A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (első tanács)

2010. március 25.*

A C-278/08. sz. ügyben,

az EK 234. cikk alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem tárgyában, amelyet az Oberster Gerichtshof (Ausztria) a Bírósághoz 2008. június 26-án érkezett, 2008. május 20-i határozatával terjesztett elő az előtte

a **Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH**

és

Günter Guni,

a **trekking.at Reisen GmbH**

között folyamatban lévő eljárásban,

* Az eljárás nyelve: német.

A BÍRÓSÁG (első tanács),

tagjai: A. Tizzano tanácselnök, az első tanács elnökeként eljárva, E. Levits, A. Borg Barthet, M. Ilešič (előadó) és J.-J. Kasel bírák,

főtanácsnok: M. Poiares Maduro,
hivatalvezető: K. Malacek tanácsos,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2009. május 7-i tárgyalásra,

figyelembe véve a következők által előterjesztett észrevételeket:

– a Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH képviseletében W. Wetzl Rechtsanwalt,

– G. Guni és a trekking.at Reisen GmbH képviseletében M. Wukoschitz Rechtsanwalt,

– a francia kormány képviseletében G. de Bergues és B. Cabouat, meghatalmazotti minőségben,

– az olasz kormány képviseletében I. Bruni, meghatalmazotti minőségben, segítője: F. Arena avvocato dello Stato,

– a portugál kormány képviseletében L. Inez Fernandes és R. Solnado Cruz, meghatalmazotti minőségben,

– az Európai Bizottság képviseletében H. Krämer, meghatalmazotti minőségben,

tekintettel a főtanácsnok meghallgatását követően hozott határozatra, miszerint az ügy elbírálására a főtanácsnok indítványa nélkül kerül sor,

meghozta a következő

Ítéletet

1 Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv (HL 1989. L 40., 1. o.; magyar nyelvű különkiadás 17. fejezet, 1, kötet, 92. o.; a továbbiakban: az irányelv) 5. cikke (1) bekezdésének értelmezésére vonatkozik.

2 E kérelmet a Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH társaság (a továbbiakban: BergSpechte), a trekking.at Reisen GmbH társaság (a továbbiakban: trekking.at Reisen), valamint az utóbbi ügyvezetését ellátó G. Guni között, promóciós linkek védjegyeknek megfelelő vagy azokhoz hasonló kulcsszavak alapján, interneten történő megjelenítése tárgyában folyamatban lévő eljárás során terjesztették elő.

Jogi háttér

3 A 89/104 irányelv „A védjegyoltalom tartalma” című 5. cikke (1) bekezdésében az alábbiak szerint rendelkezik:

„(1) A védjegyoltalom a jogosult számára kizárólagos jogokat biztosít. A kizárólagos jogok alapján a jogosult bárkivel szemben felléphet, aki engedélye nélkül gazdasági tevékenység körében használ

a) a védjeggyel azonos megjelölést olyan árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban, amelyek azonosak a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal;

b) olyan megjelölést, amelyet a fogyasztók a védjeggyel összetéveszthetnek a megjelölés és a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk, illetve szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt; az összetéveszthetőség magában foglalja azt az esetet is, ha a fogyasztók a megjelölést gondolati képzettársítás (asszociáció) útján kapcsolhatják a korábbi védjegyhez.”

4 A 89/104 irányelvet hatályon kívül helyezte a 2008. november 28-án hatályba lépett, a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2008. október 22-i 2008/95/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (kodifikált változat) (HL L 299.,

25. o.). A jelen jogvitára azonban, tekintettel a tényállás időpontjára, még a 89/104 irányelvet kell alkalmazni.

Az alapeljárás és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések

Az „AdWords" reklámszolgáltatás

5 Amikor a felhasználó egy vagy több szó megadásával keresést végez a Google keresőmotorral, a keresőmotor a szavaknak leginkább megfelelőnek tűnő weboldalakra mutató linkeket jeleníti meg csökkenő fontossági sorrendben. Ilyen esetben „természetes" keresési eredményről van szó.

6 Ezenkívül a Google „AdWords" elnevezésű fizetett reklámszolgáltatása lehetővé teszi valamennyi gazdasági szereplő számára, hogy amennyiben kiválaszt egy vagy több kulcsszót, az e szavak és az internethasználó által a keresőmotorba bevitt szavak közötti egyezés esetén a weboldalára mutató promóciós link jelenjen meg. E promóciós link a „szponzorált linkek" rovatban, a képernyő jobboldali részén, a természetes találatoktól jobbra, vagy pedig a képernyő felső részén, az említett találatok fölött jelenik meg.

7 Az említett promóciós linket rövid reklámüzenet kíséri. Az említett link és a reklámüzenet együttesen alkotják a fent említett rovatban szereplő hirdetést.

Kulcsszavak alkalmazása az alapügyben

8 A BergSpechte jogosultja az alábbi megjelenítésű osztrák ábrás, illetve szóvédjegynek:



9 E védjegy oltalmat élvez a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, 1957. június 15-i, felülvizsgált és módosított Nizzai Megállapodás 25. osztályába tartozó áruk, különösen ruházati cikkek, a 39. osztályba tartozó szolgáltatások, különösen utazások szervezése és a 41. osztályba tartozó szolgáltatások (nevelés, oktató tanfolyamok, sport- és kulturális tevékenységek) vonatkozásában.

10 A trekking.at Reisen a BergSpechtéhez hasonlóan úgynevezett „outdoor” utazásokat (túrákat, kalandutazásokat és hegyi expedíciókat) szervez.

11 Ha valamely internethasználó 2007. augusztus 17-én és 2007. szeptember 25-én az „Edi Koblmüller” keresőkifejezést írta be a Google keresőmotor keresőmezőjébe, a

trekking.at Reisen reklámja megjelent a „szponzorált linkek” rovatban a „Trekking- und Naturreisen” (túra- és természetjáró utazások) cím alatt.

12 Ha valamely internethasználó 2007. augusztus 29-én és 2007. szeptember 25-én a „Bergspechte” szót írta be keresőkifejezésként az említett keresőmotorba, a trekking.at Reisen reklámja megjelent a „szponzorált linkek” rovatban az „Äthiopien mit dem Bike” (Etiópia kerékpárral) cím alatt.

13 A Landesgericht Wels a 2007. október 19-i ideiglenes intézkedés iránti kérelem tárgyában hozott végzésével ideiglenes intézkedésben megtiltotta a trekking.at Reisen számára, hogy az internetes keresőmotorok használata során az „Edi Koblmüller”, illetve a „Bergspechte” keresőkifejezésekhez tartozó találati listákat megjelenítő oldalakon szereplő link segítségével az internethasználókat az ő honlapjára vezesse.

14 Az Oberlandesgericht 2007. december 7-én részlegesen módosította az említett ideiglenes intézkedés iránti kérelem tárgyában hozott végzését. A BergSpechte, a trekking.at Reisen és G. Guni felülvizsgálati kérelmet nyújtottak be a fenti határozat ellen az Oberster Gerichtshof előtt.

15 E feltételek mellett az Oberster Gerichtshof az eljárás felfüggesztéséről határozott, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjesztette a Bíróság elé:

„1) Úgy kell-e értelmezni a [89/104] irányelv 5. cikkének (1) bekezdését, hogy a védjegynek a védjegyjogosult számára fenntartott módon való használatát jelenti a

védjegy vagy ahhoz hasonló megjelölés (így például szóelemből és ábrás elemből összetett védjegy szóelemének) kulcsszóként történő használata a keresőmotor-üzemeltetőnél, amelynek következtében a védjegy vagy az ahhoz hasonló megjelölés mint keresőkifejezés keresőmotorba való begépelése esetén azonos vagy hasonló áruk vagy szolgáltatások reklámja jelenik meg a képernyőn?

2) Ha az első kérdésre igenlő válasz adandó:

a) Attól függetlenül sérül-e a védjegy jogosultjának kizárólagos joga a védjeggyel azonos keresőkifejezés azonos áruk vagy szolgáltatások reklámozása céljából történő használata esetén, hogy a reklám a találati listában vagy attól térben elkülönülő reklámblokkban jelenik meg, illetve hogy azt »szponzorált link«-ként jelölik meg?

b) Hasonló árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban a védjeggyel azonos megjelölés használata, vagy azonos vagy hasonló árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban a védjegyhez hasonló megjelölés használata esetén kizárható-e az összetéveszthetőség, ha a reklámot »szponzorált link«-ként jelölik meg, és/vagy az nem a találati listában, hanem attól térben elkülönülő reklámblokkban jelenik meg?"

Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett első kérdésről

16 Az alapjogvita tárgya valamely védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés internetes reklámszolgáltatások keretében, kulcsszóként történő, anélkül való használata, hogy a védjegy jogosultja e használathoz hozzájárult volna.

17 A kérdést előterjesztő bíróság első kérdésével lényegében azt kérdezi, hogy a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) bekezdését úgy kell-e értelmezni, hogy a védjegyjogosult jogosult fellépni, ha harmadik személy a védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló – a harmadik személy által az említett védjegyjogosult hozzájárulása nélkül internetes reklámszolgáltatás keretében kiválasztott vagy tárolt – kulcsszó alapján olyan árukra vagy szolgáltatásokra vonatkozó hirdetést jeleníttet meg, amelyek az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal vagy szolgáltatásokkal azonosak vagy azokhoz hasonlóak.

18 Ahogyan azt a Bíróság a C-236/08–C-238/08. sz., Google France és Google ügyben 2010. március 23-án hozott ítéletének [EBHT 2010., I-2417. o.] 51. és 52. cikkében megállapította, a hirdető által internetes reklámszolgáltatás keretében kulcsszóként kiválasztott megjelölés e hirdető eszköze hirdetése megjelenítésének előidézésére, és így a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) bekezdése értelmében „gazdasági tevékenység körében" történő használatnak minősül.

19 Ezenkívül a hirdető áruival, illetve szolgáltatásaival kapcsolatos használatra kerül sor még abban az esetben is, ha a kulcsszóként kiválasztott megjelölés magában a hirdetésben nem szerepel (a fent hivatkozott Google France és Google ügyben hozott ítélet 65–73. pontja).

20 Mindazonáltal a védjegy jogosultja nem léphet fel a védjegyével azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés fent említett használatával szemben, ha az nem elégíti ki a 89/104 irányelv 5. cikkében és a Bíróság e cikkre vonatkozó ítélkezési gyakorlatában e célból meghatározott valamennyi feltételt.

21 A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontjában említett esetben, amikor harmadik fél valamely védjeggyel azonos megjelölést használ a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonos áruk, illetve szolgáltatások

vonatkozásában, a védjegyjogosult jogosult e használatot megtiltani, ha az veszélyezteti a védjegy valamely funkcióját (a fent hivatkozott Google France és Google ügyben hozott ítélet 79. pontja).

22 Az említett irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontjában szereplő másik esetben, amikor harmadik személy valamely védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést használ a védjegy árujegyzékében szereplő árukhoz, illetve szolgáltatásokhoz hasonló áruk, illetve szolgáltatások vonatkozásában, a védjegy jogosultja csak akkor léphet fel az említett megjelölés használatával szemben, ha fennáll az összetévesztés veszélye (a fent hivatkozott Google France és Google ügyben hozott ítélet 78. pontja és az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

23 Az alapügyben az „Edi Koblmüller" és a „Bergspechte" megjelölést a BergSpechte védjegy árujegyzékében szereplő szolgáltatásokkal azonos szolgáltatások – azaz utazásszervezési szolgáltatások – vonatkozásában használták.

24 Következésképpen annak megválaszolása érdekében, hogy a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontjában kimondott szabályt vagy az említett cikk (1) bekezdésének b) pontjában kimondott szabályt kell-e alkalmazni, meg kell határozni, hogy az „Edi Koblmüller" és a „Bergspechte" megjelölés azonos-e a BergSpechte védjeggyel, vagy hasonló-e ahhoz.

25 E vonatkozásban meg kell állapítani, hogy az „Edi Koblmüller" megjelölés, amely a BergSpechte védjegynek csupán egy korlátozott részét tartalmazza, nem tekinthető azonosnak az említett védjeggyel. Valamely megjelölés ugyanis kizárólag akkor azonos valamely védjeggyel, ha módosítás vagy hozzáadás nélkül tartalmazza a védjegyet alkotó valamennyi elemet, vagy ha egészében tekintve olyan jelentéktelen eltéréseket rejt magában, amelyek elkerülhetik az átlagos fogyasztó figyelmét (a C-291/00. sz.

LTJ Diffusion ügyben 2003. március 20-án hozott ítélet [EBHT 2003., I-2799. o.] 54. pontja).

26 A nemzeti bíróság feladata azonban annak megállapítása, hogy az „Edi Koblmüller" megjelölés hasonló-e a BergSpechte védjegyhez.

27 A „Bergspechte" megjelöléssel kapcsolatban kétségtelen, hogy az sem tartalmazza a védjegyet alkotó valamennyi elemet. Mindazonáltal úgy tekinthető, mint amely annyira jelentéktelen eltéréseket rejt magában, hogy azok az átlagos fogyasztó számára a jelen ítélet 25. pontjában hivatkozott ítélkezési gyakorlat értelmében észrevehetetlenek lehetnek. A nemzeti bíróság feladata – a rendelkezésére álló valamennyi információ alapján – annak megítélése, hogy az említett megjelölést a fenti módon kell-e minősíteni.

28 Amennyiben az említett bíróság megállapítaná, hogy a „Bergspechte" megjelölés nem azonos a BergSpechte védjeggyel, indokoltnak tűnik – a nemzeti bíróság vizsgálatától függően – azon következtetés levonása, hogy az említett megjelölés hasonló az említett védjegyhez.

A védjegy valamely funkciójának sérelme vagy veszélyeztetése (a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontja)

29 A 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének a) pontjában foglalt kizárólagos jog biztosításának célja az, hogy lehetővé tegye a jogosult számára a védjegyéhez kapcsolódó különös jogosulti érdekeinek védelmét, azaz annak biztosítását, hogy a védjegy betölthesse saját funkcióit. E jog gyakorlásának tehát azon esetekre kell korlátozódnia,

amikor a megjelölés harmadik személy általi használata sérti, vagy sértheti a védjegy alapvető funkcióit (lásd különösen a C-206/01. sz. Arsenal Football Club ügyben 2002. november 12-én hozott ítélet [EBHT 2002., I-10273. o.] 51. pontját, a C-487/07. sz., L'Oréal és társai ügyben 2009. június 18-án hozott ítélet [EBHT 2009., I-5185. o.] 58. pontját, valamint a fent hivatkozott Google France és Google ügyben hozott ítélet 75. pontját).

30 A fenti ítélkezési gyakorlatból következően a védjegy jogosultja nem tilthatja meg a védjeggyel azonos megjelölés használatát, ha e használat a védjegy egyik funkcióját sem veszélyezteti (a fent hivatkozott L'Oréal és társai ügyben hozott ítélet 60. pontja, valamint a fent hivatkozott Google France és Google ügyben hozott ítélet 76. pontja).

31 E funkciók között nem csupán a védjegy alapvető funkciója szerepel, amely abban áll, hogy szavatolja a fogyasztók számára az általa megjelölt áruk vagy szolgáltatások származását (a továbbiakban származásjelző funkció), hanem annak egyéb funkciói is, mint például az ezen áruk vagy szolgáltatások minőségének szavatolása, vagy a kommunikációval, a befektetésekkel, illetve a reklámmal kapcsolatos funkciók is (a fent hivatkozott L'Oréal és társai ügyben hozott ítélet 58. pontja és a fent hivatkozott Google France és Google ügyben hozott ítélet 77. pontja).

32 A védjegyekkel azonos megjelölések internetes reklámszolgáltatás keretében kulcsszóként történő használatát illetően a fent hivatkozott Google France és Google ügyben hozott ítélet 81. pontjában a Bíróság kimondta, hogy a megvizsgálandó releváns funkciók a származásjelző és a reklámfunkció.

33 A reklámfunkciót illetően a Bíróság az említett ítéletben megállapította, hogy a más védjegyével azonos megjelölésnek az „AdWords”-höz hasonló reklámszolgáltatás keretében történő használata nem veszélyezteti a védjegy e funkcióját (a fent hivatkozott Google France és Google ügyben hozott ítélet 98. pontja).

34 A fenti következtetés a jelen esetben is érvényes, mivel az alapügy kulcsszavak kiválasztására és hirdetéseknek a fent említett „AdWords” reklámszolgáltatás keretében történő megjelenítésére vonatkozik.

35 A származásjelző funkciót illetően a Bíróság úgy vélte, hogy azon kérdés, miszerint sérti-e a védjegy e funkcióját, ha a védjeggyel azonos kulcsszó alapján az internethasználóknak harmadik személy hirdetését mutatják, különösen az említett hirdetés megjelenítésének módjától függ. Sérül a védjegy származásjelző funkciója, ha a hirdetés nem teszi lehetővé, vagy csupán nehézségek árán teszi lehetővé a szokásosan tájékozott és ésszerűen figyelmes internethasználó számára annak megállapítását, hogy a hirdetésben szereplő áruk vagy szolgáltatások a védjegyjogosulttól, ahhoz gazdaságilag kapcsolódó vállalkozástól vagy pedig ellenkezőleg, harmadik féltől származnak-e (a fent hivatkozott Google France és Google ügyben hozott ítélet 83. és 84. pontja).

36 E vonatkozásban a Bíróság azt is pontosította, hogy ha harmadik fél hirdetése azt sugallja, hogy gazdasági kapcsolat áll fenn e harmadik fél és a védjegyjogosult között, azt a következtetést kell levonni, hogy sérül a védjegy származásjelző funkciója. Hasonlóképpen, ha a hirdetés – bár nem sugallja, hogy gazdasági kapcsolat állna fenn – a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások származása tekintetében annyira homályos marad, hogy a szokásosan tájékozott és ésszerűen figyelmes internethasználó a promóciós link és a hozzá kapcsolt reklámüzenet alapján nem képes annak felismerésére, hogy a hirdető a védjegyjogosulttól független harmadik személy-e, vagy ellenkezőleg, ahhoz gazdasági kapcsolat fűzi, azt a következtetést kell levonni, hogy sérül a védjegy származásjelző funkciója (a fent hivatkozott Google France és Google ügyben hozott ítélet 89. és 90. pontja).

37 A fentieket figyelembe véve kell a nemzeti bíróságnak megállapítania, hogy a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdése a) pontjának alkalmazhatósága esetén az alapügyben szóban forgó tényállásra jellemző-e a származásjelző funkció sérelme vagy veszélyeztetése.

Az összetéveszthetőségről (a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontja)

38 Összetéveszthetőséget okozhat az, ha a vásárlóközönség azt hiheti, hogy a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások ugyanattól a vállalkozástól, vagy adott esetben gazdaságilag egymással kapcsolatban álló vállalkozásoktól származnak (lásd a C-342/97. sz. Lloyd Schuhfabrik Meyer ügyben 1999. június 22-én hozott ítélet [EBHT 1999., I-3819. o.] 17. pontját, a C-120/04. sz. Medion-ügyben 2005. október 6-án hozott ítélet [EBHT 2005., I-8551. o.] 26. pontját, valamint a C-102/07. sz., adidas és adidas Benelux ügyben 2008. április 10-én hozott ítélet [EBHT 2008., I-2439. o.] 28. pontját).

39 Következésképpen a 89/104 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének b) pontjában szereplő szabálynak az alapügyben való alkalmazhatósága esetén a nemzeti bíróság feladata azon következtetés levonása, hogy fennáll az összetévesztés veszélye, ha a védjeggyel azonos kulcsszó alapján az internethasználóknak harmadik személy olyan hirdetését mutatják, amely nem teszi lehetővé, vagy csupán nehézségek árán teszi lehetővé a szokásosan tájékozott és ésszerűen figyelmes internethasználó számára annak felismerését, hogy a hirdetésben említett áruk vagy szolgáltatások a védjegyjogosulttól, illetve ahhoz gazdaságilag kapcsolt vállalkozástól, vagy ellenkezőleg, harmadik személytől származnak-e.

40 A jelen ítélet 36. pontjában említett pontosítások analógia útján alkalmazandók.

41 A fentiekre tekintettel az első kérdésre azt a választ kell adni, hogy a 89/104 irányelv 5. cikkének (1) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy valamely védjegy jogosultja megtilthatja, hogy valamely hirdető az említett védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést az említett védjegyjogosult hozzájárulása nélkül internetes reklámszolgáltatás keretében kiválasztott kulcsszóként az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonos áruk vagy szolgáltatások reklámozására használja, amennyiben e reklám nem teszi lehetővé, vagy csupán nehézségek árán teszi lehetővé az átlagos internethasználó számára annak felismerését, hogy a hirdetésben említett áruk vagy szolgáltatások a védjegyjogosulttól, illetve ahhoz gazdaságilag kapcsolt vállalkozástól, vagy ellenkezőleg, harmadik személytől származnak-e.

Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett második kérdésről

42 Második kérdésével a kérdést előterjesztő bíróság lényegében arra keresi a választ, hogy a védjegy alapján a jogosultját megillető oltalom eltérő tartalmú lehet-e attól függően, hogy harmadik félnek az említett védjeggyel megegyező, vagy ahhoz hasonló kulcsszó alapján megjelenített hirdetése a „szponzorált linkek” rovatban vagy máshol szerepel.

43 Kétségtelen, hogy az alapeljárás tárgyát képező jogvita csupán a valamely védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölések internetes reklámszolgáltatás keretében történő olyan használatára vonatkozik, amely a hirdetéseknek az említett szolgáltatás nyújtója által üzemeltetett keresőmotor „szponzorált linkek” rovatában történő megjelenését eredményezi. E feltételek mellett az említett jogvita megoldása szempontjából nem szükséges megvizsgálni a védjegy által a jogosultjának biztosított oltalmat abban az esetben, ha harmadik felek hirdetései a „szponzorált linkek” rovaton kívül jelennek meg.

44 Ennélfogva a második kérdésre nem kell választ adni.

A költségekről

45 Mivel ez az eljárás az alapeljárásban részt vevő felek számára a kérdést előterjesztő bíróság előtt folyamatban lévő eljárás egy szakaszát képezi, ez a bíróság dönt a költségekről. Az észrevételeknek a Bíróság elé terjesztésével kapcsolatban felmerült költségek, az említett felek költségeinek kivételével, nem téríthetők meg.

A fenti indokok alapján a Bíróság (első tanács) a következőképpen határozott:

A védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv 5. cikkének (1) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy valamely védjegy jogosultja megtilthatja, hogy valamely hirdető az említett védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést az említett védjegyjogosult hozzájárulása nélkül internetes reklámszolgáltatás keretében kiválasztott kulcsszóként az említett védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonos áruk vagy szolgáltatások reklámozására használja, amennyiben e reklám nem teszi lehetővé, vagy csupán nehézségek árán teszi lehetővé az átlagos internethasználó számára annak felismerését, hogy a

hirdetésben említett áruk vagy szolgáltatások a védjegyjogosulttól, illetve ahhoz gazdaságilag kapcsolt vállalkozástól, vagy ellenkezőleg, harmadik személytől származnak-e.

Aláírások