



SVEA HOVRÄTT
Patent- och
marknadsöverdomstolen
Rotel 020109

BESLUT
2025-02-13
Stockholm

Mål nr
PMÄ 8122-24

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och marknadsdomstolens beslut 2024-05-22 i mål nr PMÄ 5245-24,
se bilaga A

PARTER

Klagande

Jens Poulsen Holding ApS
Østre Havnepromenade 26
9000 Aalborg
Danmark

Ombud: M.H.

Motpart

S.B.

Ombud: M.B.

SAKEN

Upphävande av varumärkesregistrering

PATENT- OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLENS AVGÖRANDE

Patent- och marknadsöverdomstolen avslår överklagandet.

Dok.Id 2146165

Postadress
Box 2290
103 17 Stockholm

Besöksadress
Birger Jarls Torg 16

Telefon
08-561 670 00
08-561 675 00

E-post: svea.avd2@dom.se
www.svea.se

Telefax

Expeditionstid
måndag – fredag
08:00–16:30

YRKANDEN

Jens Poulsen Holding ApS (Jens Poulsen) har yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska upphäva S.B. registrering av varumärket KAFFE & KUK med registreringsnummer 618288 för varor i klasserna 14, 18 och 25.

S.B. har motsatt sig ändring av Patent- och marknadsdomstolens beslut.

PARTERNAS TALAN OCH UTREDNINGEN

Jens Poulsen har i Patent- och marknadsöverdomstolen åberopat samma omständigheter och utvecklat sin talan på i huvudsak samma sätt som i underinstanserna.

S.B. – som inte bereddes tillfälle att yttra sig i Patent- och marknadsdomstolen – har vidhållit vad hon anförde hos Patent- och registreringsverket i frågan om förväxlingsrisk samt har här anfört bl.a. följande i frågan om varumärket strider mot goda seder eller allmän ordning.

Det är inte tillräckligt att kännetecknet i fråga kan anses smaklöst. Vid tidpunkten för prövningen ska omsättningskretsen uppfatta kännetecknet som oförenligt med samhällets grundläggande moraliska värden och normer, såsom de föreligger vid denna tidpunkt. Under senare tid har könsord generellt blivit avdramatiserade och mer accepterade i det allmänna svenska språkbruket. Könsord har förlorat sin vulgaritet till följd av den språkliga utvecklingen i samhället.

Varumärket KAFFE & KUK har använts sedan 2017 och utan att väcka anstöt.

Varorna har främst bestått av handdrejade koppar och annat keramiskt gods som har sålts i den egna butiken, online och genom återförsäljare. Varumärket har inte använts nedsättande och det har aldrig varit syftet att väcka anstöt.

Samma varumärke är sedan tidigare registrerat i andra klasser. Inte heller vid de registreringarna har det bedömts att varumärket strider mot goda seder.

SKÄLEN FÖR BESLUTET

Inledning

Frågan i målet är om det föreligger hinder mot registrering av ordvarumärket KAFFE & KUK på grund av att det sökta varumärket är förväxlingsbart med Jens Poulsens ordvarumärke KAFFE och att det strider mot goda seder eller allmän ordning (se 2 kap. 7 § första stycket 1 och 8 § första stycket 2 varumärkeslagen, 2010:1877).

Frågan om det föreligger risk för förväxling

Bedömningen av risken för förväxling ska göras utifrån en helhetsbedömning där samtliga omständigheter av betydelse i sammanhanget beaktas, framför allt märkenas likhet samt likheten avseende de varor och tjänster som märkena avser. Bedömningen ska göras med utgångspunkt i det helhetsintryck som varumärket förväntas göra på en normalt informerad och skäligen uppmärksam och upplyst genomsnittskonsument av den aktuella varan eller tjänsten.

Patent- och marknadsöverdomstolen bedömer inledningsvis, i likhet med underinstanserna, att omsättningskretsen i detta fall består av konsumenter i allmänhet med en normal grad av uppmärksamhet samt att ordmärket KAFFE har en särskiljningsförmåga av normalgraden i förhållande till de aktuella varorna.

Vad gäller varuslagslikheten delar Patent- och marknadsöverdomstolen underinstansernas bedömning att de varor i klass 18 som det yngre varumärket är registrerat för (bl.a. tygkassar) är av liknande slag som de varor i samma klass som det äldre varumärket är registrerat för (bl.a. resväskor). Vidare instämmer Patent- och marknadsöverdomstolen i underinstansernas bedömning det föreligger identitet mellan de varor i klass 25 som de båda varumärkenas registreringar avser (bl.a. kläder).

När det gäller likheten mellan de varor i klass 14 som det yngre varumärket avser (dvs. smycken) och de varor i klass 25 som det äldre varumärket är registrerat för (bl.a.

kläder) har visserligen dessa varor – som underinstanserna funnit – olika användningsområden. Samtidigt kan det inte bortses från att dessa varor kan utgöra modevaror och att de åtminstone till viss del kan ha samma distributionskanaler och återförsäljare. Patent- och marknadsöverdomstolen bedömer därför, till skillnad från underinstanserna, att det finns en viss likhet mellan varorna i klass 14 och 25.

I fråga om märkeslikheten konstaterar Patent- och marknadsöverdomstolen att det äldre varumärket i sin helhet ingår i det yngre varumärket. Genom att kännetecknen delar en gemensam beståndsdel finns det också en viss fonetisk och visuell likhet mellan dem. Den ovanliga sammansättningen i det yngre varumärket medför emellertid att beståndsdelarna i det yngre varumärket får en delvis annan begreppsmässig innebörd än om beståndsdelarna ses var för sig (jfr t.ex. EU-domstolens dom den 22 oktober 2015, BGW, C-20/14, EU:C:2015:714, punkt 39; se även PMÖD 2021:22). Den gemensamma beståndsdelens KAFFE kan därmed inte anses behålla en självständig kännetecknande ställning i det yngre varumärket (jfr EU-domstolens dom den 6 oktober 2005, Medion, C-120/04, EU:C:2005:594, punkterna 30 och 31).

Även om det finns identitet respektive likhet mellan de varor som de motstående märkena avser, finner Patent- och marknadsöverdomstolen vid en helhetsbedömning att det inte finns någon risk för att genomsnittskonsumenten uppfattar att varorna kommer från samma företag eller från företag med ekonomiska band. Det föreligger därmed inte risk för förväxling.

Frågan om det yngre varumärket strider mot goda seder eller allmän ordning

Enligt 2 kap. 7 § första stycket 1 varumärkeslagen får ett varumärke inte registreras om det strider mot bl.a. goda seder eller allmän ordning. Som Patent- och marknadsöverdomstolen har redogjort för ska begreppet goda seder uppfattas på samma sätt som begreppet ”allmän moral” i artikel 4.1.f) i Europaparlamentets och rådets direktiv 2015/2436 av den 16 december 2015 för tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning, härefter varumärkesdirektivet (se prop. 2009/10:225 s. 414 och prop. 2017/18:267 s. 241 f.).

EU-domstolen har uttalat att begreppet allmän moral avser grundläggande moraliska värden och normer som ett visst samhälle har vid en viss tidpunkt. Dessa värden och normer, som kan variera i tid och rum, ska bedömas med hänsyn till den sociala konsensus som råder i ett samhälle vid tidpunkten för bedömningen. Vid bedömningen ska vederbörlig hänsyn tas till det sociala sammanhanget, i förekommande fall inbegripet den kulturella, religiösa eller filosofiska mångfald som detta sammanhang kännetecknas av för att på ett objektivt sätt fastställa vad detta samhälle vid den tidpunkten anser vara moraliskt acceptabelt. (Se EU-domstolens dom den 27 februari 2020, Constantin Film Produktion mot EUIPO, C-240/18 P, EU:C:2020:118, punkten 39 angående artikel 7.1 f) i Rådets förordning (EG) nr 207/2009 av den 26 februari 2009 om gemenskapsvarumärken, som motsvarar artikel 4.1 f) i varumärkesdirektivet.)

Vid tidpunkten för prövningen ska omsättningskretsen uppfatta kännetecknet som oförenligt med samhällets grundläggande moraliska värden och normer såsom de föreligger vid denna tidpunkt. Det är inte tillräckligt att kännetecknet i fråga kan anses smaklöst. Utgångspunkten är uppfattningen hos en förnuftig person med en genomsnittlig nivå av känslighet och tolerans, med beaktande av det sammanhang där varumärket kan påträffas. Prövningen ska inte begränsas till en abstrakt bedömning av det sökta varumärket, eller vissa delar av detta, utan det ska styrkas ("nachgewiesen" på rättegångsspråket tyska) att omsättningskretsen faktiskt uppfattar användningen av varumärket i det konkreta och aktuella sociala sammanhanget som oförenligt med samhällets grundläggande moraliska värden och normer. (Se det nyssnämnda avgörandet punkterna 40-43.)

Patent- och marknadsöverdomstolen konstaterar att det under flera decennier skett en utveckling i samhället mot en större öppenhet kring sexuella frågor. Samtidigt har det emellertid, särskilt under senare år, kunnat iakttas ett allt tydligare avståndstagande från omotiverade och oönskade sexuella anspelningar och sexuellt färgat språkbruk i det offentliga rummet och andra fora utanför den privata sfären. I ljuset härav kan det, enligt domstolens mening, ifrågasättas om det är förenligt med samhällets grundläggande moraliska värden och normer att konsumenterna utsätts för könsord som skyddade kännetecknen på marknaden för varor som helt saknar samband med sexuallivet.

Den överraskande ordkombinationen i varumärket KAFFE & KUK ger emellertid uttryck för att en humoristisk effekt är avsedd. När orden kombineras på detta sätt får, som ovan anförts, beståndsdelarna i märket en delvis annan innebörd; det innebär bl.a. att könsordet framstår som mindre grovt. Vid en samlad bedömning delar därför Patent- och marknadsöverdomstolen underinstansens bedömning att en användning av varumärket för de varor som registreringen avser för en förnuftig person, med genomsnittlig nivå av känslighet och tolerans, inte skulle uppfattas som oförenlig med grundläggande moraliska värden och normer. Varumärket strider därför inte mot goda seder.

Sammanfattande slutsats

Patent- och marknadsöverdomstolen har bedömt att varumärket KAFFE & KUK inte är förväxlingsbart med varumärket KAFFE och att det inte heller strider mot goda seder eller allmän ordning. 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, 2016:188, om patent- och marknadsdomstolar). Detta beslut får därför inte överklagas.

I avgörandet har deltagit hovrättslagmannen Per Carlson samt hovrättsråden Ulrika Ihrfelt och Mattias Pleiner, referent.



STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Patent- och marknadsdomstolen

PROTOKOLL
2024-05-22
Handläggning i
Stockholm

Aktbilaga 11
Mål nr
PMÄ 5245-24

Handläggning i parternas utevaro

RÄTTEN

Tingsfiskalen Henric Gustafsson

PROTOKOLLFÖRARE

Tingsnotarien Elisabeth Hamill-Keays

PARTER

Klagande

Jens Poulsen Holding ApS,
Østre Havnepromenade 26
9000 Aalborg
Danmark

Ombud: M.H.

Motpart

S.B.

Ombud: Zacco Sweden AB
Box 5581
114 58, Stockholm
Sverige

SAKEN

Registrering av varumärke

ÖVERKLAGAT AGVÖRANDE

Patent- och registreringsverkets beslut den 19 januari 2024 angående
invändnings-ärende nr 2022-00013-01, se [bilaga 1](#).

Dok.Id 2867836

Postadress
Box 8307
104 20 Stockholm

Besöksadress
Rådhuset,
Scheelegatan 7

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

Telefax

Expeditionstid
måndag – fredag
08:00–16:00

BAKGRUND

Den 9 november 2021 registrerade Patent- och registreringsverket (PRV) ordvarumärket KAFFE & KUK med nummer 618288 för varor i klasserna 14, 16, 18, 21, 22 och 25. Sökanden var S.B. med enskild firma The Clay Lab ("S.B.).

Jens Poulsen Holding ApS ("Jens Poulsen") invände mot registreringen och yrkade att den skulle hävas för klasserna 14, 18 och 25. Som grund för sitt yrkande anförde Jens Poulsen att KAFFE & KUK var förväxlingsbart med Jens Poulsens eget varumärke KAFFE med nummer 017871584. Den 19 januari 2024 avslog PRV invändningen.

Jens Poulsen har yrkat att domstolen ska bifalla invändningen i sin helhet. Som grund för sitt överklagande har Jens Poulsen angett i huvudsak följande.

De varor som KAFFE & KUK är registrerat för i klasserna 14, 18 och 25 är till stor del identiska, i andra delar liknande, de varor som KAFFE är registrerat för i klasserna 18 och 25. Det äldre varumärket KAFFE ingår i sin helhet i det yngre varumärket KAFFE & KUK. Det föreligger därför visuella, fonetiska och konceptuella likheter. Det finns konsekvent praxis som slår fast att i den situation då det tidigare varumärket till sin helhet ingår i det yngre så föreligger förväxlingsrisk. Så är det även i nu aktuellt fall. Det räcker inte att det särskiljande elementet "& KUK" har lagts till i slutet av det yngre varumärket för att undanröja förväxlingsrisken. Vidare ska även risken för association vägas in. En konsument som känner till det äldre varumärket KAFFE får uppfattningen att KAFFE & KUK endast är en variant av detta, ett s.k. under-varumärke. Slutligen strider varumärket KAFFE & KUK mot goda seder och allmän ordning.

Efter genomgång av handlingarna meddelar Patent- och marknadsdomstolen följande

BESLUT

Patent- och marknadsdomstolen avslår överklagandet.

Skälen för beslutet

I frågan om förväxlingsrisk gör Patent- och marknadsdomstolen inte någon annan bedömning än PRV har gjort. Det saknas alltså skäl att bifalla överklagandet på den grunden.

Angående den här framställda invändningen om absolut registreringshinder enligt 2 kap. 7 § första stycket 1 varumärkeslagen (2010:1877) gör Patent- och marknadsdomstolen följande överväganden.

Den aktuella bestämmelsen, dvs. hinder mot att registrera varumärken som strider mot bl.a. goda seder eller allmän ordning, tillämpas förhållandevis sällan i svensk domstol (jfr Levin & Hellstadius, Lärobok i immaterialrätt 2023, JUNO, s. 487). Möjligheten att hämta ledning från tidigare praxis är dessutom delvis begränsad eftersom begreppet god sed inte är statiskt. I doktrinen har angetts att om ett varumärke ska vägras registrering på grund av att det är osedligt eller strider mot allmän ordning, bör det nog, inte minst på grund av bedömningens subjektiva natur, röra sig om ett ganska uppenbart fall (se Wessman, Varumärkeslagen, 17 april 2023, JUNO, kommentaren till 2 kap. 7 § första stycket 1).

Det svenska begreppet ”god sed” ska uppfattas på samma sätt som begreppet ”allmän moral” i artikel 4.1 f) i Europaparlamentets och rådets direktiv 2015/2436 av den 16 december 2015 för tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning (se prop. 2009/10:225 s. 414).

EU-domstolen har uttalat att det inte är tillräckligt att det kan anses smaklöst, för att ett varumärke ska anses strida mot allmän moral eller allmän ordning. Vid tidpunkten för

prövningen ska det i stället vara fråga om att omsättningskretsen uppfattar varumärket som oförenligt med samhällets grundläggande moraliska värden och normer. För att avgöra om så är fallet ska man utgå från uppfattningen hos en förnuftig person med en genomsnittlig nivå av känslighet och tolerans, med beaktande av det sammanhang där varumärket kan påträffas. (Se EU-domstolens dom i mål C-240/18, *Fack ju Göthe*, ECLI:EU:C:2020:118, p. 41 och 42).

Av Nationalencyklopedin, som PRV hänvisat till, framgår att kuk är ett ord för det manliga yttre könsorganet som kan användas som en nedsättande beteckning på en man. I detta fall anser Patent- och marknadsdomstolen däremot att det framgår av hur ordet används, dvs. efter "KAFFE &", att det är det manliga yttre könsorganet som avses. Enligt Patent- och marknadsdomstolen kommer KAFFE & KUK därför i första hand uppfattas som sexuellt humoristiskt (jfr uttrycket "kaffe och kaka") och inte som nedsättande. Det kan inte anses uppenbart att en förnuftig person med genomsnittlig nivå av känslighet i Sverige kommer uppfatta denna användning av ordet kuk som oförenlig med grundläggande moraliska värden och normer. Överklagandet kan alltså inte heller bifallas på den grunden att varumärket strider mot goda seder eller allmän ordning. Överklagandet ska därför avslås.

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

Ett överklagande, ställt till Patent- och marknadsöverdomstolen, ska ha kommit in till Patent- och marknadsdomstolen senast den 12 juni 2024. Prövningstillstånd krävs.

Elisabeth Hamill-Keays

Protokollet uppvisat /

2024-01-19

Patrade A/S
Att. Att: Synøve Larsen
Østre Havnepromenade 26, 2. th
9000 Aalborg
DANMARK

Text i märket: KAFFE & KUK
Registreringsnummer: 618288
Ärendenummer: 2022-00013-01
Er referens: I3178SE00

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:M

INKOM: 2024-03-21
MÅLNR: PMÄ 5245-24
AKTBIL: 2

Meddelande från Patent- och registreringsverket (PRV)

Vänligen se bifogat beslut från PRV.

Text i märket: KAFFE & KUK
Registreringsnummer: 618288
Ärendenummer: 2022-00013-01
Er referens: I3178SE00

Avslag av invändning

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår invändningen mot registreringen av varumärket KAFFE & KUK.

Beskrivning av ärendet

Invändaren, Jens Poulsen Holding ApS, har invänt mot varumärket KAFFE & KUK med nummer 618288. Ni kan se fullständig information om registreringen i bilagorna.

Invändaren har begärt att registreringen ska hävas delvis i klasserna 14, 18 och 25 på grund av att innehavarens märke är förväxlingsbart med invändarens märke KAFFE med registreringsnummer 017871584, ni kan se fullständig information om invändarens registrering i bilagorna.

Innehavaren, S.B., har bestridit invändningen.

Sammanfattning av invändarens argument

Likhet mellan varorna

Niceklassificeringen är endast ett administrativt hjälpmedel och därmed inte avgörande för bedömningen om varor och tjänster liknar varandra. Det är därför först och främst uppgiften om varor och tjänster, och inte klassificeringen, som är viktig i detta sammanhang.

Det avgörande är alltså om konsumenterna skulle förväxla eller anta ett samband mellan de två likartade märkena, till följd av likheten mellan varorna.

Det yngre märkets varor i klass 14 utgörs av *Äkta silversmycken; äkta smycken; berlocker [smycken] av oädel metall; broscher [smycken]; dekorativa artiklar för personligt bruk [berlocker eller smycken]; dekorativa pins [smycken]* dessa har en likhet, åtminstone till viss del, med det äldre märkets varor *klädesplagg, skor, huvudbonader* i klass 25 eftersom de är kompletterande varor som vanligtvis finns i samma butiker och riktar sig till samma konsumenter. Dessa varor används tillsammans och produceras och distribueras ofta av samma företag.

Det yngre märkets varor i klass 18 utgörs av *Påsar; shoppingkassar av tyg; tygkassar* har en hög grad av likhet med det äldre märkets varor *koffertar och resväskor* i klass 18 då dessa är av samma karaktär, syfte samt

användningsområde. De har också ofta samma distributionskanaler och tillverkare. Slutligen riktar de sig samma konsumenter.

Mellan de två märkenas varor i klassen 25 råder det identitet.

Likhet mellan märkena

Visuellt är märkena lika varandra. Det äldre märket, KAFFE, ingår i sin helhet i det yngre märket. Det följer av praxis att märken som innehåller eller återger en del av det andra märket åtminstone till viss del anses likna varandra. Vidare lägger omsättningskretsen större vikt vid början av ett märke än de övriga märkesdelarna, vilket ökar risken för förväxling där den första delen av märkena är identiska.

Fonetiskt är märkena lika varandra då de delar ordet KAFFE, samt att omsättningskretsen främst lägger märke till och minns den inledande delen. En hög grad av fonetisk likhet finns därmed.

Konceptuellt innehåller båda märkena ordet KAFFE vilket enligt danska ordboken definieras som *varm, svart eller mörkbrun dryck gjord av kokt vatten och rostade och malda kaffeböror*. Det måste således dras slutsatsen att det finns en viss grad av begreppsmässig likhet mellan det äldre och det yngre märket.

Slutsats

Med hänsyn till ovan är det en klar risk för att en registrering av det yngre märket kan komma att innebära förvirring hos omsättningskretsen, vilket beror på att det sökta märket har en hög grad av likhet med det äldre märkets tidigare rättigheter samt att varorna är identiska och likartade.

Hänsyn ska också tas till att omsättningskretsen sällan har möjlighet till en direkt jämförelse mellan märkena och därför får förlita sig på sin bleknande minnesbild. Vilket innebär att mindre skillnader mellan märkena inte kommer att beaktas av omsättningskretsen vilket ökar risken för förväxling.

Omsättningskretsen kan också komma att tro det finns ett samband mellan det äldre märket och det yngre märket, då de är utformade på ett liknande sätt. Därmed kan omsättningskretsen tro att det yngre märket är ett undervarumärke till det äldre märket.

Därmed finns det risk för förväxling mellan det äldre och det yngre märket varpå det yngre märket ska avslås sett till varorna i klasserna 14, 18 och 25.

Sammanfattning av innehavarens argument

Likhet mellan varorna

De varor det yngre märket har i klass 14 har ingen motsvarighet i eller likhet med de varor och tjänsterna det äldre märket avser i klasserna 18, 25 och 35.

Vad gäller varorna, *påsar; shoppingkassar av tyg; tygkassar* i klass 18 som omfattas av det yngre märket har inte dessa någon likhet med det äldre märkets varor *läder och läderimitationer; djurhudar och pälsskinn; koffertar och resväskor; paraplyer* i samma klass.

Trots att det går att förvara föremål både i en tygpåse/shoppingkasse och en koffert/resväska, är de olika till sin natur och fyller olika behov. De är inte utbytbara eller konkurrerar med varandra, då de har sina respektive tydliga användningsområden – koffertar/resväskor att användas för typiskt större och fler föremål vid resa och liknande, respektive tygpåse/shoppingkasse att användas för typiskt sätt färre och mindre föremål vis shopping eller liknande. De tillverkas normalt inte heller av samma näringsidkare. Varorna i klass 18 är således olika.

De båda märkena sammanfaller endast i klass 25.

Likhet mellan märkena

Båda märkena avser ordmärken, båda innehåller ordet KAFFE men det yngre märket har även ordet KUK vilket inte har någon motsvarighet i det äldre märket.

Det gemensamma ordet KAFFE skapar viss fonetisk och visuell likhet, men helhetsintrycket av de båda märkena är helt olika.

Sammantagen helhetsbedömning

Vid en förväxlingsbedömning ska helhetsintrycket av respektive märke bedömas och huruvida helhetsintrycken kan förväxlas.

Ordet KUK dra onekligen till sig uppmärksamhet. Det är ett ovanligt ord i varumärkessammanhang och det yngre märket är det enda registrerade märket i Sverige som innehåller detta ord.

Ordet KUK används på ett lekfullt sätt och med glimten i ögat tillsammans med KAFFE. Ordkombinationen är väldigt långsökt. Tillsammans skapar kombinationen en unik helhet.

Ordet KUK är det dominerande ordet i det yngre märket då det kan ses som lite förbjudet och väldigt sällan används i samband med ett varumärke. Ordet är utan tvekan den mest iögonfallande delen och det som stannar kvar i betraktarens minne. Ordet KAFFE blir underordnat i märket.

Detta medför att helheten i varumärket KAFFE & KUK distanserar sig så markant från märket KAFFE att det undanröjer risk för förväxling, även för varor i klass 25.

Invändningen ska därmed avslås och märket KAFFE & KUK ska beviljas registrering.

PRV:s bedömning

Utgångspunkter för bedömning av förväxling

Det går inte att registrera ett varumärke om det liknar andra kännetecken (varumärken eller företagsnamn) som gäller liknande varor eller tjänster. Det finns även en risk för att kännetecknen kan förväxlas om omsättningskretsen tror att varorna eller tjänsterna kommer från samma företag eller från företag med ekonomiska band.

När vi bedömer risken för förväxling gör vi alltid en helhetsbedömning. Vi tar

hänsyn till hur lika kännetecknen är och graden av likhet mellan varorna och tjänsterna. Vi fäster även vikt vid det äldre kännetecknets särskiljningsförmåga, vilket avgör dess skyddsomfång.

Identitet, likhet samt ingen likhet mellan varor och tjänster

Klass 14:

Mellan de varor innehavarens märke avser i klass 14 och de varor invändarens märke avser i klass 18 finns ingen likhet. Detta då varorna i klass 14 uteslutande avser smycken. Varorna i klass 14 har ett annat användningsområde än de varor som återfinns i invändarens registrering avseende klass 18. Vidare skiljer sig varorna åt vad gäller varuslag, distributionskanaler samt tillverkare/leverantörer.

Vad gäller innehavarens varor i klass 14 och invändarens varor i klass 25 råder det inte heller någon likhet. Beklädnadsvarorna i klass 25 skiljer sig från smyckesvarorna i klass 14 vad gäller art och användningsområde. De sammanfaller vanligen inte heller i distributionskanaler, tillverkare eller leverantörer.

Klass 18:

Samtliga innehavarens varor i klass 18 är av liknande slag som varorna *koffertar* och *resväskor* som invändaren har. Detta då dessa varor har samma syfte, nämligen att förvara saker i. De kan även ha samma distributionskanaler, tillverkare och omsättningskrets.

Klass 25:

Samtliga innehavarens varor i klass 25 är identiska med invändarens varor inom samma klass.

Omsättningskrets och uppmärksamhetsgrad

Beroende på vilka varor eller tjänster det gäller kan uppmärksamheten hos konsumenterna variera. Omsättningskretsen kan utgöras av både privatpersoner och företagskunder. En hög grad av uppmärksamhet medför att konsumenten är mer uppmärksam på skillnaderna i kännetecknen medan en lägre grad av uppmärksamhet medför att konsumenten inte fäster lika stor vikt vid skillnaderna och lättare kan förväxla kännetecknen. Därför tar vi hänsyn till graden av uppmärksamhet hos omsättningskretsen när vi bedömer om kännetecknen kan förväxlas.

I det här fallet riktar sig varorna till konsumenter i allmänhet. Vi bedömer att graden av uppmärksamhet hos omsättningskretsen för dessa varor och tjänster är normal.

Likhet mellan märkena

De kännetecknen som ska jämföras är följande:

KAFFE & KUK	KAFFE
-------------	-------

Invändarens märke

Innehavarens märke

När vi bedömer om kännetecken liknar varandra tar vi hänsyn till deras visuella, fonetiska och begreppsmässiga likheter och skillnader.

De två motställda märkena är båda ordmärken. De delar en visuell likhet med varandra då de båda inleds med ordet KAFFE. Visuellt skiljer de sig från varandra i och med att innehavarens märke även har märkesdelarna "&" samt "KUK".

Fonetiskt finns en likhet då märkena delar ordet KAFFE, fonetiskt skiljer de sig åt då innehavarens märke även har märkesdelarna "&" och "KUK".

Invändarens märke utgörs av ordet KAFFE och innehavarens märke med orden KAFFE & KUK. Trots att de båda delar ordet KAFFE ger märkena som helhet inte upphov till samma associationer. Invändarens märke leder tankarna enbart till en varm dryck. Ordet KUK i innehavarens märke syftar däremot till det manliga könsorganet och tillsammans med KAFFE skapar det en ovanlig association som inte finns i invändarens märke.

Det äldre kännetecknets särskiljningsförmåga

Invändarens märke, KAFFE, är benämningen på en varm, mörk dryck som har en stark doft. I förhållande de till de varor som är aktuella i detta ärende har det äldre kännetecknet en normal grad av särskiljningsförmåga.

Helhetsbedömning

PRV konstaterar att det inte råder någon förväxling mellan de två motställda märkena trots att de inleds med samma ord. Detta då det finns visuella och fonetiska skillnaderna mellan märkena genom tillägget av orden & KUK. Den ovanliga sammansättningen i innehavarens märke bidrar till att begreppsmässigt distansera märkena från varandra då det i allmänhet är lättare att komma ihåg ett märke som innehåller ett ord som väcker reaktion samt inte är vanligt förekommande i varumärkessammanhang. Sammanfattningsvis överväger de skillnader som finns mellan märkena.

Vid en samlad bedömning finner PRV att de två motställda märkena inte är förväxlingsbara med varandra.

PRV avslår därför invändningen.

Beslutat den 19 januari 2024 av Sara Dahlberg efter föredragning av Camilla Brandt.

Bestämmelser

Beslutet har tagits med stöd av följande bestämmelser:

Varumärkeslagen (2010:1877)

2 kap. 29 § (*avslag av invändning, hinder saknas*)

Hur man överklagar

Detta beslut kan överklagas till Patent- och marknadsdomstolen. Om ni vill överklaga beslutet ska ni göra det skriftligen. Skicka överklagandet till:

Patent- och marknadsdomstolen
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

Om ni vill överklaga måste PRV få er överklagan inom två (2) månader från beslutsdagen.

Bilaga – innehavarens registrering

Ansökan ID: 2021-07041

Ansökan datum: 2021.10.15

Prioritetsdatum

Reg. nummer: 618288

Reg. Datum: 2021.11.09

Frist Datum: 2032.04.15

Seniority Date:

Status Registrerad

Märkestyp Verbalt

Domän Nat.

Text i märket **KAFFE & KUK**

Niceklasser: 14,16,18,21-22,25

14: Äkta silversmycken; äkta smycken; berlocker [smycken] av oädel metall; broscher [smycken]; dekorativa artiklar för personligt bruk [berlocker eller smycken]; dekorativa pins [smycken].

16: Konstverk tillverkade av papper; tredimensionell väggkonst av papper; väggprydnader av papper; klippta bilder, mönster och ornament av papper (paper cuttings).

G& S: 18: Påsar; shoppingkassar av tyg; tygkassar.
21: Fat; bordsserviser av porslin; middagsserviser av porslin; skyltar av porslin; väggprydnader av porslin; underlägg av porslin; bordsserviser av keramik; kaffeserviser av keramik; keramik för hushållsändamål; keramik för köksändamål; tunna tygpåsar för användning vid matlagning.
22: Påsar av textil för emballering; påsar för förvaringsändamål; presentpåsar av tyg.
25: Delar av kläder, fotbeklädnader och huvudbonader; fotbeklädnader; huvudbonader; kläder.

Ansökan namn:



Ombudets namn:

Zacco Sweden AB
Box 5581 114 85 Stockholm

Bilaga – invändarens äldre kännetecken

Ansökan ID: 017871584

Ansökan datum: 2018.03.09

Prioritetsdatum

Reg. nummer:

Reg. Datum: 2018.07.05

Frist Datum: 2028.03.09

Seniority Date:

Status Registrerad

Märkestyp Verbalt

Domän EUTM

Text i märket KAFFE

Niceklasser: 18,25,35

18: Läder och läderimitationer; Djurhudar och pälskinn; Koffertar och resväskor; Paraplyer.

G& S: 25: Kläder, fotbeklädnader, huvudbonader.

35: Detaljhandel och direktanslutna butikstjänster inom områdena för kläder, fotbeklädnader, huvudbonader, väskor och börsar.

Ansökan namn: Jens Poulsen Holding ApS
c/o DK Company Online A/S Thrigesvej 7 Ikast 7430

Ombudets namn: PATRADE A/S
Ceresbyen 75 Aarhus C 8000



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 rätts-tillämpningen.
- 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.