



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 26/00049
Dato: 26. august 2026

Klager: Raymond Lوندال
Representert ved: Ikke representert ved fullmektig

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

Sarah Wennberg Svendsen, Jens Herman Ruge og Mikkel Lassen Ellingsen

har kommet frem til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 23. mars 2026 hvor ordmerket READINGTEST, med søknadsnummer 202406513, ble nektet registrert for følgende tjenester:

Klasse 41: Kartlegging av leseferdigheter i engelsk.

- 3 Varemerket ble nektet registrert 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. Patentstyret kom til at merket heller ikke hadde oppnådd særpreg gjennom bruk, jf. varemerkeloven § 14 tredje ledd, jf. § 3 tredje ledd.
- 4 Klage kom inn den 21. april 2026. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 26. mai 2026, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

5 Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Ordmerket READINGTEST beskriver tjenestene i klasse 41, og mangler iboende særpreg. Det er heller ikke dokumentert at merket har oppnådd særpreg gjennom bruk.

Om iboende særpreg

- Tjenesteangivelsen «kartlegging av leseferdigheter i engelsk» er generell, og dekker en rekke ulike typer lese- og språktester.
- Ordsammenstillingen READINGTEST består av de alminnelige engelske ordene «reading» og «test», og viderefører deres naturlige betydning også som sammenstilling. Merket vil umiddelbart oppfattes som «lesetest» eller «leseprøve», og beskriver direkte tjenestens art og innhold.
- Den norske gjennomsnittsførbrukeren har gode engelskkunnskaper, og vil uten videre forstå betydningen av merket. Vurderingen påvirkes ikke av at ordene er sammenstilt til ett ord, da dette i varemerkerettslig kontekst kan likestilles med betydningen av «READING TEST», oppdelt i to ord.
- Merket fremstår ikke som nyskapt eller fantasifullt, men som den mest naturlige språklige betegnelsen på tjenesten. Ordsammenstillingen er særlig godt egnet til å beskrive ulike former for språktester og lesevurderinger.
- Merket vil derfor oppfattes som en ren angivelse av tjenestens art og innhold. Merket angir ikke kommersiell opprinnelse, men mangler særpreg som kjennetegn.

- Det foreligger et betydelig friholdelsesbehov for betegnelsen READINGTEST. En registrering ville begrense andre aktørers adgang til å beskrive tilsvarende tjenester, noe som ikke er forenlig med varemerkerettens formål om fri konkurranse.

Om særpreg gjennom bruk

- Det skal mye til for å kunne dokumentere at det beskrivende ordet READINGTEST blir oppfattet som et varemerke. Det kreves at merket har fått en sekundærbetydning som overskygger den opprinnelige beskrivende betydningen. Den fremlagte dokumentasjonen anses ikke tilstrekkelig til å dokumentere slik innarbeidelse. Bruken fremstår i hovedsak som beskrivende, og ikke som kjennetegnsbruk.
- Det er ikke faktisk og juridisk grunnlag for søkers egen avgrensning av omsetningskretsen til bare grunnskoler. Tjenesteangivelsen er så generell og vidtfavnende at for eksempel alle landets videregående skoler, høyskoler, universiteter, og norske privatpersoner fra ungdomsskolealder og oppover i prinsippet vil være potensielle kunder, og dermed inngå i den aktuelle omsetningskretsen. Det er ikke opplyst om eller vist til at tjenestene tilbys til norske privatpersoner. Fra dokumentasjonen fremgår det at språktest-produktene bare tilbys til skoler og kommuner. Markedsføringen knytter seg til en svært snever kundekrets når denne vurderes opp mot hele den potensielle omsetningskretsen.
- Omfanget av bruken anses ikke tilstrekkelig dokumentert, blant annet fordi det mangler markedsandeler, omsetningstall og markedsundersøkelser som belyser hvordan merket oppfattes i markedet.
- Selv om det er dokumentert en viss bruk og geografisk spredning, er dette ikke tilstrekkelig til å sannsynliggjøre at en vesentlig del av omsetningskretsen oppfatter READINGTEST som et særskilt kjennetegn for én bestemt tilbyder.
- Merket er ikke tydelig presentert som et varemerke i dokumentasjonen, for eksempel ved bruk av kjennetegnssymboler eller annen markering som signaliserer at man hevder å ha enerett til betegnelsen.

6 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Selv om «reading test» kan være en beskrivende formulering, er READINGTEST ikke et etablert ord i norsk eller engelsk. Betegnelsen er et konstruert navn som brukes om ett bestemt pedagogisk system.
- Friholdelsesbehovet er begrenset. Konkurrenter står fritt til å benytte en rekke generiske betegnelser som «lesetest» eller «reading test». Registrering av READINGTEST vil derfor ikke hindre nødvendig beskrivende bruk. Samtidig foreligger det et reelt behov for vern, da betegnelsen gjennom bruk er blitt knyttet til ett bestemt produkt. Uten vern vil det oppstå risiko for forveksling og misbruk av opparbeidet goodwill.

- Selv om READINGTEST eventuelt skulle anses å ha et visst beskrivende preg, er merket registrerbart på grunnlag av innarbeidelse. READINGTEST har gjennom bruk blitt godt kjent som klagers særlige kjennetegn i den relevante omsetningskretsen, og vilkårene for registrering etter varemerkeloven § 14 tredje ledd er oppfylt.
- Det rettslige utgangspunktet er at også merker med beskrivende preg kan oppnå vern gjennom innarbeidelse, jf. de forente sakene C-108/97 og C-109/97 WINDSURFING CHIEMSEE. Vurderingen må baseres på en konkret helhetsvurdering av brukens omfang, varighet og hvordan merket oppfattes i markedet. Det vises også til norsk praksis, herunder HR-2021-2480-A STORTORVETS GJÆSTGIVERI om varemerkets garantifunksjon, samt KFIRs avgjørelse VM 16/00125 ADVISOR, hvor et beskrivende merke ble akseptert på grunnlag av innarbeidelse.
- I sitt avslag har Patentstyret lagt til grunn en for snever forståelse av hva READINGTEST faktisk er. READINGTEST er ikke et enkeltstående test-dokument, men et helhetlig pedagogisk opplegg som består av pakker med flere ulike tester, lærerveiledning, fasit og oppfølgingsverktøy, som tilbys samlet til skolene. Produktet består av flere komponenter, og dette påvirker hvordan merket oppfattes i markedet.
- Patentstyret har lagt til grunn en for vid og lite treffende omsetningskrets. READINGTEST tilbys utelukkende i et avgrenset profesjonelt marked bestående av skoler, skoleeiere og PPT (Pedagogisk-psykologisk tjeneste). Vurderingen må knyttes til hvordan denne konkrete omsetningskretsen oppfatter merket.
- Patentstyret har vurdert betegnelsen for abstrakt og løsrevet fra den faktiske markedssituasjonen. Vurderingen må ikke baseres på en ren språklig analyse, men på hvordan merket faktisk brukes og oppfattes i markedet.
- Merket har over tid blitt godt kjent i den relevante omsetningskretsen, gjennom målrettet bruk i skolemarkedet. Det er dokumentert en betydelig utbredelse og antall skoler og kommuner siden 2021.
- Den fremlagte dokumentasjonen viser både kjennskap og faktisk bruk av betegnelsen som navn på ett bestemt produkt. Dette underbygges av kommunikasjon med skoler, omtale fra PPT, bestillinger, kontrakter og fakturaer hvor READINGTEST benyttes som produktnavn.
- Tredjeparter bruker merket på flere nivåer i omsetningskjeden – før kjøp, ved bestilling, i avtaler og i faktura – og betegnelsen brukes i disse sammenhengene som identifikator for ett bestemt kommersielt tilbud. Dette viser at READINGTEST i den relevante omsetningskretsen ikke oppfattes som en generell beskrivelse, men som et kjennetegn som angir kommersiell opprinnelse.
- Patentstyret har tillagt manglende markedsundersøkelse og detaljerte nøkkeltall for stor vekt. Det er ikke et absolutt krav om slik dokumentasjon, når øvrig dokumentasjon viser hvordan merket faktisk brukes og oppfattes. Den samlede dokumentasjonen – herunder

faktisk omsetning, geografisk spredning, markedskommunikasjon og tredjepartsbruk – gir et tilstrekkelig grunnlag for å fastslå innarbeidelse.

7 Klagenemndas vurdering:

8 Klagenemnda har kommet til samme resultat som Patentstyret.

- 9 Det aktuelle varemerket er et ordmerke som består av teksten READINGTEST.
- 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 særpreg, 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 særpreg 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 for de aktuelle tjenestene kan både være en privat sluttbruker som vil teste sine lesekunnskaper, og en profesjonell næringsdrivende som en utdanningsinstitusjon eller en arbeidsgiver som vil teste sine elevers eller sine ansattes leseferdigheter. Også profesjonelt helsepersonell kan tenkes å bruke lesetester for å undersøke pasienters kognitive ferdigheter og stille korrekte diagnoser. Gjennomsnittsforbrukeren skal anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide.
- 15 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. Når det gjelder varemerker som består av en kombinasjon

av flere elementer, er det ikke nok at elementene hver for seg er beskrivende; også sammensetningen må oppfattes som direkte beskrivende for at merket skal nektes. Se blant annet EU-domstolens uttalelse i sak C-265/00 Biomild avsnitt 37, og Underrettens avgjørelse i sak T-486/08 Superskin avsnitt 25 og 26.

- 16 Det er merkets helhetsinntrykk som er avgjørende. Likevel kan det være nyttig å se på elementene hver for seg før helheten vurderes, jf. EU-domstolens avgjørelse C-329/02 P Sat.1 v OHIM. Dersom merket er sammensatt av beskrivende elementer, er helheten i utgangspunktet også beskrivende. Merket kan likevel være tilstrekkelig særpreget hvis det er en tydelig forskjell på ordet som helhet og summen av de enkelte beskrivende elementene. For eksempel kan helheten være så uvanlig at den oppleves tilstrekkelig fjern fra ordenes betydning hver for seg, se C-408/08 P Color Edition avsnitt 61, jf. også T-704/16 Scatter Slots avsnitt 25.
- 17 Klagenemnda har kommet til at merket READINGTEST er beskrivende og mangler særpreg. Det anses heller ikke dokumentert at merket har oppnådd særpreg gjennom bruk eller innarbeidelse.

Om iboende særpreg

- 18 Merket består av en sammenstilling av ordene READING og TEST. Det engelske ordet READING kan som substantiv bety «lesning», og som adjektiv beskrive noe som har med lesing å gjøre. Substantivet TEST har samme betydning på norsk og engelsk, altså en slags prøve, undersøkelse eller måling (kilder: Stor engelsk - norsk ordbok fra Gyldendal forlag og Cambridge Dictionary). Den norske gjennomsnittsforbrukeren har gode engelskkunnskaper og vil umiddelbart forstå helheten som «lesetest», «leseprøve» eller «leseundersøkelse».
- 19 De aktuelle tjenestene er «kartlegging av leseferdigheter i engelsk». Slik kartlegging kan utføres ved hjelp av en lesetest. Sammenstillingen av READING og TEST formidler et logisk og grammatikalsk korrekt budskap som umiddelbart kan knyttes direkte til tjenestene. Fraværet av mellomrom endrer ikke hvordan gjennomsnittsforbrukeren forstår helheten, jf. blant annet Underrettens avgjørelse i sak T-825/17 LIGHTBOUNCE avsnitt 34. Som Patentstyret har påpekt, er den norske omsetningskretsen vant til at to ord sammenstilles uten mellomrom, siden dette er mer vanlig på norsk enn på engelsk. Merket består dermed utelukkende av tegn som kan benyttes til å beskrive tjenestenes art og innhold, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a.
- 20 Det foreligger et klart friholdelsesbehov for merketeksten READINGTEST. Andre aktører som tilbyr kartlegging av leseferdigheter i engelsk, må fritt kunne bruke denne engelske ordsammenstillingen for å omtale sine lesetester. Anførselen om at friholdelsesbehovet bortfaller fordi det finnes andre måter å uttrykke det samme på, bygger på en uriktig forståelse av varemerkeretten. EU-domstolen har slått fast at formålet bak registreringshindringen for beskrivende merker er å ivareta en allmenn interesse i at slike betegnelser skal kunne brukes fritt av alle næringsdrivende, og ikke monopoliseres

gjennom varemerkeregistrering, jf. de forente saker C-108/97 og C-109/97 Windsurfing Chiemsee avsnitt 25. Det avgjørende er ikke om konkurrentene kan uttrykke den samme informasjonen på andre måter, men om den aktuelle betegnelsen i seg selv er egnet til å beskrive en egenskap ved de aktuelle varene eller tjenestene. Dette ble ytterligere presisert i DOUBLEMINT (C-191/01 P), hvor EU-domstolen uttalte at beskrivende betegnelser skal være fritt tilgjengelige (avsnitt 31), og at registreringshindringen kommer til anvendelse så lenge betegnelsen *kan tjene* til å beskrive en egenskap ved varene eller tjenestene (avsnitt 32, «could be used for such purposes»).

- 21 Klager anfører at Patentstyret ikke har tatt tilstrekkelig hensyn til hvilken tjeneste eller hvilket produkt klager faktisk tilbyr, og at READINGTEST brukes som navn på et samlet pedagogisk opplegg. En slik anførsel kan ikke føre frem. Det følger av langvarig praksis at det er ordlyden i varefortegnelsen som er avgjørende ved særpregsvurderingen, og ikke hvilke varer og tjenester klager faktisk bruker merket for. Se for eksempel EU-domstolens uttalelser i C-363/99 Postkantoor avsnitt 33 og 34. Merketeksten anses beskrivende for tjenesten slik den er angitt i varefortegnelsen.
- 22 På grunn av sitt rent beskrivende meningsinnhold er ordmerket READINGTEST ikke egnet til å skille klagers tjenester fra andres. Gjennomsnittsforbrukeren vil ikke oppfatte merket som en angivelse av tjenestenes kommersielle opprinnelse, og merket mangler særpreg som kjennetegn, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.

Om særpreg gjennom bruk

- 23 Klagenemnda skal så ta stilling til om registrering kan oppnås på bakgrunn av virkninger av bruk, jf. varemerkeloven § 14 tredje ledd andre setning. Det skal tas hensyn til alle omstendigheter som forelå på søknadsdagen og registreringsdagen, og særlig til virkninger av bruk av varemerket før dette tidspunktet. Klagers merke har prioritet fra den 19. juni 2024.
- 24 Av forarbeidene til § 14 tredje ledd, Ot.prp.nr.98 (2008-2009) s. 50, fremgår det at bestemmelsen:
- (...) klargjør at et varemerke kan utvikle det nødvendige særpreg gjennom bruk, selv om det opprinnelig ikke har noen iboende distinktiv evne. Det er ikke bruken i seg selv, men virkningen den har hatt i den relevante omsetningskretsen, som er avgjørende. Det må foretas en samlet vurdering av om bruken har medført at merket har blitt egnet til å identifisere at den aktuelle varen eller tjenesten har sin opprinnelse hos en bestemt virksomhet, jf. EF-domstolens dom i de forente sakene C-108/97 og C-109/97 Windsurfing Chiemsee 4. mai 1999.
- 25 Det skal mye til for at et beskrivende merke skal anses innarbeidet som kjennetegn, jf. Høyesteretts uttalelse i HR-2005-1905-A avsnitt 48. For å dokumentere særpreg gjennom bruk, må det godtgjøres at den i utgangspunktet beskrivende tekstsammenstillingen READINGTEST har fått en ny primærbetydning som et kommersielt kjennetegn.

- 26 I vurderingen er det relevant å se hen til salgstall og markedsandeler for varer og tjenester solgt under merket, og hvordan merket er markedsført, herunder markedsføringens varighet, intensitet og geografiske spredning. Størrelsen på merkehavers markedsføringsutgifter har også betydning, jf. de forente sakene C-108/97 og C-109/97 Windsurfing Chiemsee avsnitt 51.
- 27 Klagenemnda har etter en helhetlig vurdering av dokumentasjonen kommet til at bruken ikke er tilstrekkelig til å sannsynliggjøre at ordmerket READINGTEST har oppnådd særpreg for de aktuelle tjenestene i klasse 41, jf. varemerkeloven § 14 tredje ledd.
- 28 Den innsendte dokumentasjonen består blant annet av en utskrift som viser kjøp av domenenavnet Readingtest.no, samt trafikkdata fra Google Analytics knyttet til denne hjemmesiden, bruk av merket i informasjons-eposter til skoler, ett eksempel på faktura som sendes til skoler og kommuner, eksempler på bruk av merket i mottatte e-poster, forslag til en samarbeidsavtale og en oversikt over skoler og kommuner som bruker klagers tjenester. En del av dokumentasjonen er udatert, og flere dokumenter, slik som fakturaen og informasjonen om trafikkdata, er fra 2025 og 2026. Denne dokumentasjonen kan derfor ikke tillegges nevneverdig vekt i vurderingen av om merket var innarbeidet på det relevante tidspunktet i 2024. Kjøpet av domenenavnet er fra 2021, datoene i noe av e-postkommunikasjonen er vanskelig å lese, men ser ut til å være fra 2024, en e-posttråd er fra 2023 og forslaget til samarbeidsavtale er fra 2022. Noe av dokumentasjonen er dermed fra årene 2021 til 2024. Det at merket er brukt i en viss periode er ikke nødvendigvis tilstrekkelig til å vise at omsetningskretsen oppfatter merket som en indikasjon av kommersiell opprinnelse, jf. T-223/17 ADAPTA POWDER COATINGS avsnitt 111.
- 29 Klagers dokumentasjon retter seg primært mot selskapets eksisterende kundebase som består av skoler, skoleeiere og PPT. Ved vurderingen av opparbeidet særpreg gjennom bruk, etter varemerkeloven § 14 tredje ledd, må den relevante omsetningskretsen fastlegges på grunnlag av de varer og tjenester som omfattes av varefortegnelsen. Se til dette Windsurfing Chiemsee (C-108/97 og C-109/97) avsnitt 52 og Cybercrédit m.fl. (T-211/06 m.fl.) avsnitt 32, 33 og 51. All den tid tjenesten «kartlegging av leseferdigheter i engelsk» henvender seg til enhver som ønsker å kartlegge sine leseferdigheter i engelsk, er det ikke tilstrekkelig å dokumentere at klagers eksisterende kundekrets eventuelt oppfatter READINGTEST som et varemerke.
- 30 Eksempelet på en faktura for «Readingtest – Engelsk kartlegging leseferdigheter 1. til 7. trinn» dreier seg tilsynelatende om kjøp av klagers tjenester, og varemerket er gjengitt ett sted i normal font med stor forbokstav og ett sted som et kombinert merke: **READING|TEST**
Informasjon om summer og antall er sladdet bort i fakturaen. Klager har heller ikke oppgitt noen konkrete omsetningstall. Derfor er det ikke mulig for Klagenemnda å vite noe om totale salgstall eller markedsandeler for klagers tjenester. Det bemerkes også at fakturaen som gjelder klagers innkjøp av et nytt Excel-regneark ikke anses som relevant

varmerkebruk for de aktuelle tjenestene i klasse 41. Fakturaen er dessuten datert i 2026, som er utenfor den relevante tidsperioden.

- 31 Noen av e-postene viser at foretak og enkeltpersoner har hatt et ønske om å kjøpe produktet, eller skriver at de har «begynt med readingtest». Både i den årlige e-posten som klager sender til skoler, og i en av e-postene fra en potensiell kunde, brukes det stor forbokstav i ordet, og Klagenemnda er enig i at «Readingtest» i noen tilfeller omtales som et produkt eller en tjeneste fra klager. Kommunikasjonen fremstår imidlertid som fragmentariske eksempler på bruk, og sier svært lite om hvordan teksten READINGTEST faktisk oppfattes i det totale markedet for kartlegging av leseferdigheter i engelsk. Det er ikke dokumentert at betydelige deler av omsetningskretsen oppfatter READINGTEST som et varemerke, og ikke som en generisk betegnelse.
- 32 Generelle positive tilbakemeldinger fra kunder, der det aktuelle varemerket ikke nevnes, anses ikke relevant for vurderingen i § 14 tredje ledd. Det er heller ikke relevant at lærere tidligere manglet kartleggingsprøver i engelsk og hadde behov for et nytt verktøy. Den geografiske oversikten, der 136 ulike kommuner har én eller flere skoler som bruker klagers tjenester, viser god geografisk spredning, men er ikke egnet til å vise at READINGTEST oppfattes som et varemerke, og ikke bare en generisk beskrivelse av tjenestene. Dokumentet er heller ikke datert, og informasjonen understøttes ikke av noe annet bevis som kan bekrefte hvor omfattende eller utbredt varmerkebruken faktisk er i markedet. Selv om klager tilsynelatende har mange kunder, sier ikke det fremlagte dokumentet noe om markedsandelen med hensyn til «kartlegging av leseferdigheter i engelsk», verken i kommune- og skolesektoren eller i det totale markedet for en slik tjeneste.
- 33 Vedlegget som viser trafikkdata fra Google Analytics for nettsiden readingtest.no, viser kun trafikk fra 2025 og 2026, mens det relevante tidsrommet er før søknadstidspunktet i 2024. Trafikk på en nettside er uansett ikke egnet til å belyse om ordsammenstillingen READINGTEST har fått en ny primærbetydning som et varemerke. Forslaget til samarbeidsavtale med en kommersiell aktør som ikke ble noe av, må anses som et rent internt dokument hos klager, og viser ikke bruk av merket overfor omsetningskretsen. Den fremlagte taushetserklæringen retter seg ikke mot den relevante omsetningskretsen.
- 34 Etter en samlet vurdering har Klagenemnda kommet til at det ikke er dokumentert at bruken har medført at READINGTEST har fått en ny betydning som varemerke. Dokumentasjonen fremstår som fragmentarisk, og teksten er av utpreget beskrivende karakter. De innsendte bevisene kan ikke tas til inntekt for at READINGTEST har fått en ny betydning som overskygger eller fortrenger den opprinnelige eller språklige betydningen, og som dermed utpeker en bestemt kommersiell opprinnelse. Det anses ikke dokumentert at READINGTEST har oppnådd særpreg gjennom bruk, og varemerket kan derfor ikke registreres i henhold til varemerkeloven § 14 tredje ledd andre punktum.

- 35 På denne bakgrunn stadfestes Patentstyrets avgjørelse. Merket kan ikke registreres for de aktuelle tjenestene i klasse 41, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a og § 14 første ledd andre punktum.

Det avsies slik

Slutning

Klagen forkastes.

Sarah Wennberg Svendsen
(sign.)

Jens Herman Ruge
(sign.)

Mikkel Lassen Ellingsen
(sign.)