



---

# KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

## **AVGJØRELSE**

---

Sak: 23/00119  
Dato: 22.mars 2024

---

Klager: Andreas Stihl AG & Co., KG  
Representert ved: Zacco Norway AS

---

Innklaget: EcoFlow Inc.  
Representert ved: Ikke representert ved fullmektig

---

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:

Gunhild Giske Skyberg, Martin Berggreen Rove og Torger Kielland

har kommet frem til følgende

---

## AVGJØRELSE

### 1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 23. august 2023, hvor registreringen av det kombinerte merket AIMOW, med internasjonalt registreringsnummer 1636124, og med søknadsnummer 202118076, ble gitt virkning i Norge for hele den aktuelle varefortegnelsen. Merket ser slik ut:

# AIMOW

Merket er gitt virkning for følgende varer:

Klasse 7    Agricultural machines; electric hedge cutters; washing machines [laundry]; wind power plants; industrial robots; dynamos; direct current generators; alternating current servo motors; rechargeable sweepers; lawnmowers [machines]; lawn trimmers, electric; kitchen machines, electric; wind-powered installations for generating electricity; alternators; generators of electricity; gas-operated power generators; road sweeping machines.

- 3 Saken har sin bakgrunn i innsigelse fra Andreas Stihl AG & Co., som innkom i innsigelsesperioden, jf. varemerkeloven § 26. Innsigelsen er begrunnet med at bruk av merket ville krenke en annens rett, fordi det er egnet til å forveksles med innsigers eldre registrering nr. 249284, ordmerket iMow, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. Innsigelsen ble forkastet av Patentstyret, slik at internasjonalt registreringsnummer 1636124 ble opprettholdt.

- 4 Varemerket iMow er registrert for følgende vare:

Klasse 7    Gressklippere

- 5 Klage kom inn 7. september 2023. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 21. september 2023, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

### 6 Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Registreringen opprettholdes ettersom innklagedes merke ikke er egnet til å forveksles med klagers registrering.
- Patentstyret fant at det samlet sett er delvis vareslagslikhet. Varene «lawnmowers [machines]; lawn trimmers, electric», som merket AIMOW er gitt virkning for, er

identiske med «Gressklippere», som merket iMow er registrert for. Varen «Agricultural machines» omfatter ikke direkte «Gressklippere», men det er en høy grad av likeartethet mellom visse former for slike maskiner og gressklippere. Varene «electric hedge cutters», «rechargeable sweepers» og «road sweeping machines» er likeartede maskiner med gressklippere. Varene «dynamos», «direct current generators», «alternating current servo motors», «alternators» og «generators of electricity» kan være tilbehør/reservedeler til gressklippere som man kan kjøre med, slik som plentraktorer. Det foreligger dermed også likeartethet med disse varene.

- Det er ikke likeartethet mellom «Gressklippere» og varene «industrial robots», «washing machines [laundry]», «wind power plants», «kitchen machines, electric», «wind-powered installations for generating electricity» og «gas-operated power generators».
- Klagers merke iMow kan oppfattes som en sammenstilling av bokstaven i, og det engelske ordet Mow, som betyr å «slå, skjære, klippe», og som særlig brukes om å klippe gress. Når merket brukes for gressklippere og lignende varer, vil det kunne oppfattes i betydningen «jeg klipper», og merket har derfor en lav grad av særpreg for de aktuelle varene.
- AIMOW er et rent fantasiord, som muligens kan oppfattes som en sammenstilling av AI, «artificial intelligence», og MOW. Merket kan derfor oppfattes i betydningen «klippe gress ved hjelp av kunstig intelligens» eller liknende. Det er imidlertid mest naturlig å oppfatte merketeksten som et helhetlig fantasiord.
- På grunn av tilnærmet lik uttale vil merkene være fonetisk identiske for en ikke uvesentlig del av omsetningskretsen.
- Det visuelle helhetsinntrykket mellom merkene er mer ulikt. Merkene innledes forskjellig og har ulik lengde. Merket iMow vil ikke gjenkjennes som et selvstendig element i AIMOW.
- Hvis merkedelen MOW i merkene oppfattes som et selvstendig element vil det ikke gi inntrykk av en kommersiell opprinnelse, siden MOW beskriver varenes formål og egenskaper. Når likhetene knytter seg til beskrivende elementer, får ulikhetene i merkene større betydning, jf. T-506/19 UMA WORKSPACE/WORKSPACE avsnitt 58 og 59 og T-2/20 BIOPLAST/BIOPLAK avsnitt 75. Helhetlig sett har merkene ingen felles konseptuell likhet ut over at de angir hva varene skal brukes til.
- Patentstyret kom etter en helhetlig vurdering til at merkene er tilstrekkelig ulike til at de ikke vil forveksles, selv om de brukes for identiske varer. Fellesdelen i merkene er direkte beskrivende der graden av vareslagslikhet er høyest. At merkene kan uttales identisk, veies opp av de visuelle og konseptuelle ulikhetene. Omsetningssituasjonen for gressklippere vil ikke i særlig grad foregå rent muntlig. Det vanlige er at varene kjøpes fysisk i butikk eller via netthandel. I disse tilfellene vil gjennomsnittsforbrukeren møte merket visuelt.

## 7 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Det registrerte merket AIMOW krenker klagers varemerkerettighet, og registreringen må derfor oppheves for varene i klasse 7.
- Omsetningskretsen vil bestå av både alminnelige sluttbrukere og profesjonelle næringsdrivende. Gjennomsnittsforbrukeren vil ha lav til gjennomsnittlig grad av oppmerksomhet, da deler av varene er alminnelige redskaper som gressklippere, kjøkkenmaskiner, dynamoer etc. Omsetningskretsen må anses som bred, og merkebevisstheten vil derfor kunne variere. Dette medfører at det vil kunne bli utvist relativt lav grad av merkebevissthet, som gjør at merkene lettere vil kunne blandes sammen og bli tatt feil av.
- Det er en høy grad av kjennetegnslighet, og innehavers merke vil kunne oppfattes som en variant av innsigers kjennetegn. Merket iMow opptas i sin helhet i AIMOW, og merkene er derfor visuelt like. Tillegget av bokstaven «A» er en tilnærmet uvesentlig forskjell når merkene vurderes helhetlig. Gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte og gjenkjenne det felles elementet i merkene, særlig fordi merkene er fonetisk identiske. Det vil være påregnelig at det oppstår en situasjon hvor en gjennomsnittsforbruker f.eks. anbefaler en ny gressklipper til en venn/nabo/kollega i dagligtalen, og direkte forveksling oppstår deretter. Gjennomsnittsforbrukeren er også vant til å se varer i handelen med navn som innledes med bokstaven «i» før resten av produktnavnet, for eksempel iPhone, iPod, iZettle, iMove og iSushi etc.
- Merket AIMOW vil ikke oppfattes som et rent fantasiord ettersom det er fonetisk identisk med iMow. Merket vil heller ikke oppfattes som «klippe gress ved hjelp av kunstig intelligens». AIMOW er et alminnelig ordspill på produkter som ellers er vanlig brukt i store deler av handelen, jf. eksemplene om blant annet iPhone.
- Det er mer enn tilstrekkelig grad av vareslagslikhet, hvor varene «Agricultural machines; electric hedge cutters; industrial robots; dynamos; direct current generators; alternating current servo motors; rechargeable sweepers; lawnmowers [machines]; lawn trimmers, electric; kitchen machines, electric», må anses for å være særlig like og/eller identiske med «Gressklippere». Produktene har enten samme utsalgssteder, tilhører samme type sortiment, har samme tilbehør eller må anses for å være knyttet til hverandre på andre måter.
- Klager er ikke enig med Patentstyret i vurderingen av at «agricultural machines» ikke direkte kan omfatte «Gressklippere». Definisjonen av «landbruksmaskiner og landbruksredskaper» fra Store Norske Leksikon som Patentstyret viser til, fanger ikke opp den engelske betydningen av ordet og i hvert fall ikke slik at «Gressklippere» positivt kan utelukkes fra begrepet.
- Hekktrimmere er likeartet med «Gressklippere». Industrielle roboter kan være robotklippere som benyttes på større gressflater enn vanlige hageflekker. Klager viser til

et nettsted som tilbyr kraftige robotgressklippere for industriell bruk, for eksempel klipping av fotballbaner, parker og flyplasser, og at de industrielle robotene er produsert for å kunne klippe gressplener opp til 75 000 kvadratmeter. De øvrige angivelsene omfatter tilhørende deler, for eksempel dynamoer, servomotorer og generatorer. Varene «rechargeable sweepers», «lawnmowers [machines]» og «lawn trimmers» er identiske med «Gressklippere». Sweepers/sweeping machines vil ha store likheter med både vanlige og robotiserte gressklippere, ved at de har en roterende kost, i likhet med gressklippere som har et roterende kappeblad. De vil i tillegg bruke mye av de samme delene/reservedelene og være nært tilknyttet i varekategori.

- Registrering av innehavers merke vil potensielt forhindre klager fra å kunne utnytte sitt eget merke optimalt, og bidra til å utvanne identiteten til klager. Ettersom forbrukere og andre markedsaktører kan komme til å ta feil av merkene eller tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom partene, er det risiko for at innklagede på urimelig måte vil dra nytte av slike feiloppfatninger, men også for at klager kan miste egen virksomhet og omsetning i Norge med fare for svekket evne til å identifisere egne merker.

## **8 Innklagede har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:**

- Innklagede har ikke inngitt kommentarer i saken.

## **9 Klagenemnda skal uttale:**

### **10 Klagenemnda er kommet til samme resultat som Patentstyret.**

- 11 Det aktuelle varemerket er det kombinerte merket AIMOW (gjengitt over i avsnitt 2)
- 12 Det følger av varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 første ledd bokstav b at et merke ikke kan registreres dersom det er «risiko for forveksling» med et merke som allerede er registrert eller gitt virkning i Norge. Vurderingstemaet er om en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen for de varer det gjelder, kan komme til å ta feil av kjennetegnene (direkte forveksling), eller tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom kjennetegnenes innehavere (indirekte forveksling), jf. HR-2008-1686-A SØTT + SALT avsnitt 41–42.
- 13 Spørsmålet om to varemerker er egnet til å forveksles, skal avgjøres ut fra en helhetsvurdering der både vareslagslikheten og kjennetegnslikheten blir vektlagt, jf. varemerkeloven § 4 første ledd bokstav b. Det er et innbyrdes avhengighetsforhold mellom disse momentene, slik at en svak grad av vareslagslikhet kan oppveies av en høy grad av kjennetegnslikhet og omvendt, jf. HR-2008-1686-A SØTT + SALT avsnitt 40 og EU-domstolens rådgivende uttalelse i C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 19. Se også

EU-domstolens rådgivende uttalelser i sakene C-251/95 Sabèl/Puma avsnitt 18 og C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 17.

- 14 I helhetsvurderingen skal det tas hensyn til gjennomsnittsforbrukerens oppmerksomhetsnivå, hvilke varer eller tjenester det er snakk om og hvordan de omsettes. I tillegg er det relevant å se hen til det eldste merkets grad av særpreg. Jo mer særpreget det eldste merket er, desto større vil risikoen for forveksling være, jf. sakene C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 18 og 19 og T-56/20 VROOM avsnitt 43. Merker med sterk grad av særpreg, enten iboende eller oppnådd som følge av bruk, har større verneomfang enn merker med svak grad av særpreg, jf. C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 18.
- 15 Gjennomsnittsforbrukeren vil normalt oppfatte merkene som en helhet, uten å undersøke detaljer, jf. EU-domstolens avgjørelse C-334/05 P Shaker avsnitt 35. Det må tas hensyn til at gjennomsnittsforbrukeren normalt ikke vil ha mulighet til å sammenligne merkene side om side, men må stole på det bildet hun/han har i hukommelsen, jf. C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 26. Klagenemnda legger til grunn at omsetningskretsen for de aktuelle varene i klasse 7 vil være både private sluttbrukere og profesjonelle aktører. Gjennomsnittsforbrukeren anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. EU-domstolens uttalelse i sak C-210/96 Gut Springenheide avsnitt 31. Gressklippere og lignende varer er normalt ikke gjenstand for hyppige kjøp, og hvor prisnivået kan være relativt høyt. Dette tilsier at gjennomsnittsforbrukeren må anses å ha noe over gjennomsnittlig grad av oppmerksomhet.

#### *Vareslagslikhet*

- 16 Temaet for vurderingen er om varene er av samme eller lignende slag, jf. varemerkeloven § 4 første ledd bokstav b. I vurderingen av om varene er av lignende slag, skal det ses hen til varenes art og anvendelsesformål, hvordan de benyttes, hvem som er sluttbruker og om de er i konkurranse med hverandre eller er komplementære, jf. EU-domstolens rådgivende uttalelse i C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 23. Andre kriterier som har blitt nevnt i rettspraksis er om varene har samme distribusjonskanaler, og om de normalt har samme kommersielle opprinnelse, se for eksempel EU-rettsens avgjørelser i T-99/01 Mystery/Mixery avsnitt 40 og T-85/02 Castillo/El Castillo avsnitt 38.
- 17 Etter Klagenemndas syn er varene «lawnmowers [machines]», og «lawn trimmers, electric» som merket AIMOW er gitt virkning for, identiske med «Gressklippere», som merket iMow er registrert for.
- 18 Varene «Agricultural machines», «electric hedge cutters», og «industrial robots» er etter Klagenemndas syn likeartet med «Gressklippere». Vareangivelsen «agricultural machines» omfatter alle typer av landbruksmaskiner, for eksempel beitepussere og slåmaskiner, som har beslektet formål og anvendelse som gressklippere, herunder å klippe gress og ugress. Elektriske hekktrimmere og gressklippere selges ofte i samme butikker til samme omsetningskrets, og har ofte samme kommersielle opprinnelse. Angivelsen

«industrial robots» i klasse 7, anses av Klagenemnda å omfatte robotiserte gressklippere for profesjonell bruk, for eksempel til klipping av parker, fotballbaner og flyplasser, slik klager viser til. Dette er dermed varer som kan ha samme formål og rette seg mot samme omsetningskrets som «gressklippere» i klasse 7, for eksempel en kommunes parkvesen. Varene «dynamos», «direct current generators», «alternating current servo motors», «alternators», «generators of electricity», og «gas operated power generators» kan være bestanddeler eller tilbehør til «Gressklippere». Klagenemnda legger derfor til grunn at disse varene er av lignende slag.

- 19 Varene «washing machines [laundry]», «wind power plants», «rechargeable sweepers», «kitchen machines, electric», «wind-powered installations for generating electricity» er av ulik art, formål og anvendelse, og verken supplerer eller er i konkurranse med gressklippere. I den grad gressklippere selges i samme butikker som «washing machines [laundry]» og «kitchen machines», er disse plassert i ulike deler av de fysiske butikkene og er sortert under ulike faner og varekategorier i nettbutikker. Det at for eksempel Bosch produserer både gressklippere og oppvaskmaskiner, kan dermed ikke være avgjørende.
- 20 Etter dette foreligger det både identitet og likeartethet med hensyn til flere av varene i klasse 7. Klagenemnda går så over til å vurdere vilkåret om kjennetegnslighet. Merkene som skal sammenlignes er:

Innklagedes merke	Klagers merke
<b>AIMOW</b>	iMow

- 21 Ved vurderingen av kjennetegnslighet, må det foretas en helhetsvurdering hvor blant annet graden av visuell, fonetisk, og konseptuell likhet vektlegges. I denne vurderingen vil særpregede og dominerende elementer ha større betydning for merkenes helhetsinntrykk enn svake og lite fremtredende elementer, jf. blant annet EU-domstolens avgjørelser i C-251/95 Sabèl/Puma avsnitt 23 og C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 25-27 og C-334/05 P Shaker avsnitt 35.
- 22 Etter Klagenemndas oppfatning vil det eldste merket «iMow» forstås som en sammenstilling av «i» og «Mow». I relasjon til «Gressklippere» i klasse 7, vil «Mow» forstås i betydninger som å «slå» eller «klippe», jf. Stor engelsk-norsk ordbok. I samme ordbok er eksempler på bruk av ordet «mow a field» og «mow a lawn». Klagenemnda er etter dette enig med Patentstyret i at ordet særlig brukes om å klippe plenen eller gresset. Ordet «Mow» vil derfor umiddelbart oppfattes beskrivende for varenes bruksområde og formål. Når det gjelder bokstaven «i», er Klagenemnda av det syn at plassert foran det

beskrivende ordet «Mow», vil bokstaven oppfattes som en referanse til at gressklipperen har intelligente løsninger eller tilkoblingsmuligheter. Dette støttes av oppslag i Merriam Webster Dictionary som viser at «i» er en forkortelse for «intelligence», og at EU-retten har lagt til grunn at bokstaven «i» er en allment kjent forkortelse for «internet», jf. T-225/14 iDirect24 avsnitt 22 og 27, med henvisning til T-161/09 iLink avsnitt 29 og 30. Det er heller ikke utenkelig at merket iMow kan oppfattes i betydningen «jeg klipper». Etter Klagenemndas oppfatning fører disse alternative betydningene til at «iMow» som helhet har svært lav grad av atskillende evne med et dertil begrenset verneomfang for «Gressklippere» i klasse 7.

- 23 Når det gjelder innklagedes merke, er Klagenemnda av den oppfatning at deler av omsetningskretsen vil oppfatte AIMOW som et helhetlig fantasiord. Andre vil oppfatte det som en sammenstilling av forkortelsen AI for «artificial intelligence», som på norsk betyr «kunstig intelligens». I relasjon til de identiske varene, vil MOW på samme måte som i klagers merke, kunne oppfattes i betydningen å «klippe» eller «slå» gresset/plenen.
- 24 Ettersom merkenes eneste felleselement MOW er beskrivende for gressklippere, får likhetene som dette ordet skaper mindre innvirkning på merkenes helhetsinntrykk. I tillegg kommer at gjennomsnittsforbrukeren har en tendens til å feste seg ved starten av et merke, jf. T-183/02 Mundicor avsnitt 51, og T-346/04 Arthur et Felicie avsnitt 46. Tatt i betraktning det eldste merkets svake grad av særpreg og at felleselementet MOW er direkte beskrivende, er Klagenemnda av det syn at de innledende elementene «i» og «AI» har tilstrekkelige visuelle og konseptuelle ulikheter til å motvirke likhetene, selv for de identiske varene. Dette gjelder selv om merkene som helhet er tilnærmet fonetisk identiske. Vurderingen og resultatet blir det samme for varene som er av lignende slag.
- 25 Etter en helhetsvurdering er Klagenemnda kommet til at det ikke er risiko for forveksling mellom merkene iMow og AIMOW, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. I helhetsvurderingen legger Klagenemnda særlig vekt på at klagers merke iMow har et svært begrenset verneomfang, at MOW er direkte beskrivende, og at forskjellene mellom «AI» og «i» derfor i tilstrekkelig grad motvirker likhetene for varene av samme eller lignende slag i klasse 7. Klagenemnda er derfor av den oppfattelse at en ikke uvesentlig del av omsetningskretsen sannsynligvis ikke vil ta feil av merkene eller tro at det er en kommersiell forbindelse mellom innehaverne. Innklagedes merke AIMOW er dermed ikke registrert i strid med varemerkeloven § 16 bokstav a. På denne bakgrunn stadfester Klagenemnda Patentstyrets beslutning om å opprettholde internasjonal registrering nr. 322482, det kombinerte merket AIMOW.

## **Det avses slik**



## **Slutning**

Klagen forkastes.

Gunhild Giske Skyberg  
(sign.)

Martin Berggreen Rove  
(sign.)

Torger Kielland  
(sign.)