

Sag T-434/09

Centrotherm Systemtechnik GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM)

»EF-varemærker — fortabelsessag — EF-ordmærket CENTROTHERM — reel brug af varemærket — artikel 51, stk. 1, litra a), i forordning (EF) nr. 207/2009 — Harmoniseringskontorets ex officio-prøvelse af de faktiske omstændigheder — artikel 76, stk. 1, i forordning nr. 207/2009 — formaliteten med hensyn til nye beviser — artikel 76, stk. 2, i forordning nr. 207/2009 — ulovlighedsindsigelse — regel 40, stk. 5, i forordning (EF) nr. 2868/95«

Rettens dom (Sjette Afdeling) af 15. september 2011 II - 6230

Sammendrag af dom

1. *EF-varemærker — bemærkninger fra tredjemand og indsigelse — behandling af indsigelsen — bevis for brugen af det ældre varemærke — reel brug — begreb (Rådets forordning nr. 207/2009, art. 42, stk. 2 og 3)*
2. *EF-varemærker — bemærkninger fra tredjemand og indsigelse — behandling af indsigelsen — bevis for brugen af det ældre varemærke — reel brug — begreb — bedømmelseskriterier (Rådets forordning nr. 207/2009, art. 42, stk. 2 og 3)*

1. Ifølge retspraksis er der gjort reel brug af et varemærke, når dette er anvendt i overensstemmelse med varemærkets væsentligste funktion, som er at garantere oprindelsen af de varer eller tjenesteydelser, som det er blevet registreret for, med henblik på at skabe eller bevare en afsætningsmulighed for disse varer og tjenesteydelser, bortset fra en rent symbolsk brug, der alene gøres med henblik på at bevare de til varemærket knyttede rettigheder. Betingelsen om reel brug af varemærket er desuden kun opfyldt, når varemærket med den beskyttelse, det har inden for det relevante geografiske område, bruges offentligt og i forhold til omverdenen.

Selv om begrebet reel brug således udgør en modsætning til enhver minimal brug, der ikke er tilstrækkelig til, at et varemærke kan anses for reelt og faktisk benyttet på et bestemt marked, omhandler kravet om reel brug ikke desto mindre hverken vurderingen af den handelsmæssige succes eller kontrollen med en virksomheds økonomiske strategi og bestemmer heller ikke, at beskyttelsen af varemærker kun skal forbeholdes en kvantitativt væsentlig handelsmæssig brug.

(jf. præmis 25 og 26)

2. For i den konkrete sag at undersøge, om brugen af det omhandlede varemærke er reel, skal der foretages en

helhedsbedømmelse af oplysningerne i sagen, idet der skal tages hensyn til alle de relevante faktorer i det konkrete tilfælde. En sådan bedømmelse skal foretages på grundlag af samtlige faktiske omstændigheder, der kan godtgøre, at varemærket virkelig anvendes handelsmæssigt, navnlig de former for brug, der i den pågældende branche anses for begrundet i fastholdelse eller erhvervelse af markedsandele for de varer eller tjenesteydelser, der beskyttes af varemærket, disse varers eller tjenesteydelsers art, de særlige forhold på markedet samt omfanget og hyppigheden af brugen af varemærket.

Med hensyn til omfanget af den brug, der er gjort af det omhandlede varemærke, bør der bl.a. tages hensyn dels til det handelsmæssige omfang af brugen, dels til varigheden og hyppigheden af brugen. Denne vurdering indebærer en vis indbyrdes afhængighed mellem de faktorer, der kommer i betragtning. Et mindre antal varer eller tjenesteydelser, der markedsføres under det omhandlede varemærke, kan således kompenseres ved, at det pågældende varemærke tidligere er anvendt meget intensivt eller med en vis regelmæssighed og omvendt.

Jo mere begrænset det handelsmæssige omfang af brugen af varemærket er, jo

mere nødvendigt er det imidlertid, at indehaveren af varemærket fremlægger yderligere oplysninger, som gør det muligt at afhjælpe en eventuel tvivl med hensyn til karakteren af den reelle brug, der er gjort af det pågældende varemærke.

sandsynlighedsbetragtninger eller formodninger, men skal hvile på konkrete og objektive omstændigheder, der godtgør en faktisk og tilstrækkelig brug af varemærket på det pågældende marked.

Desuden kan en reel brug af et varemærke ikke bevises ved hjælp af

(jf. præmis 27-30)