



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 25/00035
Dato: 22. desember 2025

Klager: BEDTIME AS
Representert ved: ABION AS

Innklaget: Fossflakes A/S
Representert ved: LARSEN & BIRKEHOLM A/S

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:
Gunhild Giske Skyberg, Amund Brede Svendsen og Jan Morten Evertsen
har kommet fram til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort framstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 20. februar 2025, hvor ordmerket NORDIC SLEEP, med søknadsnummer 200804322 og registreringsnummer 247287, ble slettet for alle varene og tjenestene i klasse 10, 20, 24 og 35 på grunn av manglende bruk, jf. varemerkeloven § 37.

- 3 Merket ble registrert den 19. august 2008 for følgende varer og tjenester:

Klasse 10: Spesialmøbler til medisinsk bruk; senger, madrasser.

Klasse 20: Sengeutstyr; madrasser, puter, regulerbare sengebunner.

Klasse 24: Tekstiler og tekstilvarer; laken, sengetøy, dyner.

Klasse 35: Annonse- og reklamevirksomhet; salg av de ovennevnte varene i klassene 10, 20 og 24.

- 4 Saken har sin bakgrunn i krav om administrativ overprøving fra Fossflakes A/S den 24. september 2024. I kravet ble det anført at registreringen skal slettes grunnet manglende bruk, jf. varemerkeloven § 37.
- 5 Klage fra BEDTIME AS kom inn 22. april 2025. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble deretter oversendt Klagenemnda for videre behandling den 9. mai 2025, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

6 Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:

- Det er ikke dokumentert at det registrerte merket er tatt i reell bruk i den relevante brukspliktperioden, som er fra 24. september 2019 til 24. september 2024. Merket må derfor slettes, jf. varemerkeloven § 37.
- Skjermbildet av Outlook og de avbildede sitteputene er datert/opplyst solgt før den relevante brukspliktperioden, og er derfor ikke relevant for vurderingen. Bildet av logoen utenfor butikken fremstår som et butikkskilt eller et fasadeskilt. Dette viser varemerkebruk knyttet til en salgstjeneste i klasse 35 «salg av de ovennevnte varene i

klassene 10, 20 og 24». Selv om dette bildet ikke er datert, må det antas at bildet er tatt i forbindelse med innhenting av dokumentasjon i saken. Dokumentasjonen viser derimot ikke hvor lenge butikken har hatt dette butikkskiltet. Det samme gjelder bildet som viser merkebruk for dyner og puter. Dette viser kun eksempler på merkebruk, men ikke omfanget av bruken.

- Dokumentasjonen som viser omfanget av bruken innenfor den relevante perioden, viser kun salg av to madrasser, en dyne, to laken og to sengesett. Det er ikke lagt frem omsetningstall, markedsandel eller markedsføringsinvesteringer. Selv om varene ikke kan betegnes som dagligdagse forbrukervarer som regelmessig må erstattes, må det legges til grunn at markedet er betydelig med hele befolkningen som omsetningskrets. Madrassene er i en e-post oppgitt å koste kr 1 500,- per stykk, og kan dermed heller ikke anses å være dyre kapitalvarer. Ett salg av to madrasser, og ett salg av én dyne, to laken og to sengesett, i en periode på fem år, kan ikke anses som reell bruk. Et så minimalt salg gir ikke uttrykk for at innehaver har hatt alvorlig intensjon om å skape eller opprettholde en markedsandel.
- Selv om dokumentasjonen viser hvordan, hvor og når merket er brukt, så er omfanget av bruken så begrenset at det ikke kan legges til grunn at merket er tatt i reell bruk.
- Det er ikke levert krav om sakskostnader, jf. patentstyreløva § 9.

7 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Det er ikke grunnlag for sletting av varemerket, jf. varemerkeloven § 37. Merket har vært brukt i den relevante perioden på en måte som oppfyller de minimumskrav som følger av varemerkeloven og vurderingsnormen som er utledet av praksis. Bruken har vært tilstrekkelig til å vise at klager har reelle kommersielle interesser i merket, og dermed har et rimelig krav på å få opprettholde varemerkeretten, vurdert opp mot tredjepersoners interesse i å ta merket i bruk.
- Klagen gjelder kun varene og tjenestene i klasse 20, 24 og 35. Den delen av avgjørelsen som gjelder varene i klasse 10 påklages ikke.
- For Klagenemnda fremlegges ytterligere bevis ut over det som ble fremlagt for Patentstyret. Med unntak av et par av fakturaene i bilag 8 og et bilde som viser bruk av merket for dyner, er bevisene nye.
 - Bilag 1: Eksempler fra sosiale medier
 - Bilag 2: Artikkel fra IN magasin 2022
 - Bilag 3-7: Vareteiling 2020, 2021, 2022, 2023 og 2024
 - Bilag 8: Eksempler på fakturaer og kvitteringer
 - Bilag 9: Skjerm bilde av video
 - Bilag 10: Video #1 som viser varemerket (2020)

- Bilag 11: Video #2 som viser varemerket (2020)
 - Bilag 12: Montering bruksanvisning Nordic Sleep 2020
- Bevisene dokumenterer at merket har vært i tilstrekkelig bruk med hensyn til sted, tidspunkt, omfang og arten av bruken for varene og tjenestene i klasse 20, 24 og 35.
 - Merket har vært i bruk siden registreringstidspunktet, og utgjør en sentral del av innehavers varemerkestrategi. Det benyttes som en del av klagers hovedmerke for deres handelsvirksomhet, som et eget varemerke for en serie produkter, slik som madrasser (luftbasert madrass i 3 modeller: Nordic sleep 100, Nordic sleep 200, Nordic Sleep 300) og silkedyner, og som logo kombinert med merket BEDTIME, på alt som kommer fra klagers egne kolleksjoner.
 - Eksemplene på markedsføring i sosiale medier viser gjennomgående og omfattende bruk av NORDIC SLEEP som varemerke på klagers butikkvirksomhet og sengeutstyr som sengetøy, laken, puter og dyner m.v. Eksemplene er fra 2019-2023. Eksemplene fra Facebook utenfor den relevante perioden, underbygger at bruken har vært vedvarende siden merket ble registrert. Markedsføringen viser også at NORDIC SLEEP vil bli oppfattet som et varemerke.
 - Klagers butikkskilt er hengt på veggen utenfor lokalene i et av de mest trafikkerte og besøkte områdene i hele Norge, nemlig Oslo sentrum mellom slottet og Nasjonalteateret. Denne bruken av varemerket NORDIC SLEEP alene er gjenstand for en intens og omfattende eksponering overfor en stor del av omsetningskretsen. Bildet av butikkskiltet utenfor den gamle butikken, altså før klager flyttet til Stortingsgata 30, er datert før den brukspliktperioden, men underbygger at bruken har vært vedvarende og konsekvent.
 - Artikkelen fra interiørmagasinet IN er fra oktober 2022. Artikkelen omhandler butikkåpningen i 2022 og viser kjennetegnssbruk av NORDIC SLEEP og omtale av klagers sengerelaterte produkter og de nye lokalene. Bruken retter seg mot hele omsetningskretsen siden IN er et landsomfattende digitalt magasin.
 - De årlige varetellingslistene viser NORDIC SLEEP brukt som varemerke på en lang rekke relevante varer i klasse 20 og 24, og det ligger i varelistenes natur at de refererer til salgstjenester i klasse 35. Listene viser ikke omsetning, men bruksplikten er ikke ment å pålegge en plikt med tanke på salgsvolum, overskudd eller kommersiell suksess. Listene viser at klager har hatt et varelager med relevante produkter som er tilbudt for salg under varemerket NORDIC SLEEP. Når varelistene ses i sammenheng med markedsføringen og eksemplene på kvitteringer, er dette klare bevis på at bruken har vært rettet mot markedet og at det rent faktisk har vært et tilbud om levering av varer og tjenester under det aktuelle varemerket.
 - Skjermbildet av en video og de to videoene fra 2020 viser produkter fra varelageret og hvordan omsetningskretsen møter NORDIC SLEEP som de har vært eksponert for i markedsføringsmaterialet. Bruksanvisningen er fra 2020 og viser at merket brukes for madrasser.

8 Innklagede har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Innklagede har ikke inngitt tilsvare i saken.

9 Klagenemndas vurdering:

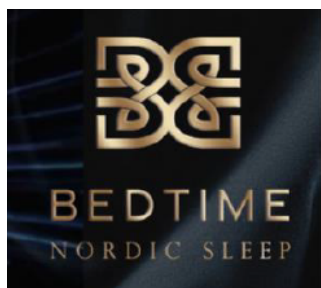
10 Klagenemnda er kommet til samme resultat som Patentstyret.

- 11 Klagenemnda skal ta stilling til hvorvidt ordmerket NORDIC SLEEP, registrering nr. 247287, skal slettes for de aktuelle varene og tjenestene i klasse 20, 24 og 35, på grunn av manglende bruk, jf. varemerkeloven § 37 første ledd. Den delen av Patentstyrets avgjørelse som gjelder varene i klasse 10 er ikke påklaget og vil derfor ikke bli behandlet av Klagenemnda.
- 12 Den innsendte dokumentasjonen i klagen er i hovedsak ny sammenliknet med dokumentasjonen for Patentstyret. Saken står dermed i et annet lys for Klagenemnda.
- 13 Etter varemerkeloven § 37 første ledd skal en registrering av et varemerke helt eller delvis slettes dersom bruken av merket her i riket har vært avbrutt i fem år i sammenheng. For å oppfylle bruksplikten er det nødvendig at merket har vært i «reell bruk». Bestemmelsen i varemerkeloven § 37 gjennomfører varemerkedirektivet (2008/95/EC) artikkel 12 nr. 1, som svarer til dagens varemerkedirektiv (2015/2436) artikkel 19. Praksis fra EU-domstolen er dermed relevant ved fastleggelsen av brukspliktens nærmere innhold.
- 14 For at et varemerke skal ha vært i reell bruk må det ha blitt brukt i samsvar med merkets garantifunksjon for å skape eller bevare et marked for de aktuelle varene og tjenestene, jf. EU-domstolens avgjørelser i C-40/01 Minimax avsnitt 43, C-259/02 La Mer Technology avsnitt 27 og C-416/04 P Vitafruit avsnitt 70, og forarbeidene til varemerkeloven § 37 i Ot.prp.nr. 98 (2008-2009) side 68.
- 15 Det skal foretas en helhetsvurdering av alle fakta og omstendigheter som kan vise at den kommersielle utnyttelsen av merket er reell. Slike omstendigheter er særlig om varemerkebruken innen den aktuelle bransjen kan anses som motivert av å opprettholde eller skape en markedsandel for varene og tjenestene, varene og tjenestenes art, særlige forhold ved markedet og brukens omfang og hyppighet, jf. C-40/01 Minimax avsnitt 43,

C-259/02 La Mer Technology avsnitt 27, C-416/04 P Vitafruit avsnitt 70 og T-324/09 Friboi avsnitt 27.

- 16 Det er relevant å se hen til om brukens omfang og hyppighet er egnet til å vise at merket har vært til stede i markedet på en måte som er effektiv, konsistent og stabil, jf. C-234/06 II Ponte Finanziaria v OHIM (Bainbridge) avsnitt 74. Bruken må ikke bare ha vært intern, men ha skjedd offentlig og utad på markedet, jf. C-40/01 Minimax avsnitt 37 og T-418/03 LA MER avsnitt 54.
- 17 Symbolsk bruk som utelukkende har som formål å reservere rettighetene til varemerket er ikke å anse som reell bruk, jf. blant annet C-40/01 Minimax avsnitt 43. Minimal bruk kan imidlertid være tilstrekkelig forutsatt at bruken i den aktuelle bransjen kan anses begrunnet i å opprettholde eller skape markedsandeler, jf. C-259/02 La Mer Technology avsnitt 70 og 72. Kravet om reell bruk handler ikke om å vurdere kommersiell suksess eller et foretaks økonomiske strategi, og er heller ikke ment for å begrense varemerkebeskyttelsen til de tilfeller hvor merket er brukt i stor kommersiell skala, jf. C-609/11 P Centrotherm Systemtechnik GmbH v. OHIM avsnitt 72 og 74.
- 18 På denne bakgrunn må dokumentasjonen dreie seg om når, hvor, i hvilket omfang og på hvilken måte merket er tatt i bruk på, jf. C-416/04 P Vitafruit avsnitt 73 og 74 og C- 141/13 P Reber v. OHIM avsnitt 29 og 30.
- 19 Klager har fremlagt skjermbilder fra sosiale medier, en artikkel fra magasinet IN, varetellingslister for årene 2020 til 2024, eksempler på fakturaer og kvitteringer, skjermbilde av en video og to videoer som viser produkter med merket, og en monterings- og bruksanvisning for «Nordic Sleep madrassen».
- 20 Klagenemnda er enig med Patentstyret og klager i at den relevante brukspliktperioden er fra 24. september 2019 til 24. september 2024.
- 21 Klagenemnda er etter en helhetsvurdering av den samlede dokumentasjonen kommet til at klager ikke har sannsynliggjort at ordmerket NORDIC SLEEP har vært i reell bruk som kjennetegn for de aktuelle varene og tjenestene i klasse 20, 24 og 35 i den relevante brukspliktperioden, jf. varemerkeloven § 37 første ledd.

- 22 Markedsføringen på Instagram er datert i perioden 3. januar 2020–14. februar 2023, og viser rundt 18 annonser med bruk av logoen BEDTIME NORDIC SLEEP, hovedsakelig for sengetøy og putetrekk i silke. I den aktuelle logoen står NORDIC SLEEP i svært liten skrift foran to buede linjer under ordelementet BEDTIME i markant større skrift. I disse innleggene er klagers salgsfremmende tekster og emneknagger på norsk og engelsk, men hvor det er BEDTIME som nevnes og brukes som emneknagg, og ikke NORDIC SLEEP. Markedsføringen på Instagram viser også en avbildning av det nye butikkskiltet og annonse i forbindelse med åpningen av nytt butikklokale/showroom i Stortingsgata 30 datert 26. september 2022 og 27. september 2022, hvor logoen har et mer forseggjort figurelement øverst og NORDIC SLEEP har lignende skriftstørrelse som BEDTIME. Samme logo er vist i publiseringen på Facebook den 4. oktober 2022 om at «Bedtime updated their profile picture». På bakgrunn av klagers opplysninger legger Klagenemnda til grunn at monterings- og bruksanvisningen for «Nordic Sleep madrassen» er fra 2020. Denne viser BEDTIME NORDIC SLEEP-logoen i blått. Samme logo i blått er vist i skjermbildet av videoen og de to videoene fra 2020 for henholdsvis dyner og sengetøy i silke og bambus. Klagenemnda legger til grunn at interiørmagasinet IN publiseres over hele landet og at den aktuelle artikkelen er fra høsten 2022 i forbindelse med klagers butikkåpning i Stortingsgata september 2022. I artikkelen omtales BEDTIME som navnet på butikken hvor det selges «senger, sovesofaer og sengetøy av høy kvalitet». Utover at artikkelen har med et bilde av fasadeskiltet med logoen BEDTIME NORDIC SLEEP, kan ikke Klagenemnda se at NORDIC SLEEP omtales eller brukes som kjennetegn i artikkelen.
- 23 Klagenemnda er av det syn at forannevnte dokumentasjon samlet sett viser at merket er brukt innenfor den relevante brukspliktperioden hovedsakelig i følgende tre logovarianter for sengetøy i silke og bambus, og for madrasser:



Dette utgjør kjennetegnbruk, men etter Klagenemndas syn gir eksemplene kun holdepunkter for en svært begrenset utadrettet markedsføring av de nevnte varene under kjennetegnet NORDIC SLEEP.

- 24 Fakturaene og kvitteringene viser salg av det som for Klagenemnda fremstår som to senger, én pumpe, ett luftkammer og én silkedyne som alle har merket som del av produktnavnet. Etter Klagenemndas syn må dette anses som svært lave salgstall. De aktuelle varene kan ikke anses å være slike kostbare varer hvor også et fåtall salg vil kunne være tilstrekkelig, jf. Klagenemndas avgjørelse i sak 21/00153 Viksund avsnitt 29.
- 25 Etter Klagenemndas oppfatning er den samlede dokumenterte bruken ikke tilstrekkelig til at det foreligger reell bruk av NORDIC SLEEP som kjennetegn for de aktuelle varene og tjenestene merket er registrert for, og heller ikke for varene som er nevnt i avsnittene 22-24. Markedsføringen og antallet solgte varer fremstår som symbolsk, og ikke tilstrekkelig til å sannsynliggjøre at klagers bruk i bransjen for sengetøy og soveromsmøbler har vært motivert av å skape eller bevare en markedsandel under kjennetegnet NORDIC SLEEP. I helhetsvurderingen legger Klagenemnda særlig vekt på at selv om innleggene på sosiale medier og videoene mv. viser bilder av varer hvor NORDIC SLEEP er en del av logoen, viser ikke dokumentasjonen hvordan eller hvorvidt varene har vært tilgjengelig for salg, eksempelvis i butikk eller på internett, at salgstallene er svært lave og at basert på den samlede bruken er det lite sannsynlig at registreringen av ordmerket NORDIC SLEEP er motivert av annet enn å reservere rettighetene til merket. Klagenemnda bemerker at vurderingen av reell bruk må baseres på solide og objektive bevis, og ikke sannsynligheter og antagelser, jf. for eksempel Underrettens dom T-143/16 INTESA avsnitt 23 og Oslo tingretts dom 19-025824TVI-OTIR/01 AIWA side 5.
- 26 Varetellingslistene fra 2020 til og med 2024 viser at klager har hatt varer som trekk, madrasser, luftkammermadrasser og sengetøy i silke med kjennetegnet NORDIC SLEEP på lager. Etter Klagenemndas oppfatning er varetellingslistene imidlertid ikke egnet til å vise reell bruk av merket. Listene viser et øyeblikksbilde av hvor mange varer som var på lager på et visst tidspunkt i de aktuelle årene, men viser ikke bruk av merket overfor omsetningskretsen.
- 27 Annonsen på Instagram datert 25. april 2019 som viser en avbildning av klagers butikkskilt på fasaden til de gamle lokalene, de tre annonsene for madrasser på Facebook

fra 2016 og 2017, og annonsen for silkesengetøy på TikTok den 10. desember 2024, viser bruk utenfor den relevante brukspliktperioden og kan derfor ikke tillegges vekt. Selv om denne dokumentasjonen er egnet til å underbygge at begge variantene av logoen BEDTIME NORDIC SLEEP var i bruk både før og etter den relevante brukspliktperioden, er det den dokumenterte bruken innenfor brukspliktperioden som blir avgjørende.

- 28 Klagenemnda har etter en helhetlig vurdering kommet til at den samlede dokumentasjonen ikke er tilstrekkelig til å sannsynliggjøre at klager har brukt NORDIC SLEEP som kjennetegn for å skape eller bevare et marked for de aktuelle varene og tjenestene i klasse 20, 24 og 35, herunder sengesett i silke og bambus, og madrasser. Klager har ikke sannsynliggjort at merket er tatt i reell bruk her i riket i den relevante brukspliktperioden, jf. varemerkeloven § 37 første ledd første punktum.
- 29 På denne bakgrunn er Klagenemnda kommet til at registrering nr. 247287 slettes for varene og tjenestene i klasse 20, 24 og 35 på grunn av manglende bruk, jf. varemerkeloven § 37. Ettersom klagen ikke gjelder de aktuelle varene i klasse 10, vil Patentstyrets avgjørelse stå seg for disse, se avsnitt 11. Registreringen slettes også for disse varene.

Sakskostnader

- 30 I henhold til patentstyrelova § 9 kan Klagenemnda, i en sak om administrativ overprøving, tilkjenne en part som fullt eller i det vesentlige har fått medhold de nødvendige sakskostnader fra motparten. Bestemmelsen gir anvisning på en skjønnsmessig vurdering, hvor det blant annet skal legges vekt på om det var god grunn til å få saken prøvd fordi den var tvilsom, og om det er rimelig ut fra typen sak og forhold hos motparten å pålegge kostnadsansvar.
- 31 Klager har i klagen nedlagt påstand om å tilkjennes sakskostnader, men har ikke angitt hvilke kostnader som er påløpt. Innklagede har vunnet saken fullt ut, men har ikke innlevert krav om å få dekket sine sakskostnader, verken for Patentstyret eller Klagenemnda. Sakskostnader tilkjennes derfor ikke, jf. patentstyrelova § 9.

Det avses slik

Slutning

1. Klagen forkastes.
2. Sakskostnader tilkjennes ikke.

Gunhild Giske Skyberg
(sign.)

Amund Brede Svendsen
(sign.)

Jan Morten Evertsen
(sign.)