliekot domāt par ekonomisku saistību, ir tik neskaidra attiecībā uz attiecīgo preču vai pakalpojumu izcelsmi, ka samērā informēts un apdomīgs lietotājs nespēj zināt, pamatojoties uz reklāmas saiti un tam pievienoto komercpaziņojumu, vai reklāmas devējs ir trešā persona attiecībā pret preču zīmes īpašnieku vai, tieši pretēji, ir ar to ekonomiski saistīta, arī tad ir jāsecina, ka tas apdraud šo preču zīmes funkciju (skat. iepriekš minēto spriedumu apvienotajās lietās *Google France* un *Google*, 89. un 90. punkts).

37 Saskaņā ar šiem faktoriem valsts tiesai ir jānovērtē, vai Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta piemērošanas gadījumā pamata tiesvedības fakti norāda uz ietekmi vai iespējamo ietekmi uz izcelsme norādes funkciju.

Par sajaukšanas iespēju (Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts)

38 Sajaukšanas iespēja ir iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi ir no viena uzņēmuma vai attiecīgā gadījumā no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem (skat. it īpaši 1999. gada 22. jūnija spriedumu lietā C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, *Recueil*, I-3819. lpp., 17. punkts; 2005. gada 6. oktobra spriedumu lietā C-120/04 *Medion*, Krājums, I-8551. lpp., 26. punkts, kā arī 2008. gada 10. aprīļa spriedumu lietā C-102/07 *adidas* un *adidas Benelux*, Krājums, I-2439. lpp., 28. punkts).

39 No tā izriet, ka, ja pamata lietā tiek piemērots Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts, iesniedzējtiesai būs jāsecina, ka pastāv sajaukšanas iespēja, kad, izmantojot preču zīmei līdzīgus atslēgvārdus, lietotājam tiek parādīta trešās personas reklāma, kura neļauj vai tikai ar lielām grūtībām ļauj samērā informētam un apdomīgam lietotājam zināt, vai reklāmā atainotās preces vai pakalpojumi pieder preču zīmes īpašniekam vai ar to ekonomiski saistītam uzņēmumam vai, tieši pretēji, trešai personai.

40 Pēc analoģijas ir piemērojami šī sprieduma 36. punktā norādītie precizējumi.

41 Ņemot vērā visu iepriekš minēto, uz pirmo jautājumu ir jāatbild, ka Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var aizliegt reklāmas devējam, izmantojot šai preču zīmei identisku vai līdzīgu atslēgvārdu, ko šis reklāmas devējs bez šī preču zīmes īpašnieka piekrišanas ir izvēlējies atsauces pakalpojuma internetā ietvaros, sniegt reklāmu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta šī preču zīme, ja šī reklāma neļauj vai tikai ar lielām grūtībām ļauj samērā informētam un apdomīgam lietotājam zināt, vai reklāmā atainotās preces vai pakalpojumi pieder preču zīmes īpašniekam vai ar to ekonomiski saistītam uzņēmumam vai, tieši pretēji, trešai personai.

Par otro prejudiciālo jautājumu

42 Ar otro prejudiciālo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai aizsardzība, ko preču zīme dod tās īpašniekam, varētu būt piemērojama citādi atkarībā no tā, vai trešās personas reklāma, kas parādīta, izmantojot šai preču zīmei identisku vai līdzīgu atslēgvārdu, ir rubrikā "sponsorētās saites" vai vēl citur.

43 Nav strīda, ka pamata tiesvedība skar tikai preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanu atsauces pakalpojumā internetā, kā rezultātā šī pakalpojuma sniedzēja pārvaldītā meklēšanas rīkā rubrikā "sponsorētas saites" tiek parādīta reklāma. Šajos apstākļos šīs tiesvedības atrisināšanai nav nepieciešams pārbaudīt, kādu aizsardzību preču zīme dod tās īpašniekam, ja ārpus rubrikas "sponsorētas saites" tiek parādītas trešo personu reklāmas.

44 No tā izriet, ka uz otro jautājumu nav jāatbild.

Par tiesāšanās izdevumiem

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

Ar šādu pamatojumu Tiesa (pirmā 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 a) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var aizliegt reklāmas devējam, izmantojot šai preču zīmei identisku atslēgvārdu, ko šis reklāmas devējs bez šī preču zīmes īpašnieka piekrišanas ir izvēlējies atsauces internetā pakalpojuma ietvaros, sniegt reklāmu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta šī preču zīme, ja šī reklāma neļauj vai tikai ar lielām grūtībām ļauj samērā informētam un apdomīgam lietotājam zināt, vai reklāmā atainotās preces vai

pakalpojumi pieder preču zīmes īpašniekam vai ar to ekonomiski saistītam uzņēmumam vai, tieši pretēji, trešai personai.

[Paraksti]