



SVEA HOVRÄTT
Patent- och
marknadsöverdomstolen
Rotel 020112

BESLUT
2025-10-02
Stockholm

Ärende nr
PMÄ 4987-25
PMÄ 4988-25

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och marknadsdomstolens beslut 2025-03-19 i ärendena nr PMÄ 20925-24 och PMÄ 20929-24, se bilaga A och B

PARTER

Klagande

Aktiebolaget Trav och Galopp, 556180-4161
161 89 Stockholm

Ombud: Advokaterna P.S. och U.N.

Motpart

Patent- och registreringsverket
Box 530
826 27 Söderhamn

SAKEN

Registrering av varumärke

PATENT- OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLENS AVGÖRANDE

1. Med ändring av Patent- och marknadsdomstolens beslut upphäver Patent- och marknadsöverdomstolen Patent- och registreringsverkets beslut att avslå ansökningarna om registrering av varumärkena TRAV OCH GALOPP respektive TRAV & GALOPP för

- alla varor utom spel i klass 28,
- alla tjänster i klasserna 38, och
- alla tjänster utom sport- och idrottsaktiviteter, underhållning, produktion av radio- och tv-program, utarbetande av radio- och tv-program eller filmproduktion i klass 41, samt återförvisar ärendena till Patent- och registreringsverket för fortsatt handläggning i dessa delar.

2. Patent- och marknadsöverdomstolen avslår överklagandena i övrigt.

Dok.Id 2236832

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

Aktiebolaget Trav och Galopp har yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen, med ändring av de överklagade besluten, ska bevilja registrering av de sökta varumärkena TRAV OCH GALOPP och TRAV & GALOPP.

Patent- och registreringsverket (PRV) har bestritt ändring.

PARTERNAS TALAN OCH UTREDNINGEN

Bolaget har i Patent- och marknadsöverdomstolen till grund för sitt yrkande åberopat samma omständigheter som i underinstansen samt här utvecklat sin talan på i huvudsak samma sätt som där.

PRV, som i underinstansen hänvisade till sitt beslut i respektive ärende, har här yttrat sig och vidhållit att de sökta märkena är beskrivande för de aktuella varorna och tjänsterna samt att de inte har förvärvat särskiljningsförmåga

Utredningen i Patent- och marknadsöverdomstolen är densamma som i underinstansen.

SKÄLEN FÖR BESLUTET

Inledning

Ärendena rör frågan om ordvarumärkena TRAV OCH GALOPP och TRAV & GALOPP har för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för de sökta varorna och tjänsterna.

Vart och ett av varumärkena har sökts registrerat för vissa typer av lotter, bl.a. ”Skraplotter för lotterispel”, och för ”spel” i klass 28 samt vissa slag av tjänster avseende telekommunikation, bl.a. ”Sändning och överföring av tv-program”, i klass 38. Varumärkena har också sökts registrerade för ”Drivande av lotteri och

Lotteriverksamhet; Hasardspelstjänster; Sport och idrottsaktiviteter; Vadhållningsverksamhet; Underhållning; Produktion av radio- och TV-program; Utarbetande och produktion av tv- och radioprogram; Filmproduktion” i klass 41.

Omsättningskretsen m. m.

Med utgångspunkt i de varor och tjänster som de sökta märkena avser hör, som Patent- och marknadsdomstolen funnit (s. 11), konsumenter i allmänhet över 18 år till omsättningskretsen (se EU-domstolens dom den 29 april 2004, Björnekulla Fruktindustrier, C-371/02, punkterna 24 och 25). Med avseende på hasardspel och vadhållning bör omsättningskretsen, enligt Patent- och marknadsöverdomstolens mening, i vad den avser konsumenter begränsas till dem som använder sådana tjänster.

Konsumenter i allmänhet får, som Patent- och marknadsdomstolen anført (s.11), anses ha en uppmärksamhet av normalgraden (se bl.a. EU-domstolens domar den 16 juli 1998, Gut Springenheide och Tusky, C-210/96, punkten 37, och den 21 juni 2001, Philips, C-299/99, punkten 63). En genomsnittlig konsument av dem som ägnar sig åt hasardspel eller vadhållning får, enligt Patent- och marknadsöverdomstolens mening, anses ha en större kunskap om och högre grad av uppmärksamhet med avseende på tjänster av dessa slag än konsumenter i allmänhet.

Till omsättningskretsen räknas också företag som är verksamma i bl.a. den eller de branscher där tjänsterna hasardspel respektive vadhållning förekommer, t.ex. sådana s.k. ATG-butiker i vilka bolagets tjänster tillhandahålls (se EU-domstolens domar den 4 maj 1999, Windsurfing Chiemsee, mål C-108/97 och 109/97, punkt 29, den 29 april 1999, General Motors, C-375/97, punkt 24, och den 29 april 2004, Björnekulla Fruktindustrier, C-371/02, punkterna 24 och 25). Personer knutna till företag av detta slag får förutsättas ha tämligen stor kunskap om tjänsterna i fråga och om kännetecknen som används för dessa.

Allmänt om särskiljningsförmåga

En förutsättning för att varumärkena ska anses ha ursprunglig eller förvärvad särskiljningsförmåga är, som Patent- och marknadsdomstolen anför (s. 10), att en normalt informerad genomsnittskonsument av varorna eller tjänsterna i fråga uppfattar märket som ett kännetecken för dessa (jfr EU-domstolens dom den 8 april 2003, Linde m.fl., C-53/01–C-55/01, punkten 41). För att varumärkena ska anses ha för registrering erforderlig särskiljningsförmåga är det alltså inte tillräckligt att enbart personer knutna till företag i de aktuella branscherna uppfattar märkena som kännetecken för varorna och tjänsterna i fråga (jfr den ovan nämnda domen i Björnekulla, punkt 26).

De sökta märkenas ursprungliga särskiljningsförmåga

Ligaturen & är en sammanskrivning av bokstäverna e och t och en symbol för det latinska ordet *et* i betydelsen ”och”. Tecknet är vanligt förekommande i bl.a. kännetecken och är av en genomsnittlig konsument ägnat att uppfattas som synonymt med ordet och. De sökta varumärkena TRAV OCH GALOPP och TRAV & GALOPP är därför ägnade att av den genomsnittliga konsumenten i respektive del av omsättningskretsen uppfattas ha samma innebörd.

De betydelsebärande orden TRAV och GALOPP i de sökta märkena används, som Patent- och marknadsdomstolen funnit (s. 11), bl.a. för de inom hästsporten förekommande grenarna trav respektive galopp. Orden används också, som underinstansen anför (s. 11), i samband med vadhållning och spel av de slag som förekommer i samband med travsport och galoppsport. Var för sig är orden därmed beskrivande för bl.a. vadhållning.

Att bolaget har ett skydd för sitt företagsnamn genom registrering innebär, som Patent- och marknadsdomstolen anför, i sig inte en rätt att registrera namnet som varumärke (se det nyssnämnda beslutet, s. 12). Det hänger samman med bl.a. att kravet på särskiljningsförmåga vid registrering av företagsnamn i praktiken är lägre än det som tillämpas vid registrering av varumärken (se Merit Berlips Persson, Företagsnamn och varumärken, Det korsvisa skyddet, s. 136, med där gjorda hänvisningar.)

I det följande bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen de sökta varumärkenas ursprungliga särskiljningsförmåga i förhållande till de sökta varorna och tjänsterna i respektive klass. Inget hindrar domstolen från att begränsa motiveringen till sådant som gäller för en kategori eller grupp av varor eller tjänster (se härtill EU-domstolens dom den 15 februari 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, punkterna 37 och 38).

Varorna i klass 28

Det finns inga hållpunkter i utredningen eller enligt vad som är allmänt veterligt för att varor i form av skraplotter eller skrapkort för lotterispel, lottsedlar eller lotter, som de sökta varumärkena avser i klass 28, som sådana av genomsnittskonsumenten sätts i samband med vare sig trav- eller galoppsport. Vart och ett av bolagets varumärken får därför anses ha ursprunglig särskiljningsförmåga för dessa varor.

Varor i form av spel, som varumärkena också avser i klass 28, skiljer sig från lotter av olika slag, bl.a. i det att t.ex. ett sällskapsspel till sitt innehåll kan bygga på trav- och/eller galoppsport. Inget av bolagets varumärken kan därför anses ha ursprunglig särskiljningsförmåga för varuslaget spel. Patent- och marknadsöverdomstolen återkommer nedan till frågan om märkena förvärvat särskiljningsförmåga för bl.a. detta varuslag.

Tjänsterna i klass 38

De tjänster som bolagets märken avser i klass 38, såsom ”Sändning och överföring av tv-program”, avser tillhandahållandet av möjligheten för (minst) en part att kommunicera med en annan samt sändning och överföring av information. Ett skydd för tjänster av detta slag omfattar emellertid inte innehållet i vare sig kommunikationen, sändningen eller överföringen av information.

Vid dessa förhållanden är varken varumärket TRAV OCH GALOPP eller varumärket TRAV & GALOPP beskrivande för någon av de aktuella tjänsterna i klass 38.

Tjänsterna i klass 41

De tjänster som bolagets varumärken avser i klass 41 kan kategoriseras på olika sätt. Till skillnad från de ovan prövade tjänsterna i klass 38, tar tjänsterna i klass 41 sikte på det materiella innehållet i respektive tjänst. Vid bedömning av frågan om ursprunglig särskiljningsförmåga har det därför betydelse om de olika tjänsterna till sitt innehåll kan sättas i samband med trav- och/eller galoppsport.

Som ovan konstaterats används märkesorden TRAV och GALOPP i samband med vadhållning och spel på hästar av det slag som förekommer i samband med såväl travsport som galoppsport. Vart och ett av bolagets varumärken TRAV OCH GALOPP och TRAV & GALOPP saknar därmed ursprunglig särskiljningsförmåga med avseende på sådana tjänster som används i eller har samband med trav- och galoppsport.

Lotterier och hasardspel utmärks av att utgången beror helt eller huvudsakligen av slumpen. Det innebär att de sökta tjänsterna ”Drivande av lotteri och Lotteriverksamhet” och tillhandahållande av ”hasardspelstjänster” skiljer sig från bl.a. anordnande av vadhållning och spel på hästar av det slag som förekommer i samband med trav- och galoppsport.

I målet har inte framkommit något som tyder på att vare sig trav- eller galoppsport sätts i samband med lotterier eller med hasardspel i egentlig mening. Inte heller har framkommit att det skulle föreligga något frihållningsbehov för vare sig TRAV OCH GALOPP eller TRAV & GALOPP med avseende på de nu aktuella tjänsterna. Vart och ett av varumärkena får därför anses ha erforderlig, ursprunglig särskiljningsförmåga för ”Drivande av lotteri och lotteriverksamhet” och ”hasardspelstjänster”.

Övriga tjänster som bolagets märken avser i klass 41 är sådana som kan ha trav- och eller galoppsport som föremål, t.ex. sport- och idrottsaktiviteter i form av trav- eller galopptävlingar. Vart och ett av bolagets varumärken TRAV OCH GALOPP och TRAV & GALOPP får därför anses vara beskrivande för ”Sport och idrottsaktiviteter”; ”Underhållning”; ”Produktion av radio- och TV-program”; ”Utarbetande och produktion av tv- och radioprogram” samt för ”Filmproduktion”.

De sökta märkenas förvärvade särskiljningsförmåga

Av utredningen framgår att Aktiebolaget Trav och Galopp sedan år 1974 här i landet tillhandahållit spel på hästar. Det framgår också att bolaget hade ensamrätt till spel på hästar fram till den 1 januari 2019, då den svenska spelmarknaden omreglerades. Det följer av erfarenhet att en ensamrätt att bedriva en verksamhet av detta slag varit ägnad att skapa kännedom om de kännetecken som bolaget använde för tillhandahållandet av spel på hästar.

Utredningen visar att bolaget använt flera olika kännetecken för tillhandahållandet av spel på hästar. Förutom företagsnamnet Aktiebolaget Trav och Galopp har bolaget använt dominanten TRAV OCH GALOPP och akronymen ATG samt särskilda kännetecken för olika spelformer, t.ex. V75. Ofta har företagsnamnet, dominanten eller akronymen använts tillsammans med något av bolagets särskilda kännetecken.

Vid denna användning har kännetecknet TRAV OCH GALOPP inte haft någon framträdande plats. I denna användning får TRAV OCH GALOPP emellertid anses ha kännetecknat såväl bolaget som dess verksamhet och tjänster i form av spel på hästar, eftersom användningen varit ägnad att förmedla intrycket av att det föreligger ett samband mellan TRAV OCH GALOPP och tjänsterna (jfr SOU 1967:35 s. 111 f. och 177 samt EU-domstolens dom den 11 september 2007, Céline, C-17/06, punkt 23).

Av utredningen framgår vidare att bolaget använt sina kännetecken, inbegripet TRAV OCH GALOPP, i mycket stor omfattning för spel på hästar i form av vadhållning. Enligt vad utredningen visar har bolaget också gjort stora investeringar i marknadsföring. Kantar Sifo AB har, enligt en s.k. rate card-modell, beräknat att dessa investeringar uppgått till i genomsnitt drygt 344 miljoner kr per år under åren 2018–2020. Det framgår inte om denna marknadsföring avsett endast spel på hästar eller om den också varit inriktad på annat.

Information från Spelinspektionen ger vid handen att kommersiellt onlinespel och vadhållning är det spelområde som omsätter mest pengar här i landet och att omsätt-

ningen år 2023 uppgick till sammanlagt drygt 17 031 miljoner kr. Enligt bolagets årsredovisningar för åren 2021–2023 var bolaget under dessa år den största aktören på licensmarknaden för vadhållning och kommersiellt onlinespel med en marknadsandel om 33 procent år 2021 och 30 procent vart och ett av åren 2022 och 2023.

Av den marknadsundersökning som utförts av Brand Eye AB år 2021 avseende kännetecknet TRAV OCH GALOPP framgår, som Patent- och marknadsdomstolen redogjort för (s. 15), att 76 procent av dem som spelar på hästar satt TRAV OCH GALOPP i samband med ATG eller något av bolagets övriga kännetecken. Att vissa av respondenterna avgivit svar som innehåller ”ATG” jämte ord såsom ”hästar”, ”spel på hästar”, ”trav”, ”travsport” och ”travtävlingar” minskar enligt Patent- och marknadsöverdomstolens mening inte kopplingen till bolaget.

Vidare framgår av marknadsundersökningen, som Patent- och marknadsdomstolen också redogjort för (s. 15), att 62 procent av dem som spelar på hästar instämt i påståendet att TRAV OCH GALOPP är benämning på ett visst företag i spelbranschen. Marknadsundersökningen ger därmed stöd för att TRAV OCH GALOPP, bland dem som spelar på hästar, utgör ett kännetecken för bolaget som aktör i spelbranschen och de tjänster som bolaget tillhandahåller avseende spel på hästar.

Patent- och marknadsöverdomstolen har också tidigare bedömt särskiljningsförmågan hos bolagets kännetecken, med den bevisverkan detta har (se bl.a. domstolens dom den 24 januari 2025 i mål nr PMT 2942-23). Domstolen har bl.a. funnit att det finns skäl att anta att allmänheten i Sverige uppfattar ATG som ett varumärke som utgör en förkortning (s.19) samt att tre av bolagets EU-varumärken bestående av eller innehållande akronymen ATG hos allmänheten i Sverige är kända av för spel- och vadhållningstjänster (s. 8, 26 och 27).

Vid en samlad bedömning av utredningen finner Patent- och marknadsöverdomstolen att bolagets varumärke TRAV OCH GALOPP genom användning kommit att i omsättningskretsen uppfattas som ett kännetecken för bolagets tjänster avseende spel på hästar samt att varumärket därmed förvärvat sådan särskiljningsförmåga att det kan registreras även för vadhållningsverksamhet.

Med hänsyn till vad som anförts ovan om att varumärkena TRAV OCH GALOPP och TRAV & GALOPP betraktade i sin helhet är ägnade att uppfattas ha samma innebörd, får också varumärket TRAV & GALOPP anses ha kommit att uppfattas som ett kännetecken för bolagets tjänster avseende spel på hästar. Även varumärket TRAV & GALOPP kan därför registreras för vadhållningsverksamhet.

I bolagets årsredovisningar för åren 2020–2023 finns en beskrivning av verksamheten i dess dotterbolag Kanal 75 AB. I årsredovisningen för år 2023 anges att Kanal 75 AB ”producerar tv-underhållning och redaktionellt material som distribueras via ATG.se TV4:s olika kanaler, ATG:s ombud och genom den egna tv-kanalen ATG Live”. Det anges också bl.a. att Kanal 75 AB producerar utbildningsfilmer och att bolaget har sändningsrätter till annan sport.

Varken uppgifterna i årsredovisningarna eller utredningen i övrigt visar emellertid att något av märkena genom användning kommit att uppfattas som kännetecken för vare sig tjänsterna sport- och idrottsaktiviteter, underhållning, produktion av radio- och tv-program, utarbetande av radio- och tv-program eller filmproduktion i klass 41. Inte heller är visat att något av varumärkena genom användning kommit att uppfattas som ett kännetecken för varuslaget spel i klass 28.

Sammanfattning

Vart och ett av varumärkena TRAV OCH GALOPP och TRAV & GALOPP har ansetts ha ursprunglig särskiljningsförmåga för sådana skraplotter, skrapkort, lottsedlar och lotter som de avser i klass 28. De har också ansetts ha ursprunglig särskiljningsförmåga för alla de tjänster de avser i klass 38 samt för drivande av lotteri och lotteri-verksamhet samt för hasardspelstjänster i klass 41. Vidare har de båda varumärkena ansetts ha förvärvat särskiljningsförmåga för bolagets tjänster avseende spel på hästar samt att de därför kan registreras även för vadhållningsverksamhet i klass 41. För övriga varor och tjänster har inget av märkena befunnits ha för registrering erforderlig särskiljningsförmåga.

Patent- och marknadsdomstolens beslut ska alltså ändras på så sätt att PRV:s avgöranden ska upphävas i de delar som framgår av beslutet i punkten 1 och ärendena i dessa delar återförvisas till PRV för fortsatt handläggning. I övriga delar ska överklagandena 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 f. hovrättslagmannen Per Carlson, referent, hovrättsråden Kerstin Norman och Ulrika Persson, skiljaktig, samt tf. hovrättsassessorn Henric Hafdell.

Skiljaktig mening, se nästa sida.

Skiljaktig mening

Ulrika Persson är skiljaktig när det gäller vilka som ingår i omsättningskretsen och vilken uppmärksamhetsgrad de har, om de sökta märkena också är beskrivande för andra varor och tjänster i klasserna 28 respektive 41 samt om utredningen ger stöd för att särskiljningsförmåga kan anses vara förvärvad genom inarbetning för vadhållning.

Enligt min mening ska omsättningskretsen begränsas till konsumenter i allmänhet över 18 år endast när det gäller sådana varor och tjänster där det finns ett krav på att konsumenten uppnått nämnda ålder för att kunna köpa dessa. Det gäller således för varor och tjänster som innebär spel om pengar som t.ex. skraplotter för lotterispel och vadhållning. För övriga varor och tjänster är kretsen enligt min mening vidare och omfattar konsumenter i allmänhet utan någon fast åldersgräns. När det gäller konsumenternas uppmärksamhetsgrad anser jag att den är av normalgraden för samtliga varor och tjänster som omfattas av ansökningarna.

Klass 28 omfattar varor, som t.ex. leksaker och varor för nöjen, men inte tjänster. Det innebär att varuslaget ”spel” som anges i klass 28 i ansökningarna t.ex. omfattar ett sällskapsspel, men inte vadhållning som är en tjänst.

Jag instämmer i majoritetens bedömning att eftersom ett sällskapsspel till sitt innehåll kan bygga på trav- och galoppsport kan inget av de sökta märkena anses ha ursprunglig särskiljningsförmåga för varuslaget spel. Till skillnad från majoriteten anser jag att detsamma även gäller för ”[s]kraplotter för lotterispel” och övriga varor i klass 28 som omfattas av ansökningarna. Även sådana varor kan bygga på ett trav- och galopptema som gör att de sökta märkena skulle bli beskrivande för varorna. Det förhållandet att det idag kanske inte finns några sådana varor på marknaden saknar betydelse (se EU-domstolens dom den 23 oktober 2003, Harmoniseringsbyrån mot Wrigley, C-191/01 P, punkt 32).

Enligt min mening skulle även ”[d]rivande av lotteri och lotteriverksamhet” och ”[h]asardspelstjänster” i klass 41 kunna bygga på ett trav- och galopptema vilket

medför att jag inte heller anser att de sökta märkena har ursprunglig särskiljningsförmåga i de delarna.

Till skillnad från majoriteten anser jag inte att utredningen ger stöd för att de sökta märkena genom användning kommit att uppfattas som kännetecken för varan ”spel” i klass 28 eller tjänsten ”vadhållning” i klass 41.

I fråga 3 i marknadsundersökningen som är daterad den 10 mars 2021 och som benämns Inarbetning TRAV OCH GALOPP har 545 respondenter svarat på frågan om de tänker på några produkter eller tjänster när de hör eller ser ordkombinationen TRAV OCH GALOPP. Resultatet har redovisats under fyra olika rubriker. Av informationen under den första rubriken framgår att så många som 100 av 116 personer har svarat ATG. Det finns ingen följdfråga som ger svar på om de ansett att ATG är en vara eller en tjänst och det är därmed inte möjligt att lägga detta till grund för att de tänkt på någon av de varor eller de tjänster som söks i klasserna 28 respektive 41. Tolv personer har även gett ett svar som innehåller ordet spel, men av 116 svar är det en väldigt liten andel. Av informationen under den andra rubriken framgår att 140 av 158 personer har svarat beteckningar som V75, Harry, Harry Boy, V75, Dagens Dubbel, DD och V65. Inte heller här finns någon följdfråga som ger svar på om de ansett att nämnda beteckningar motsvarar en vara eller en tjänst som omfattas av varumärkesansökningarna. Nio personer har utöver någon av benämningarna angett spel, betting eller tips, men av 158 svar är det en väldigt liten andel. Av informationen under den tredje rubriken framgår att tolv personer har gett svar som kopplats till andra företag än Aktiebolaget Trav och Galopp eller som syftat till fler än ett bolag. Endast för den sista kategorin som redovisats under rubriken Övriga svar inkluderande allmänna svar kring spel och hästar m.m. finns de faktiska svaren redovisade. Av dessa 259 svar finns det ca 120 personer som har lämnat svar som innehåller ord som betting, spel, odds, tips och vadslagning. Så många som 72 personer har emellertid bara svarat nej. Det kan inte uppfattas på annat sätt än att de inte tänkt på några produkter eller tjänster när de hört eller sett ordkombinationen TRAV OCH GALOPP. Av de övriga dryga sextioalet svar finns svar som enligt min bedömning inte kan tolkas som att de skulle avse någon

av varorna i klass 28 eller tjänsterna i klass 41. Sammantaget finner jag att marknadsundersökningen inte ger stöd för att de sökta märkena genom användning kommit att uppfattas som kännetecken för någon av de aktuella varorna eller tjänsterna.

Av det marknadsföringsmaterial som har åberopats framgår att TRAV OCH GALOPP i stort sett uteslutande använts med ett inledande ”AB”. Informationen har förekommit på en undanskymd plats i material där framför allt andra benämningar som t.ex. V75 lyfts fram för diverse tjänster. Enligt min mening har det varit fråga om en användning som syftat till att identifiera företaget som tillhandahållare av tjänster under andra benämningar. I likhet med Patent- och marknadsdomstolen anser jag att det huvudsakliga syftet med att TRAV OCH GALOPP förekommit på kvitton m.m. har varit för att konsumenter ska kunna identifiera bolaget som betalningsmottagare.

Sammanfattningsvis är det min bedömning att de sökta märkena saknar såväl ursprunglig som förvärvad särskiljningsförmåga för samtliga varor och tjänster i klasserna 28 respektive 41. Det saknas därmed skäl att ändra Patent- och marknadsdomstolens beslut såvitt avser klasserna 28 och 41. Överröstad i dessa delar är jag övrigt är jag ense med majoriteten.



STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Patent- och marknadsdomstolen
PMD:M

Mål nr PMÄ 20925-24

Rättelse/komplettering

Slutligt beslut (ej särskilt uppsatt), 2025-03-19

Rättelse, 2025-03-20

Beslutat av: chefsrådmannen Malou Lindblom

BESLUT

Av förbiseende har fel nummer för varumärkesansökan angetts för det överklagade avgörandet. Det överklagade avgörandet ska rätteligen avse varumärkesansökan 2024-00506.

Beslutet kan överklagas särskilt senast 10 april 2025



Handläggning i parternas utevaro

RÄTTEN

Chefsrådmannen Malou Lindblom, rådmannen Josefin Park och tingsfiskalen
Embla Åkerlund (referent)

PROTOKOLLFÖRARE

Tingsnotarien Sara Heikfolk

PARTER

Klagande

Aktiebolaget Trav och Galopp, 556180-4161
161 89 Stockholm

Ombud: Advokaterna U.N. och P.S.

Motpart

Patent- och registreringsverket
Box 530
826 27 Söderhamn

SAKEN

Registrering av varumärke

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets beslut den 11 september 2024 angående
varumärkesansökan nr 2024-00536, se [bilaga 1](#)

BAKGRUND

Aktiebolaget Trav och Galopp (ATG) ansökte hos Patent- och registreringsverket
(PRV) om registrering av ordvarumärket TRAV OCH GALOPP för lott- och
spelrelaterade varor och tjänster, sändnings-, överförings-, och

telekommunikationstjänster samt underhållnings- och sporttjänster i klasserna 28, 38 och 41 (se bilaga 1 för fullständig förteckning).

PRV avslog ansökan med hänvisning till att det sökta märket är beskrivande för de sökta varorna och tjänsterna och därmed saknar ursprunglig särskiljningsförmåga.

PRV ansåg inte heller att det visats att märket förvärvat särskiljningsförmåga.

YRKANDE OCH INSTÄLLNING

ATG har yrkat att Patent- och marknadsdomstolen, med ändring av PRV:s beslut, ska bevilja registreringen av ordvarumärket TRAV OCH GALOPP.

PRV har bestritt ändring.

GRUND FÖR TALAN

ATG

Det sökta märket har ursprunglig särskiljningsförmåga och har i vart fall förvärvat särskiljningsförmåga genom långvarig och omfattande användning.

PRV

Det sökta märket är beskrivande i förhållande till de aktuella varorna och tjänsterna och har inte heller förvärvat särskiljningsförmåga.

UTVECKLING AV TALAN

ATG

Ursprunglig särskiljningsförmåga

Bedömningen av om ett varumärke är beskrivande för de varor eller tjänster de avser ska göras med utgångspunkt i en språklig analys av märket. Det är ostridigt att orden ”TRAV” och ”GALOPP” syftar till två olika gångarter hos hästar. Orden har ingen annan betydelse, vilket bekräftas av bland annat Svenska Akademiens ordbok. Detsamma gäller sammansättningen ”TRAV OCH GALOPP”.

Trav- och galopplopp är två helt skilda grenar inom hästsporten. Det är fråga om separata tävlingar som nästan alltid anordnas på skilda banor. Det finns ingen, och har aldrig funnits någon, kombinationssport vid namn ”trav och galopp”, lika lite som det finns någon kombinationssport som benämns ”hockey och fotboll”, eller ”pingis och tennis”. De två tävlingsformerna utgör inte någon vedertagen kombination.

Märket har sökts i förhållande till varor och tjänster som inte har något med hästars gångarter att göra. Flertalet av de tjänster som ATG har sökt skydd för i klass 38 och 41 har överhuvudtaget inte något med spel eller spelverksamhet att göra. Med utgångspunkt i en språklig analys är det sökta märket TRAV OCH GALOPP varken art-angivande eller beskrivande för de varor och tjänster som märket sökts för.

Omsättningskretsen utgörs av allmänheten över 18 år. Sambandet mellan betydelsen av märket och de varor och tjänster som ansökan avser är inte så direkt och konkret att omsättningskretsen omedelbart och utan någon vidare eftertanke uppfattar det som en beskrivning av varorna eller tjänsterna.

ATG har en historisk och pågående användning av kännetecknet TRAV OCH GALOPP i förhållande till spelverksamhet. Ordkombinationen TRAV OCH GALOPP

som kännetecken är en produkt av bildandet av bolaget ATG som grundades 1973. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP har således redan skydd som näringskännetecken i Sverige för spel- och vadhållningsverksamhet genom företagsnamnet "Aktiebolaget Trav och Galopp". ATG har sedan dess använt kännetecknet TRAV OCH GALOPP kontinuerligt och i mycket stor omfattning. Under det svenska spelmonopolet som gällde fram till 2019 hade ATG ensamrätt att tillhandahålla spel på hästar. Idag utvecklar, marknadsför och säljer ATG spelupplevelser i generell bemärkelse. Genom registreringen av företagsnamnet har ATG ett korsvist skydd för företagsnamnet som varukännetecken för de varor och tjänster som den registrerade verksamheten omfattar. Patent- och marknadsöverdomstolen har i dom den 25 januari 2023 i mål PMT 8100-22 konstaterat att företagsnamnet Aktiebolaget Trav och Galopp har ursprunglig särskiljningsförmåga av normalgraden och att det har exponerats i mycket stor omfattning och under lång tid. Företagsnamnet har därmed bibehållit i vart fall en normal grad av särskiljningsförmåga.

ATG utförde 2021 en marknadsundersökning avseende ordkombinationen TRAV OCH GALOPP genom webbintervjuer bland ett riksrepresentativt urval av konsumenter i åldern 18–76 år bosatta i Sverige. Undersökningens resultat är baserat på de 545 respondenter i underlaget som har angett att de spelar på hästar.

Totalt 76 procent av de respondenter som spelar på hästar angav ATG eller något av ATG:s andra kännetecken på frågor rörande vad respondenterna tänker på när de hör eller ser ordkombinationen TRAV OCH GALOPP. Av de 417 respondenter som kopplade TRAV OCH GALOPP till ATG eller något av ATG:s andra kännetecken instämde 62 procent i att TRAV OCH GALOPP är en benämning på ett visst företag i spelbranschen, 23 procent instämde i att TRAV OCH GALOPP är en benämning som kan användas av vilket företag som helst i spelbranschen och 15 procent visste inte eller kunde inte svara.

ATG har också 2021 låtit genomföra en marknadsundersökning avseende inarbetningsgraden för kännetecknet "ATG" hos den svenska allmänheten och inom ramen för

denna undersökning undersökt graden av koppling mellan kännetecknet "ATG" och kännetecknet TRAV OCH GALOPP. Samtliga respondenter fick frågan om de vet vad bokstavskombinationen ATG är en förkortning för. Av respondenterna angav 30 procent relevanta svar och bland de som uppgav att de spelar på hästar var andelen 41 procent. Bland de respondenter som uppgav att det händer att de spelar på hästar åtminstone några gånger om året var andelen 49 procent. Resultatet visar att en hög andel av respondenterna vet att ATG är en förkortning av TRAV OCH GALOPP. Detta medför att användningen av "ATG" även verkar känneteckenskraftstärkande för kännetecknet TRAV OCH GALOPP, vilket bekräftats av Patent- och marknadsöverdomstolen.

Förvärvad särskiljningsförmåga

Kännetecknet TRAV OCH GALOPP har under mer än 50 år använts som ett kännetecken för spelverksamhet. Mot bakgrund av detta har det sökta märket i vart fall förvärvat särskiljningsförmåga genom långvarig och omfattande användning.

Marknadsandelar och finansiell information

ATG har en mycket stark position på den svenska spelmarknaden och är med god marginal den största aktören på den aktuella licensmarknaden för kommersiellt onlinespel och vadhållning. ATG har sedan bildandet haft en ledande ställning inom spelbranschen och av förklarliga skäl en dominant ställning avseende spel på hästar fram till spelmarknadens omreglering 2019. Avseende spel på hästar har ATG under decennier haft en mångmiljardomsättning. Bruttoomsättningen har gått stadigt uppåt och uppgick 2020 till över 20 miljarder kr. Vidare bygger ATG:s affärsmodell på ett starkt band mellan kunder, företaget, hästsporten och hästnäringen. Sedan 90-talet har ATG:s bidrag till hästnäringen uppgått till cirka 1–2 miljarder kr årligen.

Antalet kunder

Antalet kunder har historiskt varit stort och är så än idag. Baserat på löpande marknadsundersökningar som har utförts under åren 2000–2016 har i genomsnitt 30–40 procent av den svenska populationen mellan 18–80 år, eller cirka 2–2,5 miljoner personer, uppgett att de har använt ATG:s speltjänster under de senaste 12 månaderna. I november 2018 införde ATG ett krav på obligatorisk kundidentifiering. En kund definieras som en person som har lagt minst ett spel innevarande år. Antalet kunder har de senaste åren uppgått till 1,4 miljoner 2020 samt 1,3 miljoner 2021–2023.

Reklam

ATG är ett av de svenska företag som investerar mest i reklam årligen. En stor del av reklamen utgörs av tv-reklam, reklam på digitala reklamskärmar i offentliga miljöer, och annonser i tidningar. I dessa används det sökta kännetecknet TRAV OCH GALOPP. Analyser framtagna på uppdrag av ATG visar att spridningen varit betydande. ATG har även sedan 70-talet varit en aktiv sponsor inom såväl svenskt trav och galopp som svensk idrott- och föreningsliv i olika sammanhang. I samband med dessa engagemang har det sökta märket exponerats i stor utsträckning, bl.a. som kommersiell avsändare på utdelade prischeckar vid prisceremonier. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP har även exponerats vid mässdeltagande i samband med större hästtävlingar och event såsom Göteborg Horse Show 1994.

ATG-butiker

Spel på ATG:s produkter är möjligt dels genom ATG:s elektroniska kanaler, dels genom ATG:s fysiska butiker. Även om ATG numera erbjuder spel via elektroniska kanaler, har ATG fortsatt ett mycket stort antal kunder som väljer att spela hos de fysiska ATG-butikerna. Det finns idag cirka 1 900 ATG-butiker i Sverige. Hos ATG-butikerna har kunderna även möjlighet att ta del av sändningarna från ATG Live då det finns flera tv-skärmar hos varje ATG-butik som visar dessa sändningar.

Spelkvitton

Varje spel en kund lägger hos ATG genererar ett spelkvitto. Fysiska spelkvitton fås vid spel på hästkapplöpningsbana och ATG-butik. Det rör sig om ett mycket stort antal utfärdade spelkvitton varje år och en betydande kontaktyta gentemot spelare på hästar. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP har en framträdande position på baksidan av spelkvittona. Enligt ATG:s uppskattningar har antalet transaktioner, och därmed spelkvitton, uppgått till cirka 3 miljoner i veckan sedan i vart fall 1993.

Digitala plattformar

ATG använder sig av flera olika digitala plattformar, bl.a. webbsidan ATG.se. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP har exponerats på olika sätt över tid beroende på ändringar i layout. Initialt användes företagsnamnet "Aktiebolaget Trav och Galopp" som primärt kommunikationsmedel vilket sedermera övergick till "ATG". Användningen av kännetecknet TRAV OCH GALOPP har emellertid skett hela tiden med angivande av AB Trav och Galopp som rättighetshavare och ägare av sajten. Trafiken på ATG.se har ökat kontinuerligt, särskilt under coronapandemin. Antal "users" på ATG.se under perioden 2012–2015 var cirka 300 000–400 000 i månaden.

Ytterligare en viktig marknadsföringskanal är ATG:s egna app där användare kan spela på ATG:s spelprodukter i mobilen. Appen i nuvarande version lanserades i maj 2019. I ATG-appen används kännetecknet TRAV OCH GALOPP. Det mesta man kan göra på webbplatsen ATG.se kan man också göra i ATG-appen.

ATG har även tjänsten ATG Tillsammans där spelare kan spela tillsammans, och play-tjänsten ATG Play där man kan se videoklipp från lopp och sändningar. AB Trav och Galopp anges som rättighetshavare för ATG Tillsammans och ATG Play.

ATG:s sociala medier

AB Trav och Galopp anges som kommersiell avsändare både på Twitter och LinkedIn. Även där framkommer alltså kännetecknet TRAV OCH GALOPP. Vad gäller LinkedIn framkommer kännetecknet TRAV OCH GALOPP även via annonser och jobbbannonser på plattformen, samt på merparten av de anställdas personliga beskrivningar.

Utskick, fakturor, brev, avtal och Swish

ATG skickar flera gånger per vecka ut redaktionell information till mottagare som tackat ja till att få sådana utskick, antingen via det digitala nyhetsrummet eller direkt via e-post. Mottagarna består av media, sakkunniga, intresseorganisationer, politiker och personer med intresse av ATG:s nyhetsflöde.

Vidare skickar ATG i genomsnitt ut två pressmeddelanden per vecka, två nyheter per månad och gör blogginlägg 1–2 gånger per månad. Antal mottagare av utskicken är cirka 1 100 personer och/eller redaktioner och läsningsgraden är cirka 75 procent. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP återfinns i samtliga pressmeddelanden och nyheter i form av en ”boiler plate” som ligger i slutet av texten. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP exponeras även i officiell korrespondens, såsom kundfakturor, e-postsignaturer, brevmallar, licensavtal, uppdragsavtal med konsulter, årsredovisningar, riktade till diverse avtals- och samarbetspartners och andra professionella aktörer, jämte till spelare på hästar i form av exempelvis ATG:s vadhållningsbestämmelser.

AB TRAV OCH GALOPP framgår vidare som betalningsmottagare när ATG:s kunder använder Swish för att sätta in pengar på sitt spelkonto.

Marknadsundersökningar

Såsom nämnts ovan har ATG låtit genomföra marknadsundersökningar avseende ordkombinationen TRAV OCH GALOPP samt avseende bokstavskombinationen ”ATG” och kopplingen mellan ”ATG” och det sökta märket. Resultatet visar att det sökta märket har förvärvat särskiljningsförmåga. Av de respondenter som kopplade TRAV OCH GALOPP till ATG eller något av ATG:s andra kännetecken instämde 62 procent i att TRAV OCH GALOPP är en benämning på ett visst företag i spelbranschen. Att användningen av kännetecknet ”ATG” verkar känneteckenskraftstärkande för kännetecknet TRAV OCH GALOPP bekräftas av marknadsundersökningen samt av Patent- och marknadsöverdomstolens dom.

PRV har vidhållit de skäl för avslag som angetts i det överklagade beslutet.

UTREDNINGEN

ATG har till stöd för överklagandet åberopat bevisning i form av bland annat marknadsundersökningar, utdrag från Lotteriinspektionen, sammanställningar över finansiella nyckeltal, bidrag och kunder, information om ATG:s reklaminvesteringar, artiklar, produktblad, reklamfilmer och exempel på marknadsföringsmaterial.

Efter genomgång av handlingarna i ärendet meddelar Patent- och marknadsdomstolen följande

SLUTLIGA BESLUT

Patent- och marknadsdomstolen avslår överklagandet.

SKÄLEN FÖR BESLUTET

Det sökta varumärket saknar ursprunglig särskiljningsförmåga

Rättsliga utgångspunkter

Av 2 kap. 5 § varumärkeslagen (2010:1877) följer att ett varumärke inte får registreras om det saknar särskiljningsförmåga för de varor eller tjänster som varumärket avser. Enligt 1 kap. 5 § samma lag 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. I bestämmelsen anges att bristande särskiljningsförmåga bland annat kan bero på att ett varukännetecken endast består av tecken eller benämningar som i handeln visar varans eller tjänstens art.

Bestämmelserna motsvaras av artikel 4(1)(b) och (c) i varumärkesdirektivet (Europaparlamentet och Rådets direktiv, EU, 2015/2436 av den 16 december 2015 för tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning) och ska följaktligen tolkas direktivkonformt och i enlighet med EU-domstolens praxis.

Kravet på ursprunglig särskiljningsförmåga innebär att en normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst genomsnittskonsument av den vara eller tjänst som varumärket avser, vid tidpunkten för ansökan om registrering, kan skilja varan från andra företags varor och tjänster och uppfatta att den kommer från ett visst företag (se EU-domstolens dom den 8 april 2003, C-53/01-55/01, Linde m.fl., EU:C:2003:206, punkterna 40 och 41).

Bedömningen av om ett ordvarumärke är beskrivande för de varor eller tjänster de avser ska göras med utgångspunkt i en språklig analys av märket, närmast genom en prövning av om märkesordets användning i språket beskriver de varor eller tjänster som märket avser eller om märkesordet har en potentiell betydelse som kan användas för sådana ändamål (se PMÖD 2020:16).

Huvudregeln är att varumärken som anger en egenskap hos varorna inte kan registreras. Hinder mot registrering föreligger redan om varumärket är potentiellt beskrivande (se EU-domstolens dom den 23 oktober 2003, C-191/01 P, Doublemint, EU:C:2003:579, punkten 32). Även nybildade ordkombinationer anses beskrivande om det inte finns en tydlig skillnad mellan nybildningen och en enkel summering av dess beståndsdelar (se till exempel EU-domstolens domar den 20 september 2001, C-383/99 P, Baby-Dry, EU:C:2001:461, punkten 40 samt den 12 februari 2004, C-265/00, Biomild, EU:C:2004:87, punkten 41 och C-363/99, Postkantoor, EU:C:2004:86, punkten 100).

Domstolens bedömning

Patent- och marknadsdomstolen bedömer inledningsvis att omsättningskretsen utgörs av allmänheten över 18 år samt att genomsnittskonsumenten har en uppmärksamhetsgrad av normalgraden.

Den aktuella ansökan gäller registrering av TRAV OCH GALOPP för varor och tjänster i klasserna 28, 38 och 41.

Patent- och marknadsdomstolen instämmer i PRV:s bedömning att det är allmänt känt att både ”trav” och ”galopp” är väletablerade grenar inom hästsporten och hästspelsverksamheten i Sverige. Av Svenska Akademiens ordlista framgår att trav bland annat definieras såsom ”travtävling; spela på trav”. Likaså anser Patent- och marknadsdomstolen att det är vedertaget att man även kan spela på galopptävlingar. Orden används alltså i spel- och sportsammanhang och i sammansättningar såsom travtävling och galopptävling. Enligt Patent- och marknadsdomstolen är det även allmänt känt att vadhållning och spel på hästar främst sker genom sådana trav- och galopptävlingar. Domstolen instämmer således i PRV:s bedömning att orden ”trav” och ”galopp” var för sig är beskrivande för de aktuella varorna och tjänsterna. Lika med PRV anser domstolen även att ordkombinationen TRAV OCH GALOPP överensstämmer med svenska grammatiska regler och inte innefattar något ovanligt inslag i språkhänseende.

Det sökta märket TRAV OCH GALOPP är således beskrivande för sökta lott- och spelrelaterade varor och tjänster. Likaså är det sökta märket beskrivande för sändnings- överförings- och telekommunikationstjänster samt underhållningstjänster eftersom det sökta märket anger dessa varor och tjänsters riktning och innehåll. Patent- och marknadsdomstolen delar därmed PRV:s bedömning att det sökta märket inte har ursprunglig särskiljningsförmåga för de sökta varu- och tjänsteklasserna.

Att Patent- och marknadsöverdomstolen i ett tidigare avgörande funnit att företagsnamnet Aktiebolaget Trav och Galopp har ursprunglig särskiljningsförmåga förändrar inte bedömningen (jfr PMÖD 2018:8 med däri gjorda hänvisningar). Som PRV har påpekat avser inte Patent- och marknadsöverdomstolens tidigare avgörande registreringen av ordvarumärket TRAV OCH GALOPP utan bedömningen gäller frågan om ett äldre företagsnamns särskiljningsförmåga inom ramen för en förväxlingsbedömning. I sitt avgörande prövar alltså Patent- och marknadsöverdomstolen inte registreringen av TRAV OCH GALOPP som ordvarumärke.

Som ATG anført har bolaget genom registreringen av företagsnamnet Aktiebolaget Trav och Galopp ett korsvist skydd för företagsnamnet som varukännetecken för de varor och tjänster som den registrerade verksamheten omfattar (se 1 kap. 8 § varumärkeslagen). Registreringen av ett företagsnamn innebär visserligen att innehavaren av företagsnamnet per automatik även får ett skydd så som om det vore ett registrerat varumärke. Det korsvisa skyddet ansluter dock till registreringshinder och ogiltighetsgrunder (se Berlips Persson, Företagsnamnet som varukännetecken, Diss. Stockholm, Stockholms universitet, 2022 s. 189). Det korsvisa skyddet medför således inte i sig en rätt att registrera företagsnamnet som ett varumärke.

Det sökta varumärket saknar förvärvad särskiljningsförmåga

Rättsliga utgångspunkter

Av 1 kap. 5 § tredje stycket varumärkeslagen följer att ett varumärke kan förvärva särskiljningsförmåga genom användning, trots att kännetecknet i grunden är av beskrivande karaktär.

Förekomsten av förvärvad särskiljningsförmåga ska prövas utifrån en samlad bedömning med hänsyn bland annat till den marknadsandel som varumärket innehar, hur ofta och hur länge det har använts, hur stora investeringar som har gjorts för att saluföra det och den andel av omsättningskretsen som tack vare varumärket kan ange att varan kommer från ett visst företag (se EU-domstolens dom den 7 juli 2005, C-353/03, Nestlé, EU:C:2005:432, punkten 31).

Särskiljningsförmåga kan bland annat förvärvas genom att omsättningskretsen genomgått en normal tillväxtningsprocess. Härav följer att samtliga omständigheter under vilka omsättningskretsen kommer i kontakt med ett varumärke ska beaktas vid bedömningen av huruvida varumärket har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning. Konsumenten kommer inte endast i kontakt med ett varumärke när den beslutar sig för köp, utan även dessförinnan, exempelvis genom reklam, och när varan konsumeras. (Se EU-domstolens domar den 7 oktober 2004, C-136/02, Mag-Lite, EU:C:2004:592, punkten 47 och den 22 juni 2006, C-24/05 P, Storck v OHIM, EU:C:2006:421, punkterna 70 och 71.)

Domstolens bedömning

ATG har anfört att det sökta märket TRAV OCH GALOPP genom lång och omfattande användning förvärvat särskiljningsförmåga. Till stöd för detta har ATG gett in bevisning som ska visa att det sökta märket använts i bland annat reklamfilmer, reklamskärmar, annonser och annat marknadsföringsmaterial. Enligt Patent- och

marknadsdomstolen har det sökta märket i dessa sammanhang endast en undanskymd position, även beaktat att samtliga komponenter blir mer framträdande på större skärmar. Vidare är enligt domstolen angivandet av TRAV OCH GALOPP endast en upplysning om att ATG, utskrivet som AB Trav och Galopp, är upphovsrättsinnehavare till det förevisade materialet.

ATG har även anfört att TRAV OCH GALOPP förekommit på spelkvitton, checkar samt vid inbetalning via Swish. Även om orden TRAV OCH GALOPP i dessa sammanhang har en mer framträdande placering utgör enligt domstolen den användning som visats inte heller någon användning av orden som varumärke för sökta varor och tjänster, utan snarare för att associationsrättsligt identifiera företaget såsom exempelvis mottagaren av betalning.

ATG har även gett in två marknadsundersökningar. Båda marknadsundersökningarna är genomförda 2021. Den ena undersökningen rör bokstavskombinationen ATG och den andra rör ordkombinationen TRAV OCH GALOPP. Den förstnämnda undersökningen har gjorts i syfte att undersöka huruvida bokstavskombinationen ATG är känd för en viss näringsidkare. Enligt domstolen kan den inte tillmätas någon egentlig betydelse för frågan om ordkombinationen TRAV OCH GALOPP har förvärvat särskiljningsförmåga i förhållande till sökta varor och tjänster.

Den andra undersökningen syftar till att undersöka om ordkombinationen TRAV OCH GALOPP är känd för en viss näringsidkare. Undersökningen har genomförts genom webbintervjuer med ett riksrepresentativt urval om 2016 konsumenter och resultatet är baserat på de 545 respondenter i underlaget som angett att de spelar på hästar. Undersökningen omfattar fem frågor, där de inledande fyra frågorna tar sikte på frågor kring kännedom, dvs. vad/vilka produkter eller tjänster som respondenten tänker på när personen hör eller ser ordkombinationen TRAV OCH GALOPP (fråga 1–3) och sedan om respondenten tänker på något företag eller några varumärken när personen hör eller ser ordkombinationen TRAV OCH GALOPP (fråga 4). De 417 respondenter som lämnat relevanta svar på fråga 1–4 har sedan fått svara på frågan om de anser att

ordkombinationen TRAV OCH GALOPP är en benämning på ett visst företag i spelbranschen eller en benämning som kan användas av vilket företag som helst inom spelbranschen.

Av undersökningen framgår att 76 % (417 av 545) av respondenterna har svarat ATG eller något av ATG:s kännetecken på någon av frågorna 1–4. Av dessa personer har 62 % (257 av 417) instämt i att TRAV OCH GALOPP är en benämning på ett visst företag i spelbranschen.

Av de 417 respondenter som enligt undersökningen avgett relevanta svar på fråga 1–4 har flertalet personer angett svar som både innehåller ATG och andra ord såsom ”hästar”, ”spel på hästar”, ”trav”, ”travsport” och ”travtävlingar”. Även svar som ”Harry Boy” och ”V75” har bedömts som relevanta svar för kopplingen mellan ordkombinationen TRAV OCH GALOPP och ATG. Enligt Patent- och marknadsdomstolen utgör det en brist i undersökningen att dessa svar bedömts som svar som förknippar ordkombinationen TRAV OCH GALOPP med ATG. Domstolen noterar även att 56,51 % (308 av 545) av respondenterna har svarat något annat inkluderande allmänna svar kring spel och hästar på frågan vad de tänker på när de hör eller ser ordkombinationen TRAV OCH GALOPP. I bilagan där dessa svar redovisas förekommer ord som ”hästar”, ”spel” och ”sport”.

I undersökningen redovisas endast svar från de respondenter som angett att de spelar på hästar. Dessutom har undersökningen utförts på ett sådant sätt att det sedan är ännu färre personer som ställs inför frågan om ordkombinationen TRAV OCH GALOPP är en benämning på ett visst företag i spelbranschen. Ett sådant urval och tillvägagångssätt är enligt Patent- och marknadsdomstolen inte representativt för att tillräckligt tydligt ge stöd åt att det sökta märket TRAV OCH GALOPP har förvärvat särskiljningsförmåga i förhållande till de sökta varor och tjänsterna. Särskilt inte när genomsnittskonsumenten utgörs av allmänheten över 18 år, det vill säga inte enbart de som spelar på hästar. Till detta kommer även att marknadsundersökningen genomförts i relativt nära anslutning

till att det svenska spelmonopolet, under vilket ATG hade ensamrätt att tillhandahålla spel på hästar, avskaffades.

Vid en sammantagen bedömning finner Patent- och marknadsdomstolen att utredningen i ärendet inte med tillräcklig styrka talar för att TRAV OCH GALOPP har förvärvat särskiljningsförmåga i förhållande till sökta varor och tjänster. Överklagandet ska därför avslås.

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

Ett överklagande ställs till Patent- och marknadsöverdomstolen och ska ha kommit in till Patent- och marknadsdomstolen senast den 9 april 2025. Prövningstillstånd krävs.

Sara Heikfolk

Protokollet uppvisat/

mail@gulliksson.se

STOCKHOLMS TINGSRÄTT

INKOM: 2024-11-19
MÅLNR: PMÅ 20929-24
AKTBIL: 2

Text i märket: Trav & Galopp
Ärendenummer: 2024-00507
Er referens: V137310452/PE/NS

Avslag av er varumärkesansökan

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår er ansökan om registrering av varumärket *Trav & Galopp* för varor och tjänster i klasserna 28, 38 och 41.

Fullständig information om sökta varor och tjänster finns i bilagan till detta beslut.

Beskrivning av ärendet

Vi har bedömt att det sökta märket inte har särskiljningsförmåga.

Ni har i huvudsak hänvisat till två domar avseende företagsnamnet Aktiebolaget Trav och Galopp (mål PMT 20360-20 respektive PMT 8100-22). Ni har vidare vidhållit att det sökta märket har särskiljningsförmåga avseende samtliga sökta varor och tjänster. Det är korrekt att man kan tävla med hästar genom att delta i galopplopp och i travlopp. Travlopp och galopplopp är emellertid två helt skilda grenar inom hästsporten. Det är fråga om separata tävlingar som nästan alltid anordnas på skilda banor. Det finns ingen, och har aldrig funnits någon, kombinationssport vid namn ”trav och galopp”. Lika lite som det finns någon kombinationssport hockey och fotboll, eller pingis och tennis. Dessa två olika tävlingsformer hör således inte ihop och utgör inte någon vedertagen kombination som behöver fribehållas. Orden var för sig har enbart betydelsen av en gångart och inget annat. PRV:s bedömning är därmed felaktig framförallt då sammansättningen TRAV & GALOPP inte finns i svenska ordböcker.

PRV:s bedömning

Ert varumärke har inte särskiljningsförmåga

Ett varumärke måste ha särskiljningsförmåga. Det har det inte om det beskriver varorna eller tjänsterna på något sätt eller om det uppfattas som något annat än ett varumärke.

Det sökta märket avser ordmärket ”Trav & Galopp”.

Det är allmänt känt att både ”trav” och ”galopp” utgör väletablerade grenar inom hästsporten och hästspelverksamheten i Sverige. Ordet ”trav” syftar på viss gångart hos fyrfotadjur (särskilt hos hästar) och ordet ”galopp” har betydelsen ”mycket snabbt, språngartat löpsätt hos fyrfota däggdjur

(särskilt häst) varvid tidvis alla fyra benen är i luften”. Orden används i såväl spel- som sportsammanhang och även i sammansättningar såsom ”travtävling/galopptävling” eller ”travsport /galoppsport” ” (i detta avseende, se Nationalencyklopedins svenska ordbok, www.ne.se/ordbocker, åtkomst 2024-09-09 samt Svenska Akademiens ordbok, <https://svenska.se/saob/>, åtkomst 2024-09-09).

Kombinationen ”Trav & Galopp” anger klart och tydligt att de lott- och spelrelaterade varorna i klass 28 samt tjänsterna ”drivande av lotteri och lotteriverksamhet; hasardspelstjänster; vadhållningsverksamhet” i klass 41, avser spel på hästsporterna ”trav” respektive ”galopp”. Motsvarande gäller de sökta tjänsterna i klass 38, för vilka märket tydligt anger att de sändnings-, överförings- och telekommunikationstjänster som avses, inbegripet exempelvis televisions- och radiosändningar, tillhandahållande av åtkomst till digitalt innehåll och betal tv-sändningstjänster (pay per view), är inriktade på hästsporterna i fråga. Märket anger därmed dessa varors och tjänsters inriktning och innehåll.

Märket är även beskrivande för tjänsterna ”sport- och idrottsaktiviteter; underhållning; produktion av radio- och TV-program; utarbetande och produktion av tv- och radioprogram; filmproduktion” i klass 41, eftersom märket anger tjänsternas innehåll och inriktning.

Orden ”trav” och ”galopp” är var för sig beskrivande för de aktuella varorna och tjänsterna. Kombinationen ”Trav & Galopp” överensstämmer med svenska grammatiska regler och innefattar inte något ovanligt inslag i språkhänseende. Det finns inget i märket som på grund av sammansättningens karaktär ger upphov till en tydlig skillnad mellan sammansättningen och dess beståndsdelar (i detta avseende, se t.ex. EU-domstolens dom den 12 februari 2004 i mål C-265/00, Biomild, punkterna 39 och 43 samt PMÖD:s avgörande den 14 februari 2018 i mål nr. PMÖÄ 10702-16, BARNFONDEN, sidan 8 och där gjorda hänvisningar).

Det finns ett tydligt, direkt och konkret samband mellan ”trav & galopp” och de aktuella varorna och tjänsterna, så att omsättningskretsen omedelbart och utan vidare eftertanke ska kunna uppfatta varumärket som en beskrivning av varornas och tjänsternas egenskaper (i detta avseende, se tribunalens dom den 15 maj 2024 i mål T-512/23, CellCompDx, punkt 13 och där gjorda hänvisningar).

Märket är därmed beskrivande och får inte registreras.

Ni har inte heller visat att varumärket har förvärvat särskiljningsförmåga för de ovannämnda varorna och tjänsterna. Omständigheten att ”Aktiebolaget Trav och Galopp” (ATG) har funnits sedan 70-talet är i sig inte tillräcklig, eftersom det inte visar hur stor del av omsättningskretsen som uppfattar ”Trav & Galopp” som ett kännetecken för de nu aktuella varorna och tjänsterna.

Angående tidigare domar

De domar ni har hänvisat till (mål PMT 20360-20 respektive PMT 8100-22) ändrar inte PRV:s bedömning ovan. Dessa domar avser inte registreringen ”Trav & Galopp” såsom ett varumärke, utan bedömningen av ett äldre företagsnamns (”Aktiebolaget Trav och Galopp”) särskiljningsförmåga inom ramen för en förväxlingsbedömning. I sin prövning utgår domstolen från att företagsnamnet är giltigt och någon fullständig granskning avseende den beskrivande karaktären hos lydelsen ”Trav & Galopp” görs inte.

Vidare är flera av de omständigheter som PMÖD anför inte relevanta för den nu aktuella prövningen av varumärkets beskrivande karaktär, såsom att ”någon kombinationssport benämnd trav och galopp inte finns att spela på”, att ”bedömningen av ursprunglig särskiljningsförmåga måste göras med utgångspunkt i hur genomsnittskonsumenten kan ha uppfattat företagsnamnet när det registrerades år 1973” eller att ”ATG:s verksamhet inte var (eller är) att bedriva trav- eller galoppsport till exempel genom träning eller anordnande av tävlingar”. Slutligen kan varken PMD:s eller PMÖD:s uttalanden tolkas som att ”Trav & Galopp” har förvärvat särskiljningsförmåga för de varor och tjänster som varumärkesansökan avser.

Det faktum att företagsnamnet ”Aktiebolaget Trav och Galopp” har registrerats tidigare av Bolagsverket är inte heller bindande för PRV. PRV har visserligen en skyldighet att beakta beslut om liknande ärenden på grund av likabehandlingsprincipen, men märkets registrerbarhet ska alltid

bedömas utifrån förutsättningarna i lagen och gällande praxis, snarare än på grundval av hur en myndighet har bedömt tidigare ärenden (PMÖÄ 10702-16, BARNFONDEN, sidan 9 och där gjorda hänvisningar).

Såsom PRV redan har fastslagit är varumärket ”Trav & Galopp” beskrivande för varorna och tjänsterna i fråga, av de skäl som anges i detta beslut. PRV kan inte se hur denna bedömning skulle avvika från den domstolspraxis som avser bedömningen av ordkombinationer (PMÖÄ 10702-16, BARNFONDEN, sidan 7-8 och där gjorda hänvisningar).

PRV avslår därför er ansökan.

Beslutat den 11 september 2024 av Katy Lundqvist efter föredragning av Lena Thörnros.

Bestämmelser

Beslutet har tagits med stöd av följande bestämmelser:

Varumärkeslagen (2010:1877)

2 kap. 18 § (avslag)

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

2 kap. 5 § (varumärket måste ha särskiljningsförmåga)

Hur ni 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- eller 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

Ansökningsnummer: 2024-00507

Ingivningsdag: 2024-01-30

Märkestyp: Word

Text i märket: Trav & Galopp

Varor och tjänster:

28: Skraplotter för lotterispel; Skrapkort för lotterispel; spel; lottsedlar och lotter (tryckta).

38: Sändning och överföring av tv-program; Sändning och överföring av radioprogram; Överföring av information online; överföring av programvara för interaktiv underhållning; poddsändningstjänster; överföring av podcasts; telekommunikationstjänster; tjänster för kommunikation online; trådlös överföring och utsändning av tv program; interaktiva sändnings- och kommunikationstjänster; interaktiva televisions- och radiosändningar; Datorstödd sändning av meddelanden; Sändning av audiovisuellt- och multimediamaterial via internet; streaming av videomaterial på Internet; tillhandahållande av åtkomst till databaser; tillhandahållande av chat förbindelser via Internet; tillhandahållande av åtkomst till digitalt innehåll, webbplatser och portaler; betal tv sändningstjänster (pay per view); Sändning av databasinformation via telekommunikationsnät; Sändning av meddelanden via datanät; Sändning av spelfilm via internet; Tillhandahållande av kommunikationer via tv-sändningar; Streaming av tv via internet; Streaming av data; upplåtande av åtkomst till television via avkodningsapparater; chattrumstjänster; digital ljudsändning; elektronisk överföring av röster; inspelning av samtal; internettelefoni; elektroniska röstmeddelandetjänster.; Röstkommunikationstjänster via Internet; Tillhandahållande av röstchatttjänster

41: Drivande av lotteri och Lotteriverksamhet; Hasardspelstjänster; Sport- och idrottsaktiviteter; Vadhållningsverksamhet; Underhållning; Produktion av radio- och TV-program; Utarbetande och produktion av tv- och radioprogram; Filmproduktion.

Innehavare:

AB TRAV OCH GALOPP

Org.nr: 556180-4161

SOLVALLA TRAVBANA Hästsportens hus Bromma

168 64 Bromma



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.



STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Patent- och marknadsdomstolen
PMD:M

Mål nr PMÄ 20929-24

Rättelse/komplettering

Slutligt beslut (ej särskilt uppsatt), 2025-03-19

Rättelse, 2025-03-20

Beslutat av: chefsrådmannen Malou Lindblom

Rättelsebilaga: Ök PMD-13 - Beslut i ärende

BESLUT

Av förbiseende har fel nummer för varumärkesansökan angetts för det överklagade avgörandet. Det överklagade avgörandet ska rätteligen avse varumärkesansökan 2024-00507.

Av förbiseende har inte Patent- och registreringsverkets beslut bifogats på sätt som angetts i beslutet. Beslutet framgår i aktbil. 2 i PMÄ 20929-24. Av förbiseende har inte heller informationsbladet PMD-13 bifogats beslutet. Informationsbladet bifogas nu.

Beslutet kan överklagas särskilt senast den 10 april 2025.



Handläggning i parternas utevaro

RÄTTEN

Chefsrådmannen Malou Lindblom, rådmannen Josefin Park och tingsfiskalen
Embla Åkerlund (referent)

PROTOKOLLFÖRARE

Tingsnotarien Sara Heikfolk

PARTER

Klagande

Aktiebolaget Trav och Galopp, 556180-4161
161 89 Stockholm

Ombud: Advokaterna U.N. och P.S.

Motpart

Patent- och registreringsverket
Box 530
826 27 Söderhamn

SAKEN

Registrering av varumärke

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets beslut den 11 september 2024 angående
varumärkesansökan nr 2024-00536, se [bilaga 1](#)

BAKGRUND

Aktiebolaget Trav och Galopp (ATG) ansökte hos Patent- och registreringsverket
(PRV) om registrering av ordvarumärket TRAV & GALOPP för lott- och
spelrelaterade varor och tjänster, sändnings-, överförings-, och

telekommunikationstjänster samt underhållnings- och sporttjänster i klasserna 28, 38 och 41 (se bilaga 1 för fullständig förteckning).

PRV avslog ansökan med hänvisning till att det sökta märket är beskrivande för de sökta varorna och tjänsterna och därmed saknar ursprunglig särskiljningsförmåga. PRV ansåg inte heller att det visats att märket förvärvat särskiljningsförmåga.

YRKANDE OCH INSTÄLLNING

ATG har yrkat att Patent- och marknadsdomstolen, med ändring av PRV:s beslut, ska bevilja registreringen av ordvarumärket TRAV & GALOPP.

PRV har bestritt ändring.

GRUND FÖR TALAN

ATG

Det sökta märket har ursprunglig särskiljningsförmåga och har i vart fall förvärvat särskiljningsförmåga genom långvarig och omfattande användning.

PRV

Det sökta märket är beskrivande i förhållande till de aktuella varorna och tjänsterna och har inte heller förvärvat särskiljningsförmåga.

UTVECKLING AV TALAN

ATG

Ursprunglig särskiljningsförmåga

Bedömningen av om ett varumärke är beskrivande för de varor eller tjänster de avser ska göras med utgångspunkt i en språklig analys av märket. Det är ostridigt att orden ”TRAV” och ”GALOPP” syftar till två olika gångarter hos hästar. Orden har ingen annan betydelse, vilket bekräftas av bland annat Svenska Akademiens ordbok. Detsamma gäller sammansättningen ”TRAV & GALOPP”.

Trav- och galopplopp är två helt skilda grenar inom hästsporten. Det är fråga om separata tävlingar som nästan alltid anordnas på skilda banor. Det finns ingen, och har aldrig funnits någon, kombinationssport vid namn ”trav och galopp”, lika lite som det finns någon kombinationssport som benämns ”hockey och fotboll”, eller ”pingis och tennis”. De två tävlingsformerna utgör inte någon vedertagen kombination.

Märket har sökts i förhållande till varor och tjänster som inte har något med hästars gångarter att göra. Flertalet av de tjänster som ATG har sökt skydd för i klass 38 och 41 har överhuvudtaget inte något med spel eller spelverksamhet att göra. Med utgångspunkt i en språklig analys är det sökta märket TRAV & GALOPP varken artangivande eller beskrivande för de varor och tjänster som märket sökts för.

Omsättningskretsen utgörs av allmänheten över 18 år. Sambandet mellan betydelsen av märket och de varor och tjänster som ansökan avser är inte så direkt och konkret att omsättningskretsen omedelbart och utan någon vidare eftertanke uppfattar det som en beskrivning av varorna eller tjänsterna.

ATG har en historisk och pågående användning av kännetecknet TRAV OCH GALOPP i förhållande till spelverksamhet. Den enda skillnaden mellan det sökta

märket och TRAV OCH GALOPP är att ”och” respektive ”&” används. Ordkombinationen TRAV OCH GALOPP som kännetecken är en produkt av bildandet av bolaget ATG som grundades 1973. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP har således redan skydd som näringskännetecken i Sverige för spel- och vadhållningsverksamhet genom företagsnamnet ”Aktiebolaget Trav och Galopp”. ATG har sedan dess använt kännetecknet TRAV OCH GALOPP kontinuerligt och i mycket stor omfattning. Under det svenska spelmonopolet som gällde fram till 2019 hade ATG ensamrätt att tillhandahålla spel på hästar. Idag utvecklar, marknadsför och säljer ATG spelupplevelser i generell bemärkelse. Genom registreringen av företagsnamnet har ATG ett korsvist skydd för företagsnamnet som varukännetecken för de varor och tjänster som den registrerade verksamheten omfattar. Patent- och marknadsöverdomstolen har i dom den 25 januari 2023 i mål PMT 8100-22 konstaterat att företagsnamnet Aktiebolaget Trav och Galopp har ursprunglig särskiljningsförmåga av normalgraden och att det har exponerats i mycket stor omfattning och under lång tid. Företagsnamnet har därmed bibehållit i vart fall en normal grad av särskiljningsförmåga.

ATG utförde 2021 en marknadsundersökning avseende ordkombinationen TRAV OCH GALOPP genom webbintervjuer bland ett riksrepresentativt urval av konsumenter i åldern 18–76 år bosatta i Sverige. Undersökningens resultat är baserat på de 545 respondenter i underlaget som har angett att de spelar på hästar.

Totalt 76 procent av de respondenter som spelar på hästar angav ATG eller något av ATG:s andra kännetecken på frågor rörande vad respondenterna tänker på när de hör eller ser ordkombinationen TRAV OCH GALOPP. Av de 417 respondenter som kopplade TRAV OCH GALOPP till ATG eller något av ATG:s andra kännetecken instämde 62 procent i att TRAV OCH GALOPP är en benämning på ett visst företag i spelbranschen, 23 procent instämde i att TRAV OCH GALOPP är en benämning som kan användas av vilket företag som helst i spelbranschen och 15 procent visste inte eller kunde inte svara.

ATG har också 2021 låtit genomföra en marknadsundersökning avseende inarbetningsgraden för kännetecknet ”ATG” hos den svenska allmänheten och inom ramen för denna undersökning undersökt graden av koppling mellan kännetecknet ”ATG” och kännetecknet TRAV OCH GALOPP. Samtliga respondenter fick frågan om de vet vad bokstavskombinationen ATG är en förkortning för. Av respondenterna angav 30 procent relevanta svar och bland de som uppgav att de spelar på hästar var andelen 41 procent. Bland de respondenter som uppgav att det händer att de spelar på hästar åtminstone några gånger om året var andelen 49 procent. Resultatet visar att en hög andel av respondenterna vet att ATG är en förkortning av TRAV OCH GALOPP. Detta medför att användningen av ”ATG” även verkar känneteckenskraftstärkande för kännetecknet TRAV OCH GALOPP, vilket bekräftats av Patent- och marknadsöverdomstolen.

Förvärvad särskiljningsförmåga

Kännetecknet TRAV OCH GALOPP har under mer än 50 år använts som ett kännetecken för spelverksamhet. Mot bakgrund av detta har det sökta märket TRAV & GALOPP i vart fall förvärvat särskiljningsförmåga genom långvarig och omfattande användning av det näst intill identiska kännetecknet TRAV OCH GALOPP.

Marknadsandelar och finansiell information

ATG har en mycket stark position på den svenska spelmarknaden och är med god marginal den största aktören på den aktuella licensmarknaden för kommersiellt onlinespel och vadhållning. ATG har sedan bildandet haft en ledande ställning inom spelbranschen och av förklarliga skäl en dominant ställning avseende spel på hästar fram till spelmarknadens omreglering 2019. Avseende spel på hästar har ATG under decennier haft en mångmiljardomsättning. Bruttoomsättningen har gått stadigt uppåt och uppgick 2020 till över 20 miljarder kr. Vidare bygger ATG:s affärsmodell på ett starkt band mellan kunder, företaget, hästsporten och hästnäringen. Sedan 90-talet har ATG:s bidrag till hästnäringen uppgått till cirka 1–2 miljarder kr årligen.

Antalet kunder

Antalet kunder har historiskt varit stort och är så än idag. Baserat på löpande marknadsundersökningar som har utförts under åren 2000–2016 har i genomsnitt 30–40 procent av den svenska populationen mellan 18–80 år, eller cirka 2–2,5 miljoner personer, uppgett att de har använt ATG:s speltjänster under de senaste 12 månaderna. I november 2018 införde ATG ett krav på obligatorisk kundidentifiering. En kund definieras som en person som har lagt minst ett spel innevarande år. Antalet kunder har de senaste åren uppgått till 1,4 miljoner år 2020 samt 1,3 miljoner 2021–2023.

Reklam

ATG är ett av de svenska företag som investerar mest i reklam årligen. En stor del av reklamen utgörs av tv-reklam, reklam på digitala reklamskärmar i offentliga miljöer, och annonser i tidningar. I dessa används kännetecknet TRAV OCH GALOPP. Analyser framtagna på uppdrag av ATG visar att spridningen varit betydande. ATG har även sedan 70-talet varit en aktiv sponsor inom såväl svenskt trav och galopp som svensk idrott- och föreningsliv i olika sammanhang. I samband med dessa engagemang har det sökta märket exponerats i stor utsträckning, bl.a. som kommersiell avsändare på utdelade prischeckar vid prisceremonier. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP har även exponerats vid mässdeltagande i samband med större hästtävlingar och event såsom Göteborg Horse Show 1994.

ATG-butiker

Spel på ATG:s produkter är möjligt dels genom ATG:s elektroniska kanaler, dels genom ATG:s fysiska butiker. Även om ATG numera erbjuder spel via elektroniska kanaler, har ATG fortsatt ett mycket stort antal kunder som väljer att spela hos de fysiska ATG-butikerna. Det finns idag cirka 1 900 ATG-butiker i Sverige. Hos ATG-butikerna har kunderna även möjlighet att ta del av sändningarna från ATG Live då det finns flera tv-skärmar hos varje ATG-butik som visar dessa sändningar.

Spelkvitton

Varje spel en kund lägger hos ATG genererar ett spelkvitto. Fysiska spelkvitton fås vid spel på hästkapplöpningsbana och ATG-butik. Det rör sig om ett mycket stort antal utfärdade spelkvitton varje år och en betydande kontaktyta gentemot spelare på hästar. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP har en framträdande position på baksidan av spelkvittona. Enligt ATG:s uppskattningar har antalet transaktioner, och därmed spelkvitton, uppgått till cirka 3 miljoner i veckan sedan i vart fall 1993.

Digitala plattformar

ATG använder sig av flera olika digitala plattformar, bl.a. webbsidan ATG.se. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP har exponerats på olika sätt över tid beroende på ändringar i layout. Initialt användes företagsnamnet "Aktiebolaget Trav och Galopp" som primärt kommunikationsmedel vilket sedermera övergick till "ATG".

Användningen av kännetecknet TRAV OCH GALOPP har emellertid skett hela tiden med angivande av AB Trav och Galopp som rättighetshavare och ägare av sajten. Trafiken på ATG.se har ökat kontinuerligt, särskilt under coronapandemin. Antal "users" på ATG.se under perioden 2012–2015 var cirka 300 000–400 000 i månaden.

Ytterligare en viktig marknadsföringskanal är ATG:s egna app där användare kan spela på ATG:s spelprodukter i mobilen. Appen i nuvarande version lanserades i maj 2019. I ATG-appen används kännetecknet TRAV OCH GALOPP. Det mesta man kan göra på webbplatsen ATG.se kan man också göra i ATG-appen.

ATG har även tjänsten ATG Tillsammans där spelare kan spela tillsammans, och play-tjänsten ATG Play där man kan se videoklipp från lopp och sändningar. AB Trav och Galopp anges som rättighetshavare för ATG Tillsammans och ATG Play.

ATG:s sociala medier

AB Trav och Galopp anges som kommersiell avsändare både på Twitter och LinkedIn. Även där framkommer alltså kännetecknet TRAV OCH GALOPP. Vad gäller LinkedIn framkommer kännetecknet TRAV OCH GALOPP även via annonser och jobbbannonser på plattformen, samt på merparten av de anställdas personliga beskrivningar.

Utskick, fakturor, brev, avtal och Swish

ATG skickar flera gånger per vecka ut redaktionell information till mottagare som tackat ja till att få sådana utskick, antingen via det digitala nyhetsrummet eller direkt via e-post. Mottagarna består av media, sakkunniga, intresseorganisationer, politiker och personer med intresse av ATG:s nyhetsflöde.

Vidare skickar ATG i genomsnitt ut två pressmeddelanden per vecka, två nyheter per månad och gör blogginlägg 1–2 gånger per månad. Antal mottagare av utskicken är cirka 1 100 personer och/eller redaktioner och läsningsgraden är cirka 75 procent. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP återfinns i samtliga pressmeddelanden och nyheter i form av en ”boiler plate” som ligger i slutet av texten. Kännetecknet TRAV OCH GALOPP exponeras även i officiell korrespondens, såsom kundfakturor, e-postsignaturer, brevmallar, licensavtal, uppdragsavtal med konsulter, årsredovisningar, riktade till diverse avtals- och samarbetspartners och andra professionella aktörer, jämte till spelare på hästar i form av exempelvis ATG:s vadhållningsbestämmelser.

AB TRAV OCH GALOPP framgår vidare som betalningsmottagare när ATG:s kunder använder Swish för att sätta in pengar på sitt spelkonto.

Marknadsundersökningar

Såsom nämnts ovan har ATG låtit genomföra marknadsundersökningar avseende ordkombinationen TRAV OCH GALOPP samt avseende bokstavskombinationen ”ATG” och kopplingen mellan ”ATG” och TRAV OCH GALOPP. Resultatet visar att det sökta märket har förvärvat särskiljningsförmåga. Av de respondenter som kopplade TRAV OCH GALOPP till ATG eller något av ATG:s andra kännetecken instämde 62 procent i att TRAV OCH GALOPP är en benämning på ett visst företag i spelbranschen. Att användningen av kännetecknet ”ATG” verkar känneteckenskraftstärkande för kännetecknet TRAV OCH GALOPP bekräftas av marknadsundersökningen samt av Patent- och marknadsöverdomstolens dom.

PRV har vidhållit de skäl för avslag som angetts i det överklagade beslutet.

UTREDNINGEN

ATG har till stöd för överklagandet åberopat bevisning i form av bland annat marknadsundersökningar, utdrag från Lotteriinspektionen, sammanställningar över finansiella nyckeltal, bidrag och kunder, information om ATG:s reklaminvesteringar, artiklar, produktblad, reklamfilmer och exempel på marknadsföringsmaterial.

Efter genomgång av handlingarna i ärendet meddelar Patent- och marknadsdomstolen följande

SLUTLIGA BESLUT

Patent- och marknadsdomstolen avslår överklagandet.

SKÄLEN FÖR BESLUTET

Det sökta varumärket saknar ursprunglig särskiljningsförmåga

Rättsliga utgångspunkter

Av 2 kap. 5 § varumärkeslagen (2010:1877) följer att ett varumärke inte får registreras om det saknar särskiljningsförmåga för de varor eller tjänster som varumärket avser. Enligt 1 kap. 5 § samma lag 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. I bestämmelsen anges att bristande särskiljningsförmåga bland annat kan bero på att ett varukännetecken endast består av tecken eller benämningar som i handeln visar varans eller tjänstens art.

Bestämmelserna motsvaras av artikel 4(1)(b) och (c) i varumärkesdirektivet (Europaparlamentet och Rådets direktiv, EU, 2015/2436 av den 16 december 2015 för tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning) och ska följaktligen tolkas direktivkonformt och i enlighet med EU-domstolens praxis.

Kravet på ursprunglig särskiljningsförmåga innebär att en normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst genomsnittskonsument av den vara eller tjänst som varumärket avser, vid tidpunkten för ansökan om registrering, kan skilja varan från andra företags varor och tjänster och uppfatta att den kommer från ett visst företag (se EU-domstolens dom den 8 april 2003, C-53/01-55/01, Linde m.fl., EU:C:2003:206, punkterna 40 och 41).

Bedömningen av om ett ordvarumärke är beskrivande för de varor eller tjänster de avser ska göras med utgångspunkt i en språklig analys av märket, närmast genom en prövning av om märkesordets användning i språket beskriver de varor eller tjänster som märket avser eller om märkesordet har en potentiell betydelse som kan användas för sådana ändamål (se PMÖD 2020:16).

Huvudregeln är att varumärken som anger en egenskap hos varorna inte kan registreras. Hinder mot registrering föreligger redan om varumärket är potentiellt beskrivande (se EU-domstolens dom den 23 oktober 2003, C-191/01 P, Doublemint, EU:C:2003:579, punkten 32). Även nybildade ordkombinationer anses beskrivande om det inte finns en tydlig skillnad mellan nybildningen och en enkel summering av dess beståndsdelar (se till exempel EU-domstolens domar den 20 september 2001, C-383/99 P, Baby-Dry, EU:C:2001:461, punkten 40 samt den 12 februari 2004, C-265/00, Biomild, EU:C:2004:87, punkten 41 och C-363/99, Postkantoor, EU:C:2004:86, punkten 100).

Domstolens bedömning

Patent- och marknadsdomstolen bedömer inledningsvis att omsättningskretsen utgörs av allmänheten över 18 år samt att genomsnittskonsumenten har en uppmärksamhetsgrad av normalgraden.

Den aktuella ansökan gäller registrering av TRAV & GALOPP för varor och tjänster i klasserna 28, 38 och 41.

Patent- och marknadsdomstolen instämmer i PRV:s bedömning att det är allmänt känt att både ”trav” och ”galopp” är väletablerade grenar inom hästsporten och hästspelsverksamheten i Sverige. Av Svenska Akademiens ordlista framgår att trav bland annat definieras såsom ”travtävling; spela på trav”. Likaså anser Patent- och marknadsdomstolen att det är vedertaget att man även kan spela på galopptävlingar. Orden används alltså i spel- och sportsammanhang och i sammansättningar såsom travtävling och galopptävling. Enligt Patent- och marknadsdomstolen är det även allmänt känt att vadhållning och spel på hästar främst sker genom sådana trav- och galopptävlingar. Domstolen instämmer således i PRV:s bedömning att orden ”trav” och ”galopp” var för sig är beskrivande för de aktuella varorna och tjänsterna. Lika med PRV anser domstolen även att ordkombinationen TRAV & GALOPP överensstämmer med svenska grammatiska regler och inte innefattar något ovanligt inslag i språkhänseende.

Det sökta märket TRAV & GALOPP är således beskrivande för sökta lott- och spelrelaterade varor och tjänster. Likaså är det sökta märket beskrivande för sändnings- överförings- och telekommunikationstjänster samt underhållningstjänster eftersom det sökta märket anger dessa varor och tjänsters riktning och innehåll. Patent- och marknadsdomstolen delar därmed PRV:s bedömning att det sökta märket inte har ursprunglig särskiljningsförmåga för de sökta varu- och tjänsteklasserna.

Att Patent- och marknadsöverdomstolen i ett tidigare avgörande funnit att företagsnamnet Aktiebolaget Trav och Galopp har ursprunglig särskiljningsförmåga förändrar inte bedömningen (jfr PMÖD 2018:8, med däri gjorda hänvisningar). Som PRV påpekat avser inte Patent- och marknadsöverdomstolens tidigare avgörande registreringen av ordvarumärket TRAV & GALOPP utan bedömningen gäller frågan om ett äldre företagsnamns särskiljningsförmåga inom ramen för en förväxlingsbedömning. I sitt avgörande prövar alltså Patent- och marknadsöverdomstolen inte registreringen av TRAV & GALOPP som ordvarumärke.

Som ATG anført har bolaget genom registreringen av företagsnamnet Aktiebolaget Trav och Galopp ett korsvist skydd för företagsnamnet som varukännetecken för de varor och tjänster som den registrerade verksamheten omfattar (se 1 kap. 8 § varumärkeslagen). Registreringen av ett företagsnamn innebär visserligen att innehavaren av företagsnamnet per automatik även får ett skydd så som om det vore ett registrerat varumärke. Det korsvisa skyddet ansluter dock till registreringshinder och ogiltighetsgrunder (se Berlips Persson, Företagsnamnet som varukännetecken, Diss. Stockholm, Stockholms universitet, 2022 s. 189). Det korsvisa skyddet medför således inte i sig en rätt att registrera företagsnamnet som ett varumärke.

Det sökta varumärket saknar förvärvad särskiljningsförmåga

Rättsliga utgångspunkter

Av 1 kap. 5 § tredje stycket varumärkeslagen följer att ett varumärke kan förvärva särskiljningsförmåga genom användning, trots att kännetecknet i grunden är av beskrivande karaktär.

Förekomsten av förvärvad särskiljningsförmåga ska prövas utifrån en samlad bedömning med hänsyn bland annat till den marknadsandel som varumärket innehar, hur ofta och hur länge det har använts, hur stora investeringar som har gjorts för att saluföra det och den andel av omsättningskretsen som tack vare varumärket kan ange att varan kommer från ett visst företag (se EU-domstolens dom den 7 juli 2005, C-353/03, Nestlé, EU:C:2005:432, punkten 31).

Särskiljningsförmåga kan bland annat förvärvas genom att omsättningskretsen genomgått en normal tillväjningsprocess. Härav följer att samtliga omständigheter under vilka omsättningskretsen kommer i kontakt med ett varumärke ska beaktas vid bedömningen av huruvida varumärket har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning. Konsumenten kommer inte endast i kontakt med ett varumärke när den beslutar sig för köp, utan även dessförinnan, exempelvis genom reklam, och när varan konsumeras. (Se EU-domstolens domar den 7 oktober 2004, C-136/02, Mag-Lite, EU:C:2004:592, punkten 47 och den 22 juni 2006, C-24/05 P, Storck v OHIM, EU:C:2006:421, punkterna 70 och 71.)

Domstolens bedömning

ATG har anfört att det sökta märket TRAV & GALOPP är nästintill identiskt med TRAV OCH GALOPP som genom lång och omfattande användning förvärvat särskiljningsförmåga. Till stöd för detta har ATG gett in bevisning som ska visa att TRAV OCH GALOPP använts i bland annat reklamfilmer, reklamskärmar, annonser

och annat marknadsföringsmaterial. Enligt Patent- och marknadsdomstolen har ordkombinationen TRAV OCH GALOPP i dessa sammanhang endast en undanskymd position, även beaktat att samtliga komponenter blir mer framträdande på större skärmar. Vidare är enligt domstolen angivandet av TRAV OCH GALOPP endast en upplysning om att ATG, utskrivet som AB Trav och Galopp, är upphovsrättsinnehavare till det förevisade materialet.

ATG har även anfört att TRAV OCH GALOPP förekommit på spelkvitton, checkar samt vid inbetalning via Swish. Även om orden TRAV OCH GALOPP i dessa sammanhang har en mer framträdande placering utgör enligt domstolen den användning som visats inte heller någon användning av orden som varumärke för sökta varor och tjänster, utan snarare för att associationsrättsligt identifiera företaget såsom exempelvis mottagaren av betalning.

ATG har även gett in två marknadsundersökningar. Båda marknadsundersökningarna är genomförda 2021. Den ena undersökningen rör bokstavskombinationen ATG och den andra rör ordkombinationen TRAV OCH GALOPP. Den förstnämnda undersökningen har gjorts i syfte att undersöka huruvida bokstavskombinationen ATG är känd för en viss näringsidkare. Enligt domstolen kan den inte tillmätas någon egentlig betydelse för frågan om ordkombinationen TRAV OCH GALOPP har förvärvat särskiljningsförmåga i förhållande till sökta varor och tjänster.

Den andra undersökningen syftar till att undersöka om ordkombinationen TRAV OCH GALOPP är känd för en viss näringsidkare. Undersökningen har genomförts genom webbintervjuer med ett riksrepresentativt urval om 2016 konsumenter och resultatet är baserat på de 545 respondenter i underlaget som angett att de spelar på hästar. Undersökningen omfattar fem frågor, där de inledande fyra frågorna tar sikte på frågor kring kännedom, dvs. vad/vilka produkter eller tjänster som respondenten tänker på när personen hör eller ser ordkombinationen TRAV OCH GALOPP (fråga 1–3) och sedan om respondenten tänker på något företag eller några varumärken när personen hör eller ser ordkombinationen TRAV OCH GALOPP (fråga 4). De 417 respondenter som

lämnat relevanta svar på fråga 1–4 har sedan fått svara på frågan om de anser att ordkombinationen TRAV OCH GALOPP är en benämning på ett visst företag i spelbranschen eller en benämning som kan användas av vilket företag som helst inom spelbranschen.

Av undersökningen framgår att 76 % (417 av 545) av respondenterna har svarat ATG eller något av ATG:s kännetecken på någon av frågorna 1–4. Av dessa personer har 62 % (257 av 417) instämt i att TRAV OCH GALOPP är en benämning på ett visst företag i spelbranschen.

Av de 417 respondenter som enligt undersökningen avgett relevanta svar på fråga 1–4 har flertalet personer angett svar som både innehåller ATG och andra ord såsom ”hästar”, ”spel på hästar”, ”trav”, ”travsport” och ”travtävlingar”. Även svar som ”Harry Boy” och ”V75” har bedömts som relevanta för kopplingen mellan ordkombinationen TRAV OCH GALOPP och ATG. Enligt Patent- och marknadsdomstolen utgör det en brist i undersökningen att dessa svar bedömts som svar som förknippar ordkombinationen TRAV OCH GALOPP med ATG. Domstolen noterar även att 56,51 % (308 av 545) av respondenterna har svarat något annat inkluderande allmänna svar kring spel och hästar på frågan vad de tänker på när de hör eller ser ordkombinationen TRAV OCH GALOPP. I bilagan där dessa svar redovisas förekommer ord som ”hästar”, ”spel” och ”sport”.

I undersökningen redovisas endast svar från de respondenter som angett att de spelar på hästar. Dessutom har undersökningen utförts på ett sådant sätt att det sedan är ännu färre personer som ställs inför frågan om ordkombinationen TRAV OCH GALOPP är en benämning på ett visst företag i spelbranschen. Ett sådant urval och tillvägagångssätt är enligt Patent- och marknadsdomstolen inte representativt för att tillräckligt tydligt ge stöd åt att det sökta märket TRAV & GALOPP har förvärvat särskiljningsförmåga i förhållande till de sökta varor och tjänsterna. Särskilt inte när genomsnittskonsumenten utgörs av allmänheten över 18 år, det vill säga inte enbart de som spelar på hästar. Till detta kommer även att marknadsundersökningen genomförts i relativt

nära anslutning till att det svenska spelmonopolet, under vilket ATG hade ensamrätt att tillhandahålla spel på hästar, avskaffades.

Vid en sammantagen bedömning finner Patent- och marknadsdomstolen att utredningen i ärendet inte med tillräcklig styrka talar för att TRAV & GALOPP har förvärvat särskiljningsförmåga i förhållande till sökta varor och tjänster. Överklagandet ska därför avslås.

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

Ett överklagande ställs till Patent- och marknadsöverdomstolen och ska ha kommit in till Patent- och marknadsdomstolen senast den 9 april 2025. Prövningstillstånd krävs.

Sara Heikfolk

Protokollet uppvisat/



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.