



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 25/00090
Dato: 6. februar 2026

Klager: Robert Bosch GmbH
Representert ved: Zacco Norway AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

Gunhild Giske Skyberg, Jan Morten Evertsen og Katrine Malmer-Høvik

har kommet fram til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 12. september 2025 hvor ordmerket ACTIVE LINE, internasjonal registrering nummer 1195855, med søknadsnummer 202301853, ble nektet virkning i Norge for følgende varer:

Klasse 9: Batteries and accumulations and charging devices therefor; radios, musicplayers; computers; computer software; electronic control devices and on-board computers for electromotively operated bicycles or electric bicycles; remote controls and remote control apparatus for motored bicycles and electric bicycles; electric display apparatus for electric bicycles; navigation devices for motored bicycles and electric bicycles; computers for bicycles, in particular speedometers, including chronographs (time recording apparatus), cadence sensors, computers for measuring a wide variety of physical variables of a bicycle; measuring apparatus and instruments, in particular for sporting and leisure purposes, for motored bicycles and electric bikes only.

Klasse 12: Brakes, gears and electric drive units for electrically powered bicycles and electric bicycles; electric motors for bicycles and electric bicycles, and controls, attachment parts and accessories therefor, included in class 12.

- 3 Merket ble tilbudt virkning for følgende varer:

Klasse 7: Machines and machine tools; motors and engines (except for land vehicles); control mechanisms for machines, for engines and motors; electric motor controls for electric motors and engines.

- 4 Varemerket ble nektet virkning fordi det ble ansett å være beskrivende og å mangle det nødvendige særpreg, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a og § 14 første ledd andre punktum.

- 5 Klage kom inn den 27. oktober 2025. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 31. oktober 2025, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

6 Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Ordmerket ACTIVE LINE beskriver sentrale egenskaper ved varene i klasse 9 og 12. Merket mangler også det nødvendige særpreg for disse varene.
- Gjennomsnittsforbrukeren av de aktuelle varene vil kunne være både private sluttbrukere og profesjonelle næringsdrivende. Gjennomsnittsforbrukeren må anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-210/96 Gut Springenheide.

- Sammenstillingen vil oppfattes som «aktiv produktlinje». Ordet ACTIVE betyr det samme som det norske ordet «aktiv», og forstås som noe som er i aktivitet, dynamisk, virksom eller driftig. Ordet LINE kan bety «vareslag», «sortiment», «kolleksjon», «serie» eller «produktlinje», jf. T-810/16 MEDILINE avsnitt 28, hvor merkeelementet LINE ble ansett som en angivelse av en gruppe eller serie produkter. En slik forståelse av LINE ble også lagt til grunn i T-19/99 COMPANY LINE.
- ACTIVE LINE vil direkte og umiddelbart oppfattes som at varene i klasse 9 og 12 tilhører en aktiv produktlinje, altså en produktlinje som er spesielt ment for fysisk aktivitet og som tåler aktiv bruk. Varene kan ha kvalitet eller funksjoner som er tilpasset mer kraftig og hyppig bruk enn roligere bruk. For eksempel hardføre mekaniske komponenter til sykler, motorer eller batterier. Ordet ACTIVE brukes mye innen sport og fritid og i tilknytning til produkter som er rettet mot dette. Merket vil derfor oppfattes som en kvalitetsangivelse.
- Merket er grammatisk korrekt og består av enkle ord som gjennomsnittsforbrukeren vil forstå. Sammenstillingen av en beskrivende egenskap og ordet LINE er ikke uvanlig for å skille en produktserie fra en annen. Merket er verken vagt eller ubestemt, og det krever ingen fortolkningsprosess å forstå den beskrivende betydningen.
- Merket vil kun bli oppfattet som informasjon om egenskapene til varene, og ikke som en angivelse av kommersiell opprinnelse. Merket mangler særpreg og oppfyller derfor ikke garantifunksjonen.
- Det legges ikke avgjørende vekt på at merket er akseptert for registrering i andre jurisdiksjoner.

7 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Ordmerket ACTIVE LINE er ikke beskrivende, men suggestivt og særpreget. Det bes om at klagen tas til følge og at avgjørelsen oppheves og merket gis virkning for alle varene.
- Patentstyrets nektelse bygger på en for streng vurdering av særpregskravet.
- Den relevante omsetningskretsen antas å være gjennomsnittsforbrukere av elektroniske sykler og tilbehør, herunder både forhandlere og sluttbrukere. Denne gjennomsnittsforbrukeren er verken spesielt fagkyndig eller fullstendig uvitende, men anses som alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert.
- ACTIVE LINE er et sammenstilt engelsk uttrykk. Ordene har kjente betydninger, henholdsvis «aktiv» og «linje/rekke/serie», men kombinasjonen er ikke et etablert begrep. Sammenstillingen fremstår nyskapt, eller i det minste uvanlig i denne konteksten.

- Uttrykket ACTIVE LINE finnes ikke som teknisk term eller alminnelig varebetegnelse innenfor de aktuelle bransjene. Merket gir heller ingen umiddelbar, direkte og spesifikk opplysning om varenes art eller egenskaper.
- Merket må anses suggestivt ved at det utløser assosiasjoner, men gir ingen direkte vareopplysning. Det er egnet til å skille klagers varer fra andres, og oppfyller således garantifunksjonen. Merket overstiger den lave terskelen for særpreg.
- Merket kan tenkes å henspille på en «aktiv produktlinje», altså en serie produkter ment for en aktiv livsstil. Dette er en vag antydning om målgruppen eller bruksområdet, og ikke en konkret egenskap. Alternativt kan man lese det som en «aktiv linje» i teknisk forstand (f.eks. en aktiv elektrisk linje/krets). Men dette gir ingen klar mening for varene, og er uansett ikke en etablert term. For den norske omsetningskretsen, som i stor grad forstår engelsk, vil ACTIVE LINE fortone seg som et engelskspråklig navn eller konsept, uten at man spontant vet hva det sikter til. Selv om én mulig tolkning kan være «aktiv produktserie», krever også denne en mental kobling ved å måtte reflektere over hva «aktiv» og «line» kan referere til (aktiv bruk/livsstil/drift? produktlinje/linjeform/ledning?). Denne flertydigheten innebærer at merket utløser en kognitiv prosess, snarere enn at det vil forstås som en enkel faktaopplysning.
- Når merkets betydning ikke ligger klart i dagen, men må fortolkes, kan man ikke si at det «utelukkende ... angir» varens egenskaper.
- Merket vil oppfattes som et kjennetegn, fremfor som en generisk beskrivelse. Sammensetningen skaper et åpent og udefinert helhetsinntrykk, med vage assosiasjoner. Den avviker fra hvordan man normalt skulle beskrive egenskaper ved f.eks. en sykkelmotor eller et batteri. Det vanlige ville vært å bruke adjektiv som «kraftig», «kompakt», «hurtiglading», og ikke at en vare er en «aktiv linje». ACTIVE LINE klinger som et konsept eller slagord, men sier ikke noe konkret om hva produktet er, eller hvilken egenskap det har.
- Klagenemnda kom til at merkene SMARTSHIELD, LENS DROP og RISESMART har særpreg, jf. VM 17/00055, VM 23/00138 og VM 22/00032. De samme prinsippene og vurderingsgrunnlagene må kunne legges til grunn, ved at man anser ACTIVE LINE som i høyden suggestivt og registrerbart.
- Merket har blitt akseptert som iboende distinktivt i sammenliknbare jurisdiksjoner, herunder i Storbritannia, Sveits og Island. Utenlandsk registreringspraksis kan være et relevant tolkningsmoment, særlig i tvilstilfeller. Det foreligger i hvert fall rimelig tvil om merkets mangel på særpreg, og denne tvilen bør komme innehaver til gode.

8 Klagenemndas vurdering:

9 Klagenemnda har kommet til samme resultat som Patentstyret.

- 10 Det aktuelle varemerket er et ordmerke som består av teksten ACTIVE LINE.
- 11 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 særpreg, jf. vilkåret i § 14 første ledd.
- 12 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.
- 13 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.
- 14 Spørsmålet om et varemerke er beskrivende eller mangler særpreg, 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.
- 15 Gjennomsnittsforbrukeren for de aktuelle varene kan både være en privat sluttbruker og en profesjonell næringsdrivende som en forhandler av deler og tilbehør til el-sykler. Gjennomsnittsforbrukeren skal anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide.
- 16 Rettspraksis viser at det må være en tilstrekkelig direkte og spesifikk forbindelse mellom varemerket og de aktuelle varene eller tjenestene, for at omsetningskretsen umiddelbart og uten nærmere ettertanke vil oppfatte merket som beskrivende, jf. for eksempel sak T-19/04 Paperlab avsnitt 25.
- 17 Klagenemnda er enig med Patentstyret i at merket ACTIVE LINE har iboende særpreg for de aktuelle varene i klasse 7.
- 18 Når det gjelder varene i klasse 9 og 12, har Klagenemnda kommet til at merket ikke er direkte beskrivende, men at det mangler særpreg som kjennetegn, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre setning.
- 19 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.

- 20 Klagenemnda er av den oppfatning at den norske gjennomsnittsfbrukeren, som har gode engelskkunnskaper, vil oppfatte ACTIVE LINE i betydninger som «aktiv linje» eller «aktiv serie/produktlinje». ACTIVE kan bety «aktiv, flittig» og «virkende, virksom, i drift», jf. Stor engelsk-norsk ordbok. LINE kan bety «strek, linje» og i kategorien «produksjonsteknologi» kan det bety «serie, produktlinje», jf. Teknisk engelsk-norsk ordbok. Klagenemnda legger til grunn at ordet LINE er en generisk term for å angi at varer og tjenester tilhører en bestemt serie eller produktlinje, jf. Underrettens avgjørelser i T-19/99 COMPANYLINE avsnitt 26 og T-810/16 MEDILINE avsnitt 28, og Klagenemndas avgjørelse i VM 25/00070 SOLIDLINE avsnitt 19.
- 21 Klagenemnda finner det sannsynlig at gjennomsnittsfbrukeren er kjent med at varer som batterier og sykkelcomputere i klasse 9, og bremses, gir og elektriske motorer for elsykler i klasse 12, kommer i produktlinjer med ulike grader av kvalitet, kapasitet og slitestyrke. For eksempel er det vanlig at batterier til elsykler kommer i ulike batterikapasiteter med hensyn til rekkevidde, og at bremses har ulike kvaliteter med hensyn til om sykkelene er ment for lettere bysykling, strabasiøst terreng eller lange distanser med mange stigninger.
- 22 Etter en helhetlig vurdering finner Klagenemnda at når merket ACTIVE LINE brukes for de aktuelle varene i klasse 9 og 12, vil det umiddelbart oppfattes som et rosende og salgsfremmende uttrykk som formidler at varene tilhører en produktlinje tilpasset aktiv/flittig bruk. For eksempel at varene har kapasitet, robusthet og slitestyrke mv. tilpasset aktiv eller flittig bruk. Etter Klagenemndas syn består merket av ord som både hver for seg og stilt sammen har en klar språklig betydning, og sammensetningen er verken uvanlig eller overraskende i relasjon til de aktuelle varene. Sammenstillingen er grammatisk korrekt, og merket som helhet formidler et enkelt og lettfattelig budskap som gjennomsnittsfbrukeren vil forstå uten å måtte foreta noen mentale tankesprang.
- 23 På denne bakgrunn er Klagenemnda kommet til at ordmerket ACTIVE LINE ikke er egnet til å feste seg i gjennomsnittsfbrukerens bevissthet som en angivelse av kommersiell opprinnelse. Merket mangler særpreget som kjennetegn, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre setning. Merket oppfyller dermed ikke garantifunksjonen som er varemerkens hovedformål.
- 24 Klagenemnda kan ikke se at hvorvidt ACTIVE LINE er et etablert begrep i bransjen kan endre sakens utfall. Det avgjørende i særpregetsvurderingen er hvordan gjennomsnittsfbrukeren oppfatter merket i relasjon til de relevante varene. Et merke kan derfor mangle særpreget selv om sammenstillingen skulle være ny i bransjen eller ikke finnes i ordbøker. Se eksempelvis Underrettens avgjørelse i T-470/09 Medi avsnitt 22.
- 25 Klager viser til Klagenemndas avgjørelser VM 17/00055 SMARTSHIELD, VM 23/00138 LENS DROP og VM 22/00032 RISESMART. Etter Klagenemndas vurdering har utfallene

i disse avgjørelsene liten overføringsverdi, da de gjelder andre ordsammenstillinger og andre varer og tjenester. Hver sak må vurderes konkret, og i dette tilfellet finner Klagenemnda at merket mangler særpreg, jf. vurderingen ovenfor.

- 26 At merket er akseptert i andre jurisdiksjoner er et relevant moment, men kan ikke tillegges avgjørende vekt. Klagenemnda må ta utgangspunkt i hvordan den norske gjennomsnittsfbrukeren oppfatter merket, og har kommet til at i denne saken mangler merket særpreg. I dette tilfellet har ikke Klagenemnda vært i tvil om resultatet, og da er det mindre grunn til å se hen til utenlandske registreringsbeslutninger. Klagenemndas vurdering og konklusjon anses å være i samsvar med de rettslig normer som er oppstilt i EU-/EØS-retten og norsk rett. Det er ikke å anse som et uttrykk for manglende rettsenhet at resultatet i enkeltsaker varierer i forskjellige jurisdiksjoner. Den skjønnsmessige vurderingen kan falle ulikt ut i forskjellige land, og det er ikke uten videre et mål å oppnå like resultater i enkeltsaker. Det vises i denne forbindelse til Høyesteretts avgjørelse i HR-2001-1049 GOD MORGON og til lagmannsrettens uttalelser i LB-2022- 64395 Trustshop.
- 27 På denne bakgrunn stadfestes Patentstyrets avgjørelse. Merket i utpekningen kan ikke gis virkning i Norge for de aktuelle varene i klasse 9 og 12, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre setning.

Det avsies slik

Slutning

1. Klagen forkastes.
2. Internasjonal registrering nr. 1195855 kan gis virkning i Norge for:

Klasse 7: Machines and machine tools; motors and engines (except for land vehicles); control mechanisms for machines, for engines and motors; electric motor controls for electric motors and engines.
3. Internasjonal registrering nr. 1195855 kan ikke gis virkning i Norge for:

Klasse 9: Batteries and accumulations and charging devices therefor; radios, musicplayers; computers; computer software; electronic control devices and on-board computers for electromotively operated bicycles or electric bicycles; remote controls and remote control apparatus for motored bicycles and electric bicycles; electric display apparatus for electric bicycles; navigation devices for motored bicycles and electric bicycles; computers for bicycles, in particular speedometers, including chronographs (time recording apparatus), cadence sensors, computers for measuring a wide variety of physical variables of a bicycle; measuring apparatus and instruments, in particular for sporting and leisure purposes, for motored bicycles and electric bikes only.

Klasse 12: Brakes, gears and electric drive units for electrically powered bicycles and electric bicycles; electric motors for bicycles and electric bicycles, and controls, attachment parts and accessories therefor, included in class 12.

Gunhild Giske Skyberg
(sign.)

Jan Morten Evertsen
(sign.)

Katrine Malmer-Høvik
(sign.)