

Sag T-407/08

MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG

mod

**Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked
(Varemærker og Design) (KHIM)**

»EF-varemærker — indsigelsessag — ansøgning om EF-figurmærket Metromeet — det ældre nationale ordmærke meeting metro — relativ registreringshindring — risiko for forveksling — artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning (EF) nr. 40/94 [nu artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning (EF) nr. 207/2009]«

Rettens dom (Ottende Afdeling) af 25. juni 2010 II - 2783

Sammendrag af dom

EF-varemærker — definition på og erhvervelse af et EF-varemærke — relative registreringshindringer — indsigelse fra indehaveren af et identisk eller lignende ældre varemærke, der er registreret for varer eller tjenesteydelser af samme eller lignende art — risiko for forveksling med det ældre varemærke

[Rådets forordning nr. 40/94, art. 8, stk. 1, litra b)]

II - 2781

Der foreligger en risiko for forveksling for den relevante kundekreds, der består af tyske professionelle inden for metrologi og tjenesteydere inden for dette område, i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 om EF-varemærker, mellem figurtegnet Metromeet, der er ansøgt registreret som EF-varemærke for varer og tjenesteydelser henhørende under klasse 9, 16, 35 og 41 i Nicearrangementet, og ordmærket meeting metro, der tidligere er registreret i Tyskland for varer og tjenesteydelser henhørende under samme klasser.

Den blotte omvendte ordstilling af bestanddelene i et varemærke fører ikke til den konklusion, at der ikke er visuel lighed mellem tegnene. Den omstændighed, at ordbestanddelene udtales i omvendt rækkefølge,

forhindrer endvidere ikke, at tegnene på det fonetiske plan ligner hinanden ud fra en helhedsvurdering.

Under hensyntagen til, dels at de omhandlede varer og tjenesteydelser er delvis af samme art og i det mindste delvis ligner hinanden, dels at de omhandlede tegn har visuelle og fonetiske ligheder, selv om dette er i mindre grad, og er identiske på det begrebsmæssige plan, er der ikke tilstrækkelig forskel på de to tegn til at undgå en risiko for forveksling mellem varemærkerne i offentlighedens bevidsthed.

(jf. præmis 29, 30, 38, 40 og 46)