



BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE

N° 2009900
van 7 oktober 2015

Opposant: **Basic Trademark S.A.**
Avenue de la Gare 42-44
1610 Luxembourg
Luxemburg

Gemachtigde: **Merkenbureau Knijff & Partners B.V.**
Leeuwenveldseweg 12
1382 LX Weesp
Nederland

Ingeroepen recht: **Benelux inschrijving 933780**

KOMBAT

tegen

Verweerder: **Souhail Haouari**
Thomsonlaan 239
2565 JD Den Haag
Nederland

Gemachtigde: --

Betwiste merk: **Benelux depot 1287848**

COMBAT POINT

I. FEITEN EN PROCEDURE**A. Feiten**

1. Op 12 april 2014 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het gecombineerde woord-/beeldmerk

COMBATPOINT

voor waren en diensten in de klassen 25, 28, 35 en 41. Het depot is onder nummer 1287848 in behandeling genomen en gepubliceerd op 28 april 2014.

2. Op 30 mei 2014 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de Benelux inschrijving 933780 van het woordmerk KOMBAT, ingediend op 31 oktober 2012 en ingeschreven op 11 september 2013 voor waren in de klassen 25 en 28.

3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen recht.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren en diensten van het betwiste depot en is gebaseerd op alle waren van het ingeroepen recht.

5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1, sub a van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (hierna: "BVIE").

6. De proceduretaal is het Nederlands.

B. Verloop van de procedure

7. De oppositie is ontvankelijk en is door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 4 juni 2014.

8. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 5 augustus 2014. Het Bureau heeft op 13 augustus 2014 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn tot en met 13 oktober 2014 is gegeven om zijn argumenten en eventuele stukken ter onderbouwing van de oppositie in te dienen.

9. Op 9 september 2014 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze zijn op 11 september 2014 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 11 november 2014 is gegeven om hierop te reageren.

10. De verweerder heeft op 10 oktober 2014 gereageerd. Deze reactie is door het Bureau aan de opposant gezonden op 20 oktober 2014.

11. Op 13 april 2015 heeft het Bureau opposant geïnformeerd over een fout in de classificatie. De classificatie is vervolgens in overleg met opposant gecorrigeerd op 4 mei 2015.

12. Elke partij heeft haar opmerkingen ingediend binnen de door het Bureau gestelde termijnen.

13. Het Bureau is van mening dat het over voldoende gegevens beschikt om over de oppositie te kunnen beslissen.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

14. De opposant dient met toepassing van artikel 2.14, lid 1, sub a BVIE een oppositie bij het Bureau in, overeenkomstig de bepalingen van artikel 2.3, sub b BVIE: verwarringsgevaar omwille van de identiteit of overeenstemming van de betrokken tekens en van de (soort)gelijkheid van de waren of diensten in kwestie.

A. Argumenten opposant

15. Opposant stelt dat het dominerende bestanddeel COMBAT op één letter na identiek is aan het ingeroepen merk KOMBAT. Het verschil in de letter C en de letter K is minimaal, omdat deze letters vergelijkbaar zijn, aldus opposant. De tekens verschillen in het element POINT, dat achter COMBAT is geplaatst. Volgens opposant is het bestanddeel POINT van het bestreden teken een algemeen gebruikelijk Engels woord dat in het Nederlands "punt" betekent. Om die reden is het eerste bestanddeel COMBAT het dominante element van het bestreden teken. Volgens opposant is het beeldelement van het bestreden teken niet opmerkelijk, omdat dit element enkel de stiling van de tekstuele elementen COMBAT en POINT betreft. Om die reden zorgt het beeldelement niet voor een dusdanig onderscheidend vermogen waardoor de aandacht van de consument wordt getrokken en heeft het daarom weinig invloed op de visuele vergelijking, aldus opposant. Opposant concludeert dat er sprake is van een hoge mate van visuele overeenstemming.

16. Ook is volgens opposant sprake van auditieve overeenstemming. De letter C en K worden op dezelfde wijze uitgesproken. De auditieve overeenstemming verschilt alleen in het achtervoegsel POINT.

17. Met betrekking tot de begripsmatige overeenstemming stelt opposant dat vanwege de kennis van de Engelse taal het relevante publiek in de Benelux het Engelse woord "combat" zal begrijpen als conflict, strijd of gevecht. Het Engels woord "point" betekent punt en wordt gebruikt om een plaats of een plek aan te duiden. Het teken COMBAT POINT zal door het relevante publiek dan ook worden opgevat als een plek om te vechten of strijden. Volgens opposant stemmen de tekens om die reden begripsmatig overeen.

18. Opposant is van mening dat de waren en diensten waartegen de oppositie zich richt identiek of soortgelijk zijn aan de waren waarop de oppositie is gebaseerd. De waren van het ingeroepen recht hebben onder meer betrekking op sportkleding en sportartikelen. Deze waren spelen ook een belangrijke rol bij het uitvoeren van diensten die gerelateerd zijn aan vechtsport, zoals promotie van wedstrijden en coaching op het gebied van vechtsporten. De waren in klasse 25 en 28 zijn volgens opposant dan ook complementair, en daarom ook soortgelijk, aan de diensten van klasse 35 en 41.

19. Opposant concludeert dat bij het publiek verwarring zal ontstaan, inhoudende de mogelijkheid van associatie, aangezien de tekens KOMBAT en COMBAT POINT, alsmede de waren en diensten waarvoor de merken zijn ingeschreven, overeenstemmen.

20. Opposant verzoekt het Bureau de oppositie toe te wijzen en verweerder te veroordelen in de vergoeding van de kosten.

B. Reactie verweerder

21. Verweerder betoogt dat geen sprake is van verwarring en verwijst hierbij naar eerdere beslissingen van het Bureau die in zijn ogen gelijkwaardig zijn. Ook verwijst verweerder naar eerdere merkregistraties waarbij het betreffende merk het woord "kombat" bevat en hij stelt dat het verwarringsgevaar tussen het ingeroepen recht en deze merken groter zou zijn dan in het onderhavige geval.

22. Verweerder voert aan dat het teken COMBAT POINT in zijn geheel moet worden gezien. Volgens verweerder is het woord "combat" een algemeen woord dat op zichzelf geen meerwaarde heeft.

23. Verweerder stelt dat er visueel veel verschillen bestaan tussen het merk en het teken en verwijst hierbij naar de verschillen in kleur, vorm van de letters en het feit dat enkele letters eveneens verschillende soorten grepen uitbeelden die gebruikt worden bij het kickboksen.

24. Auditief stelt verweerder dat het merk KOMBAT en het teken COMBAT POINT gedeeltelijk dezelfde uitspraak hebben. Echter, volgens verweerder dient het bestreden teken in zijn geheel te worden beschouwd.

25. In het kader van de begripsmatige vergelijking stelt verweerder dat de aanduiding COMBAT POINT verwijst naar een plek waar boks-, kickboks- en 'Mixed Material Arts' fans en sporters alles terug kunnen vinden over hun vechtsport. Verder stelt verweerder dat het merk KOMBAT geen betekenis heeft in het Engels. Het lijkt volgens verweerder wel op het Engelse woord "combat" en het publiek kan menen dat het om een typefout gaat.

26. Verweerder stelt zich op het standpunt dat oppositie slechts mogelijk is tegen gelijke klassen. De waren in klasse 25 en 28 zijn volgens verweerder gedeeltelijk soortgelijk, maar verschillen wezenlijk op diverse punten. Ook merkt verweerder op dat opposant een nauwere omschrijving heeft van haar waren in klasse 25 en 28. Voor wat betreft klasse 35 en 41 stelt verweerder dat opposant deze klassen niet heeft omschreven, hetgeen verweer niet mogelijk maakt.

27. Verweerder concludeert dat geen sprake is van verwarring en verzoekt het Bureau de oppositie af te wijzen en opposant in de vergoeding van de kosten te veroordelen.

III. BESLISSING

A.1 Verwarringsgevaar

28. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1 BVIE kan de deposant of houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden vanaf de publicatie van het depot, schriftelijk oppositie instellen bij het Bureau tegen een merk dat in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.3, sub a en b BVIE of dat verwarring kan stichten met zijn algemeen bekende merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

29. Artikel 2.3, sub a en b BVIE bepaalt: "Bij de beoordeling van de rangorde van het depot wordt rekening gehouden met de op het tijdstip van het depot bestaande en ten tijde van het geding gehandhaafde rechten op: a. gelijke, voor dezelfde waren of diensten gedeponeerde merken; b. gelijke of overeenstemmende, voor dezelfde of soortgelijke waren of diensten gedeponeerde merken, indien bij het publiek verwarring, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk, kan ontstaan."

30. Volgens vaste rechtspraak over de uitlegging van Richtlijn 2008/95/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 oktober 2008 betreffende de aanpassing van het merkenrecht der lidstaten (hierna: "Richtlijn") dient het gevaar voor verwarring bij het publiek, dat wordt gedefinieerd als het gevaar dat het publiek kan menen dat de betrokken waren of diensten van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn, globaal te worden beoordeeld, met inachtneming van alle relevante omstandigheden van het concrete geval (HvJEU, Canon, C-39/97, 29 september 1998, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juni 1999; BenGH, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, A 98/3, 2 oktober 2000; Marca Mode/Adidas, A 98/5, 7 juni 2002; Hoge Raad der Nederlanden, Flügel-flesje, C02/133HR, 14 november 2003; Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).


Vergelijking van de tekens

31. Uit de bewoordingen van artikel 4, lid 1, sub b van de Richtlijn (vergelijk artikel 2.3, sub b BVIE), volgens dewelke "bij het publiek verwarring kan ontstaan, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk", volgt dat de indruk die bij de gemiddelde consument van de betrokken soort waren of diensten achterblijft, een beslissende rol speelt in de globale beoordeling van het verwarringsgevaar. De gemiddelde consument neemt een merk gewoonlijk als een geheel waar en let niet op de verschillende details ervan (HvJEU, Sabel, C-251/95, 11 november 1997).

32. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkenis van de tekens betreft te berusten op de totaalindruk die door de merken wordt opgeroepen, daarbij onder meer rekening houdend met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen (arresten Sabel en Lloyd, beide reeds aangehaald).

33. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meerdere bestanddelen ervan worden gedomineerd (HvJEU, Limonchello, C-334/05 P, 12 juni 2007). Bij de beoordeling of een of meer bestanddelen van een samengesteld merk domineren, moet met name met de intrinsieke eigenschappen van elk van die bestanddelen rekening worden gehouden door deze te vergelijken met de eigenschappen van de andere bestanddelen. Bovendien kan eventueel worden bezien, hoe de verschillende bestanddelen in de configuratie van het samengestelde merk zich tot elkaar verhouden (GEU, Matratzen, T-6/01, 23 oktober 2002 en El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 december 2007).

34. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KOMBAT	

Begripsmatige vergelijking

35. COMBAT betekent 'vechten' of 'strijden' in het Engels. Dit woord is dusdanig gangbaar dat het in aanmerking komende publiek in de Benelux het makkelijk zal herkennen. Het Bureau overweegt dat het publiek dezelfde betekenis zal toekennen aan het woord KOMBAT. Dit teken wordt veelvuldig gebruikt in titels van computerspelletjes die zich richten op het naspelen van gevechten. Daarnaast kan een deel van het relevante publiek wellicht denken dat KOMBAT verkeerd is gespeld of 'op zijn Nederlands' is geschreven.

36. De toevoeging POINT in het bestreden teken betekent in het Engels en Frans onder meer 'plek' of 'punt', hetgeen een bestaand woord is dat vaak in een samenstelling als tweede lid wordt gebruikt om een plek of een plaats aan te duiden (zie Van Dale Groot Woordenboek van de Nederlandse Taal, 14^e druk), zoals bijvoorbeeld in meeting point, sales point, enz. De combinatie COMBAT POINT zal derhalve door het publiek worden opgevat als aanduiding van een ontmoetingsplek om een gevecht te kunnen beoefenen of als verkooppunt van de waren en diensten van verweerder (zie ook BBIE oppositiebeslissing, Fietspunt, 2001992 en 2001993, 30 maart 2009). Het publiek zal over het algemeen een dergelijk beschrijvend bestanddeel van een samengesteld merk niet beschouwen als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk opgeroepen totaalindruk (zie GEU, Budmen, T-129/01, 3 juli 2003).

37. Niet is aangetoond dat het publiek de schrijfwijze van de letter C en B zal opvatten als een verwijzing naar bepaalde grepen uit de vechtsport, zoals verweerder betoogt (zie punt 23). Zelfs indien het Bureau dit

standpunt zou volgen, dan doet deze specifieke betekenis, die ook betrekking heeft op het uitoefenen van een gevecht, niet af aan de begripsmatige overeenstemming tussen de woorden KOMBAT en COMBAT POINT.

38. De tekens zijn op begripsmatig vlak overeenstemmend, nu beide tekens betrekking hebben op vechten of strijden.

Visuele vergelijking

39. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk, bestaande uit een woord van zes letter. Het bestreden teken is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit twee woorden van zes en vijf letters. De letters van het bestreden teken zijn rood, dikgedrukt en leunen enigszins schuin naar rechts. Bij de letters C en de B ontbreekt een deel van de gebruikelijke vorm van de letter.

40. Het ingeroepen recht is nagegenoeg identiek aan het eerste deel van het bestreden teken. Alleen de eerste letter is verschillend. Daarnaast bevat het bestreden teken het woord POINT. De tekens verschillen verder in kleur en lettertype.

41. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) heeft het wordelement vaak een grotere impact op de consument dan het beeldelement. Ook geldt dat de consument in beginsel meer belang zal hechten aan het eerste deel van een teken (zie in deze zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004).

42. Op grond van het bovenstaande is het Bureau van oordeel dat de tekens in visueel opzicht in zekere mate overeenstemmen.

Auditieve vergelijking

43. Het ingeroepen recht bestaat uit één woord van twee lettergrepen en het bestreden teken bestaat uit twee woorden en drie lettergrepen. Op auditief vlak komt het ingeroepen recht in zijn geheel terug in het bestreden teken, aangezien de C en de K in het onderhavige geval op dezelfde wijze worden uitgesproken. Zoals hierboven aangegeven is ook bij de auditieve vergelijking van belang dat het publiek in beginsel meer waarde hecht aan het begin van een teken (zie in deze zin GEU, Mundicor, reeds aangehaald).

44. Nu het eerste woord van het aangevraagde merk en het enige woord van het oudere merk op dezelfde wijze worden uitgesproken is sprake van een zekere mate van auditieve overeenstemming (zie, in die zin, arrest GEU, La Mer, T-418/03, 27 september 2007 en arrest Life Blog, T-460/07, 20 januari 2010).

Conclusie

45. De tekens stemmen begripsmatig overeen. Visueel en auditief zijn de tekens in zekere mate overeenstemmend.

Vergelijking van de waren en diensten

46. Bij de beoordeling van de soortgelijkheid van de betrokken waren of diensten moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren die de verhouding tussen de waren of diensten kenmerken. Dat zijn onder meer hun aard, bestemming en gebruik, maar ook het concurrerend dan wel complementair karakter ervan (HvJEU, arrest Canon, reeds geciteerd).

47. Bij vergelijking van de waren van het ingeroepen recht en de waren en diensten waartegen de oppositie is gericht, worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

48. De te vergelijken waren en diensten zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
<p>KI 25 Kleding speciaal voor de beoefening van sporten (zogenaamde 'technische kleding'), namelijk shirts, team- en wedstrijd-truien, team- en wedstrijd-uniformen, poloshirts, trainingspakken, warming-up pakken, korte broeken, broeken, sokken, panty's; ondergoed, namelijk (lange) onderbroeken, tank tops, hemdjes met lange en korte mouwen; al het voorgaande bestemd voor voetbal, honkbal, hockey, rugby, hardlopen en golfen.</p>	<p>KI 25 Kledingstukken en kleding, waaronder jassen, truien, vesten, onderkleding, trainingspakken, (sport)broeken, shirts, polo's, korte broeken en sokken; schoeisel, waaronder (sport)schoenen en slippers; sokken, kledingstukken ter bescherming van kleding; petten, handschoenen, mutsen, sjaals; binnenhandschoenen; enkelkous, (kickboks, boks en MMA)broeken.</p>
<p>KI 28 Ski's; beschermende vulling voor de beoefening van sport, namelijk scheenbeschermers, kniebeschermers, elleboogbeschermers (zijnde sportartikelen), handschoenen voor het sporten, te weten football, voetbal, hockey, rugby en golf.</p>	<p>KI 28 Gymnastiek- en sportartikelen, waaronder: bokshandschoenen, scheenbeschermers [sportartikelen], tok, MMA handschoen, armpads, handpads, trapkussens [sportartikelen], bokszakken, bodyprotectors [sportartikelen], sportartikelen waaronder ceintuurs, kampioensriemen, kampioensriemen als trofee, riemen voor (gemengde oosterse) vechtsporten; fitnessapparatuur en gewichten, springtouw, overige trainingsapparaten, medicijnballen [sportartikelen], boks- en MMA ringen, onderdelen van voornoemde waren, voor zover niet begrepen in andere klassen; ballen voor spellen of voor sportdoeleinden.</p>
	<p>KI 35 Reclame; beheer van (commerciële) zaken (tevens voor derden); promotie van beurzen, tentoonstellingen, exposities en evenementen voor commerciële en publicitaire doeleinden, waaronder de promotie van professionele, semiprofessionele en amateur wedstrijden, gevechten en van alle overige vormen van vechtsporten en andere (sport)evenementen; zakelijke administratie; administratieve diensten; promotie van professionele, semiprofessionele en amateur wedstrijden, gevechten en van alle overige vormen van vechtsporten en andere (sport)evenementen; organisatie van sportcompetities.</p>
	<p>KI 41 Opvoeding; opleiding; onderwijs, coachen en onderwijs diensten met betrekking tot kickboksen, boksen en MMA en alle overige vormen van martial arts; ontspanning; het uitgeven en publiceren (ook langs elektronische weg, waaronder Internet) van tijdschriften, boeken, kranten, tijdschriften- en krantenartikelen en -rubrieken, columns en teksten (niet-publicitair), ook t.b.v. online of internetgebruik;</p>

	<p>verschaffing van informatie over vechtsporten; het produceren en presenteren van programma's met wedstrijden en evenementen op het gebied van vechtsporten voor verspreiding via televisie, kabel, satelliet, audio en wereldwijde computernetwerken; entertainment diensten, waaronder de enscenering, de productie en de tentoonstelling van de professionele, semiprofessionele en amateur wedstrijden, gevechten en van alle overige vormen van vechtsporten en andere (sport)evenementen; sportieve en culturele activiteiten; het organiseren en houden van sportevenementen, verkiezingen (ontspanning).</p>
--	--

49. In het licht van de stelling van verweerder dat oppositie slechts mogelijk is tegen gelijke klassen (zie punt 26) merkt het Bureau voor de volledigheid op dat de indeling in klassen uitsluitend een administratief doel dient en dat artikel 2.20 lid 3 BVIE expliciet bepaalt dat met de rangschikking in klassen conform de Overeenkomst van Nice geen rekening wordt gehouden bij de beoordeling van de soortgelijkheid van de waren of diensten.

Klasse 25

50. Klasse 25 van het bestreden teken bevat de brede categorie "*kledingstukken en kleding*" waaronder ook de waren van opposant vallen. Ondanks het feit dat in het ingeroepen recht gespecificeerd wordt dat het gaat om kleding bestemd voor bepaalde sporten zijn de aard en bestemming, te weten het aankleden van mensen, hetzelfde. Om die reden zijn deze waren identiek, dan wel sterk soortgelijk (zie in die zin ook GEU, arrest Metabiomax, T-62/13, 11 juni 2014).

51. De overige waren zoals schoeisel, petten en mutsen zijn eveneens soortgelijk aan de kledingstukken in klasse 25 van opposant. Ook deze waren worden alle gedragen door mensen met als doel het lichaam te bedekken en te beschermen. Bovendien worden deze waren veelal via dezelfde verkoopkanalen aangeboden en worden kledij, schoenen en accessoires vaak door dezelfde fabrikanten op de markt gebracht onder dezelfde merken. De consument weet dit en zal dergelijke waren dan ook een zelfde herkomst toedichten.

Klasse 28

52. De waren "*gymnastiek- en sportartikelen, waaronder: bokshandschoenen, scheenbeschermers [sportartikelen], tok, MMA handschoen, armpads, handpads, trapkussens [sportartikelen], bokszakken, bodyprotectors [sportartikelen], sportartikelen waaronder ceintuurs, kampioensriemen, kampioensriemen als trofee, riemen voor (gemengde oosterse) vechtsporten*" zijn identiek, dan wel (sterk) soortgelijk aan de sportartikelen genoemd in klasse 28 van het ingeroepen recht. Een deel van deze waren hebben het gemeenschappelijke doel om lichaamsdelen te beschermen bij de beoefening van een sport. Daarnaast betreffen alle waren sportartikelen waarvan de aard en bestemming hetzelfde is, te weten het lichaam trainen ten behoeve van ontspannings- of professionele doeleinden. Ook worden deze waren door dezelfde soort ondernemingen geproduceerd en zullen dezelfde soort bedrijven, zoals sportwinkels of sportscholen, deze waren aanbieden of ter beschikking stellen.

53. Het voorgaande geldt ook voor de waren "*fitnessapparatuur en gewichten, springtouw, overige trainingsapparaten, medicijnballen [sportartikelen], boks- en MMA ringen, onderdelen van voornoemde waren, voor zover niet begrepen in andere klassen; ballen voor spellen of voor sportdoeleinden*" van het bestreden teken. Weliswaar betreft een deel van deze waren artikelen die bedoeld zijn voor andere sporten dan genoemd in klasse 28 van het ingeroepen recht. De aard en bestemming blijft echter hetzelfde en bovendien kunnen deze

waren worden aangeboden of ter beschikking worden gesteld via dezelfde distributiekanaal en zijn ze bestemd voor eenzelfde doelpubliek, te weten het publiek dat één of meerdere sporten beoefend. Deze waren zijn derhalve soortgelijk aan de waren in klasse 28 van het ingeroepen recht.

Klasse 35 en 41

54. In het kader van de vergelijking van de diensten van het bestreden teken met de waren van het ingeroepen recht overweegt het Bureau dat in het algemeen diensten en waren naar hun aard verschillend zijn. In geval van waren gaat het om fysieke producten die overgedragen kunnen worden en in het geval van diensten gaat het om ontastbare activiteiten die verricht worden. Inherent aan deze verschillen is dat de wijze van gebruik van waren en diensten ook verschillend is. Waren en diensten kunnen echter wel complementair zijn, bepaalde diensten kunnen immers niet uitgevoerd worden zonder gebruik te maken van bepaalde waren.

55. In deze context dient er aan herinnerd te worden dat er slechts sprake is van complementariteit wanneer de waren en/of diensten dermate onderling verbonden zijn dat de ene waar of dienst onontbeerlijk of belangrijk is voor het gebruik van de andere, zodat de consumenten kunnen denken dat de productie van beide waren en diensten in handen is van een en dezelfde onderneming (zie in deze zin GEU, The O STORE, T-116/06, 24 september 2008).

56. In het onderhavige geval zijn de diensten in de klassen 35 en 41 van het bestreden teken niet dermate nauw verbonden aan de waren waarvoor opposant bescherming geniet.

57. Voor wat betreft de diensten "*organisatie van sportcompetities*" in klasse 35 en de diensten "*opvoeding*", "*opleiding*", "*onderwijs*", "*coachen en onderwijs diensten met betrekking tot kickboksen, boksen en MMA en alle overige vormen van martial arts*", "*ontspanning*", "*entertainment diensten, waaronder de inscenering, de productie en de tentoonstelling van de professionele, semiprofessionele en amateur wedstrijden, gevechten en van alle overige vormen van vechtsporten en andere (sport)evenementen*", "*sportieve en culturele activiteiten*", "*het organiseren en houden van sportevenementen*" en "*verkiezingen (ontspanning)*" in klasse 41, overweegt het Bureau dat het weliswaar voorkomt dat bij deze diensten, zoals de organisatie van een sportevenement, de waren in klasse 25 en 28, zoals sportartikelen en sportkleding, ter beschikking worden gesteld aan de deelnemers. Deze waren en diensten zijn echter niet complementair. Het is immers niet zo dat het onontbeerlijk of belangrijk is dat, om de dienst te kunnen uitoefenen, de organisatie van bovengenoemde diensten zelf de eventueel benodigde attributen en kleding verschaft. Bovendien verschillen de distributiekanaal van deze waren en diensten. Om die reden bestaat er naar oordeel van het Bureau geen soortgelijkheid tussen deze diensten en de waren van het ingeroepen recht.

58. Hetzelfde gaat op voor de overige diensten in klasse 35 en 41. Weliswaar zal opposant in het kader van de productie en marketing van zijn waren wellicht ook activiteiten verrichten die vergelijkbaar zijn met deze diensten, zoals het maken van reclame, het geven van voorlichting of het beheren van commerciële zaken en administratieve diensten, maar het essentiële verschil is dat deze diensten in klasse 35 en 41 per definitie verricht worden ten behoeve van derden. Het enkele feit dat een onderneming vergelijkbare activiteiten ontplooit in het kader van zijn eigen bedrijfsvoering, maakt deze diensten nog niet soortgelijk. Deze diensten zijn naar hun aard en bestemming verschillend van de waren van opposant. Bovendien worden deze waren en diensten doorgaans niet geleverd door dezelfde ondernemingen, zodat het publiek er niet eenzelfde herkomst aan zal toedichten.

Conclusie

59. De waren en diensten van verweerder zijn deels identiek, deels soortgelijk en deels niet soortgelijk aan de waren van opposant.

A.2. Globale beoordeling

60. Bij de beoordeling van het gevaar voor verwarring spelen met name de aandacht van het publiek, de (soort)gelijkheid van de waren en diensten en de overeenstemming van de tekens een rol.

61. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn. Het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waarom het gaat (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). In het onderhavige geval kan niet worden geconcludeerd dat er sprake is van een bijzonder aandachtsniveau van het publiek. De waren en diensten kunnen zowel betrekking hebben op een professioneel als op een particulier publiek. Voor de beoordeling van de onderhavige oppositie zal dan ook worden uitgegaan van een gemiddeld aandachtsniveau.

62. De globale beoordeling van het gevaar voor verwarring veronderstelt een zekere onderlinge samenhang tussen de in aanmerking te nemen factoren, met name tussen de overeenstemming van de merken en de soortgelijkheid van de waren of diensten waarop zij betrekking hebben. Zo kan een geringe mate van soortgelijkheid van de betrokken waren of diensten worden gecompenseerd door een hoge mate van overeenstemming tussen de merken, en omgekeerd (arresten Canon en Lloyd Schuhfabrik Meyer, beide reeds geciteerd).

63. Het verwarringsgevaar is des te groter naarmate de onderscheidingskracht van het oudere merk sterker is. Merken die hetzij van huis uit, hetzij wegens hun bekendheid op de markt, een sterke onderscheidingskracht hebben, genieten dus een ruimere bescherming dan merken met een geringe onderscheidingskracht (HvJEU, Canon, Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, alle reeds geciteerd). Zoals hiervoor overwogen, zal een deel van het publiek de betekenis van het woord "kombat" begrijpen (zie punt 35). Het publiek ziet hierin wellicht een verwijzing naar een vechtsport. Uit de rechtspraak van het Europese Hof kan echter niet worden afgeleid dat een zwak onderscheidend vermogen van het ingeroepen recht per definitie met zich brengt dat er geen enkel gevaar voor verwarring kan bestaan. Hoewel het onderscheidend vermogen van de merken inderdaad een rol speelt in de beoordeling van het verwarringsgevaar, is dit slechts één van de elementen die bij zo'n beoordeling wordt meegewogen (HvJEU, beschikking in de zaak Ferromix, C-579/08, 15 januari 2010). Zelfs in het geval van een ouder merk met een zwak onderscheidend vermogen kan er sprake zijn van verwarringsgevaar, in het bijzonder wegens overeenstemming van de tekens en soortgelijkheid van de waren of diensten (zie in die zin arrest GEU, FLEXI AIR, T-112/03, 16 maart 2005).

64. Ook is van belang dat de gemiddelde consument slechts zelden de mogelijkheid heeft verschillende merken rechtstreeks met elkaar te vergelijken, maar aanhaakt bij het onvolmaakte beeld dat bij hem is achtergebleven (arrest Lloyd, reeds aangehaald).

65. Gezien de identiteit en de mate van soortgelijkheid van de waren, alsmede de mate van overeenstemming van de tekens is naar het oordeel van het Bureau, alle bovengenoemde factoren in overweging genomen, sprake van verwarring, nu het publiek kan menen dat de identieke en soortgelijke waren afkomstig zijn van dezelfde of een economisch verbonden onderneming.

B. Overige factoren

66. Voor wat betreft het argument van verweerder dat andere merkregistraties ook het woord KOMBAT bevatten (zie punt 21) voor dezelfde waren, wijst het Bureau erop dat het weliswaar niet volledig uitgesloten is dat in bepaalde gevallen de co-existentie van oudere merken op de markt het vastgestelde gevaar voor verwarring van twee conflicterende merken vermindert. Hiermee kan echter slechts rekening worden gehouden indien de verweerder ten minste in de loop van de procedure genoegzaam heeft aangetoond dat deze co-existentie erop berust dat bij het relevante publiek geen sprake is van gevaar voor verwarring van de oudere merken waarop de verweerder zich beroept en het oudere merk van de opposant waarop die oppositie is gebaseerd, en onder het

voorbehoud dat de betrokken oudere merken en de conflicterende merken identiek zijn (zie in die zin GEU, Top iX, T-57/06, 7 november 2007; LIFE BLOG, T-460/07, 20 januari 2010). In casu werd hiertoe geen bewijs geleverd door verweerder.

67. Tot slot wordt opgemerkt dat in het kader van de oppositieprocedure er geen sprake is van een veroordeling in de gemaakte kosten (zie punt 20 en punt 27). Er is enkel voorzien in een kostenverwijzing, die is vastgesteld op het vaststaande bedrag van de oppositietaks, indien de oppositie volledig wordt toegewezen (of afgewezen).

C. Conclusie

68. Op grond van het voorgaande besluit het Bureau dat er sprake is van gevaar voor verwarring voor de identieke en soortgelijke waren.

IV. BESLUIT

69. De oppositie met nummer 2009900 wordt gedeeltelijk toegewezen.

70. Het Benelux depot met nummer 1287848 wordt niet ingeschreven voor de volgende waren:

- Klasse 25 (*alle waren*)
- Klasse 28 (*alle waren*)

71. Het Benelux depot met nummer 1287848 wordt ingeschreven voor de volgende diensten:

- Klasse 35 (*alle diensten*)
- Klasse 41 (*alle diensten*)

72. Geen van de partijen wordt in de kosten verwezen op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 UR, aangezien de oppositie gedeeltelijk toegewezen wordt.

Den Haag, 7 oktober 2015

Eline Schiebroek
(*rapporteur*)

Saskia Smits

Diter Wuytens

Administratieve behandelaar: François Veneri