

Förenade målen T-350/04–T-352/04

Bitburger Brauerei Th. Simon GmbH

mot

**Byrån för harmonisering inom den inre marknaden
(varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån)**

”Gemenskapsvarumärke — Invändningsförfarande — Ansökan om registrering som gemenskapsvarumärke av ordmärket BUD — Ansökningar om registrering som gemenskapsvarumärke av figurmärkena American Bud och Anheuser Busch Bud — Äldre nationella ord- och figurmärken som innehåller ordet bit — Artikel 8.1 b och 8.5 i förordning nr 40/94”

Förstainstansrättens dom (femte avdelningen) av den 19 oktober 2006 . . . II - 4258

Sammanfattning av domen

1. Gemenskapsvarumärke — Prövningsförfarande

(Förstainstansrättens rättegångsregler, artiklarna 44.1, 46, 130.1, 132.1 och 135.1 andra stycket)

II - 4255

2. *Gemenskapsvarumärke — Definition och förvärv av gemenskapsvarumärke — Relativa registreringshinder — Invändning från innehavaren av ett identiskt eller liknande äldre varumärke som registrerats för varor eller tjänster som är identiska eller av liknande slag (Rådets förordning nr 40/94, artikel 8.1 b)*

1. Den ansökan varigenom talan väcks mot ett beslut som fattats av Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån) skall enligt artikel 44.1 i förstainstansrättens rättegångsregler, som i enlighet med artiklarna 130.1 och 132.1 i dessa rättegångsregler är tillämplig i immaterialrättsliga mål, innehålla en kortfattad framställning av grunderna för talan. Även om innehållet i en ansökan kan understödjas och kompletteras i specifika avseenden, genom hänvisning till utdrag ur bifogade handlingar, kan en generell hänvisning till andra inlagor inte kompensera att väsentliga delar av den rättsliga argumenteringen saknas, som enligt ovan nämnda bestämmelse skall återfinnas i själva ansökan.

Detsamma skall enligt artikel 46 i förstainstansrättens rättegångsregler, som i enlighet med artikel 135.1 andra stycket i dessa rättegångsregler är tillämplig i immaterialrättsliga mål, tillämpas på svarsinlagan från motparten i invändningsförfarandet vid harmoniseringsbyråns överklagandenämnd, som intervenerat vid förstainstansrätten. En sådan svarsinlaga skall därför avvisas i den mån den innehåller hänvisningar till

inlagor som ingetts till harmoniseringsbyrån, såvitt de allmänna hänvisningar som de innehåller inte kan hänföras till de grunder och argument som utvecklas i själva svarsinlagan.

(se punkterna 33–35)

2. Det föreligger ingen risk för att den tyske genomsnittskonsumenten förväxlar ordmärket BUD och figurkännetecknen American Bud och Anheuser Busch Bud, som sökts registrerade som gemenskapsvarumärke för "Öl, ale, porter, alkoholhaltiga och icke alkoholhaltiga maltdrycker" i klass 32 i Niceöverenskommelsen, med ordmärket BIT och ord- och figurmärket Bit, som tidigare registrerats i Tyskland för "öl, mineralvatten, kolsyrat vatten och andra icke alkoholhaltiga drycker, drycker på frukt- och juicebas, safter och andra produkter avsedda för dryckestillverkning" samt "öl" i samma klass i Niceöverenskommelsen. Förstainstansrätten gör denna bedömning trots att de ifrågavarande varorna är av samma eller liknande slag och till och med om de

äldre varumärkena eventuellt har hög särskiljningsförmåga. Med beaktande av de påtagliga skillnaderna mellan de ifrågavarande varumärkena och av att de inte är lika i begreppsmässigt hänseende

- är det sökta ordmärket BUD och de äldre varumärkena till sin helhet olika, även om de företer en svag likhet i visuellt och fonetiskt hänseende, och
- är de sökta figurmärkena och de äldre varumärkena till sin helhet olika, även om de företer en svag likhet i fonetiskt hänseende.

Det föreligger i än mindre grad risk för förväxling mellan de sökta varumärkena och ord- och figurmärkena Bitte ein Bit !, som tidigare registrerats i Tyskland för varorna ”öl och icke alkoholhaltiga drycker” i klass 32 respektive för olika

varor i klasserna 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 32, 34 och 42 i Niceöverenskommelsen. I förhållande till de äldre tyska varumärken som innehåller ordelementet bit innehåller dessa äldre tyska varumärken nämligen ytterligare ordelement (”bitte” och ”ein”) och grafiska element (”!”), och de har getts en särskild grafisk utformning. I visuellt hänseende skiljer sig de sistnämnda därför mer från de sökta varumärkena än de förstnämnda. Om det kan antas att de äldre tyska varumärkena Bitte ein Bit ! kan uttalas endast med ordet bit, skiljer sig slutsatsen i fonetiskt avseende i övrigt inte från slutsatsen avseende de äldre tyska varumärken som innehåller ordelementet bit. Vid förstainstansrätten har inte förebringats bevisning som ur begreppsmässig synpunkt ger utrymme för uppfattningen att de ifrågavarande varumärkena företer någon som helst likhet. De sökta varumärkena liknar vid en helhetsbedömning således inte de äldre tyska varumärkena Bitte ein Bit !.

(se punkterna 107, 109, 123 och 124)