



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 25/00054
Dato: 14. november 2025

Klager: FK BODØ-GLIMT
Representert ved: Advokatfirma Kleven & Kristensen DA

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

Sarah Wennberg Svendsen, Lill Grimstad og Amund Brede Svendsen

har kommet frem til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 16. mai 2025 hvor ordmerket VÅRRES MÅTE, med søknadsnummer 202409398, ble nektet registrert for følgende varer og tjenester:

Klasse 16: Bøker innen spill og spilling.

Klasse 30: Kaffe, te, kakao og kunstig kaffe; brød, bakverk og konditorvarer; is, iskrem, frossen yoghurt og sorbet; saftis.

Klasse 32: Øl og bryggeriprodukter; mineralvann [drikker]; fruktdrikker; fruktdrikker og fruktjuice; saft [alkoholfritt konsentrat].

Klasse 41: Opplæring

- 3 Varemerket ble nektet registrert fordi det ble ansett å mangle det nødvendige særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.
- 4 Klage kom inn den 19. juni 2025. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 4. august 2025, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

5 Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Merket mangler særpreg for varene og tjenestene, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum. Merket er ikke egnet til å skille søkers varer og tjenester fra andres, og oppfyller ikke garantifunksjonen.
- Den relevante omsetningskretsen omfatter både profesjonelle næringsdrivende og private sluttbrukere.
- Ordet VÅRRES er en dialektform av ordet «vår» eller «vårt». VÅRRES MÅTE vil derfor oppfattes som «vårt vis», «vår måte» eller «vår fremgangsmåte».
- Merket vil direkte og umiddelbart oppfattes som et generelt salgsfremmende og rosende utsagn om at søkers varer er produsert på produsentens egne, unike måte, eller at tjenestene knytter seg til tilbyderens egne måte å gjøre noe på. Det er ikke aspekter ved merketeksten som gjør det nødvendig å utøve fortolkningsinnsats eller som utløser en tankeprosess.

- Dialektvariasjonen av ordet «vår/vårt» gir merket et muntlig preg. Dialektordet VÅRRES er imidlertid vanlig og utbredt, og vil enkelt forstås av omsetningskretsen. Ordet VÅRRES er dermed ikke tilstrekkelig til å skape gjenkjennelseseffekt og oppfylle garantifunksjonen.
- Når merketeksten brukes på mat- og drikkevarer i klasse 30 og 32, vil gjennomsnittsforbrukeren oppfatte teksten som et rosende og salgsfremmende utsagn om at varene er produsert på produsentens egne, unike måte. Eksempelvis kan dette være at bakverkene er tilberedt etter en bestemt, tradisjonsrik oppskrift, eller at ølet er brygget på produsentens spesielle måte, i motsetning til en mer vanlig måte. For mat- og drikkevarer er det vanlig at aktørene fremhever i markedsføringen at de har en særegen, unik produksjonsmåte.
- For «bøker innen spill og spilling» i klasse 16 og «opplæring» i klasse 41, vil merketeksten kun oppfattes som et generelt rosende og informativt utsagn om at boken handler om tilbyderens egne spilletaktikker, og at det gjelder opplæring innenfor tilbyderens egne metode om det aktuelle temaet. Merket fremstår dermed mer som et generelt utsagn enn som et kjennetegn for kommersiell opprinnelse.
- Den innsendte dokumentasjonen er ikke tilstrekkelig til å vise slik virkning av bruk som kreves for at et varemerke skal anses som innarbeidet, jf. varemerkeloven § 14 tredje ledd andre punktum, jf. § 3 tredje ledd. Dokumentasjonen består av lenker til ulike nettsider, hvor deler av innholdet er bak betalingsmur. Det tilgjengelige innholdet i lenkene er uansett ikke tilstrekkelig til å belyse hvilken virkning bruken av ordmerket har hatt i omsetningskretsen.

6 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Varemerket har særpreg som kjennetegn for søkers varer og tjenester i klassene 16, 30, 32 og 41.
- Patentstyret har feilaktig presumert at VÅRRES MÅTE kun relaterer seg til fremstillingsmåte. VÅRRES MÅTE beskriver hvordan klubben sportslig sett opptrer på banen. FK Bodø Glimt vil selge sine varer og tjenester, og supportere og kunder vil ikke først og fremst tenke at disse varene og tjenestene er utviklet på en spesiell måte som skiller seg ut fra andres. De vil tenke at de har en kommersiell opprinnelse eller kommersiell tilknytning til FK Bodø Glimt.
- Patentstyret har tidligere registrert varemerker som inneholder generelle uttrykk som VÅR, i betydningen «vårt produkt» eller «vår tjeneste», for eksempel internasjonalt registreringsnummer 1518884 VÅRLAKS, registreringsnummer 250749 VÅR, registreringsnummer 192152 VÅR Bank og Forsikring, og registreringsnummer 160128 VÅR METODE parkettssliper.

- VÅRRES MÅTE er benyttet som et kjennetegn på noe som har opprinnelse i fotballklubben Bodø Glimt, og det har gjenkjennelseeffekt i søkers kundekrets. Varemerket har blitt oppfattet som tilstrekkelig særpreget til å angi kommersiell tilknytning til FK Bodø Glimt.
- Bodø/Glimt har de seneste to sesongene spilt med VÅRRES MÅTE i nakken på sine drakter. De siste to sesongene har klubben solgt i underkant av 10.000 drakter. Salget er økende og det antas at det vil doubles kommende sesonger.
- Klubbens egen salgskanal selger for over 10 millioner kroner årlig. For 2024 er over 4,4 millioner av dette relatert til salg av drakter med VÅRRES MÅTE i nakken, mens omtrent en halv million er inntekter fra salg av skjert og t-skjorter o.l. med merket VÅRRES MÅTE. Videre er varemerket omtalt i media, og det vises til avisartikler fra Dagens Perspektiv 25. oktober 2023 og fra VG 3. juli 2019.

7 Klagenemnda skal uttale:

8 Klagenemnda er kommet til et annet resultat enn Patentstyret.

- 9 Det aktuelle ordmerket består av teksten VÅRRES MÅTE.
- 10 For at et varemerke skal kunne registreres, må de alminnelige registreringsvilkårene i varemerkeloven være oppfylt. Et varemerke kan ikke registreres dersom det utelukkende eller bare med uvesentlige endringer eller tillegg angir egenskaper ved varene, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a. I tillegg må merket oppfylle kravet til særpreget, jf. vilkåret i § 14 første ledd.
- 11 Ved tolkningen av varemerkeloven § 14 første og andre ledd skal det legges vekt på varemerkedirektivets ((EU) 2015/2436) ordlyd og formål, praksis fra EU-organene knyttet til direktivet, og de tilsvarende bestemmelsene i varemerkeforordningen (2017/1001). Høyesterett har uttalt dette i HR-2001-1049 GOD MORGON, og i senere avgjørelser HR-2016-1993-A PANGEA AS og HR-2016-2239-A ROUTE 66.
- 12 Formålet med å beskytte varemerker gjennom registrering, er særlig å sikre varemerkets garantifunksjon. Et varemerke skal fungere som garanti for kommersiell opprinnelse, slik at forbrukerne, uten fare for forveksling, kan skille én virksomhets varer og tjenester fra andres. Dette følger av fortalen til varemerkedirektivet punkt 16 og EU-domstolens avgjørelser i sakene C-39/97 Canon avsnitt 28 og C-299/99 Philips/Remington avsnitt 30.
- 13 Spørsmålet om et varemerke mangler særpreget eller er beskrivende, skal vurderes i relasjon til de varer eller tjenester merket er søkt registrert for, og utfra gjennomsnittsforbrukerens oppfattelse av merket, jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-273/05 P Celltech.

- 14 Gjennomsnittsforbrukeren skal anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide. Omsetningskretsen for de aktuelle varene og tjenestene vil etter Klagenemndas syn bestå av både private sluttbrukere og profesjonelle næringsdrivende.
- 15 Spørsmålet i saken er om ordmerket VÅRRES MÅTE har særpreg for de aktuelle varene og tjenestene etter varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.
- 16 For å ha særpreg, må merket være «egnet til å skille en virksomhets varer eller tjenester fra andres», jf. varemerkeloven § 2 første ledd. I dette ligger det at merket «må ha evne til å tiltrekke seg en viss oppmerksomhet, og være av en slik art at det er egnet til å feste seg i erindringen til dem som møter merket i handelen», jf. HR-2021-2480-A STORTORVETS GJÆSTGIVERI avsnitt 34.
- 17 I utgangspunktet stilles det ikke strengere krav til særpreg for slagord enn for andre typer varemerker. Dette følger av EU-domstolens uttalelser i C-398/08 P Vorsprung Durch Technik avsnitt 36 og C-311/11 P Wir Machen Das Besondere Einfach avsnitt 25. Den konkrete særpregsvurderingen kan likevel bli annerledes enn for tradisjonelle ordmerker, fordi gjennomsnittsforbrukeren ikke har for vane å utlede varer og tjenesters kommersielle opprinnelse fra slagord, jf. C-64/02 Das Prinzip Der Bequemlichkeit avsnitt 35.
- 18 Det at et merke er rosende, utelukker ikke at det kan fungere som opprinnelsesgaranti; et merke kan oppfattes både som et reklameutsagn og som en indikasjon på varenes kommersielle opprinnelse. Dette kan for eksempel være tilfelle når et merke ikke bare består av et vanlig reklamebudskap, men har en viss grad av originalitet, krever et minimum av fortolkning eller utløser en tankeprosess. Dette ble fastslått av EU-domstolen i sak C-398/08 P, Vorsprung Durch Technik avsnitt 45 og 57. Fantasifulle og overraskende elementer kan spille inn i vurderingen av om et slagord har tilstrekkelig grad av særpreg. Uvanlig syntaktisk struktur og språklige virkemidler som flertydighet, ordspill, rim og bruk av metaforer er momenter som etter forholdene kan tilføre slagordet distinktiv evne. Se til dette Underrettens uttalelser i sak T-49/19, Create delightful human environments, avsnitt 27, T-696/19, Moins de migraine pour vivre mieux, avsnitt 28.
- 19 I vurderingen vil det være relevant å se hen til graden av originalitet, og om det er nødvendig med en nærmere fortolkning for å oppfatte betydningsinnholdet, jf. C-398/08 P Vorsprung Durch Technik avsnitt 57. Originalitet og fantasifullhet kan imidlertid ikke oppstilles som noe absolutt krav for at merket skal anses som særpreget; det avgjørende er om det er egnet til å feste seg i hukommelsen hos dem som møter merket i handelen, se til dette Borgarting lagmannsretts dom i LB-2019-54145 NEVER STOP EXPLORING.
- 20 Merket i foreliggende sak består av ordene VÅRRES og MÅTE. Ordet VÅRRES er en dialektform av ordet «vår» eller «vårt». Klagenemnda er enig med Patentstyret i at ordet enkelt vil forstås av gjennomsnittsforbrukeren i betydningen «vår», slik at utsagnet vil oppfattes som «vår måte».

- 21 Klagenemnda er imidlertid ikke enig med Patentstyret i at utsagnet VÅRRES MÅTE direkte og umiddelbart vil oppfattes som rosende. Betydningen av «vår måte» fremstår som noe vag og krever etter Klagenemndas syn en viss fortolkning. Det er ikke åpenbart hva som ligger i at varen er laget på «vår måte» eller at tjenesten er utført på «vår måte» og at det ikke nødvendigvis er positivt at eksempelvis en mat- eller drikkevare er laget på tilbyderens egen måte. Det samme vil gjelde for opplæringstjenestene i klasse 41, der gjennomsnittsforbrukeren ikke umiddelbart vil forstå «vår måte» som rosende, eksempelvis ved at opplæringen vil foregå på en bedre måte. Med hensyn til bøker i klasse 16 kan ikke Klagenemnda se at utsagnet beskriver innholdet i boken, og VÅRRES MÅTE fremstår heller ikke utelukkende som et rosende reklameuttrykk.
- 22 Klagenemnda har lagt vekt på Borgarting lagmannsretts vurdering av merket NEVER STOP EXPLORING hvor det ble uttalt at «Verken lovgivning eller praksis, det være seg i Norge eller i EU, stiller noe krav om at det aktuelle merket skal være uvanlig, originalt eller fantasifullt for å ha særpreg». Retten vurderte at uttrykket spiller på positive assosiasjoner, men at «ordmerkets åpne utforming og store rekkevidde er egnet til å skape undring (...)». Avgjørelsen fra Borgarting lagmannsrett har likhetstrekk med foreliggende sak ved at det ikke var ansett å være behov for noen dyp analyse, men at merket likevel ble ansett å ha en åpen formulering som krever en viss grad av tankevirksomhet for å plassere det i riktig kontekst.
- 23 Klagenemnda har videre sett hen til at dialektordet VÅRRES i denne konkrete ordsammenstillingen tilfører et originalt preg til merket som helhet, som gjør at slagordet lettere vil feste seg i erindringen hos omsetningskretsen. Det skal foretas en konkret vurdering av merketeksten og hvordan denne vil oppfattes av gjennomsnittsforbrukeren. Utsagnet VÅRRES MÅTE kan ikke uten videre sidestilles med det mer banale engelske uttrykket «our way». Merketeksten vil i dette tilfellet kunne oppfattes som et salgsfremmende reklameutsagn og samtidig fungere som en opprinnelsesgaranti. Se til dette EU-domstolens uttalelse i sak C-398/08 P, Vorsprung Durch Technik avsnitt 45: *“Et varemærke kan således af den berørte kundekreds på samme tid opfattes som et salgsfremmende udtryk og som en angivelse af varernes eller tjenesteydelseernes handelsmæssige oprindelse”*. Klagenemnda viser også til Underrettens avgjørelse i sak T-305/16 hvor slagordet LOVE TO LOUNGE ble funnet tilstrekkelig særpreget for klær, fottøy og hodeplagg i klasse 25. Selv om merket ikke ble funnet å være “highly imaginative”, og selv om betydningsinnholdet kunne forstås som en oppfordring til kjøp, hadde merket likevel en evne til å bli husket (se avsnitt 94 og 95).
- 24 Avslutningsvis bemerker Klagenemnda at de tidligere registreringene klager har vist til ikke har vært avgjørende for utfallet i saken. Flere av registreringene det vises til er ikke sammenliknbare med slagordet i denne saken, siden ordet VÅR like gjerne kan oppfattes som årstiden vår, eksempelvis i registrering nr. 250749, det kombinerte merket VÅR og registrering nr. 192152, hvor teksten er sammenstilt med en vårblomst:



- 25 Etter en helhetsvurdering har Klagenemnda kommet til at merket VÅRRES MÅTE har det nødvendige særpreg for varene og tjenestene. Slagordet er egnet til å feste seg i bevisstheten til gjennomsnittsfbrukeren som en angivelse av kommersiell opprinnelse, jf. varemerkeloven § 14 første ledd.
- 26 Som følge av at merket etter Klagenemndas syn har tilstrekkelig iboende særpreg, er det ikke grunn til å vurdere om merket har oppnådd særpreg gjennom bruk, jf. varemerkeloven § 14 tredje ledd.
- 27 På denne bakgrunn opphever Klagenemnda avgjørelsen til Patentstyret. Merket kan registreres for de aktuelle varene og tjenestene i klasse 16, 30, 32 og 41.

Det avsies slik

Slutning

Klagen tas til følge.

Sarah Wennberg Svendsen
(sign.)

Lill Grimstad
(sign.)

Amund Brede Svendsen
(sign.)