



SVEA HOVRÄTT
Patent- och
marknadsöverdomstolen
Rotel 020110

BESLUT
2023-12-14
Stockholm

Mål nr
PMÄ 14666-22

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och marknadsdomstolens beslut 2022-11-21 i mål nr PMÄ 5965-22,
se bilaga A

PARTER

Klagande

Kjaergaard Int. AB, 556747-5867
Box 127
840 95 Funäsdalen

Ombud: Advokaterna D.S. och A.K.

Motpart

Patent- och registreringsverket
Box 530
826 27 Söderhamn

SAKEN

Registrering av varumärke

PATENT OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLENS AVGÖRANDE

1. Patent- och marknadsöverdomstolen tillåter inte Kjaergaard Int. AB att åberopa skriftlig bevisning i form av utdrag från hemsidor, pressmeddelande, fotografier och beslut från Stockholms stad (aktbilagorna 2–6).

2. Patent- och marknadsöverdomstolen avslår överklagandet.

Dok.Id 1924718

Postadress
Box 2290
103 17 Stockholm

Besöksadress
Birger Jarls Torg 16

Telefon
08-561 670 00
08-561 675 00

E-post: svea.hovratt@dom.se
www.svea.se

Telefax

Expeditionstid
måndag – fredag
09:00–16:30

YRKANDEN M.M.

Kjaergaard Int. AB (Kjaergaard) har yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen med ändring av punkten 2 i Patent- och marknadsdomstolens beslut ska bevilja registrering av det sökta varumärket även i de delar där ansökan avslagits.

Patent- och registreringsverket (PRV) har motsatt sig ändring.

PARTERNAS TALAN OCH UTREDNINGEN

Parterna har åberopat samma omständigheter och utvecklat sin talan på i huvudsak samma sätt som i Patent- och marknadsdomstolen.

Utredningen är densamma som i Patent- och marknadsdomstolen. Därutöver har Kjaergaard åberopat ny bevisning i form av ett utdrag från hemsidan ”kulturhuset-stadsteatern.se”, aktbilaga 2, ett pressmeddelande från Kulturhusets butik, aktbilaga 3, fotografier från Kulturhusets butik, aktbilaga 4, ett utdrag från Stockholms stads hemsida, aktbilaga 5, och ett inriktningsbeslut från Stockholms stad rörande ny beläggning på Sergels torg, aktbilaga 6.

Som skäl för att få åberopa den nya bevisningen har Kjaergaard anfört att bolaget fick kännedom om innehållet på hemsidorna och beslutet först efter det att det överklagade beslutet hade fattats, att fotografierna togs i december 2022 samt att bolaget avstod från att åberopa pressmeddelandet i underinstansen eftersom skriftväxlingen där var avslutad när detta publicerades. Kjaergaard har även gjort gällande att bolaget har giltig ursäkt att inte ha åberopat bevisen redan i Patent- och marknadsdomstolen eftersom bolaget då bedömde att Patent- och marknadsdomstolen skulle återförvisa hela ärendet till PRV.

SKÄL

Frågan om tillåtande av ny bevisning i Patent- och marknadsöverdomstolen

Enligt 3 kap. 9 § lagen (2016:188) om patent- och marknadsdomstolar och 50 kap. 25 § tredje stycket rättegångsbalken får en part i Patent- och marknadsöverdomstolen åberopa bevis som inte lagts fram tidigare endast om parten gör sannolikt att han eller hon inte kunnat åberopa beviset i Patent- och marknadsdomstolen eller annars haft giltig ursäkt att inte göra det.

När det gäller de fotografier som återfinns i aktbilaga 4 och utdraget från hemsidan i aktbilaga 2 är dessa i och för sig hänförliga till tiden efter Patent- och marknadsdomstolens beslut. Det framgår emellertid inte att det var omöjligt att ta motsvarande fotografier eller att få tillgång till motsvarande utdrag tidigare. Kjaergaard har inte lämnat några uppgifter i det hänseendet. Vad gäller utdraget från den andra hemsidan som återfinns i aktbilaga 5 framgår det av utdraget att uppdatering skett i oktober 2022. Vidare kan det konstateras att Kjaergaard, enligt egen uppgift, hade tillgång till pressmeddelandet som återfinns i aktbilaga 3 innan det överklagade beslutet meddelades samt att inriktningsbeslutet i aktbilaga 6 är från juni 2021. Mot denna bakgrund finner Patent- och marknadsöverdomstolen att Kjaergaard inte har gjort sannolikt att bolaget inte kunnat åberopa den nämnda bevisningen i Patent- och marknadsdomstolen.

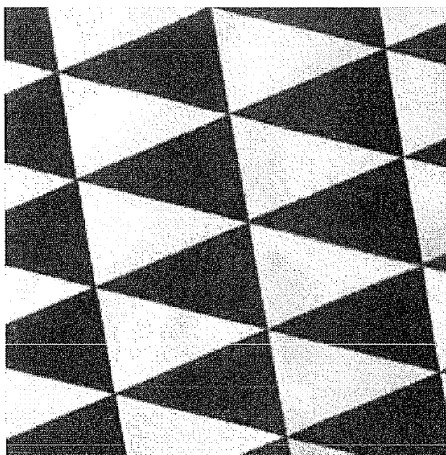
Vidare framgår tydligt av det föreläggande som Patent- och marknadsdomstolen skickade till Kjaergaard att frågan om ärendet borde återförvisas till PRV enbart berörde de delar av ärendet som PRV underlätit att pröva. Kjaergaard kan därför inte heller anses ha haft giltig ursäkt att inte ha åberopat bevisen i Patent- och marknadsdomstolen.

Sammanfattningsvis innebär det nu anförda att Kjaergaard inte får åberopa de nya bevisen i Patent- och marknadsöverdomstolen.

Frågan om registrering av varumärke

Målet gäller varumärkesregistrering av geometriska figurer i form av svarta och vita lutande trianglar som upprepar sig utan någon begränsning. Frågan i målet är om det sökta varumärket har ursprunglig eller i vart fall förvärvat särskiljningsförmåga i förhållande till de varor som är aktuella här, dvs. i de delar som omfattas av PRV:s avslagsbeslut.

Det sökta varumärket återges nedan.



Patent- och marknadsdomstolen har i sitt beslut redogjort för tillämpliga bestämmelser i 1 kap. 5 § och 2 kap. 5 § varumärkeslagen (2010:1877) samt för bestämmelsernas innehåll. Som underinstansen också noterat svarar de nu angivna bestämmelserna mot artiklarna 4.1 b) och 4.4 i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2436 av den 16 december 2015 för tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning.

När ett varumärke utgörs av ett mönster som upprepar sig utan någon begränsning kan varumärket – beroende på varumärkets utformning och varornas art – komma att pryda varornas yta och därigenom komma att sammanfalla med varornas yta. EU-domstolen har uttalat att ytmönster kan registreras som varumärke, om övriga förutsättningar för skydd är uppfyllda (se EU-domstolens dom den 28 juni 2004, Glaverbel mot harmoniseringsbyrån, C-445/02 P, EU:C:2004:393, punkt 42). Varumärken som uteslutande

består av ett antal element som upprepas regelbundet brukar benämnas ornamentmärken (se t.ex. artikel 3.3 e i Kommissionens genomförandeförordning (EU) 2018/626 av den 5 mars 2018 om fastställande av tillämpningsföreskrifter för vissa bestämmelser i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1001 om EU-varumärken och om upphävande av genomförandeförordning (EU) 2017/1431).

Ett kännetecken som är sammansatt av en rad beståndsdelar som upprepas regelbundet lämpar sig särskilt väl att användas som ytmönster och det kan sägas att det föreligger en inneboende sannolikhet för att kännetecknet kommer att användas just som ett sådant mönster, och detta oavsett om den som ansökt om varumärket betecknar det som ett figurmärke, ett tredimensionellt varumärke, ett ytmönster eller något annat (se Tribunalens dom den 9 november 2016, Birkenstock Sales mot EUIPO, T-579/14, EU:T:2016:650, punkt 54). Endast när det med beaktande av de aktuella varornas art är föga sannolikt att kännetecknet kommer att användas som ett ytmönster, kan ett sådant kännetecken inte betraktas som ett ytmönster med avseende på de aktuella varorna (se Tribunalens dom i Birkenstock Sales mot EUIPO, punkt 55, bekräftat genom EU-domstolens dom den 13 september 2018, Birkenstock Sales mot EUIPO, C-26/17 P, EU:C:2018:714, punkt 40).

Kännetecknande för ytmönster är att de sammanfaller med varans utseende. I ett sådant fall ska bedömningen av varumärkets särskiljningsförmåga göras enligt samma principer som för tredimensionella varumärken som sammanfaller med varans utseende (se EU-domstolens dom i Birkenstock Sales mot EUIPO, punkterna 39–43). Eftersom genomsnittskonsumenten inte nödvändigtvis uppfattar ett sådant varumärke på samma sätt som ett ord- eller figurvarumärke, krävs för ursprunglig särskiljningsförmåga att varumärket i betydande mån avviker från normen eller från vad som är sedvanligt i branschen. (Se EU-domstolens dom i Birkenstock Sales mot EUIPO, punkterna 32–34 och där angiven rättspraxis.) När det gäller EU-varumärken har registrering av rutmönster således vägrats i flera fall med hänvisning till avsaknad av ursprunglig särskiljningsförmåga (se t.ex. Tribunalens domar den 3 december 2019, Hästens Sängar mot EUIPO, T-658/18, EU:T:2019:830 och den 21 april 2015, Louis Vuitton Malletier mot OHIM, T-360/12, ej publicerat, EU:T:2015:214).

Med utgångspunkt i de nu angivna rättsliga utgångspunkterna gör Patent- och marknadsöverdomstolen följande bedömning.

Det sökta varumärket utgörs som framgått av ett mönster i form av lutande trianglar i svart och vitt. Mönstret skapades på 1950-talet för utsmyckning av markbeläggningen på Sergels torg i Stockholm. De varor som är aktuella för den prövning av ansökan som Patent- och marknadsöverdomstolen har att göra omfattar bl.a. skal till mobiltelefoner (klass 9), lampskärmar (klass 11), olika pappersvaror såsom bordsdukar, servetter och affischer (klass 16), väskor och plånböcker (klass 18), fasadbeklädnader (klass 19), möbler, rullgardiner och dynor (klass 20), olika hushållsprodukter (klass 21) samt textila produkter såsom sängkläder, filter och handdukar (klass 24).

Som Patent- och marknadsdomstolen funnit är omsättningskretsen för de aktuella varorna konsumenter i allmänhet.

Det är tydligt att ytan på de varor som om nu är föremål för prövning till stor del kan täckas med dekorativa mönster såsom det sökta märket, vilket alltså är att bedöma som ett ytmönster. Vid sådant förhållande krävs det – i enlighet med den praxis som domstolen redogjort för – att varumärket i betydande grad avviker från normen eller från vad som är sedvanligt i branschen. Det ska då vara fråga om en betydande avvikelse från vad som är en vanligt förekommande dekoration av respektive vara.

Märket utgörs av geometriska figurer från det allmänna formförrådet i form av svarta och vita trianglar som upprepar sig utan någon begränsning. I likhet med hur andra närliggande dekorativa mönster används för varor av liknande slag, kommer omsättningskretsen inte att uppfatta märket på något annat sätt än som en dekoration. Att trianglarna har en viss lutning är inte tillräckligt för att märket ska uppfattas på något annat sätt. Det sökta varumärket kan därför inte anses i betydande mån avvika från normen eller från vad som är sedvanligt i branschen. Patent- och marknadsöverdomstolen finner därför, i likhet med Patent- och marknadsdomstolen, att det sökta varumärket inte har ursprunglig särskiljningsförmåga för de aktuella varorna.

När det gäller frågan om varumärket förvärvat särskiljningsförmåga genom användning gör Patent- och marknadsöverdomstolen ingen annan bedömning än den som Patent- och marknadsdomstolen har gjort.

Överklagandet ska därför avslås.

Överklagande

Det saknas skäl att göra undantag från huvudregeln att Patent- och marknadsöverdomstolens beslut inte får överklagas (se 1 kap. 3 § tredje stycket lagen om patent- och marknadsdomstolar). Detta beslut får därför inte överklagas.

I avgörandet har deltagit hovrättsråden Annika Malm, Kerstin Norman, referent, och Eva Edwardsson.



STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Patent- och marknadsdomstolen

PROTOKOLL
2022-11-21
Handläggning i
Stockholm

Aktbilaga 20
Mål nr
PMÄ 5965-22

Handläggning i parternas utevaro

RÄTTEN

Tingsfiskalen Sharon Read

PROTOKOLLFÖRARE

Tingsnotarien Emilija Zec

PARTER

Klagande

Kjaergaard Int. AB, 556747-5867
Box 127
840 95 Funäsdalen

Ombud: Advokaterna D.S. och A.K.

Motpart

Patent- och registreringsverket
Box 530
826 27 Söderhamn

SAKEN

Registrering av varumärke

ÖVERKLAGAT BESLUT

Patent- och registreringsverkets beslut den 24 februari 2022 angående varumärkesansökan nr 2021/01756, se bilaga 1

Kjaergaard Int. AB (Kjaergaard) ansökte hos Patent- och registreringsverket (PRV) om

registrering av ett figurmärke, återgivet nedan, för diverse varor och tjänster i klasserna

9, 10, 11, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27 och 35.

Dok.Id 2622669

Postadress
Box 8307
104 20 Stockholm

Besöksadress
Rådhuset,
Scheelegatan 7

Telefon
08- 561 654 70
E-post: stockholmstingsratt@dom.se
www.stockholmstingsratt.se

Telefax

Expeditionstid
måndag – fredag
08:00–16:00



PRV, som ansåg att det sökta märket utgjorde ett s.k. ornamentmärke, avslog ansökan för klasserna 9, 16, 18, 19, 20, 21 och för vissa varor i klasserna 11 och 24, med motiveringen att märket saknade särskiljningsförmåga.

Kjaergaard har nu överklagat beslutet och yrkat att märket ska registreras i enlighet med ansökan. Till stöd för överklagandet har Kjaergaard åberopat samma grunder och i allt väsentligt utvecklat sin talan på samma sätt som vid PRV. Kjaergaard har även åberopat viss skriftlig bevisning.

PRV har yttrat sig och motsatt sig ändring av beslutet.

Under ärendets handläggning hos Patent- och marknadsdomstolen har domstolen uppmärksammat att samtliga varor och tjänster som omfattas av varumärkesansökan inte har behandlats i PRV:s beslut. Detta gäller samtliga varor i klasserna 25, 26 och 27 samt följande varor i klass 24: *Kuddar; Förvaringspåsar; Tvättpåsar; Duschdraperier; Servetter; Glasunderlägg; Korgar; Möbeltyg; Tvättilappar; Bordstabletter; Grytlappar; och Haklappar.*

PRV har anfört att detta beror på ett förbiseende vid beslutsskrivandet och har inte motsatt sig att domstolen återförvisar ärendet i denna del till PRV.

Kjaergaard har förordat att ärendet i denna del ska återförvisas till PRV.

Efter genomgång av handlingarna meddelar Patent- och marknadsdomstolen följande

SLUTLIGA BESLUT

1. Patent- och marknadsdomstolen återförvisar ärendet till PRV för vidare handläggning såvitt avser frågan om registrering av det sökta märket för i varumärkesansökan angivna varor i klasserna 25, 26 och 27 samt följande varor i klass 24:
Kuddar; Förvaringspåsar; Tvättpåsar; Duschdraperier; Servetter; Glasunderlägg; Korgar; Möbelyg; Tvättilappar; Bordstabletter; Grytlappar; och Haklappar.
2. Patent- och marknadsdomstolen avslår överklagandet i övrigt.

Skälen för beslutet

Frågan om återförvisning

Domstolen konstaterar att PRV:s underlåtenhet att pröva samtliga de varor och tjänster som omfattas av varumärkesansökan utgör ett grovt rättegångsfel som kan antas ha inverkat på ärendets utgång. Med beaktande av detta och parternas inställning i frågan anses felet inte utan väsentlig olägenhet kunna läkas i Patent- och marknadsdomstolen. Ärendet såvitt avser prövningen av dessa varor och tjänster ska därför återförvisas till PRV för fortsatt handläggning.

Domstolens bedömning av överklagandet i övrigt

Rättsliga utgångspunkter

Av 2 kap. 5 § varumärkeslagen (2010:1877) framgår att ett varumärke som ska registreras måste ha särskiljningsförmåga för de varor eller tjänster som märket avser.

Enligt 1 kap. 5 § första stycket varumärkeslagen ska ett varumärke anses ha särskiljningsförmåga om det kan skilja varor eller tjänster som tillhandahålls i en näringsverksamhet från dem som tillhandahålls i en annan. Vid bedömningen av om ett varukännetecken har särskiljningsförmåga ska, enligt tredje stycket i samma bestämmelse, hänsyn tas till att det kan förvärva förmågan genom användning.

De ovan angivna bestämmelserna svarar mot artikel 4.1 b) och 4.4. i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2436 av den 16 december 2015 för tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning. Bestämmelserna ska följaktligen, så långt möjligt, tolkas direktivkonformt och i enlighet med EU-domstolens praxis.

Det allmänna intresse som ligger bakom kravet på särskiljningsförmåga sammanfaller med varumärkets grundläggande funktion, nämligen att garantera konsumenten eller slutanvändaren varans eller tjänstens ursprung så att det är möjligt att särskilja varan eller tjänsten från andra med ett annat ursprung (se EU-domstolens dom den 23 september 1998 i mål nr C-39/97, Canon Kabushiki Kaisha mot Metro-Goldwyn-Mayer, EU:C:1998:442, punkten 28).

Ett varumärkes särskiljningsförmåga ska bedömas dels utifrån de varor eller tjänster som registreringsansökan avser, dels utifrån hur omsättningskretsen uppfattar varumärket (se EU-domstolens dom den 12 juli 2012 i mål nr C-311/11 P, Smart Technologies mot OHIM, EU:C:2012:460, punkten 24 med där gjord hänvisning). Bedömningen av hur omsättningskretsen uppfattar varumärket ska göras med utgångspunkt i den uppfattning som en normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst genomsnittskonsument av aktuella varor kan tänkas ha (se Patent- och marknadsöverdomstolens beslut den 10 maj 2021 i mål nr PMÖÄ 4165-20, SWEDISH BEAUTY Awards och där gjorda hänvisningar).

Ett varumärkes särskiljningsförmåga kan antingen vara ursprunglig eller förvärfvas genom användning. Det är sökanden som har att bevisa att ett varumärke har förvärvat

den särskiljningsförmåga som krävs för registrering (se EU-domstolens dom den 19 juni 2014 i de förenade målen nr C-217/13 och C-218/13, Oberbank m.fl., EU:C:2014:2012, punkterna 68–70).

Bedömningen i detta fall

Domstolen konstaterar inledningsvis att omsättningskretsen för de aktuella varorna är konsumenter i allmänhet.

Det sökta märket består av svarta och vita trianglar som upprepas i ett regelbundet mönster. Domstolen anser därför, i likhet med PRV, att märket är ett ornamentmärke (jfr artikel 3.3 e) i Kommissionens genomförandeförordning till varumärkesförordningen¹).

Domstolen delar PRV:s bedömning att det sökta märket av genomsnittskonsumenten kommer uppfattas som ett dekorativt inslag snarare än ett varumärke för de varor som nu är fråga om. Den lutande formen på trianglarna är, enligt domstolens mening, inte så framträdande att genomsnittskonsumenten kan antas uppfatta märket som en kommersiell ursprungsangivelse (jfr Tribunalens dom den 13 april 2011 i mål nr T-159/10, Parallélogramme, ECLI:EU:T:2011:176, punkterna 24–25).

Vad gäller frågan om märket har förvärvat särskiljningsförmåga genom användning konstaterar domstolen att Kjaergaard har gett in viss bevisning som utvisar arbetet med att skapa mönstret och att det använts på visst sätt i bl.a. konstsammanhang. Även om bevisningen ger stöd för att märket har använts har det inte visats att märket genom sådan användning förvärvat särskiljningsförmåga så att omsättningskretsen har kommit att uppfatta det sökta märket som ett identifikationsmedel för att fastställa att de aktuella varorna har visst kommersiellt ursprung.

Överklagandet ska därför avslås.

¹ Kommissionens genomförandeförordning (EU) 2018/626 av den 5 mars 2018 om fastställande av tillämpningsföreskrifter för vissa bestämmelser i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1001 om EU-varumärken och om upphävande av genomförandeförordning (EU) 2017/1431.

HUR MAN ÖVERKLAGAR, se bilaga 2 (PMD-13)

Beslutet under punkten 1 får inte överklagas.

Beslutet under punkten 2 får överklagas senast den 12 december 2022. Överklagandet ska adresseras till Patent- och marknadsöverdomstolen men ges in till Patent- och marknadsdomstolen. Det krävs prövningstillstånd för att Patent- och marknadsöverdomstolen ska pröva målet.

Emilija Zec

Protokollet uppvisat/

2022-02-24

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:OINKOM: 2022-04-14
MÅLNR: PMÅ 5965-22
AKTBIL: 2

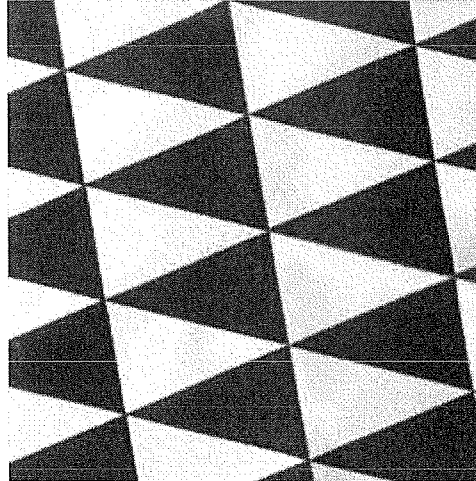
Text i märket:
Ansökningsnr: 2021/01756
Sökande: Kjaergaard Int. AB
Ombud: Sandart & Partners Advokatbyrå KB

Delvis avslag av er varumärkesansökan

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår *delvis* er ansökan om registrering av varumärket .

Beskrivning av ärendet

Ni har ansökt om registrering av ornamentvarumärket som är återgivet nedan.



Vi har bedömt att märket saknar särskiljningsförmåga.

Ni har i huvudsak framfört att märket är särskiljande och unikt. Det har särskiljningsförmåga genom formen på trianglarna som avviker från det som är gängse för trianglar eftersom det kan sägas att de har en lutande form.

Mönstret skapades på 1950-talet av arkitekt Kjaersgaard i samband med att Sergels Torg skapades. Ni har även lämnat in material som visar att mönstret förekommer i konst och litteratur.

PRV:s bedömning

Särskiljningsförmåga

Ett varumärke måste ha särskiljningsförmåga för att det ska gå att registrera. Det betyder att märket måste uppfattas som ett kännetecken som gör att kunderna kan skilja era varor eller tjänster från andras.

Ett varumärke har *inte* särskiljningsförmåga om:

- det *bara* beskriver t.ex. vad det är för slags varor eller tjänster, deras kvalitet, vad de ska användas till, vilken målgrupp de riktar sig till, var varorna är tillverkade, inom vilket område tjänsterna erbjuds eller andra egenskaper.
- det *bara* uppfattas som ord eller uttryck som brukar användas om varorna eller tjänsterna eller om det t.ex. är en fackterm inom er bransch.
- det av andra orsaker uppfattas som något annat än ett varumärke.

För att ett ornament skall kunna fungera som ett varumärke krävs det att den har tillräcklig särskiljningsförmåga och förmår att individualisera de varor som registreringen omfattar samt uteslutande består av ett antal element som upprepas regelbundet.

Det sökta mönstret är vanligt och förutsägbart för flera av de sökta produkternas utseende. Mönster med en sammansättning av trianglar är inte ovanliga och den svartvita färgen är också mycket vanlig. I samband med varor där det är vanligt att de är dekorerade med mönster uppfattas det aktuella märket som en dekoration och inte som ett varukännetecken.

Ni har skickat in visst material som visar märkets användning. Materialet hänvisar främst till skapandet av Sergels torg och mönstret på platsen men inte att kundkretsen uppfattar märket som ett särskiljande kännetecken för aktuella varor.

Vi bedömer därför att ert märke inte har särskiljningsförmåga.

PRV avslår därför er ansökan *delvis*, nämligen för följande varor

Klass 9: Skal och fodral för mobiltelefoner; skal och fodral för datorer; skal och fodral för surfplattor; skal och fodral för hörlurar; hållare och ställ för mobiltelefoner; hållare och ställ för datorer; hållare och ställ för surfplattor.

Klass 11: Lampskärmar; lampskärms hållare.

Klass 16: Bordsdukar, servetter och pappersservetter; Underlägg av papper; Emballeringspapper; Toalettpapper och annat hygienpapper; Anteckningsböcker, skriv- eller ritböcker, tryckta publikationer, kataloger, kalendrar, album, lösbladsärmar; Pappaskar eller papper, affischer, grafiska tryckalster, brevknivar, pappersknivar (kontorsförnödenheter), meddelandekort (skrivmateriel), brevpresar, brevkorgar, bokstöd, bokmärken, skrivbordsfack, presentkort, vykort, visitkort, papperspåsar, utställningsmaterial; Glasunderlägg; Bagageetikett; Instruktions- och undervisningsmaterial (ej apparater); Haklappar; Tvättlappar; Bordstabletter; Pennor.

Klass 18: Bagage och väskor; Handväskor; Portföljer; Adresslappar för bagage; Plånböcker och portmonnärer; Kreditkortshållare.

Klass 19: Fasadbeklädnader.

Klass 20: Möbler, speglar, tavelramar; Varor (ej ingående i andra klasser) av trä, kork, vass, rotting, korg, horn, ben, elfenben, valfiskben, snäckskal, bärnsten, pärlemor, sjöskum eller av ersättningar för dessa material, eller av plast; Rullgardiner av papper; Dynor; Gnistgaller; Piedestaler förblomkrukor; Brickor; Mobiler.

Klass 21: Redskap och behållare för hushållsändamål samt köksgeråd; Skålar; Brickor; Glasunderlägg; Coasters; Skärbrädor; Kammar och tvättsvampar; Borstar; Borstmakerimaterial; Artiklar för rengöringsändamål; Stålull; Obearbetat eller delvis bearbetat glas (ej byggnadsglas); Varor av glas, porslin och keramik, ej ingående i andra klasser; Tvättlappar; Grytunderlägg; Grytlappar; Bordstabletter; Muggar; Kökshanddukar; Salt- och pepparkar; Kryddkar.

Klass 24: Vävnader och textila produkter, ej ingående i andra klasser; Sängtäcken, sängkläder, påslakan och örngott; Bordsdukar; Filtar; Handdukar;

Det innebär att PRV kan registrera ert varumärke för följande varor/tjänster:

Klass 10: Nappar; nappflaskor; diflaskor; dinappar; amningsnappar; tröstare; napphållare; bitringar.

Klass 11: Apparater för belysning, uppvärmning, ångalstring, kokning, kylning, torkning, ventilation, vattenförsörjning och sanitära ändamål; ficklampor.

Klass 35: Detaljhandelstjänster i samband med försäljning av möbler, kuddar, speglar, tapeter, heltäckande och större mattor, lyktor, textila vävnader, textila produkter, prydnadssaker, hushåll och köksredskap och behållare, bordsserviser, glasartiklar, porslin, lergods, ljusstakar, pappersservetter, väskor, smycken, böcker och utgivning av tidningar; Rådgivning avseende franchising.

Beslutat den 24 februari 2022 av I.H. efter föredragning av S.D.

Bestämmelser

Beslutet har tagits med stöd av följande bestämmelser:

Varumärkeslag (2010:1877)

2 kap. 18 § (*avslag*)

1 kap. 5 § (*när anses ett varumärke ha särskiljningsförmåga*)

2 kap. 5 § (*varumärket måste ha särskiljningsförmåga*)

HUR MAN ÖVERKLAGAR

Detta beslut kan överklagas till Patent- och marknadsdomstolen. Om ni vill överklaga beslutet ska ni göra det skriftligen. Skriv "Till Patent- och marknadsdomstolen" på överklagandet men skicka det till PRV, Box 530, 826 27 Söderhamn.

Ange följande i överklagandet:

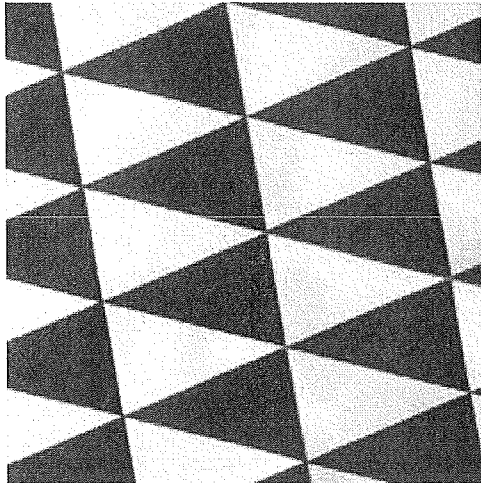
- Namn och person-/organisationsnummer
- Adress och övriga aktuella kontaktuppgifter
- Vilket beslut ni överklagar och ärendets nummer
- Varför ni anser att beslutet är felaktigt
- Vilken ändring av beslutet ni vill ha

Överklagandet ska ha kommit in till PRV inom **två (2) månader** från beslutsdagen. Om överklagandet har kommit in i rätt tid skickas ärendet vidare till Patent- och marknadsdomstolen oavsett om PRV ändrar beslutet på det sätt ni begärt.

BILAGA

Ansökningsnummer: 2021/01756

Ingivningsdag: 2021-03-05



Märkestyp: Ornamet

Klassificering:

9: Skal och fodral för mobiltelefoner; skal och fodral för datorer; skal och fodral för surfplattor; skal och fodral för hörlurar; hållare och ställ för mobiltelefoner; hållare och ställ för datorer; hållare och ställ för surfplattor.

10: Nappar; nappflaskor; diflaskor; dinappar; amningsnappar; tröstare; napphållare; bitringar.

11: Apparater för belysning, uppvärmning, ångalstring, kokning, kylning, torkning, ventilation, vattenförsörjning och sanitära ändamål; lampskärmar; lampskärmshållare; ficklampor.

16: Bordsdukar, servetter och pappersservetter; Underlägg av papper; Emballeringspapper; Toalettpapper och annat hygienpapper; Anteckningsböcker, skriv- eller ritböcker, tryckta publikationer, kataloger, kalendrar, album, lösladsärmar; Pappaskar eller papper, affischer, grafiska tryckalster, brevknivar, pappersknivar (kontorsförnödenheter), meddelandekort (skrivmateriel), brevprensar, brevkorgar, bokstöd, bokmärken, skrivbordsfack, presentkort, vykort, visitkort, papperspåsar, utställningsmaterial; Glasunderlägg; Bagageetikett; Instruktions- och undervisningsmaterial (ej apparater); Haklappar; Tvättlappar; Bordstabletter; Pennor.

18: Bagage och väskor; Handväskor; Portföljer; Adresslappar för bagage; Plånböcker och portmonnäer; Kreditkortshållare.

19: Fasadbeklädnader.

20: Möbler, speglar, tavelramar; Varor (ej ingående i andra klasser) av trä, kork, vass, rotting, korg, horn, ben, elfenben, valfiskben, snäckskal, bärnsten, pärlemor, sjöskum eller av ersättningar för dessa material, eller av plast; Rullgardiner av papper; Dynor; Gnistgaller; Piedestaler för blomkrukor; Brickor; Mobiler.

21: Redskap och behållare för hushållsändamål samt köksgeråd; Skålar; Brickor; Glasunderlägg; Coasters; Skärbrädor; Kammar och tvättsvampar; Borstar; Borstmakerimaterial; Artiklar för rengöringsändamål; Stållull; Obearbetat eller delvis bearbetat glas (ej byggnadsglas); Varor av glas, porslin och keramik, ej ingående i andra klasser; Tvättlappar; Grytunderlägg; Grytlappar; Bordstabletter; Muggar; Kökshanddukar; Salt- och pepparkar; Kryddkar.

24: Vävnader och textila produkter, ej ingående i andra klasser; Sängtäcken, sängkläder, påslakan och örngott; Bordsdukar; Filtar; Handdukar; Kuddar; Förvaringspåsar; Tvättpåsar; Duschdraperier; Servetter; Glasunderlägg; Korgar; Möbeltyg; Tvättlappar; Bordstabletter; Grytlappar; Haklappar.

25: Kläder; Fotbeklädnader och strumpor; Huvudbonader och mössor; Jackor och kappor; Tröjor, t-shirts och bodies; Slipsar och scarfs; Tights; Haklappar.

26: Knappar, pins, knapphålsmärken, kampanjknappar.

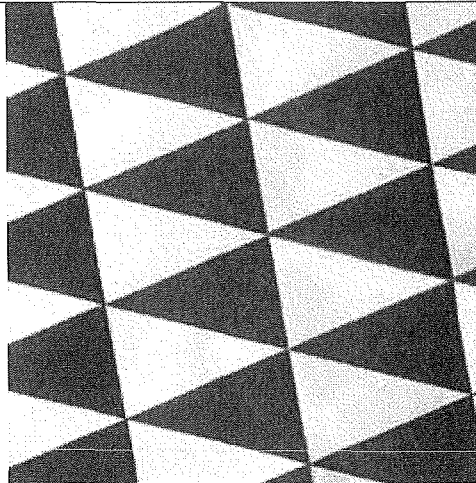
27: Mattor och mattbeläggningar, linoleum och andra material för golvbeläggningar; Tapeter (ej av textil); Tapeter.

35: Detaljhandelstjänster isamband med försäljning av möbler, kuddar, speglar, tapeter, heltäckande och större mattor, lyktor, textila vävnader, textilprodukter, prydnadssaker, hushåll och köksredskap och behållare, bordsserviser, glasartiklar, porslin, lergods, ljusstakar, pappersservetter, väskor, smycken, böcker och utgivning av tidningar; Rådgivning avseende franchising.

Innehavare: Kjaergaard Int. AB, Box 127
840 95 Funäsdalen, Sverige.
Org.nr: 556747-5867.

Ombud: Sandart & Partners Advokatbyrå KB, Box 7131
103 87 Stockholm, Sverige.

Ansökningsnummer	2021/01756
Text i märket	



Allmänna uppslagsverk och ordböcker

Credo http://www.credoreference.com/home.do	
Nationalencyklopedin http://www.ne.se	
NE Svensk Ordbok	
Collins https://www.collinsdictionary.com	
NE Engelsk-Svensk ordbok	
NE Tysk-Svensk ordbok	
NE Spansk-Svensk ordbok	
NE Fransk-Svensk ordbok	
NE Italiensk-Svensk ordbok	

Ämneslexikon och databaser

Svenska MeSH https://mesh.kib.ki.se/	Svenska Akademien https://svenska.se/	Britannica ACADEMIC http://academic.eb.com/
WHO MedNet Login Email: oscar.back@prv.se	IDG IT-lexikon https://it-ord.idg.se/	6ter http://www.wipo.int/ipdl/en/6ter/
Kemikalieinspektionen http://www.kemi.se/	Wordfinder http://service.wordfinder.com	Jordbruk & Landsbygdsutveckling DOOR http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html
Plant variety database - European Commission http://ec.europa.eu/food/plant/plant_propagation_material/plant_variety_catalogues_databases/search_public/index.cfm	Etymology online https://www.etymonline.com/	E-Spirit Drinks http://ec.europa.eu/agriculture/spirits/index.cfm?event=searchIndication
		E-Bacchus http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm?event=searchPEccgis&language=SV
Ämneslexikon		

Övrigt

Google	
Wikipedia	
Acronymfinder	
Övriga källor	

Namnsökning

Är det till nackdel för bäraren?	Kommentar
----------------------------------	-----------

Ja/Nej	
--------	--

Näringslivsregistret

Sökord	Sökresultat
--------	-------------

Kommentarer

För att ett ornament skall kunna fungera som ett varumärke krävs det att den har tillräcklig särskiljningsförmåga och förmår att individualisera de varor som registreringen omfattar samt uteslutande består av ett antal element som upprepas regelbundet.

Mönstret är vanligt och förutsägbart för flera av de sökta produkternas utseende. Liknar många andra mönster som finns och den svartvita färgen är också mycket vanlig. Det aktuella märket uppfattas som ett dekorativt mönster och inte som ett varukännetecken. Har sf för vissa varor som normalt inte är dekorerade samt för de sökta tjänsterna.

Har diskuterats med ärendestödskollegor.

Ansökan granskad av	Sara Dahlberg	Datum	2021-05-06
---------------------	---------------	-------	------------

2021/01756

Förväxlingsbarhet

Fvxl	Bedömning	Märke	Klasser (Jämför)	Status	Ans. nr	Ingivningsdag	Prioritet	Innehavare	Visa akt
<input type="checkbox"/>	5 ▼		9, 10, 11, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 35	Partiellt avslag, ej laga kraft	2021/01756	2021-03-05		Kjaergaard Int. AB	Visa
			Bedömningstext:						
<input type="checkbox"/>	2 ▼		33	Registrerad	2007/01873	2007-02-27		Oenoforos Aktiebolag	Visa
			Bedömningstext:						
<input type="checkbox"/>	6 ▼		35, 41, 44, 45	Avförd	2011/01424	2011-02-18		Arbetsförmedlingen	Visa
			Bedömningstext:						
<input type="checkbox"/>	6 ▼		3, 14, 16, 18, 25, 28, 35, 39	Registrerad	004757985	2005-11-24		EL CORTE INGLES, S.A.	Visa
			Bedömningstext:	Ej vk efter begr.					
<input type="checkbox"/>	3 ▼	El Corte Inglés	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45	Registrerad	004760468	2005-11-24	250314	EL CORTE INGLES, S.A.	Visa
			Bedömningstext:						
<input type="checkbox"/>	3 ▼		35, 36, 45	Registrerad	012536652	2014-01-27		Beiten Burkhardt Rechtsanwalts-gesellschaft mbH	Visa
			Bedömningstext:						



Hur man överklagar

Beslut i ärenden, Patent- och marknadsdomstolen

PMD-13

Vill du att beslutet ska ändras i någon del kan du överklaga. Här får du veta hur det går till.

Överklaga skriftligt inom 3 veckor

Ditt överklagande ska ha kommit in till domstolen inom 3 veckor från beslutets datum. Sista datum för överklagande finns på sista sidan i beslutet.

Så här gör du

1. Skriv Patent- och marknadsdomstolens namn och målnummer.
2. Förklara varför du tycker att beslutet ska ändras. Tala om vilken ändring du vill ha och varför du tycker att Patent- och marknadsöverdomstolen ska ta upp ditt överklagande (läs mer om prövnings-tillstånd längre ner).

Om du tar upp nya omständigheter ska du förklara varför du inte fört fram detta tidigare.
3. Tala om vilka bevis du vill hänvisa till. Förklara vad du vill visa med varje bevis. Skicka med skriftliga bevis som inte redan finns i målet.

Det är inte säkert att du kan lägga fram nya bevis. Vill du göra det ska du förklara varför du inte lagt fram bevisen tidigare.

Vill du ha nya förhör med någon som redan förhörts eller en ny syn (till exempel besök på en plats), ska du berätta det och förklara varför.

Tala också om ifall du vill att motparten ska komma personligen vid ett sammanträde.

4. Lämna namn och personnummer eller organisationsnummer.

Lämna aktuella och fullständiga uppgifter om var domstolen kan nå dig: postadresser, e-postadresser och telefonnummer.

Om du har ett ombud, lämna också ombudets kontaktuppgifter.

5. Skriv under överklagandet själv eller låt ditt ombud göra det.
6. Skicka eller lämna in överklagandet till Patent- och marknadsdomstolen. Du hittar adressen i beslutet.

Vad händer sedan?

Patent- och marknadsdomstolen kontrollerar att överklagandet kommit in i rätt tid. Har det kommit in för sent avvisar domstolen överklagandet. Det innebär att beslutet gäller.

Om överklagandet kommit in i tid, skickar Patent- och marknadsdomstolen överklagandet och alla handlingar i målet vidare till Patent- och marknadsöverdomstolen.

Har du tidigare fått brev genom förenklad delgivning kan även Patent- och marknadsöverdomstolen skicka brev på detta sätt.

Prövningstillstånd i Patent- och marknadsöverdomstolen

När överklagandet kommer in till Patent- och marknadsöverdomstolen tar domstolen först ställning till om målet ska tas upp till prövning.

Patent- och marknadsöverdomstolen ger prövningstillstånd i fyra olika fall.

- Domstolen bedömer att det finns anledning att tvivla på att Patent- och marknadsdomstolen dömt rätt.
- Domstolen anser att det inte går att bedöma om Patent- och marknadsdomstolen har dömt rätt utan att ta upp målet.
- Domstolen behöver ta upp målet för att ge andra domstolar vägledning i rättstillämpningen.
- Domstolen bedömer att det finns synnerliga skäl att ta upp målet av någon annan anledning.

Om du *inte* får prövningstillstånd gäller det överklagade beslutet. Därför är det viktigt att i överklagandet ta med allt du vill föra fram.

Vill du veta mer?

Ta kontakt med Patent- och marknadsdomstolen om du har frågor. Adress och telefonnummer finns på första sidan i beslutet.

Mer information finns på www.domstol.se.