

EUROOPA KOHTU OTSUS (teine koda)

7. juuli 2005*

Kohtuasjas C-418/02,

mille esemeks on EÜ artikli 234 alusel Bundespatentgericht'i (Saksamaa) 15. oktoobri 2002. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 20. novembril 2002, menetluses

Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte AG

EUROOPA KOHUS (teine koda),

koosseisus: koja esimees C. W. A. Timmermans, kohtunikud C. Gulmann (ettekandja), R. Schintgen, N. Colneric ja J. N. Cunha Rodrigues,

kohtujurist: P. Léger,

kohtusekretär: vanemametnik M. Múgica Arzamendi,

arvestades kirjalikus menetluses ja 1. juuli 2004. aasta kohtuistungil esitatut,

* Kohtumenetluse keel: saksa.

arvestades kirjalikke märkusi, mille esitasid:

- Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte AG, esindaja: Rechtsanwalt M. Schaeffer,
- Prantsuse valitsus, esindajad: G. de Bergues ja A. Bodard-Hermant,
- Austria valitsus, esindaja: E. Riedl,
- Ühendkuningriigi valitsus, esindaja: K. Manji, keda abistas *barrister* M. Tappin,
- Euroopa Ühenduste Komisjon, esindajad: N. B. Rasmussen ja S. Fries,

olles 13. jaanuari 2005. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

- 1 Eelotsusetaotlus puudutab 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, edaspidi „direktiiv”) artikli 2, artikli 4 lõike 1 punkti b ja artikli 5 lõike 1 punkti b tõlgendamist.

- 2 Nimetatud eelotsusetaotlus esitati Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte AG (edaspidi „Praktiker Märkte”) ja Deutsches Patent- und Markenamt’i (Saksamaa Patendi- ja Kaubamärgiamet) vahelise kohtuvaidluse raames, mille esemeks oli jaekaubanduses osutatavate teenustega seotud kaubamärgi registreerimine.

Õiguslik raamistik

- 3 Direktiivi artikkel 2 sätestab:

„Kaubamärgi võivad moodustada mis tahes tähised, mida on võimalik graafiliselt esitada, eelkõige nimed, sealhulgas isikunimed, kujutised, tähed, numbrid või kaupade või nende pakendi kuju, kui selliste tähiste põhjal on võimalik eristada ühe ettevõtja kaupu või teenuseid teiste ettevõtjate omadest.”

- 4 Sama direktiivi artikli 4 lõige 1 sätestab:

„Kaubamärki ei registreerita ja kui see on registreeritud, võib ta kehtetuks tunnistada, kui:

- a) see on identne varasema kaubamärgiga ning kaubad või teenused, mille jaoks kaubamärki taotletakse või mille jaoks see on registreeritud, on identsed kaupade või teenustega, mille jaoks on kaitstud varasem kaubamärk;

b) identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu varasema kaubamärgiga kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et üldsus võib need omavahel segi ajada või tekitada seoseid varasema kaubamärgiga.”

5 Artikli 5 lõige 1 näeb ette:

„Registreeritud kaubamärk annab omanikule selle kasutamise ainuõiguse. Omanikul on õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid kasutamast kaubandustegevuse käigus ilma tema loata:

a) kõiki kaubamärgiga identseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud;

b) kõiki tähiseid, mille identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ja tähisega kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et üldsus võib need omavahel segi ajada või tekitada seoseid kaubamärgi ja tähise vahel.”

6 Direktiivi kaheteistkümnnes põhjendus sätestab, et on oluline, et direktiivi sätted oleksid täielikus kooskõlas 20. märtsil 1883 Pariisis vastu võetud, viimati 14. juulil 1967 Stockholmis läbi vaadatud ja 28. septembril 1979 parandatud tööstusomandi kaitse Pariisi konventsiooni (Recueil des traités des Nations unies, 828. kd, nr 11851, lk 305; edaspidi „Pariisi konventsioon”) sätetega; konventsioon on siduv kõigi ühenduse liikmesriikide jaoks.

- 7 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatav kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkulepe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud versioonis) (edaspidi „Nizza kokkulepe”) võeti vastu Pariisi konventsiooni artikli 19 alusel, mille kohaselt jätavad liidu liikmesriigid endale õiguse sõlmida omavahel tööstusomandi kaitsmiseks eraldi kokkuleppeid .
- 8 Nizza kokkuleppega kehtestatud klassifikatsiooni (edaspidi „Nizza klassifikatsioon”) teenuste klassi 35 päis on sõnastatud alljärgnevalt:

„Reklaam;

ärijuhtimine;

ettevõttehaldus;

kontoriteenused.”

- 9 Selgitav märkus selle klassi kohta täpsustab:

„[...]

Käsitletavasse klassi kuuluvad ka:

— erinevate kaupade komplekteerimine ühisesitluseks teiste huvides (v.a transport), mis võimaldab klientidel mugavalt kaupu vaadelda ja osta.

[...]

Klassi ei kuulu:

- nende ettevõtete tegevus, kelle põhiülesanne on turustamine, s.o nn kaubandusettevõtted;

[...].

10 Nizza kokkuleppe artikkel 2 sätestab:

- „1) Vastavalt käesolevas kokkuleppes esitatud nõuetele on klassifikatsiooni toime selline, mille talle omistab iga Spetsiaalse Liidu liikmesriik. Täpsemalt, klassifikatsioon ei ole Spetsiaalse Liidu liikmesriikidele kohustuslik mingi märgi kaitse ulatuse hindamisel või teenindusmärkide tunnustamisel.
- 2) Igale Spetsiaalse Liidu liikmesriigile jääb õigus kasutada klassifikatsiooni kas peamise või abisüsteemina.
- 3) Spetsiaalse Liidu liikmesriikide kompetentsed ametkonnad märgivad märkide registreerimist puudutavasse ametlikesse dokumentidesse ja väljaannetesse klassifikatsiooni klasside numbrid, kuhu kuuluvad kaubad või teenused, mille jaoks märk on registreeritud.

[...].

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

- 11 Praktiker Märkte esitas Deutsches Patent- und Markenamt'ile kaubamärgi Praktiker registreerimise taotluse eelkõige teenuse jaoks, mis vastas kirjeldusele „ehitus-, kodu-, aiandus- ja muude tarbekaupade jaemüük „do-it-yourself“ sektorile”.

- 12 Deutsches Patent- und Markenamt jättis taotluse rahuldamata. Ta leidis, et taotletav mõiste „jaekaubandus” ei tähista sõltumatuid teenuseid, millel on iseseisev majanduslik tähendus. See mõiste viitab ainult kaupade turustamisele kui sellisele. Majandustegevused, mis on kaupade turustamise põhisisuks, eelkõige kaupade ostmine ja müümine, ei ole teenused, mille jaoks saaks kaubamärki registreerida. Kaubamärgi kaitset on antud juhul võimalik saavutada ainult erinevate turustatavate kaupade jaoks kaubamärgi registreerimise taotlemise teel.

- 13 Praktiker Märkte esitas Bundespatentgerichtile kaebuse otsuse peale, millega jäeti taotlus rahuldamata. Ta märkis eelkõige, et majanduse areng teenindusühiskonna suunas nõuab jaekaubanduse kui teenuse ümberhindamist. Üha enam mõjutab tarbija ostuotsust mitte ainult kauba kättesaadavus ja hind, vaid ka teised tegurid, näiteks kaupade valik, komplekteerimine ühisesitluseks ja esitlemine, personali poolt osutatav teenus, reklaam, poe maine ja asukoht jne. Jaekaubanduses osutatavad teenused võimaldavad jaemüüjatel oma konkurentidest eristuda. Sellistel tegevustel peaks olema võimalik omandada teenustega seotud kaubamärgi kaitse. Nüüdsest tunnustavad kaubamärgi kaitset jaemüüja poolt osutatavale teenusele mitte ainult Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) (edaspidi „ühtlustamisamet”), vaid ka enamik liikmesriike. Sellele küsimusele tuleb ühenduseliselt anda ühtne hinnang.

- 14 Neil asjaoludel otsustas Bundespatentgericht menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas kaupade jaekaubandus on teenus direktiivi artikli 2 mõttes?

Juhul kui vastus sellele küsimusele on jaatav, siis

2. mil määral tuleb täpsustada jaemüüja poolt osutatavate teenuste sisu, et tagada see, kaubamärgi kaitse ese on kindlaks määratud, mis on vajalik selleks, et

a) täita kaubamärgi ülesannet direktiivi artikli 2 tähenduses, nimelt eristada ühe ettevõtja kaupu või teenuseid teiste ettevõtjate omadest;

b) vaidluse korral piiritleda sellise kaubamärgi kaitseulatust?

3. Mil määral tuleb piiritleda sarnasust [direktiivi artikli 4 lõike 1 punkt b ja artikli 5 lõike 1 punkt b] jaemüüja poolt osutatavate teenuste ja

a) kaupade turustamisel osutatavate teiste teenuste vahel

või

b) kõnealuse jaemüüja poolt turustatavate kaupade vahel?"

- 15 Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib, et direktiivi artikkel 2 ei sisalda selles esinevate mõistete „kaubad” ja „teenused” määratlusi.
- 16 Tema sõnul piirdub jaemüüja sõltumatu tegevus, mille kaudu ta osaleb otseses konkurentsisis teiste kaupade turustajatega ja mille jaoks võib vajalikuks osutuda teenustega seotud kaubamärgi sõltumatu kaitse, spetsiifiliste müügitegevustega, mis võimaldavad kaupade turustamist, piirdumata selle teostamisega. Antud juhul on tegemist erinevate ettevõtjate toodete komplekteerimisega, eesmärgiga koostada kaubavalik ja pakkuda seda müügiks ühes turustamisüksuses kas traditsioonilise kaubanduse, postimüügi või elektroonilise kaubanduse teel. Isegi juhul, kui arveid ei esitata klientidele individuaalselt, võib asjaomaseid teenuseid lugeda tasu eest osutatavateks müüгимarginaali kaudu.
- 17 Bundespatentgericht leiab, et kaubamärgi põhilise ülesande täitmiseks peab kaubamärgi kaitse ese olema piisavalt täpselt määratletud. Üldmõisted nagu „jaekaubandusteenused” ei täida ainuõiguste määratletuse tingimust. Piirangud, mis puudutavad üksnes turustatavaid kaupu, ei kõrvalda mõiste „jaekaubandus” ebamäärasust asjaomases valdkonnas. Need jätavad lahtiseks küsimuse, millistele teenustele peale nende kaupade müügi viidatakse. Sarnaseid vastuväited saab esitada ka täpsustavate asjaolude kohta, mis on seotud müügikoha tüübiga, näiteks kas „kaubamaja” või „supermarket”.

- 18 Vajadus piiritleda mõiste „jaemüüja osutatavad teenused” sisu seoses kaubamärgi registreerimise taotluse esitamisega ilmneb veel enam seoses direktiivi artikli 4 lõike 1 punktis b ja artikli 5 lõike 1 punktis b sisalduva mõiste „segiajamise tõeäosus” tõlgendamisega. Isegi mõiste „jaemüüja osutatavad teenused” sisu kohane täpsustamine registreerimismenetluse ajal on lõpuks ebapiisav, kui registreeritud teenuse kaubamärgile antakse mõiste „kaupade või teenuste sarnasus” laia tõlgenduse tõttu kontrollimatu kaitseulatus.

Eelotsuse küsimused

Esimene küsimus

- 19 Esimese kahe küsimusega, mida tuleb koos käsitleda, küsib Bundespatentgericht sisuliselt seda, kas direktiivis, eelkõige selle artiklis 2, sisalduvat mõistet „teenused” tuleb tõlgendada selliselt, et see sisaldab kaupade jaemüügi raames osutatavaid teenuseid, ning juhul, kui vastus on jaatav, siis kas teenustega seotud kaubamärgi registreerimine selliste teenuste jaoks sõltub teatud täpsustustest.

Euroopa Kohtule esitatud märkused

- 20 Praktiker Märkte leiab, et kaupade jaemüük on teenus direktiivi mõttes. Kaubamärk, mis seda kui teenust kaitseb, on suuteline täitma kaubamärgi põhilist ülesannet. Puudub vajadus täpsustada osutatavate teenuste sisu, et kindlaks teha kaubamärgi kaitse eset.

- 21 Suulises menetluses väitis Prantsuse valitsus, et nüüd ta tunnistab, et teatud jaemüügiga kaasnevaid spetsiifilisi teenuseid, mille sisu tuleb määratleda, võib käsitleda müügist sõltumatute teenustena ning neid peaks seetõttu olema võimalik kaubamärgiga kaitsta.
- 22 Austria valitsus tõdeb, et jaekaubanduse keskne tuum, mis seisneb kaupade müümises, ei ole teenus, mis saaks sellisena olla kaubamärgi kaitse ese, ning et tema arvates kinnitab seda ka Nizza kokkuleppe klassi 35 selgitav märkus. Ainult selliste teenuste jaoks, mis ulatuvad sellest kesksest tuumast kaugemale ja mille sisu tuleb määratleda, on võimalik registreerida teenustega seotud kaubamärk.
- 23 Ühendkuningriigi valitsus leiab, et kaubamärki on võimalik õiguspäraselt teenuse jaoks registreerida juhul, kui tarbijatele pakutakse selle kaubamärgi all kindlaks määratavat teenust, mis on midagi enamat kui tavaline kaupade turustamine. Nizza klassifikatsiooni klassi 35 selgitav märkus kinnitab, et kindlaks määratav teenus ei saa seisneda ainult kaupade turustamises, vaid jaekaubanduse tegevuse aspektid seoses erinevate kaupade komplekteerimisega ühisesitluseks teiste huvides, mis võimaldab klientidel mugavalt kaupu vaadelda ja osta, võivad luua sellise teenuse, mida saab kaubamärgiga kaitsta. Selleks et tagada kaubamärgi kaitse eseme määratletus, peavad kaubamärgi registreerimisel olema konkreetselt üles loetletud nii tegevused, milles teenus seisneb, kui ka jaekaubanduse tegevusega hõlmatud sektor(id).
- 24 Komisjoni sõnul on kaupade jaemüük teenus direktiivi mõttes juhul, kui on täidetud EÜ artiklis 50 sätestatud tingimused. Teenustega seotud kaubamärgi kaitset võib kohaldada mis tahes tegevuse suhtes, mis ei seisne ainult müügitgevuses. Ammendav loetelu teenustest, mis kõne alla tuleksid, ei ole võimalik. Teenused

võivad hõlmata kaupade väljapanekut, kohta, üldist pakutavat mugavust, personali hoiakut ja pühendumust ning tähelepanu osutamist klientidele.

- 25 Komisjon leiab, et küsimus, mis kerkib esile seoses teenuste sisu määratlemisega kaubamärgi registreerimisel, on formaal-juriidiline. See küsimus kuulub liikmesriikide pädevusse, nagu selgub direktiivi viiendast põhjendusest, mille kohaselt jääb liikmesriikidele vabadus määratleda registreerimise kord, sealhulgas näiteks registreerimise vorm. Sellega seoses saab ainult Nizza klassifikatsiooni klassi 35 puhul kaaluda kaubamärgi registreerimist jaekaubanduse jaoks. Nizza kokkulepe ei sätesta tingimusi teenuste kirjeldamise kohta.

Euroopa Kohtu vastus

- 26 Vastavalt direktiivi esimesele põhjendusele on selle eesmärk liikmesriikide õigusaktide ühtlustamine, et kaotada erinevused, mis võivad takistada kaupade vaba liikumist ja teenuste osutamise vabadust ning moonutada konkurentsi ühisturul.
- 27 Artikli 1 kohaselt kohaldatakse direktiivi sätteid kõigi „kaupade ja teenustega seotud kaubamärkide suhtes”.

- 28 See ei sisalda mõiste „teenused” määratlust, neid on EÜ artiklis 50 on kirjeldatud kui „tavaliselt tasulist tegevust”.
- 29 Samuti ei ole selles kindlaks määratud tingimused, millele on allutatud teenuste jaoks kaubamärgi registreerimine juhul, kui siseriikliku õigusega on selline registreerimine ette nähtud.
- 30 Siinkohal tuleb tõdeda, et direktiivi viies põhjendus sätestab, et liikmesriikidele jääb vabadus määratleda kaubamärkide registreerimise kord, näiteks määrata kindlaks kaubamärgi registreerimise vorm. Samas rõhutab seitsmes põhjendus, et õigusaktide ühtlustamise eesmärkide saavutamine eeldab, et registreeritud kaubamärkide õiguse omandamise tingimused peaksid põhimõtteliselt olema allutatud samadele tingimustele kõikides liikmesriikides.
- 31 Sellise teenuse olemuse ja sisu määratlemine, mida võidakse registreeritud kaubamärgiga kaitsta, ei allu mitte registreerimismenetlust käsitlevatele sätetele, vaid kaubamärgiga antavate õiguste omandamise materiaalsetele tingimustele.
- 32 Juhul kui mõiste „teenused” määratlemine oleks liikmesriikide pädevuses, oleks selle tulemus teenustega seotud kaubamärkide registreerimise erinevad tingimused iga asjaomase siseriikliku seaduse puhul ei oleks võimalik saavutada eesmärki, et kaubamärgi õiguse omandamise „tingimused oleksid [...] identsed” kõikides liikmesriikides.

- 33 Järelikult tuleb Euroopa Kohtul ühenduse õiguskorras anda ühtne tõlgendus mõistele „teenused” direktiivi tähenduses (vt analoogia põhjal 20. novembri 2001. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-414/99 — C-416/99: Zino Davidoff ja Levi Strauss, EKL 2001, lk I-8691, punktid 42 ja 43).
- 34 Sellega seoses tuleb märkida, et jaekaubanduse eesmärk on kaupade müümine tarbijatele. Selline kaubandus seisneb lisaks õiguslikule müügitehingule kõikides ettevõtja tegevustes, mille eesmärk on aidata kaasa sellise tehingu sõlmimisele. Nimetatud tegevus seisneb eelkõige müügiks pakutava kaubavaliku väljavalimises ja erinevate teenuste pakkumises, mille eesmärk on suunata tarbijat tehingu sõlmimisele pigem kõnealuse jaemüüjaga kui konkurendiga.
- 35 Direktiivist ega ühenduse õiguse üldpõhimõtetest ei tulene ühtegi mõjuvat põhjust, mis välistaks selliste teenuste liigitamise mõiste „teenused” alla direktiivi tähenduses või jaemüüja õiguse omandada tema kaubamärgi registreerimise kaudu kaubamärgi kui tema poolt osutatavate teenuste päritolu tähise kaitset.
- 36 Seda kaalutlust illustreerib Nizza kokkuleppe klassi 35 selgitav märkus, mille kohaselt kuulub sellesse klassi „erinevate kaupade komplekteerimine ühisesitluseks teiste huvides [...], mis võimaldab klientidel mugavalt kaupu vaadelda ja osta” („the bringing together, for the benefit of others, of a variety of goods [...] enabling customers to conveniently view and purchase those goods” märkus ingliskeelses versioonis).
- 37 Seoses nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määrusega (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994; L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146) tuleb

märkida, et nüüd nõustub ühtlustamisamet sellega, et jaekaubandusega tegelevate ettevõtjate poolt osutatavate teenuste jaoks on võimalik registreerida ühenduse kaubamärke ning et need teenused liigitatakse Nizza klassifikatsiooni klassi 35 (vt ühtlustamisameti presidendi 12. märtsi 2001. aasta teadaanne nr 3/01 ühenduse kaubamärkide registreerimise kohta jaemüügiteenuste jaoks).

- 38 Tuleb märkida, et kõik huvitatud isikud, kes on Euroopa Kohtule esitanud kirjalikud märkused, nõustuvad esiteks asjaoluga, et vähemalt teatud jaekaubanduses osutatavate teenuste puhul on tegemist teenustega direktiivi tähenduses, ning teiseks, et vastavalt Euroopa Kohtu käsutuses olevale teabele julgustab selline analüüs tegevust, mida liikmesriikides laialdaselt järgitakse.
- 39 Seetõttu tuleb järeldada, et mõiste „teenused” direktiivi tähenduses hõlmab ka jaekaubanduses osutatavaid teenuseid.
- 40 Esile kerkib küsimus, kas jaekaubanduse konkreetse juhtumi korral on vaja täpsemini määratleda mõistet „teenused” direktiivi tähenduses.
- 41 Sellega seoses tõdeti Euroopa Kohtule esitatud kirjalikes märkustes, et need teenused, mida saab jaekaubandusteenusena kaitsta, peaksid olema kindlaks määratud, et eristada neid teenustest, mille jaoks seetõttu, et need on kaupade müümisega tihedalt seotud, ei ole kaubamärgi registreerimine võimalik. Lisaks rõhutati seda, et kaubamärgi registreerimise taotluses peavad olema täpselt määratletud teenus(ed), millega seoses taotleja kaitset taotleb.

- 42 Samas kinnitati, et sellised täpsustused on vajalikud eelkõige selleks, et kindlustada kaubamärgi põhilist ülesannet, nimelt kaitsta kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenuste päritolu identiteeti ning vältida jaekaubandusteenustega seotud kaubamärkide liiga laiaulatuslikku ja ebamäärast kaitset.
- 43 Tõstatatud küsimuste keerukust illustreerivad hästi nii kirjalikke märkusi esitanud huvitatud isikute erinevad vastused kui ka Euroopa Kohtu käsutuses olev teave liikmesriikide praeguse praktika kohta.
- 44 Allpool nimetatud põhjustest tulenevalt ei saa tugineda mõistele „jaekaubandusteenused” direktiivi tähenduses, mis on palju kitsam sellest, mis sisaldub käeoleva otsuse punktis 34 sisalduvas kirjelduses.
- 45 Ennekõike tuleb mainida, et mitmesuguste teenuseliikide eristamine, mida osutatakse seoses kaupade müümisega ja mis nõuavad mõiste „jaekaubandusteenused” palju kitsamat piiritlemist, võib osutada kunstlikuks, kui arvestada tegeliku olukorraga olulises majandussektoris, mida jaekaubandus esindab. Sellega kaasneksid paratamatult raskused nii seoses järgitavatele kriteeriumidele üldise määratluse andmisega kui ka nende kriteeriumide rakendamisega praktikas.
- 46 Tuleb nõustuda sellega, et mõiste „jaekaubandusteenused” palju kitsam määratlamine vähendaks kaubamärgi omanikule võimaldatud kaitset ning selle tulemusena

väheneks nende juhtude arv, kus kerkiksid esile küsimused direktiivi artikli 4 lõike 1 ja artikli 5 lõike 1 kohaldamise kohta.

- 47 Sellisest kaalutlusest siiski ei piisa kitsa tõlgenduse õigustamiseks.
- 48 Miski ei viita sellele, et võimalikke probleeme, mis kaasnevad kaubamärgi registreerimisega jaekaubandusteenuste jaoks, ei oleks võimalik lahendada, tuginedes nendele kahele direktiivi sättele, nii nagu Euroopa Kohus on neid tõlgendanud. Siinkohal tuleb meenutada, et vastavalt Euroopa Kohtu praktikale tuleb segiajamise tõenäosust hinnata igakülgset, arvestades kõiki asjakohaseid tegureid (vt 11. novembri 1997. aasta otsus kohtuasjas C-251/95: SABEL, EKL 1997, lk I-6191, punkt 22, ja 29. septembri 1998. aasta otsus kohtuasjas C-39/97: Canon, EKL 1998, lk I-5507, punkt 16). Igakülgse hindamise raames on vajaduse korral võimalik arvesse võtta mõiste „jaekaubandusteenused” konkreetseid tunnuseid, mis seonduvad selle laia kohaldamisalaga, arvestades nõuetekohaselt kõikide huvitatud isikute õigustatud huve.
- 49 Antud asjaoludel ei ole vaja kaubamärgi registreerimisel jaekaubanduses osutatud teenuste jaoks konkreetselt määratleda teenust või teenuseid, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotletakse. Selliste teenuste määratlemisel piisab üldsõnalisest kirjeldusest, nagu „erinevate kaupade komplekteerimine ühisesitluseks, mis võimaldab klientidel mugavalt kaupu vaadelda ja osta”.

- 50 Siiski tuleb nõuda, et taotleja täpsustaks kaubad või kaupade liigid, mis on nende teenustega seotud, kasutades selleks näiteks selliseid selgitusi nagu need, mis sisalduvad põhikohtuasjas esitatud registreerimise taotluses (vt käesoleva kohtuotsuse punkt 11).
- 51 Sellised täpsustused teevad direktiivi artikli 4 lõike 1 ja artikli 5 lõike 1 kohaldamise lihtsamaks ilma kaubamärgile antud kaitset oluliselt piiramata. Samuti lihtsustavad need direktiivi artikli 12 lõike 1 kohaldamist, mille kohaselt „[k]aubamärgi võib tühistada, kui seda ei ole liikmesriigis viie järjestikuse aasta jooksul kasutatud [...] teenuste puhul, mille jaoks see registreeriti ja kasutamatajätmisel ei ole mõistlikke põhjendusi”.
- 52 Seetõttu tuleb kahele esimesele eelotsuse küsimusele vastata, et direktiivis, eelkõige selle artiklis 2, sisalduv mõiste „teenused” hõlmab kaupade jaemüügi raames osutatavaid teenuseid.

Kaubamärgi registreerimise korral selliste teenuste jaoks ei ole vaja konkreetselt määratleda asjaomaseid teenuseid (asjaomast teenust). Täpsustused on vajalikud nende kaupade või kaubaliikide osas, millega need teenused on seotud.

Kolmas küsimus

- 53 Kolmanda küsimusega küsib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt seda, kas mõistet „sarnasus”, millele on viidatud direktiivi artikli 4 lõike 1 punktis b ja artikli 5

lõike 1 punktis b ning mis mõningatel juhtudel tingib segiajamise tõenäosuse nende sätete tähenduses, tuleb tõlgendada, lähtudes konkreetsetest piiravatest kriteeriumidest teenustega seotud kaubamärkide puhul, millega on kaitstud kaupade jaemüügi raames osutatavad teenused.

- 54 Nagu eelotsusetaotlusest selgub, jäeti põhikohtuasjas kaubamärgi Praktiker jaekaubandusteenuste jaoks registreerimise taotlus rahuldamata põhjusel, et taotletav mõiste „jaekaubandus” ei tähistanud teenuseid, mille jaoks saab kaubamärki registreerida.
- 55 Eelotsusetaotlus ei sisalda mingisugust märget selle kohta, et eelotsusetaotluse esitanud kohus oleks pidanud vajalikuks võtta vastu otsus direktiivi artikli 4 lõike 1 punktis b ja artikli 5 lõikes 1 punktis b sisalduva mõiste „sarnasus” kohta seoses segiajamise tõenäosusega nimetatud sätete tähenduses.
- 56 Nimetatud sätted, mis olid asjakohased kahele esimesele küsimusele vastamisel, ei ole asjakohased kolmandale küsimusele vastamisel.
- 57 Euroopa Kohtu pädevusse ei kuulu vastamine eelotsuse küsimustele sellistel juhtudel, kui taotletud ühenduse õiguse tõlgendamine ei ole seotud põhikohtuasja tegelike asjaoludega või esemega või kui tegemist on oletusliku probleemiga või kui kohtule ei ole esitatud faktilisi ja õiguslikke asjaolusid, mis on vajalikud selleks, et vastata tõhusalt küsimustele, mida talle on esitatud (vt eelkõige 16. oktoobri 2003. aasta otsus kohtuasjas C-421/01: Traunfellner EKL 2003, lk I-11941, punkt 37).

- 58 Antud asjaolusid arvesse võttes tuleb järeldada, et kolmas eelotsuse küsimus on põhikohtuasja seisukohalt oletuslik, mistõttu tuleb see tunnistada vastuvõetamatuks.

Kohtukulud

- 59 Et põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus poolelioleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus. Euroopa Kohtule märkuste esitamisega seotud kohtukulud, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (teine koda) otsustab:

- 1. Nõukogu 21. detsembri 1988. aasta direktiivis 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta, eelkõige selle artiklis 2, sisalduv mõiste „teenused” hõlmab kaupade jaemüügi raames osutatavaid teenuseid.**
- 2. Kaubamärgi registreerimise korral selliste teenuste jaoks ei ole vaja konkreetselt määratleda asjaomaseid teenuseid (asjaomast teenust). Täpsustused on vajalikud nende kaupade või kaubaliikide osas, millega need teenused on seotud.**

Allkirjad