Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (viies koda)

6. september 2018*

Apellatsioonkaebus – Euroopa Liidu kaubamärk – Kehtetuks tunnistamise menetlus – Sõnamärk NEUSCHWANSTEIN – Määrus (EÜ) nr 207/2009 – Artikli 7 lõike 1 punktid b ja c – Absoluutsed keeldumispõhjused – Kirjeldavus – Geograafilise päritolu tähis – Eristusvõime – Artikli 52 lõike 1 punkt b – Pahausksus

Kohtuasjas C-488/16 P,

mille ese on Euroopa Liidu Kohtu põhikirja artikli 56 alusel 13. septembril 2016 esitatud apellatsioonkaebus,

Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise eV, asukoht Veitsbronn (Saksamaa), esindaja *Rechtsanwalt* B. Bittner,

apellant,

teised menetlusosalised:

Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Amet (EUIPO), esindajad: D. Botis, A. Schifko ja D. Walicka,

kostja esimeses kohtuastmes,

Freistaat Bayern, esindaja: *Rechtsanwalt* M. Müller,

menetlusse astuja esimeses kohtuastmes,

EUROOPA KOHUS (viies koda),

koosseisus: koja president J. L. da Cruz Vilaça, kohtunikud E. Levits, A. Borg Barthet (ettekandja), M. Berger ja F. Biltgen,

kohtujurist: M. Wathelet,

kohtusekretär: ametnik R. Șereș,

arvestades kirjalikus menetluses ja 29. novembri 2017. aasta kohtuistungil esitatut,

olles 11. jaanuari 2018. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

* Kohtumenetluse keel: saksa.

otsuse

1 Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise eV palub oma apellatsioonkaebuses tühistada Euroopa Liidu Üldkohtu 5. juuli 2016. aasta otsuse Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise *vs.* EUIPO – Freistaat Bayern (NEUSCHWANSTEIN) (T-167/15, ei avaldata, edaspidi „vaidlustatud kohtuotsus“, EU:T:2016:391), millega Üldkohus jättis rahuldamata tema hagi nõudega tühistada Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ameti (EUIPO) viienda apellatsioonikoja 22. jaanuari 2015. aasta otsuse (asi R 28/2014-5), mis käsitleb kehtetuks tunnistamise menetlust apellandi ja Freistaat Bayerni (Baieri liidumaa, Saksamaa) vahel (edaspidi „vaidlusalune otsus“).

Õiguslik raamistik

2 Nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 [Euroopa Liidu] kaubamärgi kohta (ELT 2009, L 78, lk 1) artikli 7 „Absoluutsed keeldumispõhjused“ lõike 1 punktides b ja c oli sätestatud:

„Ei registreerita:

[…]

b) kaubamärke, millel puudub eristusvõime;

c) kaubamärke, mis koosnevad ainult sellistest märkidest või tähistest, mis tähistavad kaubanduses liiki, kvaliteeti, hulka, otstarvet, väärtust, geograafilist päritolu või kaupade tootmise või teenuste pakkumise aega või muid kauba või teenuse omadusi;

[…]“.

3 Kõnealuse määruse artikli 52 „Absoluutsed kehtetuks tunnistamise põhjused“ lõikes 1 oli sätestatud:

„[ELi] kaubamärk tunnistatakse kehtetuks ametile esitatud taotluse või rikkumise suhtes algatatud menetluses esitatud vastuhagi põhjal, kui:

a) [ELi] kaubamärk on registreeritud artikli 7 sätete vastaselt;

b) taotluse esitaja tegutses kaubamärgi taotluse esitamisel pahauskselt.“

Kohtuvaidluse taust

4 Baieri liidumaa esitas 22. juulil 2011 määruse nr 207/2009 alusel EUIPO-le ELi kaubamärgi registreerimise taotluse.

5 Kaubamärk, mille registreerimist taotleti, on sõnamärk „NEUSCHWANSTEIN“ (edaspidi „vaidlusalune kaubamärk“).

6 Kaubad ja teenused, 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) klassidesse 3, 8, 14–16, 18, 21, 25, 28, 30, 32–36, 38 ja 44 ning vastavad neis klassides järgmisele kirjeldusele:

– klass 3: „parfümeeriatooted; keha- ja iluhoolduse tooted“;

– klass 8: „väärismetallidest noad, kahvlid ja lusikad“;

– klass 14: „juveeltooted; kellad ja käekellad“;

– klass 15: „muusikariistad; mängutoosid; elektrilised ja elektroonilised muusikariistad“;

– klass 16: „kirjapaber ja märkmepaber; pliiatsid ja tint“;

– klass 18: „nahk ja tehisnahk, vihmavarjud; reisikotid; käekotid; rõivakatted; kohvrid; portfellid; tualett-tarvete karbid (täitmata); tualett-tarvete kotid“;

– klass 21: „klaastooted, portselan- ja fajansstooted, mis ei kuulu muudesse klassidesse, teekannud (v.a väärismetallist)“;

– klass 25: „rõivad; jalatsid; peakatted; sokihoidjad; rõivavööd; traksid“;

– klass 28: „mängud; mänguasjad; seltskonnamängud“;

– klass 30: „kohvi; tee; kakao; suhkur; mesi; kondiitritooted; koogid; küpsised; kommid; koorejäätis; maiustused; vürtsid“;

– klass 32: „alkoholivabad joogid; õlu“;

– klass 33: „alkoholjoogid (v.a õlu)“;

– klass 34: „tuletikud; portsigarid, tuhatoosid, suitsetamistarbed (v.a väärismetallist); sigaretid; tubakas“;

– klass 35: „reklaamiagentuuride teenused“;

– klass 36: „kindlustus; finantstehingud; rahalised tehingud; kinnisvaratehingud“;

– klass 38: „telekommunikatsiooni- ja sideteenused“;

– klass 44: „kehahooldus- ja iluteenused meestele“.

7 Vaidlusaluse kaubamärgi taotlus avaldati 2. septembri 2011. aasta väljaandes *Bulletin des marques communautaires* nr 166/2011 ning vaidlusalune kaubamärk registreeriti 12. detsembril 2011 numbriga 10144392.

8 Apellant esitas 10. veebruaril 2012 määruse nr 207/2009 artikli 52 lõike 1 punkti a alusel koostoimes sama määruse artikli 7 lõike 1 punktidega b ja c vaidlusaluse kaubamärgi kehtetuks tunnistamise taotluse seoses kõigi eespool punktis 6 viidatud kaupade ja teenustega.

9 EUIPO tühistamisosakond lükkas 21. oktoobril 2013 kehtetuks tunnistamise taotluse tagasi, leides, et vaidlusalune kaubamärk ei koosne tähistest, mis võivad tähistada geograafilist päritolu, ega asjaomaste kaupade ja teenuste muudest olemuslikest tunnustest, ning seetõttu ei ole määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c rikutud. Ta leidis ka, et kuna vaidlusalune kaubamärk on asjaomaseid kaupu ja teenuseid eristav, siis ei ole määruse artikli 7 lõike 1 punkti b rikutud. Lõpetuseks asus ta seisukohale, et apellant ei ole tõendanud, et vaidlusaluse kaubamärgi registreerimise taotlus oli esitatud pahauskselt, ning seega ei ole kõnealuse määruse artikli 52 lõike 1 punkti b rikutud.

10 Apellant esitas 20. detsembril 2013 määruse nr 207/2009 artiklite 58–64 alusel EUIPO-le tühistamisosakonna otsuse peale kaebuse.

11 EUIPO viies apellatsioonikoda jättis vaidlusaluse otsusega tühistamisosakonna otsuse muutmata ja apellandi kaebuse rahuldamata.

Menetlus Üldkohtus ja vaidlustatud kohtuotsus

12 Apellant esitas vaidlusaluse otsuse tühistamiseks hagiavalduse, mis saabus Üldkohtu kantseleisse 2. aprillil 2015.

13 Ta põhjendas hagi kolme väitega, mille kohaselt on rikutud vastavalt määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b, artikli 7 lõike 1 punkti c ning artikli 52 lõike 1 punkti b.

14 Üldkohus lükkas vaidlustatud kohtuotsuses need kolm apellandi esitatud väidet tagasi ning jättis seetõttu hagi tervikuna rahuldamata.

Poolte nõuded Euroopa Kohtus

15 Apellant palub apellatsioonkaebuses Euroopa Kohtul:

– tühistada vaidlustatud kohtuotsus;

– tühistada vaidlusaluse kaubamärgi registreering, ja

– mõista kohtukulud välja EUIPO-lt.

16 EUIPO ja Baieri liidumaa paluvad Euroopa Kohtul jätta apellatsioonkaebuse rahuldamata ja mõista kohtukulud välja apellandilt.

Apellatsioonkaebus

17 Apellant põhjendab oma hagi kolme väitega, mille kohaselt on rikutud vastavalt määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c, artikli 7 lõike 1 punkti b ja artikli 52 lõike 1 punkti b.

Esimene väide

Poolte argumendid

18 Apellandi esimese väite kohaselt rikkus Üldkohus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c, kui ta leidis, et vaidlusalune kaubamärk ei ole asjaomaseid kaupu ja teenuseid kirjeldav. Väide koosneb sisuliselt kahest osast.

19 Esimeses osas vaidlustab apellant teatavad hinnangud, mille Üldkohus andis vaidlustatud kohtuotsuse punktides 22, 26 ja 27.

20 Nii leidis Üldkohus esiteks vaidlustatud kohtuotsuse punktis 22 apellandi arvates ekslikult, et teatavate klassi 14 kuuluvate kaupadega seoses on asjaomane avalikkus keskmisest tähelepanelikum. Apellant väidab, et kuigi kõnealune kaubaklass sisaldab mõningaid kallihinnalisi kaupu, ei ole siiski alust üldistades järeldada, et nende puhul ollakse keskmisest tähelepanelikumad, kuna juveeltooteid ja kelli saab pakkuda ka väga mõistliku hinna eest.

21 Teiseks leidis Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 26 ekslikult, et nimi „Neuschwanstein“, mis tähendab sõna-sõnalt „uut luige kaljut“, on väljamõeldud ja algupärane nimi, mis ei võimalda aga asjaomasel avalikkusel luua asjaomaste kaupade ja teenuste liikidega seost. Apellandi sõnul eeldab see nime „Neuschwanstein“ analüüsimist, mida asjaomane avalikkus ei tee.

22 Kolmandaks väidab apellant, et vaidlustatud kohtuotsuse punkt 27 sisaldab vastuolu, kuna Üldkohus möönab ühelt poolt, et Neuschwansteini lossi asukoht on geograafiliselt kindlaks tehtav, samas kui ta leiab teiselt poolt, et seda ei saa pidada geograafiliseks kohaks.

23 Neljandaks ja lõpetuseks märgib apellant, et vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27 esitatud Üldkohtu järeldus, mille kohaselt Neuschwansteini loss on eelkõige muuseum, on ebaõige. Esiteks läheb Üldkohus seejuures iseendaga vastuollu, kuna ta märgib samas punktis, et kõnealune loss on tuntud oma ainulaadse arhitektuuri poolest, see aga ei kehtiks muuseumi kohta. Teiseks tajub asjaomane avalikkus kõnealust lossi ehitisena, mille omapära tuleneb ka tema geograafilisest asukohast, mitte muuseumina. Lõpetuseks saab muuseumi olulisust hinnata selles eksponeeritud esemete põhjal. Apellandi sõnul külastab avalikkus seda lossi mitte aga selles eksponeeritud esemete, vaid selle ainulaadse arhitektuuri pärast.

24 Esimese väite teises osas heidab apellant Üldkohtule ette, et viimane eiras määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c aluseks olevat üldist huvi ja kohtupraktikat, mis tuleneb 4. mai 1999. aasta kohtuotsusest Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230), kui ta otsustas vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27, et kuna Neuschwansteini loss kui selline ei ole kaupade tootmise või teenuste osutamise koht, siis ei saa vaidlusalune kaubamärk tähistada sellega hõlmatud kaupade või teenuste geograafilist päritolu.

25 Nimelt nähtub apellandi sõnul 4. mai 1999. aasta kohtuotsusest Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230), et üldine huvi geograafiliste nimede kättesaadavuse säilitamiseks on tingitud eelkõige nende võimest mõjutada tarbijate eelistusi, näiteks sidudes kaubad positiivseid tundeid esile kutsuda võiva kohaga. Apellandi sõnul võivad sellised positiivsed tunded tuleneda puhkusemälestustest, nii et asjaomane avalikkus loob seose vastavate kaupade ja teenuste ning Neuschwansteini lossist koosneva turismisihtkoha vahel, mitte nende kaupade ja teenuste ning konkreetse ettevõtja vahel.

26 Apellant märgib, et samuti leidis Euroopa Kohus 4. mai 1999. aasta kohtuotsuse Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230) punktis 37, et seos teatava kauba ja teatava geograafilise koha vahel ei sõltu tingimata vastava kauba valmistamisest selles kohas. Suveniiride puhul on turustamiskoht asjaomase avalikkuse jaoks määrav, kuna neid kaupu müüakse peaaegu eranditult selle turismisihtkoha vahetus ümbruskonnas. Seetõttu tuleb ka müügikohta pidada geograafilise päritolu tähiseks.

27 Lisaks sellele eiras Üldkohus apellandi väitel üldist huvi, mis seisneb üleilmselt tuntud turismisihtkoha nime kättesaadavuse säilitamises suveniiride jaoks, kui ta tugines vaidlustatud kohtuotsuse punktis 29 üksnes nende kaupade ja teenuste turustamisele lossi haldaja enda poolt.

28 EUIPO ja Baieri liidumaa väidavad esiteks, et esimene väide tuleb vastuvõetamatuse tõttu tagasi lükata. Nad väidavad, et igal juhul kohaldas Üldkohus kohtupraktikat ja määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c õigesti.

Euroopa Kohtu hinnang

29 Mis puutub esimese väite esimesse osasse, siis olgu meenutatud, et ELTL artikli 256 ja Euroopa Liidu Kohtu põhikirja artikli 58 esimese lõigu kohaselt võib otsuseid edasi kaevata üksnes õigusküsimustes. Ainult Üldkohus on pädev tuvastama ja hindama asjakohaseid fakte ning hindama tõendeid. Seega ei

ole faktide ja tõendite hindamine – välja arvatud juhul, kui tõendeid on moonutatud – õiguslik küsimus, mis alluks Euroopa Kohtu kontrollile apellatsioonimenetluses (vt eelkõige 2. septembri 2010. aasta kohtuotsus Calvin Klein Trademark Trust *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-254/09 P, EU:C:2010:488, punkt 49 ja seal viidatud kohtupraktika).

30 Sellise faktiliste asjaolude hindamise alusel on tehtud Üldkohtu järeldused, mille ta esitas vaidlustatud kohtuotsuse punktides 22, 26 ja 27 ning mille kohaselt pöörab asjaomane avalikkus suuremat tähelepanu klassidesse 14 ja 36 kuuluvatele kaupadele ja teenustele, samuti et nimi „Neuschwanstein“ on väljamõeldud ja algupärane nimi, seda nime kandvat lossi ei saa käsitleda geograafilise kohana ning asjaomane loss on eelkõige muuseum.

31 Tuleb nentida, et esimese väiteosa põhjenduseks esitatud argumentides vaidlustab apellant üksnes Üldkohtu poolt faktilistele asjaoludele antud hinnangu ja soovib tegelikult seda, et Euroopa Kohus viiks läbi faktiliste asjaolude uue hindamise, väitmata seejuures, et faktilisi asjaolusid on moonutatud.

32 Seetõttu tuleb esimese väite esimene osa vastuvõetamatuse tõttu tagasi lükata.

33 Esimese väite teises osas väidab apellant sisuliselt, et Üldkohus eiras üldist huvi, mis on määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c ja 4. mai 1999. aasta kohtuotsuse Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230) aluseks, kui ta leidis vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27, et kuna Neuschwansteini loss kui selline ei ole kaupade tootmise või teenuste osutamise koht, siis ei saa vaidlusalune kaubamärk tähistada sellega hõlmatud kaupade või teenuste geograafilist päritolu.

34 Järelikult heidab apellant esimese väite teises osas Üldkohtule ette seda, et ta ei tunnistanud nime „Neuschwanstein“ vaidlusaluse kaubamärgiga hõlmatud kaupade ja teenuste geograafilise päritolu tähiseks määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c tähenduses, mistõttu on selles väites tõstatatud õigusküsimus, mis on apellatsiooniastmes vastuvõetav.

35 Kõigepealt olgu meelde tuletatud, et määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c kohaselt on keelatud registreerida ELi kaubamärke, mis koosnevad ainult sellistest märkidest või tähistest, mis tähistavad kaubanduses nende kaupade või teenuste geograafilist päritolu, mille jaoks registreerimist taotletakse.

36 Kohtupraktika kohaselt on nimetatud sättel üldise huviga seotud eesmärk, et registreerimistaotlusega hõlmatud kauba- või teenuseliike kirjeldavad märgid ja tähised oleks vabalt kasutatavad kõigi poolt, sealhulgas kollektiivkaubamärgi või mitmeosalise või graafilise kaubamärgi osana. Seega hoiab asjaomane säte ära selliste märkide ja tähiste kasutamise ainuõiguse andmise ainult ühele ettevõtjale sel põhjusel, et need on kaubamärkidena registreeritud (4. mai 1999. aasta kohtuotsus Windsurfing Chiemsee, C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 25, ja 10. juuli 2014. aasta kohtuotsus BSH *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-126/13 P, ei avaldata, EU:C:2014:2065, punkt 19 ning seal viidatud kohtupraktika).

37 Mis puutub konkreetsemalt märkidesse või tähistesse, mis võivad tähistada registreerimistaotlusega hõlmatud kaupade geograafilist päritolu, ja eelkõige kohanimedesse, siis on Euroopa Kohus otsustanud, et üldine huvi nende kättesaadavuse säilitamiseks ei ole tingitud mitte ainult nende võimest kajastada asjaomaste kauba- ja teenuseliikide võimalikku kvaliteeti ja muid omadusi, vaid ka võimest mõjutada erineval moel tarbijate eelistusi, näiteks sidudes kaubad ja teenused kohaga, mis võib kutsuda esile positiivseid tundeid (4. mai 1999. aasta kohtuotsus Windsurfing Chiemsee, C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 26).

38 Euroopa Kohus on rõhutanud sellega seoses, et tähise registreerimisest tohib määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c alusel keelduda üksnes siis, kui kohanimi, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotletakse, tähistab kohta, millel on huvitatud isikute silmis taotluse esitamise ajal seos asjaomaste kaupade liigiga, või kui on mõistlik arvata, et niisugune seos võib tulevikus tekkida (vt selle

kohta 4. mai 1999. aasta kohtuotsus Windsurfing Chiemsee, C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 31, ning 12. veebruari 2004. aasta kohtuotsus Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, punkt 56).

39 Sellegipoolest tuleb välja tuua, et põhimõtteliselt ei keela määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkt c registreerimast geograafilisi nimetusi, mis on sihtrühma jaoks tundmatud või vähemalt tundmatud geograafilise koha tähistajana, või ka nimesid, mille puhul ei ole tähistatud koha olemusest tulenevalt tõenäoline, et sihtrühm võiks arvata, et asjaomane kaubaliik pärineb sellest kohast (vt selle kohta 4. mai 1999. aasta kohtuotsus Windsurfing Chiemsee, C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 33).

40 Käesolevas asjas leidis Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27 sisuliselt, et Neuschwansteini loss on eelkõige muuseum, mille esmane funktsioon on kultuuripärandi säilitamine, mitte suveniirtoodete tootmine või turustamine või teenuste osutamine, ning nimetatud loss ei ole tuntud selles müüdavate suveniirtoodete või pakutavate teenuste poolest. Üldkohus järeldas sellest, et kuna loss kui selline ei ole kaupade tootmise või teenuste osutamise koht, siis ei tähista vaidlusalune kaubamärk sellega hõlmatud kaupade ja teenuste geograafilist päritolu. Seetõttu tuleb Euroopa Kohtul kontrollida, kas selles hinnangus on eiratud määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti c aluseks olevat üldist huvi, nagu väidab apellant.

41 Esiteks tuleb analüüsida apellandi argumenti, mille kohaselt on nimi „Neuschwanstein“ määruse nr 207/2009 artikli 7 lõik 1 punkti c tähenduses kirjeldav, kuna mälestus, millele see nimi viitab, rajaneb vaidlusaluse kaubamärgiga hõlmatud kaupade ja teenuste teataval kvaliteedil või põhiomadusel, mis võimaldab asjaomasel avalikkusel luua nende kaupade ja teenuste ning Neuschwansteini lossi vahel seose.

42 Selles osas olgu meenutatud, et ükski Nizza kokkuleppe klass ei hõlma „suveniirtooteid“, nagu märkis kohtujurist oma ettepaneku punktis 39. Järelikult leidis Üldkohus õigesti, et vaidlusaluse kaubamärgiga hõlmatud kaubad on tarbekaubad ning vastavad teenused on igapäevaelu teenused, mille kaudu juhitakse ja hallatakse lossi, nagu nähtub käesoleva kohtuotsuse punktidest 22 ja 27.

43 Pealegi ei nähtu toimikust, et neil igapäevaseks kasutamiseks mõeldud kaupadel ja teenustel on eriomadusi või konkreetne kvaliteet, mille poolest on Neuschwansteini loss traditsiooniliselt tuntud ja mille puhul on tõenäoline, et asjaomane avalikkus võib oletada, et need pärinevad sellest kohast või on seal valmistatud või osutatud.

44 Eelkõige tuleb vaidlusaluse kaubamärgiga hõlmatud kaupade osas rõhutada, et asjaolu, et neid kaupu müüakse suveniirtoodetena, ei ole nime „Neuschwanstein“ kirjeldavuse hindamisel asjakohane. Teatavale kaubaartiklile omistatav suveniirtoote funktsioon ei kujuta endast kauba objektiivset ja olemuslikku tunnust, kuna selles küsimuses on ostjal otsustusvabadus ja see on seotud ainult kauba suunitlusega.

45 Kuivõrd nimi „Neuschwanstein“ tähistab lossi, mis kannab seda nime, siis tuleb asuda seisukohale, et ainuüksi selle kandmine asjaomastele kaupadele võimaldab asjaomasel avalikkusel pidada neid igapäevaelus kasutatavaid kaupu ka suveniirtoodeteks. See, et need tooted on suveniirtooted ainuüksi neil oleva kõnealuse tähise tõttu, ei ole iseenesest neid kaupu kirjeldav põhiomadus.

46 Seetõttu ei ole mõistlik asuda seisukohale, et asjaomase avalikkuse silmis osutab nimest „Neuschwanstein“ tulenev mälestus vaidlusealuse kaubamärgiga hõlmatud kaupade või teenuste kvaliteedile või teatavale põhiomadusele.

47 Teiseks tuleb analüüsida apellandi argumenti, mille kohaselt kirjeldab nimi „Neuschwanstein“ vaidlusaluse kaubamärgiga hõlmatud kaupade ja teenuste geograafilist päritolu, kuna nende kaupade ja teenuste turustamise kohta tuleb pidada teguriks, mis seob neid Neuschwansteini lossiga.

48 Selles osas tuleb meenutada, et Euroopa Kohus leidis oma 4. mai 1999. aasta kohtuotsuses Windsurfing Chiemsee (C-108/97 ja C-109/97, EU:C:1999:230, punkt 36), et kuigi teatava kauba geograafilise päritolu tähis on tavaliselt tõepoolest selle koha tähis, kus seda kaupa valmistati või on võimalik valmistada, ei saa välistada, et seos kauba ja geograafilise asukoha vahel sõltub muudest seose teguritest, näiteks asjaolust, et kõnealune toode on selles geograafilises asukohas välja töötatud ja konstrueeritud.

49 Sellest järeldub, et Euroopa Kohtu seisukoha põhjal ei tule arvesse võetavate tegurite seas piirduda seosega asjaomase kauba tootmise asukohaga. Siiski, nagu märkis ka kohtujurist oma ettepaneku punktis 41, ei tähenda see tingimata, et turustamiskoht võib olla üks vaidlusaluse kaubamärgiga hõlmatud kaupade ja teenuste ning asjaomase koha seostamise tegur, isegi kui tegemist on suveniirtoodetega.

50 Ainuüksi asjaolu, et kaupu ja teenuseid pakutakse ühes konkreetses kohas, ei kujuta endast nende geograafilise päritolu kirjeldavat tähist, kuna kaupade ja teenuste müügikoht kui selline ei saa tähistada geograafilisest päritolust tulenevaid omadusi, kvaliteeti või olemuslikku eripära, nagu teatav käsitööoskus, traditsioon või kliima, mis on omased teatavale konkreetsele kohale, nagu märkis sisuliselt ka kohtujurist oma ettepaneku punktis 42.

51 Käesoleval juhul ei ole Neuschwansteini loss, nagu märkis Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktides 27 ja 29, tuntud mitte oma suveniirtoodete või osutatavate teenuste, vaid ainulaadse arhitektuuri poolest. Ka ei ilmne toimikust, et vaidlusalust kaubamärki on kasutatud nende konkreetsete kaupade turustamiseks ja teenuste pakkumiseks, millega seoses see loss on traditsiooniliselt tuntud.

52 Nagu lisaks nähtub vaidlustatud kohtuotsuse punktist 41, ei osutata kõiki vaidlusaluse kaubamärgiga hõlmatud teenuseid vahetult Neuschwansteini lossi asukohas. Mis puutub kõnealustesse kaupadesse, siis möönab apellant ise oma apellatsioonkaebuses, et ei ole välistatud, et neid müüakse lossi ümbrusest eemal.

53 Neil asjaoludel ei ole mõistlik asuda seisukohale, et asjaomase avalikkuse silmis on turustamiskoht kui selline, millele viitab nimi „Neuschwanstein“, vaidlusaluse kaubamärgiga hõlmatud kaupade ja teenuste teatava kvaliteedi või põhiomaduse kirjeldus.

54 Järelikult ei rikkunud Üldkohus õigusnormi, kui ta leidis vaidlustatud kohtuotsuse punktis 27, et kuna Neuschwansteini loss ei ole kaupade tootmise või teenuste osutamise koht kui selline, siis ei ole vaidlusalune kaubamärk sellega hõlmatud kaupade ja teenuste geograafilise päritolu tähis.

55 Sellest järeldub, et esimese väite teine osa tuleb põhjendamatuse tõttu tagasi lükata ning seetõttu esimene väide tervikuna tagasi lükata.

Teine väide

Poolte argumendid

56 Käesolev väide on jagatud kaheks osaks. Esimeses väiteosas märgib apellant sisuliselt, et Üldkohus rikkus määruse nr 207/2009 artikli 7 lõike 1 punkti b, kuna ta piirdus vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime hindamisel vaidlustatud kohtuotsuse punktides 41 ja 42 avaldatud seisukohaga, et üksnes nime „Neuschwanstein“ kandmine asjaomastele toodetele ja teenustele võimaldab neid eristada nendest, mida müüakse või pakutakse muudes kaubandus- või turismikohtades. Apellant on

seisukohal, et selline järeldus ei võimalda teha järeldusi vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime kohta. Toode, mis kannab märget „München“, on igal juhul erinev tootest nimega „Hamburg“, kuna tarbijad võivad eeldada, et esimene neist on valmistatud Münchenis ja teine Hamburgis.

57 Lisaks kasutas Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 41 ringtõestust, kui ta leidis, et tähis „NEUSCHWANSTEIN“ ei viita mitte üksnes Neuschwansteini lossile kui muuseumile, vaid ka vaidlusalusele kaubamärgile endale. Nõnda tegutsedes tegi Üldkohus ennatliku otsuse küsimuses, kas kõnealune tähis võib olla kaubamärk või mitte.

58 Lõpuks väidab apellant, et vaidlustatud kohtuotsuse punktis 42 väljendatud Üldkohtu tõdemus, mille kohaselt võimaldab vaidlusalune kaubamärk vastavalt kas turustada või pakkuda selliseid selle kaubamärgiga tähistatud kaupu ja teenuseid, mille kvaliteeti saab Baieri liidumaa kontrollida, ei ole kaudne tõend tähise „NEUSCHWANSTEIN“ eristusvõime kohta, vaid selle tähise kui kaubamärgi registreerimise tagajärg.

59 Teise väite teises osas märgib apellant, et Üldkohus oleks pidanud võtma vähemalt kaudse tõendina arvesse Bundesgerichtshofi (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) 8. märtsi 2012. aasta kohtumäärust, millega tühistati siseriikliku tähise „NEUSCHWANSTEIN“ registreering kaubamärgina.

60 EUIPO ja Baieri liidumaa leiavad, et teise väite esimene osa on vastuvõetamatu ja teise väite teine osa tuleb põhjendamatuse tõttu tagasi lükata.

Euroopa Kohtu hinnang

61 Mis puutub teise väite esimesse osasse, siis tuleb märkida, et kuigi apellatsioonkaebuse sõnastus ei ole selles osas selge, võib apellandi argumentatsioonist järeldada, et selles esitatud väidete kohaselt ei ole Üldkohus piisavalt põhjendanud oma hinnangut vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime kohta.

62 Kuna apellant heidab Üldkohtule ette, et viimane ei ole piisavalt põhjendanud järeldust, et vaidlusalusel kaubamärgil on eristusvõime, siis on apellant esitanud õigusküsimuse, mida võib sellisena apellatsioonkaebuses tõstatada (5. juuli 2011. aasta kohtuotsus Edwin *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-263/09 P, EU:C:2011:452, punkt 63 ja seal viidatud kohtupraktika).

63 Euroopa Kohtu väljakujunenud kohtupraktika kohaselt peab kohtuotsuse põhjendustest selgelt ja ühemõtteliselt nähtuma Üldkohtu arutluskäik, et huvitatud isikutel oleks võimalik mõista otsuse põhjendusi ja Euroopa Kohtul teostada kohtulikku kontrolli (24. jaanuari 2013. aasta kohtuotsus 3F *vs.* komisjon, C-646/11 P, ei avaldata, EU:C:2013:36, punkt 63 ja seal viidatud kohtupraktika).

64 Tuleb märkida, et olles vaidlustatud kohtuotsuse punktides 36–39 meenutanud vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime hindamisel asjakohast kohtupraktikat, leidis Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 41, et asjaomased kaubad ja teenused on laiatarbekaubad, ilma et oleks vaja eristada neid, mis võivad kuuluda tüüpiliste suveniirtoodete hulka, ning igapäevaelu teenused, mis erinevad suveniirtoodetest ja muudest teenustest, mis on seotud turismiga juba oma nimetuse poolest, kuna selline nimetus ei viita mitte üksnes lossile muuseumina, vaid ka vaidlusalusele kaubamärgile endale. Üldkohus lisas, et asjaomaseid tooteid ei valmistata lossi asukohas kohapeal, vaid neid üksnes pakutakse seal müügiks, ning et kuigi mõnede teenuste eesmärk on lossi juhtimine, ei pakuta neid kõiki kohapeal.

65 Üldkohus leidis vaidlustatud kohtuotsuse punktis 42, et vaidlusaluse kaubamärgi sõnaline osa, mis on identne lossi nimega, on väljamõeldud nimi, millel puudub kirjeldav seos turustatud kaupade või pakutud teenustega. Kuna Üldkohtu sõnul tähendab nimi „Neuschwanstein“ „uut luige kaljut“, siis võimaldab ainuüksi vaidlusaluse kaubamärgiga turustatavate kaupade ja pakutavate teenuste tähistamine eristada neid kaupu või teenuseid neist samuti igapäevaseks tarbimiseks mõeldud

kaupadest ja teenustest, mida müüakse või pakutakse muudes kaubandus- või turismikohtades. Üldkohus lisas, et vaidlusalune kaubamärk võimaldab vastavalt kas turustada või pakkuda niisuguseid selle kaubamärgiga tähistatud kaupu ja teenuseid, mille kvaliteeti saab Baieri liidumaa kontrollida kas otse või kaudselt litsentsilepingute kaudu.

66 Üldkohus märkis vaidlustatud kohtuotsuse punktis 43 muu hulgas, et vaidlusalune kaubamärk võimaldab asjaomasel avalikkusel selle kaubamärgi moodustava nime abil mitte üksnes viidata lossi külastusele, vaid ka teha kindlaks kaupade ja teenuste kaubandusliku päritolu, nii et see avalikkus järeldab, et kõik kaubad ja teenused, mida vaidlusalune kaubamärk tähistab, on valmistatud, turustatud või pakutud Baieri liidumaa kontrolli all, keda saab pidada nende kvaliteedi eest vastutavaks.

67 Vaidlustatud kohtuotsuse punktidest 41–43 nähtub, et vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõime hindamiseks analüüsis Üldkohus vaidlusaluse kaubamärgiga hõlmatud kaupu ja teenuseid ning hindas vaidlusalust kaubamärki moodustavat sõnalist osa, mis tema sõnul on väljamõeldud nimi, mis ei kirjelda asjaomaseid kaupu ja teenuseid.

68 Sellega seoses tuleb märkida, et Üldkohtu järeldus, mille kohaselt ei ole vaidlusalune kaubamärk asjaomaste kaupade ja teenuste geograafilist päritolu kirjeldav, ei kahjusta selle eristusvõimet, vaid tegemist on hoopis sellise kaubamärgi registreerimise eeltingimusega, millel ei puudu eristusvõime. Just seetõttu, et vaidlusalune kaubamärk ei ole kirjeldav, on niisugusel üksusel nagu Baieri liidumaa õigus taotleda talle kuuluva muuseumi nime registreerimist ELi kaubamärgina, kuna määrus nr 207/2009 põhimõtteliselt seda ei keela. Seetõttu ei saa Üldkohtu põhjenduskäiku selles osas pidada ringtõestuseks, nagu märkis ka kohtujurist oma ettepaneku punktides 55 ja 56.

69 Neil asjaoludel tuleb järeldada, et Üldkohus andis hinnangu vaidlusaluse kaubamärgi eristusvõimele, tuginedes vaidlustatud kohtuotsuse punktis 36 osutatud kohtupraktikale, mille kohaselt teatava kaubamärgi eristusvõime tähendab seda, et kaubamärk võimaldab identifitseerida kaupu ja teenuseid, mille jaoks registreerimist taotletakse, teatavalt ettevõtjalt pärinevana, ja selle hinnangu lõpus põhjendas eristusvõime olemasolu õiguslikult piisavalt, tõdedes, et pelk kaubamärgi kandmine kaupadele ja teenustele võimaldab asjaomasel avalikkusel eristada neid muudes kaubandus- või turismikohtades müüdavatest kaupadest või pakutavatest teenustest.

70 Kuna aga vaidlustatud kohtuotsuse punktis 42 esitatud Üldkohtu järeldus, mille kohaselt võimaldab vaidlusalune kaubamärk vastavalt kas turustada või pakkuda selliseid selle kaubamärgiga tähistatud kaupu ja teenuseid, mille kvaliteeti saab Baieri liidumaa kontrollida, on täiendav põhjendus, siis tuleb asuda seisukohale, et apellandi argumendid selle põhjenduse vastu ei saa olla edukad (1. veebruari 2018. aasta kohtuotsus Kühne + Nagel International jt *vs*. komisjon, C-261/16 P, ei avaldata, EU:C:2018:56, punkt 69, ning 14. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus Royal County of Berkshire Polo Club *vs*. Siseturu Ühtlustamise Amet, C-278/15 P, ei avaldata, EU:C:2016:20, punkt 43 ja seal viidatud kohtupraktika).

71 Järelikult tuleb teise väite esimene osa tagasi lükata, kuna see on osaliselt põhjendamatu ja osaliselt ei saa olla edukas.

72 Mis puutub väite teise osasesse, siis tuleb meenutada, et väljakujunenud kohtupraktika kohaselt on otsuste puhul, mida apellatsioonikojad võtavad vastu määruse nr 207/2009 alusel seoses tähise registreerimisega ELi kaubamärgina, tegemist piiratud pädevuse, mitte kaalutlusõiguse teostamisega, nii et nende apellatsioonikodade otsuste õiguspärasust tuleb hinnata üksnes nimetatud määruse alusel, nagu liidu kohus on seda tõlgendanud (19. jaanuari 2012. aasta kohtuotsus Siseturu Ühtlustamise Amet *vs*. Nike International, C-53/11 P, EU:C:2012:27, punkt 57 ja seal viidatud kohtupraktika). Lisaks tuleb märkida, et nagu nähtub vaidlustatud kohtuotsuse punktist 44, on Euroopa Liidu kaubamärgikord autonoomne süsteem, mis koosneb normide kogumist ja taotleb sellele ainuomaseid eesmärke ning

selle kohaldamine on sõltumatu mis tahes siseriiklikust süsteemist (12. detsembri 2013. aasta kohtuotsus Rivella International *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-445/12 P, EU:C:2013:826, punkt 48 ja seal viidatud kohtupraktika).

73 Sellest järeldub, et Üldkohus ei olnud kohustatud Bundesgerichtshofi (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) 8. märtsi 2012. aasta kohtumäärust arvesse võtma. Seega tuleb teise väite teine osa põhjendamatuse tõttu tagasi lükata.

74 Järelikult tuleb teine väide tervikuna tagasi lükata.

Kolmas väide

Poolte argumendid

75 Kolmas väide, milles heidetakse ette määruse nr 207/2009 artikli 52 lõike 1 punkti b rikkumist, koosneb kahest osast. Esimeses osas väidab apellant esiteks, et Üldkohus rikkus õigusnormi, kui ta leides vaidlustatud kohtuotsuse punktis 55, et talle esitatud toimiku materjalidest ei nähtu, et vaidlusalust kaubamärki on juba enne selle kaubamärgi registreerimise kuupäeva kasutatud konkreetsete suveniirtoodete turustamiseks ja teatavate teenuste pakkumiseks. Nimelt esitas apellant esimeses kohtuastmes esitatud hagiavalduse lisas esiteks mitu näidet suveniiride kohta, millele on kantud märge „Neuschwanstein“. Teiseks on Baieri liidumaa lossi omanikuna kohapeal olemas ja peaks olema seda nime kandvate suveniirtoodete turustamisest teadlik.

76 Teiseks rikkus Üldkohus apellandi väitel õigusnormi sellega, et leidis vaidlustatud kohtuotsuse punktis 57, et Baieri liidumaa 12. juuni 2008. aasta märgukirjast äriühingule N ei nähtu nimetatud liidumaa pahatahtlikku kavatsust registreerida vaidlusalune kaubamärk selleks, et takistada kolmandaid isikuid kasutamast tähist „NEUSCHWANSTEIN“. Apellant viitab siinkohal Baieri liidumaa pressiesindaja avaldusele, mis väidetavalt tõendab seda kavatsust.

77 Kolmanda väite teises osas märgib apellant, et Üldkohus eksis, välistades vaidlustatud kohtuotsuse punktis 58 Baieri liidumaa pahausksuse põhjendusel, et viimane taotleb õiguspärast eesmärki – muuseumi kaitset ja säilitamist. Ta leiab, et 11. juuni 2009. aasta kohtuotsus Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli (C-529/07, EU:C:2009:361), millele Üldkohus viitab, ei anna alust järeldada, et õiguspärane eesmärk välistab pahausksuse. Pahausksuse hindamiseks tuleb tugineda sellise eesmärgi saavutamise vahenditele.

78 EUIPO ja Baieri liidumaa väidavad, et kolmas väide on vastuvõetamatu ja igal juhul põhjendamatu.

Euroopa Kohtu hinnang

79 Mis puutub kolmanda väite esimesse osasse, siis olgu märgitud, et Üldkohus tõdes vaidlustatud kohtuotsuse punktis 55 eelkõige, et apellant ei olnud esitanud tõendeid nende objektiivsete asjaolude kohta, mille korral pidanuks Baieri liidumaale teada olema, et apellant või muud kolmandad isikud turustavad teatavaid asjaomaseid kaupu ja teenuseid. Üldkohus analüüsis nimetatud kohtuotsuse punktis 57 Baieri liidumaa 12. juuni 2008. aasta märgukirja äriühingule N ja märkis sellega seoses, et see äriühing esitas siseriikliku sõnamärgi NEUSCHWANSTEIN registreerimise taotluse 15. jaanuaril 2008. Üldkohus tuvastas aga, et Baieri liidumaa esitas esiteks siseriikliku sõnamärgi NEUSCHWANSTEIN registreerimise taotluse Deutsches Patent- und Markenamtile (Saksamaa patendi- ja kaubamärgiamet) 28. jaanuaril 2005, viimane registreeris selle 4. oktoobril 2005, ning teiseks EUIPO-le ELi kujutismärgi taotluse 11. juulil 2003, mis registreeriti 14. septembril 2006. Üldkohus järeldas sellest, et Baieri liidumaa kaubamärgist oli eelnevalt teadlik äriühing N, mitte vastupidi, ning seetõttu ei ole nimetatud liidumaa tegutsenud pahauskselt.

80 Samas on selge, et kolmanda väite esimese osa põhjenduseks esitatud argumentidega püüab apellant tegelikult seada kahtluse alla hinnangut tõenditele, mille Üldkohus oli andnud vaidlustatud kohtuotsuse punktides 55 ja 57, väitmata aga seejuures, et neid tõendeid on moonutatud.

81 Neil asjaoludel ning vastavalt käesoleva kohtuotsuse punktis 29 osutatud kohtupraktikale tuleb kolmanda väite esimene osa vastuvõetamatuse tõttu tagasi lükata.

82 Mis puutub kolmanda väite teise osasse, siis tuleb tõdeda, et apellandi argumendid põhinevad 11. juuni 2009. aasta kohtuotsuse Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli (C-529/07, EU:C:2009:361) vääral tõlgendamisel.

83 Selles kohtuotsuses, millele viitab Üldkohus vaidlustatud kohtuotsuse punktis 58, leidis Euroopa Kohus seoses taotleja kavatsusega ELi kaubamärgi registreerimistaotluse esitamise ajal sisuliselt, et isegi juhul, kui taotleja esitab tähise registreerimise taotluse ainsa eesmärgiga ebaausalt konkureerida konkurendiga, kasutades sarnast tähist, ei saa välistada, et taotleja järgib kõnealuse tähise registreerimisel õiguspärast eesmärki. Euroopa Kohus on täpsustanud, et tegemist võib olla sellise olukorraga eelkõige siis, kui taotleja teab registreerimistaotluse esitamise ajal, et kolmas isik, kes on hiljuti tulnud turule, püüab ära kasutada tähist, reprodutseerides selle kujutist, mille tõttu taotleja asub seda registreerima, et takistada selle kujutise kasutamist (11. juuni 2009. aasta kohtuotsus Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli, C-529/07, EU:C:2009:361, punktid 47–49). Seega ei nähtu nimetatud kohtuotsusest, et pahausksuse hinnang peab tingimata tuginema sellise eesmärgi saavutamise vahenditele.

84 Sellest tuleneb, et kolmanda väite teine osa tuleb põhjendamatuse tõttu tagasi lükata ja seega tuleb kolmas väide tagasi lükata.

85 Kõiki eespool toodud kaalutlusi arvestades tuleb jätta apellatsioonkaebus tervikuna rahuldamata.

Kohtukulud

86 Euroopa Kohtu kodukorra artikli 184 lõige 2 näeb ette, et kui apellatsioonkaebus on põhjendamatu, siis otsustab Euroopa Kohus kohtukulude jaotuse. Kodukorra artikli 138 lõike 1 kohaselt, mida kodukorra artikli 184 lõike 1 alusel kohaldatakse apellatsioonkaebuse suhtes, on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Kuna EUIPO ja Baieri liidumaa on kohtukulude hüvitamist nõudnud ja Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise on kohtuvaidluse kaotanud, tuleb kohtukulud mõista välja viimaselt.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (viies koda) otsustab:

1. Jätta apellatsioonkaebus rahuldamata.

2. Mõista kohtukulud välja Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise eV-lt.

Allkirjad