EUROOPA KOHTU OTSUS (neljas koda)

24. juuni 2010 *

Kohtuasjas C-51/09 P,

mille ese on Euroopa Kohtu põhikirja artikli 56 alusel 3. veebruaril 2009 esitatud apellatsioonkaebus,

Barbara Becker, elukoht Miami (Ühendriigid), esindaja: *Rechtsanwalt* P. Baronikians,

hageja,

teised menetlusosalised:

Harman International Industries, Inc., asukoht Northridge (Ühendriigid), esindaja: *barrister* M. Vanhegan,

hageja esimeses astmes,

Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused), esindaja: G. Schneider,

kostja esimeses astmes,

* Kohtumenetluse keel: inglise.

EUROOPA KOHUS (neljas koda),

koosseisus: koja esimees J.-C. Bonichot, kohtunikud C. Toader, K. Schiemann, P. Kūris (ettekandja) ja L. Bay Larsen,

kohtujurist: P. Cruz Villalón,
kohtusekretär: ametnik C. Strömholm,

arvestades kirjalikus menetluses ja 11. veebruari 2010. aasta kohtuistungil esitatut,

olles 25. märtsi 2010. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Barbara Becker palub oma apellatsioonkaebuses tühistada Euroopa Ühenduste Esimese Astme Kohtu 2. detsembri 2008. aasta otsus kohtuasjas T-212/07: Harman International Industries *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet - Becker (Barbara Becker) (EKL 2008, lk II-3431, edaspidi „vaidlustatav kohtuotsus"), millega Üldkohus tühistas Siseturu Ühtlustamise Ameti (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet") esimese apellatsioonikoja 7. märtsi 2007. aasta otsuse (asi R 502/2006-1, edaspidi „vaidlustatud otsus") tühistada vastulausete osakonna otsus, millega rahuldati Harman International Industries, Inc-i (edaspidi „Harman") poolt ühenduse sõnamärgi Barbara Becker registreerimistaotluse peale esitatud vastulause.

Õiguslik raamistik

2 Nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146) artikli 8 lõike 1 punkt b sätestab:

„Varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral ei registreerita taotletavat kaubamärki, kui:

[…]

b) kui identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et territooriumil, kus varasem kaubamärk on kaitstud, võib avalikkus need omavahel segi ajada; segiajamise tõenäosus hõlmab ka tõenäosust, et kaubamärk seostatakse varasema kaubamärgiga."

3 Määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 2 punkti a kohaselt tähendab „varasem kaubamärk" eelkõige ühenduse kaubamärke, mille registreerimise taotluse kuupäev on varasem ühenduse kaubamärgi registreerimise taotluse kuupäevast.

Vaidluse taust

4 B. Becker esitas 19. novembril 2002 ühtlustamisametile taotluse registreerida sõnamärk Barbara Becker ühenduse kaubamärgina.

5 Kaubad, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotleti, kuuluvad 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassi 9 ning vastavad järgmisele kirjeldusele:

„teadusotstarbelised, merendus-, geodeesia-, elektri-, foto-, filmi-, optika-, kaalumis-, mõõte-, signalisatsiooni-, kontrolli-, pääste- ja õppevahendid ning -seadmed; heli või kujutise salvestus-, edastus- ja taasesitusaparatuur; magnetandmekandjad, heliplaadid; müügiautomaadid ja -mehhanismid; kassaaparaadid, arvutusmasinad, infotöötlusseadmed ja arvutid".

6 Hageja Harman esitas 24. juunil 2004 kaubamärgi Barbara Becker registreerimisele kõikide registreerimistaotluses loetletud kaupade osas määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b ja sama määruse artikli 8 lõike 5 alusel vastulause. Vastulause põhines 1. juulil 2002 registreeritud ühenduse sõnamärgil BECKER ONLINE PRO nr 1823228 ja 2. novembril 2000 esitatud ühenduse sõnamärgi BECKER taotlusel nr 1944578, mis registreeriti 17. septembril 2004 ning mis samuti hõlmab mitut klassi 9 kuuluvat kaupa.

7 Ühtlustamisameti vastulausete osakond rahuldas 15. veebruari 2005. aasta otsusega Harmani vastulause põhjusel, et vastandatud kaubamärkide segiajamine on tõenäoline. Vastulausete osakond leidis, et nimetatud kaubamärkidega tähistatud kaubad on identsed ning ka kaubamärgid on tervikuna võttes sarnased, kuna ühelt poolt on neil keskmine visuaalse ja foneetilise sarnasuse aste ning teiselt poolt on need kontseptuaalselt identsed, kuivõrd mõlemad viitavad samale perekonnanimele.

8 B. Becker esitas 11. aprillil 2006 selle otsuse peale kaebuse ning vaidlustatud otsusega vastulausete osakonna otsus tühistati. Ühtlustamisameti esimene apellatsioonikoda (edaspidi „apellatsioonikoda") leidis vaidlustatud otsuses, et vastandatud kaubamärkidega tähistatud kaubad on osaliselt identsed ja osaliselt sarnased. Apellatsioonikoda tegi vahet neil kaupadel, mis on suunatud laiale avalikkusele, neil, mis on suunatud erialaasjatundjatele, ja neil, mis kuuluvad keskmisse kaubagruppi, olles suunatud nii ühele kui teisele grupile.

9 Vastandatud tähiste võrdlemisel võttis apellatsioonikoda arvesse üksnes varasemat sõnamärki BECKER ning taotletavat sõnamärki Barbara Becker. Apellatsioonikoda leidis, et ainult visuaalselt ja foneetiliselt on need tähised teataval määral sarnased, samas kui kontseptuaalselt on vastandatud tähised Saksamaal ja Euroopa Liidu teistes riikides selgesti eristatavad, kuna asjaomane avalikkus tajub kaubamärki Barbara Becker pigem tervikuna kui nimede „Barbara" ja „Becker" kombinatsioonina. Apellatsioonikoda osutas ka sellele, et Barbara Becker on Saksamaal „tuntud isik", samas kui perekonnanimi Becker on levinud perekonnanimi. Seetõttu nentis apellatsioonikoda, et asjaomaste tähiste vahelised kontseptuaalsed erinevused on segiajamise tõenäosuse välistamiseks piisavalt suured.

10 Peale selle märkis apellatsioonikoda, et käesoleval juhul ei ole täidetud määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 5 kohaldamiseks seatud tingimus, mille kohaselt vastandatud kaubamärkide sarnasuse aste peab olema selline, et asjaomane avalikkus neid seostab.

Üldkohtule esitatud hagi ja vaidlustatav kohtuotsus

11 Üldkohtu kantseleisse 15. juunil 2007 saabunud hagiavaldusega esitas Harman vaidlustatud otsuse tühistamise hagi. Harman esitab oma hagi toetuseks kaks väidet, mis põhinevad vastavalt määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b ning sama määruse artikli 8 lõike 5 rikkumisel.

12 Üldkohus nõustus esimese väitega ning tühistas vaidlustatud otsuse vaidlustatava kohtuotsusega põhjusel, et apellatsioonikoda oli leidnud ekslikult, et vastandatud kaubamärgid on selgesti eristatavad. Pärast seda, kui Üldkohus oli vaidlustatava kohtuotsuse punktis 33 märkinud, et nagu apellatsioonikoda leidis, on kaubamärgid visuaalsest ja foneetilisest küljest teataval määral sarnased, lisas ta kohtuotsuse punktis 34, et apellatsioonikoda oli koostisosa „Becker" suhtelist tähtsust võrreldes koostisosaga „Barbara" vääralt hinnanud.

13 Selles osas viitas Üldkohus esiteks 1. märtsi 2005. aasta otsusele kohtuasjas T-185/03: Fusco *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet - Fusco International (ENZO FUSCO) (EKL 2005, lk II-715, punkt 54) ning märkis vaidlustatava kohtuotsuse punktis 35, et kohtupraktikas on leidnud kinnitust asjaolu, et üldreegli kohaselt peavad vähemalt Itaalia tarbijad kaubamärkides esinevat perekonnanime eesnimest eristusvõimelisemaks, mistõttu perekonnanime „Becker" eristusvõime võib mitmeosalises kaubamärgis olla eesnime Barbara omast suurem.

14 Teiseks märkis Üldkohus vaidlustatava kohtuotsuse punktis 36, et asjaolu, et Barbara Becker kui Boris Beckeri endine abikaasa on Saksamaal kuulus isik, ei tähenda kontseptuaalsest küljest seda, et vastandatud kaubamärgid ei ole sarnased. Üldkohus lisas, et asjaomased kaubamärgid viitavad samale perekonnanimele ning on niisiis

sarnased seda enam asjaolu tõttu, et liidu teatavas osas peetakse perekonnanimena kasutatava kaubamärgi Barbara Becker osa „Becker" eristusvõimet lihtsa eesnimena kasutatava osa „Barbara" eristusvõimest suuremaks.

15 Kolmandaks märkis Üldkohus vaidlustatava kohtuotsuse punktis 37, viidates 6. oktoobri 2005. aasta otsusele kohtuasjas C-120/04: Medion (EKL 2005, lk I-8551, punktid 30 ja 37), et kuigi osa „Becker" ei ole mitmeosalise kaubamärgi domineeriv osa, tajutakse seda kui perekonnanime, mis on isikunimena laialt levinud, ja see säilitab kõnealuses kaubamärgis iseseisva eristava tähenduse.

16 Kuna vastandatud kaubamärgiga tähistatavate kaupade identsust või sarnasust ei ole vaidlustatud, ning võttes arvesse, et need kaubamärgid on visuaalselt, foneetiliselt ja kontseptuaalselt sarnased, leidis Üldkohus vaidlustatava kohtuotsuse punktis 40, et nende segiajamine on tõenäoline, isegi kui asjaomased nimetatud kaubad on suunatud avalikkusele, kelle tähelepanelikkuse aste on suhteliselt kõrge.

17 Lõpuks märkis Üldkohus vaidlustatava kohtuotsuse punktides 41 ja 42, et seda järeldust ei lükka ümber ühtlustamisameti argument, mille kohaselt saab mitmeosalist kaubamärki pidada teise kaubamärgiga sarnaseks üksnes juhul, kui nende ühine osa on mitmeosalise kaubamärgi tervikmuljes domineeriv osa. Ühtlasi lükkas Üldkohus ümber B. Beckeri argumendi, mille kohaselt mitmeosalisi kaubamärke käsitlevat kohtupraktikat ei saa käesoleval juhul kohaldada, kuna kaubamärk Barbara Becker koosneb ees- ja perekonnanimest.

Poolte nõuded

18 Apellant palub oma apellatsioonkaebuses Euroopa Kohtul tühistada vaidlustatav kohtuotsus niivõrd, kuivõrd vaidlustatud otsus sellega tühistati ja jäeti kulud tema kanda. Samuti palub ta mõista kohtukulud välja vastustajalt.

19 Harman palub sisuliselt jätta apellatsioonkaebus rahuldamata ja mõista kohtukulud välja apellandilt.

20 Ühtlustamisamet palub Euroopa Kohtul tühistada vaidlustatav kohtuotsus ja mõista kohtukulud välja Harmanilt.

Apellatsioonkaebus

Poolte argumendid

21 B. Becker esitab oma apellatsioonkaebuse toetuseks ühe väite, milles ta viitab määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumisele. Ta väidab, et Üldkohtus eksis, leides, et vastandatud kaubamärgid on sarnased, ning seega kohaldas ta segiajamise tõenäosust tuvastades kõnealust sätet vääralt.

22 Esiteks heidab apellant Üldkohtule ette seda, et viimane tugines oma hinnangus eespool viidatud kohtuotsusele Fusco *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Fusco International (ENZO FUSCO), mille kohaselt Itaalia tarbijad peavad kaubamärkides esinevat perekonnanime eesnimest eristusvõimelisemaks. Apellant märgib selles osas, et 12. juulist 2006 pärinevas hilisemas otsuses kohtuasjas T-97/05: Rossi *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Marcorossi (MARCOROSSI) (punktid 46 ja 47) leidis Üldkohus, et niivõrd üldist reeglit ei saa kohaldada mis tahes olukorras, vaid iga asja iseärasusi tuleb eraldi arvesse võtta ning et selle asja puhul ei olnud kahes kaubamärgis ühine perekonnanimi segiajamise tõenäosuse tekkimiseks piisavalt domineeriv.

23 Teiseks leidis Üldkohus eespool viidatud kohtuotsuse Medion põhjal apellandi sõnul vääralt, et osa „Becker" säilitab mitmeosalises kaubamärgis iseseisva eristava tähenduse, millest tulenevalt tuleb vastandatud kaubamärke pidada sarnaseks. Nimetatud kohtuotsuse sõnastuse kohaselt aga ei piisa üksnes sellest, kui kolmas isik lisab varem registreeritud kaubamärgile oma äriühingu nime ning taotleb niimoodi kaitset oma mitmeosalisele kaubamärgile. Seda kohtuotsust ei saa sugugi mõista nii, et sellega kehtestatakse üldine reegel, mille kohaselt mis tahes kahe kaubamärgi ühist osa tuleb lugeda eristavaks, isegi kui see osa ei domineeri.

24 Lisaks käsitleti nimetatud kohtuasjas kaubamärke, mida ei saa käesolevas kohtuasjas vastandatud kaubamärkidega võrrelda. Käesolevas kohtuasjas ei ole tegemist varasema kaubamärgi imiteerimisega seeläbi, et viimasele on lisatud ettevõtja ärinimi, vaid varasema kaubamärgi muutmisega perekonnanime ette eesnime lisamise läbi. Asjaomane avalikkus tajub tähist „Barbara Becker" naissoost isiku nimena, samas kui väga levinud perekonnanimi „Becker" ei ole asjaomaste kaubamärkide kontseptuaalse sarnasuse tuvastamiseks piisavalt individualiseeritud. Apellandi arvates kohaldas Üldkohus määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b vääralt, kui märkis, et osa „Barbara" on lihtne eesnimi, sest selle nime lisamine kõnealusele perekonnanimele mõjutab otsustavalt taotletavast kaubamärgist jäävat tervikmuljet, andes perekonnanimele „Becker" täiesti uue kontseptuaalse tähenduse.

25 Ühtlustamisamet sisuliselt ühineb apellandi esitatud väidetega. Ta märgib, et Üldkohus ei ole võtnud segiajamise tõenäosuse hindamisel arvesse kõiki kohtuasja olulisi asjaolusid, pidades eespool viidatud kohtuotsuses Fusco *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Fusco International (ENZO FUSCO) faktilistele asjaoludele antud hinnangut üldreegliks ning kohaldades eespool viidatud kohtuotsuses Medion tehtud järeldusi automaatselt.

26 Seega jättis Üldkohus arvestamata asjaoluga, et nimi, millest taotletav kaubamärk koosneb, on laialt levinud Saksa nimi. Üldkohus jättis vaidlustatava kohtuotsuse punktis 36 kindlaks tegemata, kas asjaomaste tähiste foneetilisi ja visuaalseid sarnasusi võib neutraliseerida asjaolu, et B. Becker on kuulus isik. Samuti leidis ta vääralt, et osal „Becker" on iseseisev eristav tähendus, analüüsimata samas mõju, mida B. Beckeri kuulsus avaldab tarbijate tajule.

27 Ühtlustamisamet lisas kohtuistungil, et Üldkohus rikkus õigusnormi, kui järeldas ühtlustamisameti seisukohast, mille kohaselt tähise teisel osal on esimese osaga võrreldes domineeriv eristusvõime, et see on ka iseseisvalt eristav.

28 Harman aga vaidleb apellandi väitele vastu. Ühelt poolt tuleneb tema sõnul vastupidi apellandi väitele vaidlustatavast kohtuotsusest, et Üldkohus osutas eespool viidatud kohtuotsusele Fusco *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Fusco International (ENZO FUSCO) üksnes oma põhjenduste näitlikustamiseks ja mitte kui reeglile, mis kehtib kõigis olukordades. Harman lisab, et see viide ei ole segiajamise tõenäosuse olemasolu tuvastamisel Üldkohtu põhjendustes määrav.

29 Teiselt poolt kiidab ta heaks Üldkohtu analüüsi, mis puudutab osa „Becker" iseseisvat eristavat tähendust ning mis tema sõnul on kooskõlas eespool viidatud kohtuotsusega Medion.

Euroopa Kohtu hinnang

30 Seoses apellandi etteheitega, et Üldkohus on kohaldanud määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b vääralt, tuleb meenutada, et selle sätte kohaselt ei registreerita varasema kaubamärgi omaniku vastuseisu korral taotletavat kaubamärki juhul, kui identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et territooriumil, kus varasem kaubamärk on kaitstud, võib avalikkus need omavahel segi ajada.

31 Selles osas tuleneb väljakujunenud kohtupraktikast, et määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b mõttes on segiajamine tõenäoline, kui üldsus võib arvata, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt (vt 12. juuni 2007. aasta otsus kohtuasjas C-334/05 P: Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Shaker, EKL 2007, lk I-4529, punkt 33; 20. septembri 2007. aasta otsus kohtuasjas C-193/06 P: Nestlé *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 32; ning nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT 1989, L 40, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92) osas 29. septembri 1998. aasta otsus kohtuasjas C-39/97: Canon, EKL 1998, lk I-5507, punkt 29; 22. juuni 1999. aasta otsus kohtuasjas C-342/97: Lloyd Schuhfabrik Meyer, EKL 1999, lk I-3819, punkt 17, ja eespool viidatud kohtuotsus Medion, punkt 26).

32 Segiajamise tõenäosust avalikkuse seas tuleb hinnata igakülgselt, arvestades kõiki konkreetses asjas tähtsust omavaid tegureid (vt selle kohta 11. novembri 1997. aasta otsus kohtuasjas C-251/95: SABEL, EKL 1997, lk I-6191, punkt 22; ning eespool viidatud kohtuotsused Lloyd Schuhfabrik Meyer, punkt 18; Medion, punkt 27; Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Shaker, punkt 34, ja Nestlé *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 33).

33 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt peab segiajamise tõenäosuse igakülgne hindamine asjaomaste kaubamärkide visuaalse, kõlalise või kontseptuaalse sarnasuse osas rajanema neist jääval tervikmuljel, võttes eelkõige arvesse nende eristavaid ja domineerivaid osi. Segiajamise tõenäosuse igakülgsel hindamisel on otsustav roll sellel,

kuidas seda liiki kaupade või teenuste keskmine tarbija kaubamärke tajub. Keskmine tarbija tajub kaubamärki tervikuna ega uuri selle eri detaile (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsused SABEL, punkt 23; Lloyd Schuhfabrik Meyer, punkt 25; Medion, punkt 28; Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* Shaker, punkt 35, ja Nestlé *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, punkt 34).

34 Samas märkis Euroopa Kohus kohtuotsuse Medion punktides 30 ja 31, et selle tavalise juhtumi kõrval, kus keskmine tarbija tajub kaubamärki tervikuna, ei ole absoluutselt välistatud, et teatavatel juhtudel säilitab varasem kaubamärk – mida kolmas isik kasutab mitmeosalises tähises ja mis sisaldab selle kolmanda isiku äriühingu nime, olemata mitmeosalises tähises domineerivaks osaks – iseseisva eristava tähtsuse. Sellisel juhul võib mitmeosalisest tähisest jääva tervikmulje tagajärjeks olla see, et avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt, mille puhul tuleb tõdeda segiajamise tõenäosuse olemasolu.

35 Käesoleval juhul märkis Üldkohus pärast seda, kui oli osutanud siinkohal punktides 30–33 viidatud reeglitele, sisuliselt, et kuna esiteks omistavad tarbijad vastandatud kaubamärkide kontseptuaalse sarnasuse hindamisel liidu ühes osas üldiselt suuremat eristusvõimet sõnamärki moodustavale perekonnanimele kui selle eesnimele, siis võidakse taotletava kaubamärgi osale „Becker" omistada osaga „Barbara" võrreldes suuremat eristusvõimet, teiseks, et B. Beckeri kuulsus Saksamaal ei oma vastandatud kaubamärkide sarnasuse osas tähtsust, kuna need osutavad samale perekonnanimele ning osa „Barbara" on vaid lihtne eesnimi, ning kolmandaks, et osa „Becker" säilitab mitmeosalises kaubamärgis iseseisva eristava tähenduse, kuna seda tajutakse perekonnanimena.

36 Kuigi liidu teatavas osas võib perekonnanimel üldiselt olla suurem eristusvõime kui eesnimel, tuleb siiski arvestada konkreetsete asjaoludega ning eelkõige sellega, kas asjaomane perekonnanimi on vähe või vastupidi laialt levinud, mis mõjutab eristusvõimet. Sama kehtib nime „Becker" suhtes, mis apellatsioonikoja sõnul on levinud.

37 Samuti tuleb arvestada selle isiku võimaliku üldtuntusega, kes taotleb oma ees- ja perekonnanime koos registreerimist kaubamärgina, kuna asjaomane üldtuntus omab viisile, kuidas asjaomane avalikkus kaubamärki tajub, kindlasti mõju.

38 Peale selle tuleb arvestada asjaoluga, et mitmeosalises kaubamärgis ei säilita perekonnanimi alati iseseisvat eristavat tähendust ainuüksi põhjusel, et seda tajutakse perekonnanimena. Selle tähenduse omistamine saab põhineda üksnes kõigi selles asjas asjakohaste tegurite uurimise põhjal.

39 Nagu kohtujurist oma ettepaneku punktis 59 sisuliselt märkis, võivad Üldkohtu põhjendused vastandatud kaubamärkide kontseptuaalse sarnasuse olemasolu kohta, kui neid pidada määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punktiga b kooskõlas olevaks, viia järeldusele, et iga varasema kaubamärgiga kokkulangev perekonnanimi võib takistada ees- ja perekonnanimest koosneva mitmeosalise kaubamärgi registreerimist, olgugi et viimane on levinud või et eesnime lisamine avaldab kontseptuaalsest küljest mõju sellele, kuidas asjaomane avalikkus seda mitmeosalist kaubamärki tajub.

40 Kõige eeltoodu põhjal rikkus Üldkohus õigusnormi, kui ta tugines kaubamärkide kontseptuaalsel võrdlusel kohtupraktikast tulenevatele üldistele kaalutlustele, jättes analüüsimata kõik käesolevale asjale omased asjaolud, eirates seega nõuet, et segiajamise tõenäosust tuleb hinnata igakülgselt, arvestades kõigi käesolevas asjas oluliste asjaoludega ning jättes analüüsimata vastandatud kaubamärkidest jääva tervikmulje.

41 Sellest tuleneb, et määruse nr 40/94 artikli 8 lõike 1 punkti b rikkumisele osutava apellatsioonkaebuse väitega tuleb nõustuda ja vaidlustatav kohtuotsus seega tühistada ning suunata kohtuasi Üldkohtule tagasi.

Kohtukulud

42 Kuna kohtuasi suunatakse Üldkohtusse tagasi, tuleb apellatsioonmenetlusega seotud kulude kandmine otsustada edaspidi.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (neljas koda) otsustab:

1. **Tühistada Euroopa Ühenduste Esimese Astme Kohtu 2. detsembri 2008. aasta otsus kohtuasjas T-212/07: Harman International Industries *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet – Becker (Barbara Becker).**

2. **Suunata asi Euroopa Liidu Üldkohtule tagasi.**

3. **Kohtukulude kandmine otsustatakse edaspidi.**

Allkirjad