

JUSTIITSMINISTEERIUM
TÖÖSTUSOMANDI
APELLATSIOONIKOMISJON

OTSUS nr 1577-o

Tallinnas 8. aprillil 2016.a.

Tööstusomandi apellatsioonikomisjon, koosseisus Priit Lello (eesistuja), Edith Sassian ja Margus Tähepõld vaatas kirjalikus menetluses läbi mobile.international GmbH (Marktplatz 1, 14532 Dreilinden, DE) kaebuse kaubamärgi mobile.de (taotluse nr M201200867) registreerimisest keeldumise otsuse tühistamiseks.

Kaebus on võetud tööstusomandi apellatsioonikomisjoni (edaspidi apellatsioonikomisjon) menetlusse nr 1577 all. Eelmenetlejaks määrati Priit Lello.

Kaebuse esitajat esindab patendivolnik Ingrid Matsina, AAA Patendibüroo OÜ.

I Asjaolud ja menetluse käik

Patendiameti 27. novembri 2014 otsusega nr 7/M201200867 keelduti kaubamärgiseaduse (edaspidi KaMS) § 9 lg 1 p 2 alusel kaubamärgi mobile.de registreerimisest klassis 36 nimetatud teenuste suhtes: kindlustus; kindlustusvahendus.

27. jaanuaril 2015 esitas mobile.international GmbH Tööstusomandi apellatsioonikomisjonile (edaspidi apellatsioonikomisjon) kaebuse Patendiameti otsuse tühistamiseks.

II Kaebaja põhiseisukohad

Kaebaja leiab, et Patendiamet on ebaõigesti kohaldanud KaMS § 9 lg 1 p 2. Kaebaja esitas Patendiametile taotluse nr M201200867 kaubamärgi mobile.de registreerimiseks klassis 36 kindlustus, kindlustusvahendus. Taotluse esitamise kuupäev on 17.11.2008. Tegemist on kaubamärgiga, mille siseriiklik menetlus sai alguse ühenduse kaubamärgi nr 007399199 siseriiklikuks muutmisega. OHIM luges kaubamärgi olemuslikult eristusvõimeliseks ning registreeritavaks ja kaubamärgi muutmise oli tingitud suhtelistel alustel esitatud vaidlustusavaldusest.

Kaubamärgi eristusvõime KaMS § 9 lg 1 p 2 mõttes tähendab seda, et kaubamärk võimaldab identifitseerida kaupa, mille jaoks kaubamärgi registreerimist taotleti, kui teatud ettevõtjalt pärinevat ja seega eristada seda teiste ettevõtjate kaupadest. Selle kindlakstegemiseks tuleb hinnata, kas esitatud märk võimaldab kauba tarbijatel ostuotsust tehes eristada seda toodet nendest, millel on teine kaubanduslik päritolu. Et hinnata, kas kaubamärgil puudub eristusvõime, tuleb arvesse võtta sellel territooriumil, mille jaoks registreerimist taotletakse, asuva keskmise asjaomaste kaupade tarbija taju. Seega tuleb hinnata, kuidas tajub kaubamärki mobile.de Eesti keskmine tarbija, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas.

Eristusvõimetud on kas sellised kaubamärgid, mida asjaomase avalikkuse seisukohast tavaliselt kasutatakse kaubanduses kõnealuste kaupade või teenuste tähistamiseks või sellised, mille puhul on vähemalt olemas konkreetsed asjaolud, mis viitavad sellele, et neid võib selliselt kasutada. Kaubamärk

Adress:
Tõnismägi 5a
15191 Tallinn

Telefonid:
6208201, 6208276
e-mail: toak@just.ee

Faks:
6208109
<http://toak.just.ee/>

mobile.de ei ole üldises kasutuses kindlustusteenuste või nende omaduste tähistamisel ega reklaamimisel ning tarbijad ei ole harjunud seda kindlustusteenuste kontekstis sellisena nägema. Patendiamet on oma otsuses tuginenud vaid väitele, et Eesti tarbijad mõistavad inglise keelt ja seetõttu tajuvad kaubamärki kirjeldavas tähenduses. Patendiamet (kirjeldavuse hindamine), mitte aga konkreetsetele asjaoludele, mis viitaksid sellele, et tähist võiks tavaliselt kasutada kaubanduses kõnealuste kaupade tähistamiseks kasutada (eristusvõime hindamine).

Patendiamet on eristusvõime hindamisel lähtunud sellest, et keskmise tarbija moodustab antud teenuste puhul kogu Eesti tarbijaskond. Patendiameti väitel on märkimisväärsele osale Eesti tarbijatest arusaadavad igapäevase suhtluskeeles sõnavarasse kuuluvad ingliskeelsed sõnad, mille hulka kuulub Patendiameti hinnangul ka sõna „mobile“. Patendiamet ei ole tõendanud ingliskeelse sõna „mobile“ kuulumist igapäevase suhtluskeeles sõnavarasse, tegemist on Patendiameti paljasõnalise väitega. Isegi kui sõna „mobile“ kuulub igapäevase suhtluskeeles sõnavarasse, siis tuleb teiseks hinnata, mida see sõna tähendab, millises tähenduses seda igapäevases suhtluskeeles kasutatakse ja kuidas Eesti tarbija selle sõna tähendusest aru saab.

Patendiamet on viidanud Silveti inglise-eesti sõnaraamatus esinevale sõna „mobile“ tähendusele „mobiilne“. Tegemist on kontekstist välja rebitud viitega. Silveti sõnastik annab sõnale „mobile“ vasteks „Liikuv; püsimatu; liikumisvalmis, mobiilne.“ Teine viidatud tähendus on kunstivaldkonnas kasutatav mobiil (kergliikuv skulptuur). Koma sõnade liikumisvalmis ja mobiilne vahel tähendab, et neid kasutatakse antud kontekstis sünonüümidenä. Seega viitab Silvet mobiilsele kui liikumisvalmile. Ka Suur inglise –eesti seletav sõnaraamat (Tea 2000) annab sõna „mobile“ vasteks kergesti liigutatav, liikumisvõimeline. Ka eesti keele seletav sõnaraamat annab sõna „mobiilne“ seletuseks „liikuv; ühest paigast teise siirdav“. Seega on tõenäoline, et kui keskmine tarbija mõistab sõna „mobile“ tähendust, siis ta mõistab seda tähenduses „liikuv, kergesti liigutatav, liikumisvõimeline“. Patendiamet on sõna „mobile“ tähendust sõnaraamatus väärtalt tõlgendanud ja ei ole lähtunud selle tegelikust ja tarbija poolt tajutavast tähendusest.

Eristusvõimetud on kas sellised kaubamärgid, mida asjaomase avalikkuse seisukohast tavaliselt kasutatakse kaubanduses kõnealuste kaupade või teenuste tähistamiseks või sellised, mille puhul on vähemalt olemas konkreetset asjaolud, mis viitavad sellele, et neid võib selliselt kasutada. Liikuvus, liikumisvõimelisus ei ole sellised omadused, mida tarbija seostaks mingilgi moel kindlustusteenustega. Ei ole teada asjaolusid, mis viitaksid sellele, et liikuvust või selle sõna ingliskeelset vastet „mobile“ oleks vaja kasutada kindlustusteenuste tähistamiseks või et esineks konkreetset asjaolud, mis viitavad sellele, et „liikuvust“ või selle sõna ingliskeelset vastet „mobile“ võiks selliselt kasutada. Näitena, kui ingliskeelse sõna „tea“ tõlkeks on „tee“, siis hõlmab see tähendus vaid teed kui jooki ja mitte sõna „tee“ teist eestikeelset tähendust „liiklemiseks ehitatud rajatis“. Ka ÕS-ist ilmneb, et „mobiiltelefonivõrgu kaudu tehtav“ ei ole sõna „mobiilne“ peamiseks tähenduseks. ÕSi järgi on antud sõna esmane tähendus seotud liikuvusega ning tähendus „mobiiltelefonivõrgu kaudu tehtav“ on kohalduv üksnes liitsõnade mobiil+ ... puhul, kus liitsõna teine poolt kirjeldab üheselt, mida mobiiliga saab teha: *mob`iil+, mob`iilne <2: -b`iilse> liikuv, liikumisvalmis, liigutatav; mobiiltelefonivõrgu kaudu tehtav*. Mobiilne väesalk. Mobiil+kaubandus, mobiil+makse, mobiil+parkimine, mobiil+pilet, mobiil+teenus. Mobiilsus. Antud juhul omab tähendust see, kas sõnal „mobile“ on Eesti keskmise tarbija jaoks selge ja üheselt arusaadav, kindlustusteenustega seonduv tähendus või mitte. Patendiamet on ekspertiisi käigus teinud otsingu internetis ja tuletanud sõnale „mobile“ omistatud tähenduse (mobiili kaudu tehtav) läbi mitme kaudse allika. Ainuüksi juba see

osundab, et sõnal puudub otsene kirjeldav tähendus antud teenuste suhtes, rääkimata märgi „mobile.de“ kui terviku eristusvõimest. Kaebaja hinnangul ei ole mobile.de Eesti keskmise tarbija jaoks tervikuna tajutav kui MOBIILIKAUDUTEHTAV.DE. Seega ei oma antud kaubamärgi kontekstis ka tähendust, kas, millisel määral ja mis kuupäeva seisuga on Eestis teenuseid, sh kindlustusteenuseid osutatud või nende kohta infot pakutud läbi interneti ja mobiiltelefonivõrgu.

Patendiamet on ühe allikana kasutanud sõna „mobile“ tähenduse selgitamisel Wiktionary andmekogu, kus on ühe tähendusena rea muude tähenduste hulgas märgitud „by agency of mobile phones“, viitega ühele 2012 aastast pärinevale allikale. Esimene ja kõik muud tähendused viitavad aga samale tähendusele, mis Silveti inglise-eesti sõnaraamat – liikuvus. Puudub igasugune teave selle kohta kas Eesti tarbija on Wiktionary's sõna „mobile“ tähendusega tutvunud, kas ta tajub sõna „mobile“ sellisel viisil ning kas Wiktionary info allikad on kontrollitud ja usaldusväärsed. Tarbija taju on seotud sellega, millised on tarbija tegelikud teadmised ja arusaam, mitte aga sellega, millist teavet on tarbijal teoreetiliselt võimalik kusagilt (sh internetist) leida ja läbi mitme sõnaraamatu tuletada. Asjaolu, et mingit sõna on mõnes üksikus allikas kasutatud, ei anna alust väita, et keskmine tarbija omistaks sellele nendes allikates kasutatud tähenduse. Kaebaja leiab, et Patendiamet on kaubamärgile omistanud tähenduse, mida kaubamärgil ei ole ja mida keskmine tarbija kaubamärgile ei omista. Selleks, et mingi materjal saaks näidata Eesti tarbija taju, peab olema ilmne või vähemalt tõenäoline, et tarbija on selle materjaliga tuttav. Selle asjaolu tõendamise koormus lasub Patendiametil.

Patendiamet tuginenud eeldusele, et elemendid, millel eraldi puudub väidetavalt eristusvõime, ei või kombineerituna olla eristusvõimelised, mitte aga keskmise tarbija jaoks selle sõnamärgi suhtes tekkivale üldmuljele, nagu oleks pidanud tegema. Kuigi tähise erinevaid koostisosi võib analüüsida eraldi, üksteisele järgnevalt, ei asenda selline analüüs hinnangut kaubamärgile kui tervikule. Otsus kaubamärgi registreeritavuse kohta aga tuleb teha just kaubamärgi kui terviku suhtes, hinnates, kuidas tajub seda kaubamärki keskmine tarbija. Kaebaja leiab, et kaubamärk mobile.de, mida Eesti keskmine tarbija tajub viisil „liikuv.de“, on tervikuna eristusvõimeline, sest ei oma mingit üheselt mõistetavat tähendust kindlustusteenuste suhtes ning on piisavalt abstraktne ning alternatiivseid tajumisvõimalusi pakkuv, et tarbija saaks tajuda seda kaubamärgina.

Patendiamet on kaubamärgi registreerimisest keeldunud eristusvõime puudumise alusel (KaMS § 9 lg 1 p 2), kuid on sõnale „mobile“ otsuse tekstis korduvalt viidanud kui „kirjeldavale“ ja analüüsinud seda kirjeldavuse (KaMS § 9 lg 1 p 3) kriteeriumite kohaselt. Nii näiteks tugineb Patendiamet otsuse punktis 2.8 kirjeldavuse hindamise kriteeriumile, mille kohaselt ei pea kirjeldava iseloomuga tähis olema kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise ajal tegelikult kasutusel ning piisab sellest, et tähis võib olla kasutusel kirjeldavatel eesmärkidel. See aga ei ole eristusvõime hindamise seisukohast asjakohane. Eristusvõimetud on kas sellised kaubamärgid, mida asjaomase avalikkuse seisukohast tavaliselt kasutatakse kaubanduses kõnealuste kaupade või teenuste tähistamiseks või sellised, mille puhul on vähemalt olemas konkreetsed asjaolud, mis viitavad sellele, et neid võib selliselt kasutada. Nagu eelpool analüüsitud, siis tähise mobile.de puhul sellised asjaolud puuduvad.

Kuid ka kirjeldavust tuleb hinnata tarbija tajust lähtudes. Kui kaubamärk ei võimalda asjaomasel tarbijal otsekohe ja ilma järele mõtlemata tajuda, et tegemist on kaupade või mõne nende olulise omaduse kirjeldusega, siis ei saa esineda ka KaMS § 9 lg 1 p 3 keelu kohaldamise aluseks olevat avalikku huvi, st huvi

jätta tähis kõigile vabaks kasutamiseks, sest see on kaubanduses vajalik asjaomase kauba omaduste tähistamiseks.

Kaubamärk mobile.de ei edasta Eesti tarbijatele mingit otsest ja selget sõnumit kindlustusteenuste omaduste suhtes ja seega ei ole tegemist nende teenuste teatud kindla omaduse kirjeldusega, mis on tarbijatele kauba valikul oluline. Eeltoodud asjaoludest ja kaalutlustest jäeldub, et ka Eesti tarbijad tajuvad tähist mobile.de kui eristusvõimelist päritolu näitavat kaubamärki, mitte kui kirjeldavat ja eristusvõimetut teksti.

Kaebaja kaubamärgi näol on tegemist kaubamärgiga, mille siseriiklik menetlus sai alguse ühenduse kaubamärgi nr 007399199 siseriiklikuks muutmiseiga. OHIM luges kaubamärgi olemuslikult eristusvõimeliseks ning registreeritavaks ja kaubamärgi muutmise oli tingitud suhtelistel alustel esitatud vaidlustusavaldusest. Antud Eesti siseriiklik taotlus on tulenevalt Ühenduse kaubamärgi nr 007399199 konverteerimisest siseriiklikuks taotluseks varasema registreeringu „õigusjärglane“. OHIMi poolt tehtud kaubamärgiregistreering (kusjuures arvesse võttes ka märgi tähendust inglise keeles, millele Patendiamet viitab) kehtis täies õigusjõus Eestis ning märgi õiguskaitset piirati tulenevalt varasema kaubamärgiomaniku poolt esitatud vaidlustusavaldusest. Seetõttu on ebamõistlik, et olukorras, kus kaubamärk on varem kehtinud, kolmandad isikud on selle teiste riikide kaubamärgiõiguste (mobilé) alusel vaidlustanud, tunnistataks kaubamärk Eestis siseriiklikuks konverteerimismenetluses kaitsekõlbmatuks.

Kaubamärk on jätkuvalt klassis 36 registreeritud 24.01.2013 ühenduse kaubamärgina nr 007399199 teenustele rahalised tehingud; krediiditeenused; finantstehingud; finantshaldus. Kaubamärk mobile.de on klassis 36 sõnamärgina registreeritud järgmistes Euroopa Liidu riikides:

Rumeenia (reg nr 125254, registreerimise kuupäev 21.08.2013)

Küpros (reg nr 81795, registreerimise kuupäev 28.06.2013)

Taani (reg nr VR 2013 02463, registreerimise kuupäev 28.10.2013)

Suurbritannia (reg nr UK00002654349, registreerimise kuupäev 07.06.2013)

Sloveenia (reg nr 201271386, registreerimise kuupäev 12.12.2013)

Leedu (reg nr 67904, registreerimise kuupäev 28.11.2013)

Ungari (reg nr 213106, registreerimise kuupäev 28.07.2014)

Rootsi (reg nr 509833, registreerimise kuupäev 21.12.2012)

Läti (reg nr M 66 261, registreerimise kuupäev 20.07.2013)

Bulgaaria (reg nr 00086427, registreerimise kuupäev 16.10.2013)

Slovakkia (reg nr 235155, registreerimise kuupäev 11.07.2013)

Kaebaja leiab, et olukorras, kus Patendiamet tugineb kaubamärgi ingliskeelsele tähendusele, kuid kaubamärk on registreeritud ühenduse kaubamärgina (kus ekspertiis toimub Eesti tarbijat arvesse võttes),

kaubamärk on registreeritud ingliskeelsetes riikides kaubamärk on registreeritud ka EL liikmesriikides, kus tarbijaskond Eestist oluliselt ei erine, sh Rootsi, Läti, Leedu, on Patendiamet see, kes peab välja tooma Eestis esinevad spetsiifilised asjaolud, mis eristavad antud juhul Eesti tarbijat kõigist eelviidatud riikide tarbijatest. Kaebaja peab põhjendamatuks Patendiameti-poolset teiste riikide praktika eiramist olukorras, kus Eestis ei esine spetsiifilised asjaolusid, mis eristavad antud juhul Eesti tarbijat kõigist eelviidatud riikide tarbijatest.

Lähtudes ülaltoodust ja juhindudes kaubamärgiseaduse § 9 lg 1 p 2 ning § 41 lg 1 ja 3 palub kaebaja tühistada Patendiameti otsus kaubamärgi mobile.de (taotluse nr M201200867) registreerimisest keeldumise kohta.

III Patendiameti põhiseisukohad

Patendiamet vaidleb kaebusele vastu ja leiab, et kaubamärgi „mobile.de“ registreerimisest keeldumise otsus on seaduslik ja põhjendatud.

Eristusvõime hindamisel KaMS § 9 lg 1 p 2 mõttes tuleb arvestada esiteks kaupu ja teenuseid, mille tähistamiseks kaubamärgi registreerimist taotletakse, ja teiseks tuleb hinnata registreerimiseks esitatud tähise tajumist asjassepuutuva avalikkuse poolt, kelleks on vastava kauba või teenuse keskmine tarbija, kes on piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelik ning arukas (Euroopa Kohtu otsus kohtuasjas C-363/99, p 34). Kuna kindlustusteenustega puutub kokku enamik Eestis elavaid inimesi (arvestades muuhulgas kohustuslikke kindlustusi, nt liikluskindlustus jm), leiab Patendiamet, et taotluses nimetatud teenuste (kindlustus, kindlustusvahendus) puhul on asjaomaseks avalikkuseks kogu tarbijaskond. Seetõttu tuleb tähist vaadata keskmise Eesti tarbija seisukohalt, kes on piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelik ning arukas.

Taotleja tähis koosneb ingliskeelsest sõnast „mobile“ ning lühendist „.de“. Sõna „mobile“ vasteks Silveti inglise-eesti sõnastikus on „mobiilne“, mis 2006 ÕS-i andmeil tähendab „mobiiltelefonivõrgu kaudu tehtav“ (www.keelevaara.ee). Kuivõrd märkimisväärsele osale Eesti tarbijatest on arusaadavad igapäevase suhtluskeele sõnavarasse kuuluvad ingliskeelsed sõnad – mida võib Patendiameti hinnangul väita ka sõna „mobile“ kohta – leiab Patendiamet, et keskmine Eesti tarbija saab sellest sõnast aru ning et see tähendus on talle vahetult kättesaadav. Lisaks hõlbustab Eesti tarbija jaoks sõnast arusaamist ka tõsiasi, et ingliskeelne „mobile“ ja eestikeelne „mobiilne“ on sama, nn rahvusvahelise tüvega sõnad. Tähis „.de“ on Saksamaa interneti tippdomeen, mis on kaubamärgi koosseisus eristusvõimetu, kuivõrd viitab üksnes internetiaadressile, mitte teenuse majanduslikule päritolule.

Tähis on registreerimiseks esitatud klassi 36 teenuste „kindlustus, kindlustusvahendus“ tähistamiseks. Patendiameti hinnangul osutub sõna „mobile“ nendel teenustel üksnes teenuse omadust, täpsemalt tarbimise viisi kirjeldavaks – nimelt näitab see, et kindlustusteenuseid on võimalik tarbida läbi mobiiltelefonivõrgu. Kirjeldavad tähised on ühtlasi ka eristusvõimetus (Euroopa Kohtu otsus C-363/99 p 86), st tähis „mobile“ ei ole omistatav ühele konkreetsele ettevõttele – ka teised ettevõtjad võivad pakkuda kindlustusteenuseid läbi mobiiltelefonivõrgu ning teha seda tähise „mobile“ alt. Lühendi „.de“ ehk Saksamaa interneti tippdomeeni näol on tegu äri- ja majandustegevuses tavapärase tähisega, mida kasutatakse üldiselt ettevõtete ja muude organisatsioonide domeeni nimesufiksina internetis, näitamaks, et ettevõtte tegevuse kohta saab informatsiooni interneti teel, ning mis on kõigile internetikasutajatele

ühel tähendust omav tähis. Tippdomeenil „.de“ puudub vähimgi eristusvõime mistahes kaupade või teenuste osas, samuti pole ta eristusvõimeline taotluses nimetatud klassi 36 teenuste osas.

Patendiameti hinnangul ei moodusta tähis „mobile.de“ tervikuna uue, teisese tähendusega tervikut, mis vastaks kaubamärgi mõistele (KaMS § 3), st sõnast „mobile“ ja lühendist „.de“ ei moodustu tervikut, mis oleks tajutav ning funktsioneeriv kaubamärgina. Patendiameti hinnangul ei anna lühendi „.de“ lisamine kirjeldavale ja eristusvõimetule sõnale „mobile“ tähisele kui tervikule eristusvõimet juurde. Kui tarbijad näevad taolist kombinatsiooni, annab see neile pelgalt infot, et ettevõtte jagab elektroonilisel teel (Saksamaa tippdomeeniga kodulehe kaudu) teavet pakutavate teenuste, antud juhul mobiilsete kindlustusteenuste kohta. Sarnaseid seisukohti on väljendanud ka tööstusomandi apellatsioonikomisjon (TOAK) „rehvid.com“ lahendis (25.05.2006 otsus nr 599) ning Euroopa Kohus oma 12.12.2013 otsuses nr C-70/13P tähise „photos.com“ kohta. Patendiamet on seisukohal, et kõnealune tähis ei ole võimeline eristama ühe ettevõtja teenuseid teise ettevõtja identsetest või samaliigilistest teenustest. Seega puudub tähisel „mobile.de“ kui tervikul Patendiameti hinnangul kaubamärgi põhifunktsioonist lähtuvalt eristusvõime.

Eeltoodust tulenevalt leiab Patendiamet, et tähisel „mobile.de“ puuduvad tunnused, mille põhjal tarbija suudaks ühe ettevõtja teenuseid eristada teise ettevõtja samaliigilistest teenustest ning seda tuleb pidada eristusvõimetuks. Seetõttu ei ole tähis KaMS § 9 lg 1 p 2 alusel taotluses nimetatud klassi 36 teenuste osas kaubamärgina registreeritav.

Patendiamet märgib, et antud juhul ei ole tähise registreerimisest keeldumise aluseks mitte tähise kui terviku tavapärased eristusvõime puudumine KaMS § 9 lg 1 p 2 alusel. Kuna Patendiamet ei toetu kaubamärgi tavapärased punktile, ei pea Patendiamet tõendama, et märk „mobile.de“ on üldises kasutuses ning tarbijad seda sellel kujul teavad ning tunnevad. Patendiamet peab tähise eristusvõime hindamisel võtma arvesse esiteks kaupu ja teenuseid, mille tähistamiseks kaubamärgi registreerimist taotletakse, ja teiseks hindama registreerimiseks esitatud tähise tajumist asjassepuutuva avalikkuse poolt (kohtuasi C-363/99). Eeltoodut on Patendiamet oma kaubamärgi registreerimisest keeldumise otsuses arvesse võtnud ning analüüsinud. Patendiamet ei leidnud, et antud tähis oleks tervikuna kirjeldav, vaid jõudis ekspertiisi tulemusena seisukohale, et tähis „mobile.de“ on tervikuna eristusvõimetu. Ameti arvates on vaid tähises sisalduv sõna „mobile“ Eesti keskmise tarbija jaoks taotluses nimetatud teenuste osas kirjeldav, sest sõna näitab, et kindlustusteenuseid on võimalik tarbida läbi mobiiltelefonivõrgu.

Tuleb märkida, et näiteks tähises sisalduvat ingliskeelset sõna „mobile“ ning eestikeelset sõna „mobiilne“ kasutatakse seoses kindlustusteenustega, märkides nimelt mobiiltelefoni kaudu tehtavat kindlustust. Vastav materjal on taotlejale 28.02.2014 kirja lisadena ka esitatud. Toodud kasutusjuhud annavad tõestust, et mobiiltelefonivõrgu kaudu on võimalik kindlustust tellida/osta ning sellist teenust pakutakse ka Eestis. See tähendab, et sõnu „mobile“ ja „mobiilne“ kasutatakse tähenduses „mobiiltelefoni võrgu kaudu tehtav“ taotluses nimetatud teenustega seoses.

Patendiamet märkis kaubamärgi registreerimisest keeldumise otsuses, et kuivõrd märkimisväärsele osale Eesti tarbijatest on arusaadavad igapäevase suhtluskeele sõnavarasse kuuluvad ingliskeelsed sõnad – mida võib Patendiameti hinnangul väita ka sõna „mobile“ kohta – leiab Patendiamet, et keskmine Eesti tarbija saab sellest sõnast aru ning see tähendus on talle vahetult kättesaadav. Patendiameti hinnang toetub asjaolule, et kuna tänapäeval on mobiiltelefoni omamine tavaline, seda kasutatakse igapäevaselt,

sh on ka mobiiltelefoni kaudu võrgu kasutamine teadaolevalt väga laialt levinud, võib ka ingliskeelse sõna „mobile“ liigitada igapäevase suhtluskeele sõnavarasse. Sõna „mobile“ üheks vasteks Silveti inglise-eesti sõnastikus on „mobiilne“, mis 2006 ÕSi andmeil tähendab „mobiiltelefoni võrgu kaudu tehtav“ (www.keelevara.ee). Eesti tarbija jaoks hõlbustab sõnast arusaamist ka tõsiasi, et ingliskeelne „mobile“ ja eestikeelne „mobiilne“ on sama, nn rahvusvahelise tüvega.

Patendiamet märgib, et ametile teadaolevalt pole oluline, kas kaupu või teenuseid kirjeldav tähendus on selle sõna puhul peamine või perifeerne. Võttes arvesse mobiilsete teenuste järjest suurenevat populaarsust kogu maailmas (sh Eestis), on Patendiameti hinnangul väga tõenäoline, et sõna „mobile“ seostub tarbijatele tähenduses „mobiiltelefoni võrgu kaudu tehtav“. Patendiamet märgib, et ka ingliskeelne Wikipedia (Wiktionary) annab sõna „mobile“ ühe tähendusena „by agency of mobile phones“, mille ligikaudne tõlge on „mobiiltelefoni vahendusel“.

Silveti inglise-eesti sõnastik annab ingliskeelsele sõnale „mobile“ mitmeid tähendusi, kuid Eesti tarbija taju hinnates leidis Patendiamet, et on tõenäoline, et keskmine Eesti tarbija peab sõna „mobile“ tähenduseks „mobiilne“, mis 2006 ÕSi andmeil tähendab „mobiiltelefoni võrgu kaudu tehtav“.

Patendiamet ei nõustu kaebajaga, et on eksitav otsida sõna „mobiilne“ tähendusi ÕS-st. Pelgalt asjaolust, et Silveti sõnaraamatus on koma sõnade „liikumisvalmis“ ja „mobiilne“ vahel, ei saa automaatselt järeldada, et sõna „mobiilne“ seostubki Eesti tarbijale vaid liikumisvalmidusega. Eeltoodut kinnitabki asjaolu, et 2006 a ÕSi andmetel ei tähenda sõna „mobiilne“ vaid „liikuv, liikumisvalmis, liigutatav“, vaid selle tähenduseks on märgitud ka „mobiiltelefonivõrgu kaudu tehtav“. Patendiamet ei saa taolist informatsiooni ekspertiisi tehes tähelepanuta jätta. Patendiamet leiab, et see, kas sõna esineb eesti keeles liitsõna osisena kujul „mobiil-“, või iseseisvalt kujul „mobiilne“, ei ole relevantne – antud juhul ei vaeta mitte eestikeelse sõna „mobiilne“, vaid ingliskeelse sõna „mobile“ tähendust. Patendiameti väite aluseks on ikkagi tõsiasi, et ingliskeelse sõna „mobile“ üks tähendusi on „mobiiltelefoni võrgu kaudu tehtav“. Seda kinnitab ka ingliskeelne Wikipedia (Wiktionary), mis annab sõna „mobile“ ühe tähendusena „by agency of mobile phones“, mille ligikaudne tõlge on „mobiiltelefonide vahendusel“.

Patendiamet on seisukohal, et Wiktionary andmekogu annab lisaks teistele allikatele veelgi rohkem kinnitust, et sõna „mobile“ üheks tähenduseks on „mobiiltelefoni vahendusel/mobiiltelefonivõrgu kaudu tehtav“ ning tarbija seda ka nii tajub. Isegi kui tarbija pole Wiktionary's sõna tähendusega tutvunud, on Patendiameti hinnangul tõenäoline, et tarbija tajub mõistet „mobile“ kindlustusteenuste osas kirjeldavana. Patendiamet märgib lisaks, et Wikipedia on tavainfo (st mitte akadeemilise või teadusliku uurimistöö) osas usaldusväärne allikas ning selle kohta leiab mitmeid kinnitusi. Muuhulgas kinnitab seda ka nt Harvardi Ülikool (<http://isites.harvard.edu/icb/icb.do?keyword=k70847&pageid=icb.page346376>).

Patendiamet märkis kaubamärgi registreerimisest keeldumise otsuses, et lühendi „de“ lisamine kirjeldavale ja eristusvõimetule sõnale „mobile“ ei anna tähisele kui tervikule eristusvõimet juurde. Patendiamet lisas, et sarnaseid seisukohti on väljendanud ka TOAK oma otsuses nr 599 („rehvid.com“) ning Euroopa Kohus otsuses nr C-70/13P („photos.com“). Euroopa Kohus märkis oma otsuses, et „.com“ lisamine kirjeldavale ja eristusvõimetule sõnale „photos“ ei anna tähisele kui tervikule eristusvõimet juurde. Tarbijad näevad taolist kombinatsiooni tervikuna, mis annab informatsiooni, et teatud ettevõtte annab elektroonilisel teel teavet pakutavate teenuste kohta.

Kaebaja märgib, et Patendiamet on kaubamärgi registreerimisest keeldunud eristusvõime puudumise alusel, kuid on sõnale „mobile“ otsuse tekstis korduvalt viidanud kui „kirjeldavale“ ja analüüsinud seda kirjeldavuse kriteeriumite kohaselt. Patendiamet leidis ekspertiisi tulemusena, et tähises sisalduv sõna „mobile“ osutub kirjeldavaks ning eristusvõimetuks, sest näitab klassi 36 teenustel „kindlustus, kindlustusvahendus“ üksnes teenuse omadust, täpsemalt tarbimise viisi – nimelt näitab see, et kindlustusteenuseid on võimalik tarbida läbi mobiiltelefonivõrgu. Otsuse punktis 2.8 selgitas Patendiamet taotlejale, et tähis tervikuna võis olla keskmise Eesti tarbija jaoks eristusvõimetu juba 2008. aastal. Seejuures selgitas Patendiamet põhjalikult, et tähises sisalduv kirjeldav ning eristusvõimetu sõna „mobile“ võis selle hetke seisuga olla kindlustusteenustega seoses kasutatav. Kuna tähis sisaldab kirjeldavat sõna, on Patendiameti hinnangul asjakohane arvestada antud sõna osas kirjeldavuse kriteeriumitega. Seda enam, et kirjeldav sõna on ühtlasi ka eristusvõimetu vastavate kaupade/teenuste osas (viide Euroopa Kohtu otsusele C-363/99 p 86).

Asjaomane tarbija, nähes kindlustusteenuste reklaamis või mujal nende teenuste tähistamisel tähist „mobile.de“, ei taju seda ühe teenusepakkuja kaubamärgina, vaid tähisena, mis annab infot, et mobiilsete teenuste kohta saab infot teatud Saksa veebilehelt. Mobiiltelefoni võrgu kaudu pakutavaid teenuseid on palju ning need koguvad nii mujal maailmas kui ka Eestis populaarsust. Seejuures saab ka kindlustusteenuseid mobiiltelefoni kaudu tarbida. Oma 28.02.2014 kirjas esitas Patendiamet taotlejale kuus lisa, kust on näha, et nii ingliskeelset sõna „mobile“ kui eestikeelset sõna „mobiilne“ kasutatakse seoses kindlustusteenustega, märkides nimelt mobiiltelefoni kaudu tehtavat kindlustust. Need kasutusjuhud annavad tõestust, et mobiiltelefoni võrgu kaudu on võimalik kindlustust tellida/osta ning sellist teenust pakutakse ka Eestis. See tähendab, et sõnu „mobile“ ja „mobiilne“ kasutatakse kindlustusteenuste iseloomustamiseks.

Patendiamet on kaubamärgi registreerimisest keeldumise otsuse p-s 2.5 märkinud, et registreeringud teiste riikide ametites ei saa olla aluseks kaubamärgi kaitse andmisele Eesti Vabariigis. Ka OHIM on oma otsustes võrdne liikmesriikide ametitega, st OHIM-i otsused ei ole ülimuslikud liikmesriikide ametite suhtes. Patendiamet menetleb konverteeritavaid ühenduse kaubamärke samadel alustel kui tavapäraseid kaubamärgitaotlusi. Seega teeb Patendiamet neile ekspertiisi samadel alustel nagu teistelegi siseriiklikele kaubamärkidele.

Kaebaja leiab, et olukorras, kus Patendiamet tugineb kaubamärgi ingliskeelsele tähendusele, kuid kaubamärk on registreeritud ühenduse kaubamärgina (kus ekspertiis toimub Eesti tarbijat arvesse võttes); kaubamärk on registreeritud ingliskeelsetes riikides; kaubamärk on registreeritud ka EL liikmesriikides, kus tarbijaskond Eestist oluliselt ei erine, sh Rootsi, Läti, Leedu, on Patendiamet see, kes peab välja tooma Eestis esinevad spetsiifilised asjaolud, mis eristavad antud juhul Eesti tarbijat kõigist eelviidatud riikide tarbijatest. Kaebaja peab põhjendamatuks Patendiameti poolt teiste riikide praktika eiramist olukorras, kus Eestis ei esine spetsiifilisi asjaolusid, mis eristaksid Eesti tarbijat kõigist eelviidatud riikide tarbijatest.

Patendiamet märgib, et iga riik lähtub registreerides oma kaubamärgiseadusest, turusituatsioonist ja tarbijaskonna teadmistest. Eestis on välja kujunenud oma siseriiklik kaubamärgi registreerimise praktika ning teiste riikide praktika ei saa olla Eestile siduv, sest see on seotud vastavas riigis eksisteerivate konkreetsete asjaoludega.

Lähtudes eeltoodust ja tulenevalt KaMS § 9 lg 1 p 2 palub Patendiamet apellatsioonikomisjonil jätta kaebus rahuldamata.

Kaebaja lõplikud seisukohad

Lõplikes seisukohtades jäi kaebaja kõikide kaebuses esitatud seisukohtade juurde.

Patendiameti lõplikud seisukohad

Patendiamet jääb samuti oma varasemalt esitatud seisukohtade juurde.

IV Apellatsioonikomisjoni seisukohad ja otsus

Apellatsioonikomisjon, analüüsinud menetlusosaliste seisukohti, hinnanud esitatud dokumentaalseid tõendeid kogumis ja vastastikususes seoses, märgib järgmist.

Käesolevas asjas vaidlevad pooled selle üle, kas kaubamärk mobile.de on klassis 36 nimetatud teenuste kindlustus ja kindlustusvahendus osas eristusvõimetu KaMS § 9 lg 1 p 2 kohaselt.

Klassis 36 nimetatud kindlustuse ja kindlustusvahenduse teenuseid kasutavad enamasti inimesi. Kindlustuse kasutamine on seaduses sätestatud juhtudel inimesele kohustuslik (nt liikluskindlustus). Sellest tulenevalt on asjaomaste teenuste sihtgrupiks keskmine tarbija, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas.

KaMS § 9 lg 1 p 2 kohaselt õiguskaitset ei saa tähis millel puudub eristusvõime, kaasa arvatud üksik stiliseerimata täht, üksik stiliseerimata arv või üksik värv.

Kaubamärgi eristusvõime KaMS § 9 lg 1 p 2 kohaselt tähendab, et kaubamärk võimaldab määratleda kaupu või teenuseid ühelt kindlalt ettevõtjalt pärinevatena ning seega eristada neid teiste ettevõtjate kaupadest või teenustest. Antud sätte eesmärk on tagada lõpptarbijale või -kasutajale kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenuste teatud päritolu, mis lubaks ilma võimaliku segiajamiseta eristada kaupu või teenuseid nendest, millel on teine päritolu.

Kaubamärgile mobile.de õiguskaitse andmisel tuleb kontrollida, kas kaubamärk saab tarbija või lõppkasutaja jaoks tagada tähistatava kauba või teenuse päritolu identiteeti.

Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt tuleb kaubamärgi eristusvõimet hinnata esiteks lähtuvalt kaupadest või teenustest, mille jaoks tähise registreerimist taotletakse, ning teiseks lähtuvalt sellest, kuidas nende kaupade või teenuste piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelikest ja arukatest tarbijatest koosnev asjaomane avalikkus kaubamärki tajub (Euroopa Kohtu 29. aprilli 2004. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-456/01 P ja C-457/01 P: Henkel vs. Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2004, lk I-5089, punkt 35, ja 22. juuni 2006. aasta otsus kohtuasjas C-25/05 P: Storck vs. Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2006, lk I-5719, punkt 25).

Kaebaja on vastuväitena Patendiameti kogutud tõenditele leidnud, et tõendid ja neis sisalduv teave ei pärine taotluse esitamise ajast. Tõesti, mitmed Patendiameti esitatud tõendid pärinevad 2013. aastast, mis on oluliselt hilisem võrreldes taotluse esitamise kuupäevaga (17. 11. 2008). KaMS § 71³ lg 1 kohaselt

Ühenduse kaubamärgi taotluse või Ühenduse kaubamärgi muutmisel siseriiklikuks taotluseks vastavalt Ühenduse kaubamärgi määruse 3. osas sätestatule, loetakse siseriikliku taotluse esitamise kuupäevaks Ühenduse kaubamärgi taotluse esitamise kuupäev, prioriteedikuupäev või vanemusekuupäev. Patendiamet ei ole otsuses iseenesest vaidlustanud kaebaja seisukohta, et KaMS § 9 lg 1 p 2 sätestatud absoluutset õiguskaitset välistav asjaolu peab esinema taotluse esitamise aja seisul, kuid leiab, et on tõenäoline, et sõna „mobile“ oli võimalik kasutada ja kindlustusteenuseid osutada mobiiltelefoni kaudu ka taotluse esitamise ajal (vt otsuse p 2.8).

Otsuses nr 1531-o selgitas apellatsioonikomisjon, et KaMS-st ei tulene, et kaubamärgi registreerimise absoluutsete õiguskaitset välistavate asjaolude hindamiseks peab tõend ise pärinema tähise registreerimistaotluse esitamise ajast. Patendiamet võib ekspertiisi tegemisel arvestada tõenditega, mis on taotluse esitamisest hilisemad, kuid võimaldavad teha järeldusi olukorra kohta nii, nagu see oli taotluse esitamise kuupäeval (vt otsuse nr 1531-o, lk 10 lõige 2 ja seal viidatud kohtupraktika, Euroopa Kohtu otsus C-192/03, p 41 ja selles viidatud kohtupraktika; Tallinna Ringkonnakohtu otsus tsiviilasjas 2-13-45357, p 43 ja 45).

Patendiameti 28. veebruaril 2014 kaebajale saadetud lisades viidatud artiklites kasutatakse sõna „mobile“ (nt „mobile insurance“ (kirja lisa 1) „Mobile Insurance Technology“ (kirja lisa 2), top 10 Mobile Insurance trends“ (kirja lisa 4). Artiklites kirjeldatakse mobiiltelefonide kaudu kindlustusteenuste pakkumise arenguid. Artiklid pärinevad 2013. aastast ja neis käsitletakse mobiilkindlustuse suundumusi pärast taotluse esitamise aega, kõige varasemalt alates 2011. aastast. EMT kodulehel avaldatud teates informeeritakse, et EMT koostöös IF-kindlustusega töid mobiilse reisikindlustuse turule 2010. aastal (kirja lisa 5). Artiklitest ja EMT kodulehe informatsioonist pakutavate teenuste kohta järeldub, et neis kirjeldatud faktilised asjaolud on kõik seotud sõna „mobile“ kasutamisega mitut aastat pärast kaebaja kaubamärgi taotluse esitamist. Toimikus olevatest tõenditest „Kony Mobile Insurance“, MTN Mobile Money kodulehe, Uus-Meremaa Telekomu kodulehe ja AT&T kodulehe väljavõtetest ei selgu, mis ajast neis kirjeldatud teave pärineb. Uus-Meremaa telekomiettevõtte pakutavad teenused ei ole ühtlasi Eesti asjaomase avalikkuse hindamise aspektist asjassepuutuvad, kuna nende tõenäoline seos Eestiga on olematu.

Sellest tulenevalt on Patendiameti otsuses lähtutud tõenditest, mis ei tõenda kaubamärgi mobile.de eristusvõime puudumist KaMS § 9 lg 1 p 2 kohaselt kaubamärgi registreerimistaotluse esitamise ajal. Käesolevas asjas ei ole esitatud ja Patendiameti otsusest ei nähtu ka muid tõendeid, mis kinnitaks Patendiameti otsuse järeldusi. Kaubamärgi ekspertiisi menetluses Wikipedia, interneti seletussõnaraamatute ja google otsingumootori kaudu 2013. aastal teostatud otsingu tulemustest nähtub, et sõna „mobile“ kui selline eksisteerib, sõnal on mitmeid erinevaid tähendusi inglise ja eesti keeles ning sõna on üldiselt laialt tuntud, kuid need viited ei selgita eristusvõime olemasolu või puudumist KaMS § 9 lg 1 p 2 tähenduses. Vaidlust ei ole selles, et sõna „mobile“ eksisteerib ning sellel on mitmeid erinevaid tähendusi – pooled vaidlevad pigem selle üle, milline tähendus on relevantne ja kas sõna ja tähis mobile.de on kasutusel kindlustusteenuste valdkonnas.

Komisjonile esitatud ja toimikus oleva materjali põhjal ei ole võimalik tuvastada asjaolusid, mis tõendaksid, et kaubamärgil mobile.de puudus eristusvõime registreerimise taotluse esitamise ajal 2008. aastal. Asjaolust, et kindlustusteenused ja mobiilteenuste osutamine olid levinud ka 2008. aasta lõpus, ei

järeldu, et sõna „mobile“ või tähis „mobile.de“ on eristusvõimetud ja ei suuda tagada lõpptarbijale või -kasutajale kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenuste teatud päritolu, mis lubaks ilma võimaliku segiajamiseta eristada kaupu või teenuseid nendest, millel on teine päritolu.

Kaebuse kohaselt Patendiameti otsus on õigusvastane, kuna amet keeldus kaubamärgi registreerimisest eristusvõime puudumise alusel (KaMS § 9 lg 1 p 2), kuid on sõnale „mobile“ otsuse tekstis korduvalt viidanud kui kirjeldavale ja analüüsinud seda kirjeldavuse kriteeriumite kohaselt.

Õige on kaebaja seisukoht, et KaMS § 9 lg 1 p 3 sätestatud kirjeldavuse ja KaMS § 9 lg 1 p 2 kohaselt eristusvõime hindamise kriteeriumid on erinevad ja kirjeldavuse kriteeriumite kasutamine eristusvõime hindamisel ei ole asjakohane. KaMS § 9 sätestatud registreerimisest keeldumise alused on teineteisest sõltumatud ning neid tuleb hinnata eraldi, mida on selgitanud Euroopa Kohus kaebaja osundatud lahendis nr C-173/04, p 59 jj.

Otsuse punktis 2.1 selgitatakse, et Patendiameti hinnangul ei osutu tähis tervikuna kirjeldavaks, küll aga puudub sel tarbija seisukohast eristusvõime. Samal ajal on otsuse punktis 1 põhjendatud, et Patendiameti hinnangul osutub sõna „mobile“ nendel teenustel üksnes teenuse omadust, täpsemalt tarbimise viisi kirjeldavaks – nimelt näitab see, et kindlustusteenuseid on võimalik tarbida läbi mobiiltelefonivõrgu. Sellest järeldas amet samas punktis, et kirjeldavad tähised on ühtlasi ka eristusvõimetud, st tähis „mobile“ ei ole omistatav ühele konkreetsele ettevõttele – ka teised ettevõtjad võivad pakkuda kindlustusteenuseid läbi mobiiltelefoni võrgu ning teha seda tähise „mobile“ alt. Otsuse samas punktis selgitatakse veel, et Patendiameti hinnangul ei anna lühendi „.de“ lisamine kirjeldavale ja eristusvõimetule sõnale „mobile“ tähisele kui tervikule eristusvõimet juurde. Otsuse punktis 2.1 leitakse, et sõna „mobile“ kirjeldab taotluses nimetatud teenuste „kindlustus; kindlustusvahendus“ tarbimise viisi ning viidatakse Euroopa Kohtu praktikale määruse nr 40/94 (kehtiv määrus nr 207/2009) artikli 7 lõike 1 punkti c kohaldamise osas. Sellest järeldas amet, et seega koosneb tähis kirjeldavast ja eristusvõimetust tähisest „mobile“.

Esitatud põhjendustest järeldub, et KaMS § 9 lg 1 p 2 kohaldamisel hinnati, kas sõna „mobile“ võib kindlustuse ja kindlustusvahenduse teenuste osas olla teenuse omadusi kirjeldav. Otsuse selgitused viitavad, et KaMS § 9 lg 1 p 2 alusel kaubamärgi registreerimisest keelduti lähtudes üldisest huvist, mille kohaselt peavad kaupade ja teenuste omadusi kirjeldavad märgid või tähised olema kõikide jaoks vabalt kasutatavad.

Apellatsioonikomisjon selgitab, et otsuse põhjendused ei vasta KaMS § 9 lg 1 p 2 tingimustele ja antud sätte eesmärgile (vt eespool) ning viitavad KaMS § 9 lg 1 p 2 alusel kaubamärgi registreerimisest keeldumisele KaMS § 9 lg 1 p 3 põhimõtteid rakendades. Sellest tulenevalt on põhjendatud kaebaja väide, et vaidlusalune otsus sisaldab põhjendusi, mis lähtuvad KaMS § 9 lg 1 p 3 kohaldamise nõuetest. KaMS § 9 lg 1 p 3 alusel aga ei saa tõlgendada KaMS § 9 lg 1 p 2. Viimane lähtub eesmärgist hoida ära eristusvõimeta kaubamärkide registreerimine, kuna ainult eristusvõime on see, mis võimaldab kaubamärkidel täita nende peamist ülesannet, milleks on tarbijale või lõppkasutajale kaubamärgiga tähistatud kauba või teenuse päritolu tagamine, võimaldades tarbijal võimaliku segiajamiseta eristada seda kaupa või teenust teise päritoluga kaubast või teenusest, millest tuleb kaubamärgi registreerimisest keeldumisel ka lähtuda. KaMS § 9 lg 1 p 3 täidab üldise huvi eesmärki, mille kohaselt peavad sellised märgid või tähised olema kõikide jaoks vabalt kasutatavad. Seega takistab kõnealune säte märkide või

tähiste kasutamise ainuõiguse andmist ainult ühele ettevõtjale põhjusel, et need on kaubamärgina registreeritud.

Kaubamärk võib KaMS § 9 lg 1 p 3 sätestatud kirjeldavuse tõttu olla eristusvõimetu KaMS § 9 lg 1 p 2 alusel, kuid Patendiameti otsuses ei ole tuginetud kaubamärgi registreerimisest keeldumisel KaMS § 9 lg 1 punktile 3. Sellest tulenevalt on Patendiameti otsuses KaMS § 9 lg 1 p 2 ebaõigesti kohaldatud.

Apellatsioonikomisjoni hinnangul on vaidlustatud otsuse kaalutlused eksitavad ja raskendavad kaebajal kaubamärgi registreerimisest keeldumise põhjendustest arusaamist, sest otsuse põhjendused osundavad KaMS § 9 lg 1 p 3 kohaldamisele, mis ei ole korrektne, kuivõrd otsuse kohaselt jäeti taotlus rahuldamata ainult KaMS § 9 lg 1 p 2 alusel. Kaubamärgi registreerimise keeldumise asjaolud ei võimalda üheselt mõista, millistel KaMS §-s 9 sätestatud absoluutsetel õiguskaitset välistavatel asjaoludel ei saa kaubamärki mobile.de registreerida, millest tulenevalt on otsus nr M201200867 vastuolus KaMS § 39 lg-s 2 ja haldusmenetluse seaduse § 54 ja § 56 lg-tes 1 ning 2 sätestatud haldusakti põhjendamise nõudega.

Õiguslik viga KaMS § 9 lg 1 p 2 kohaldamisel ning otsuse selguse ja põhjendamise nõude mittejärgimine on asjaolud, mis toovad kaasa otsuse tühistamise olenemata menetluses esitatud teistest väidetest.

Lähtudes eeltoodust kuulub kaebus rahuldamisele.

Lähtudes eeltoodust ja juhindudes tööstusomandi õiguskorralduse aluste seaduse § 61 lg 1, KaMS § 9 lg 1 punktist 2, appellatsioonikomisjon

o t s u s t a s:

1. Rahuldada mobile.international GmbH kaebus. Tühistada Patendiameti 27. novembri 2014 otsus nr 7/M201200867 ja kohustada Patendiametit jätkama menetlust appellatsioonikomisjoni otsuses toodud asjaolusid arvestades.

2. Kaebajal on õigus kaebuselt tasutud riigilõiv tagasi saada.

Kaebaja võib esitada kaebuse appellatsioonikomisjoni otsuse peale Harju Maakohtusse kolme kuu jooksul appellatsioonikomisjoni otsuse avaldamisest arvates. Kohus vaatab kaebuse läbi hagita menetluses. Kaebaja teavitab viivitamata appellatsioonikomisjoni kaebuse esitamisest. Kui kaebust ei ole esitatud, jõustub komisjoni otsus kolme kuu möödumisel otsuse avaldamisest ja kuulub täitmisele.

Kui kaebus esitatakse, kuid kohus ei võta hagi menetlusse, jätab kaebuse läbi vaatamata või lõpetab menetluse otsust tegemata, jõustub komisjoni otsus vastava kohtumääruse jõustumise hetkest, kui kohtumäärusest ei tulene teisiti.

Allkirjad:

P. Lello

E. Sassian

M. Tähepõld