



---

# KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

## **AVGJØRELSE**

---

Sak: 21/00143  
Dato: 29. april 2022

---

Klager: Hell Energy Magyarország Kft  
Representert ved: Bull & Co Advokatfirma AS

---

Innklaget: Bevlab AS  
Representert ved: Onsagers AS

---

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:

Torger Kielland, Kari Anne Lang-Ree og Anne Cathrine Haug-Hustad

har kommet fram til følgende

---

## AVGJØRELSE

### 1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 30. august 2021, hvor ordmerket HELLHOUND, med registreringsnummer 310534, etter innsigelse ble opprettholdt for følgende varer:

Klasse 30: Te-baserte drikker; te; te-erstatninger.

Klasse 32: Energidrikker; brus; lettbrus; mineralvann med fruktsmak; mineralvann [drikker]; mineralvann med smakstilsetning; mineralvann med koffein; mineralvann tilsatt kullsyre; mineralvann uten kullsyre; drinker [ikke alkoholholdig].

Klasse 33: Alkoholholdige energidrikker; alkoholholdig eggnog; alkoholholdig sider; alkoholholdig punsj; alkoholholdig bitter.

- 3 Hell Energy Magyarország Kft leverte innsigelse basert på forvekselbarhet, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 første ledd bokstav b, med internasjonal registrering nr. 1362891, ordmerket HELL, med virkning for «Energy drinks» i klasse 32, internasjonal registrering nr. 1520872, ordmerket HELL, med virkning for kaffedrikker i klasse 30, internasjonal registrering nr. 1276331, det kombinerte merket HELL ENERGY DRINK, med virkning for «Energy drinks» i klasse 32:



og internasjonal registrering nr. 1073271, det kombinerte merket HELL ENERGY DRINK, med virkning for ikke-alkoholiske drikkevarer og energidrikker i klasse 32:



- 4 Klage innkom 29. oktober 2021. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble deretter oversendt Klagenemnda for videre behandling den 6. desember 2021, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

## 5 Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:

- Det yngre ordmerket HELLHOUND er ikke egnet til å krenke en annens rett fordi det ikke er egnet til å forveksles med innsigers eldre merker HELL og HELL ENERGY DRINK, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 andre ledd.
- Merkene i saken er gitt virkning for drikkevarer i klasse 30, 32 og 33. Patentstyret legger til grunn at det foreligger samme eller lignende varer og tjenester, jf. varemerkeloven § 4 første ledd. Det avgjørende ved forvekselbarhetsvurderingen er derfor hvorvidt det foreligger merkelikhet, og eventuelt graden av denne, jf. varemerkeloven § 4 første ledd bokstav b.
- Patentstyret tar utgangspunkt i innsigers ordmerker HELL, og merker seg at det søkte merket tar opp dette elementet i sin helhet, og at gjennomsnittsforsbrukeren normalt legger mest merke til innledningen av et merke. Det er likevel merkenes helhetsinntrykk som er avgjørende for forvekselbarhetsvurderingen.
- HELL kan betyr «lykke» på norsk, «lys» eller «klar» på tysk, og «helvete» på engelsk. HELLHOUND betyr «helveteshund» på engelsk, som er en mytologisk figur, og kan også bety «djevel» eller «satan». Patentstyret mener derfor at merkenes betydninger gir ulike forestillingsbilder. HELLHOUND er et sammensatt ord som vil oppfattes som et helhetlig begrep, altså helveteshund, i motsetning til HELL som kun refererer til helvete. Merkene får dermed ulike assosiasjoner og forestillingsbilder.
- Ordmerket HELLHOUND er mer enn dobbelt så langt som HELL, og gir dermed et ulikt visuelt inntrykk. HELLHOUND har to stavelser der HELL har én, og får også et ulikt fonetisk inntrykk. Stavelsene har samme trykk og samme dominans i helhetsinntrykket.
- Etter en helhetsvurdering av konseptuelle, visuelle og fonetiske likheter anses det ikke å foreligge fare for forveksling.
- Innsigelsen forkastes med den følge at registrering nr. 310534 opprettholdes.

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

- Klager er uenig i Patentstyrets vurdering og ber Klagenemnda om en fornyet vurdering.
- Varemerkeregistrering nr. 310534 strider mot varemerkeloven § 16 a, jf. § 4 første ledd, da det må anses egnet til å forveksles med klagers tidligere internasjonale varemerkeregistreringer nr. 1362891, ordmerket HELL, nr. 1520872, ordmerket HELL, nr. 1276331, det kombinerte merket HELL ENERGY DRINK, og nr. 1073271, det kombinerte merket HELL ENERGY DRINK.
- Patentstyret har korrekt lagt til grunn at det foreligger vareslagslikhet mellom varene som de gjeldende varemerkene er registrert for. Det skal derfor lite til før merkene anses forvekselbare.

- Klager påpeker at Patentstyret i sak om innsigelse mot registreringsnummer 310535 av 30. august fastslo forvekslingsfare på grunn av rollen elementet HELL spiller i varemerket. Klager mener samme resultat må treffes i inneværende sak, siden HELL er det dominerende elementet i HELLHOUND og siden dette er et ordmerke som kan brukes i mange varianter og utforminger.
- En naturlig språklig forståelse av ordet HELL i klagers registreringer tilsier at det vil oppfattes som det engelske ordet for helvete. Norske og tyske betydninger av ordet HELL er mindre relevante.
- Gjennomsnittsforbrukeren vil feste seg ved elementet HELL i HELLHOUND, som et dominerende og særpreget element. Klagers merke og merket til innklaget er derfor konseptuelt like. Videre er HELL et særpreget merke for de gjeldende varene, med en stor beskyttelsessfære. Det følger av Klagenemndas og EU-rettens praksis at gjennomsnittsforbrukeren vil feste seg ved distinktive elementer i varemerket.
- Elementet HELL, som utgjør begynnelsen av merket HELLHOUND, er det gjennomsnittsforbrukeren vil feste seg ved, og som vil gjøre størst inntrykk på gjennomsnittsforbrukeren. Siden HELL er den eneste komponenten i klagers ordmerke, og den dominerende delen av klagers kombinerte merke, trekker dette i retning av at innklagedes merke er forvekselbare med disse merkene. At HELLHOUND er et visuelt lengre varemerke enn klagers registreringer har mindre vekt.
- Fonetisk vil elementet HELL i HELLHOUND få størst trykk, siden dette er det innledende og dominerende elementet i varemerket.
- Etter en helhetsvurdering er merkene såpass like at en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen kan komme til å tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom merkene.
- Klagenemnda bes om å oppheve Patentstyrets avgjørelse, og nekte registrering av registrering nr. 310534.

#### **7 Innklaget har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:**

- Ordmerket HELLHOUND er registrerbart for de aktuelle varer i klasse 30, 32 og 33, og oppfyller registreringsvilkårene i varemerkeloven § 16 bokstav, jf. § 4 første ledd. Patentstyrets vedtak er korrekt, og registrering nr. 310534 må opprettholdes.
- Det er ikke dokumentert at klagers varemerker er velkjent i Norge. Det må derfor foretas en alminnelig vurdering av forvekslingsfare.
- Innklaget bestrider ikke at det foreligger vareslagsidentitet og -likhet.
- Patentstyret har i sin avgjørelse lagt vekt på konseptuelle, visuelle og fonetiske ulikheter mellom innklagedes merke og klagers eldre registreringer.

- HELLHOUND vil oppfattes som ett sammensatt ord, med betydningen «helveteshund», ikke som HELL med et tilleggsord, og skaper dermed et helt annet forestillingsbilde enn HELL alene.
- Selv om innklagedes merke innledes med ordet HELL, kan ikke dette anses som et enkeltstående, sentralt eller dominerende element i merket. HOUND er minst like særpreget som HELL for de aktuelle varene. Det er ikke påregnelig at omsetningskretsen vil dele opp innklagedes varemerke i HELL og HOUND, og særlig vektlegge elementet HELL.
- Det foreligger stor visuell ulikhet ved at innklagedes varemerke består av ni bokstaver i ett ord, sammenlignet med klagers ordmerket som består av fire bokstaver i ett ord.
- Tillegget av HOUND, som har like stort trykk som HELL i uttalen av ordet, skaper en fonetisk ulikhet til klagers eldre registreringer.
- Ved forvekselbarhetsvurderingen skal det foretas en helhetsvurdering av merkene, og i denne helhetsvurderingen fremstår varemerket HELLHOUND konseptuelt, visuelt og fonetisk klart ulikt klagers eldre registreringer. Likheten i de fire første bokstavene er ikke tilstrekkelig for å konstatere forvekslingsfare.
- Det ville være urimelig å innrømme klager et så bredt vern som klager hevder. I så fall ville klager kunne nekte registrering av ethvert merke som henviser til hell/helvete. Dette ville ikke være i tråd med norsk eller europeisk praksis.
- Det foreligger samlet sett ikke forvekslingsfare med klagers internasjonale registreringer for de aktuelle varene, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a. Klagen må derfor forkastes.

## **8 Klagenemnda skal uttale:**

### **9 Klagenemnda er kommet til et annet resultat enn Patentstyret.**

- 10 Innklagedes yngre registrering er et ordmerke som består av merketeksten HELLHOUND.
- 11 Spørsmålet Klagenemnda skal ta stilling til, er om det yngre ordmerket HELLHOUND er forvekselbart med klagers eldre ordmerker, HELL, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 første ledd bokstav b. Klagenemnda tar utgangspunkt i disse merkene fordi de øvrige kombinerte merkene med grafisk utforming vil være mindre likt det søkte merket.
- 12 Spørsmålet om to varemerker er egnet til å forveksles med hverandre, skal avgjøres ut fra en helhetsvurdering der både vareslagslikheten og kjennetegnslikheten blir vektlagt, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 første ledd. De to elementene kan ikke vurderes separat, jf. Høyesteretts dom i HR-1998-63-A COSMEA, og Annen avdelings avgjørelse 6747 side 11, CONDIS, samt EU-domstolens avgjørelser i sakene C-251/95 Sabèl/Puma, avsnitt 18 og C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer, avsnitt 17.

- 13 Forvekslingsfare må videre vurderes ut fra gjennomsnittsforbrukerens oppfatning av varemerkene. Spørsmålet er om en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen for de varer det gjelder, kan komme til å ta feil av kjennetegnene (direkte forveksling), eller komme til å tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom de to kjennetegnernes innehavere (indirekte forveksling), jf. HR-2008-1686-A SØTT + SALT, samt de ovenfor nevnte avgjørelsene fra EU-domstolen.
- 14 Innsigelsen retter seg mot varer og tjenester i klasse 30 og 32, klasser som er felles for det registrerte merket og klagers merke. Som påpekt av klager, vil dette i utgangspunktet medføre at det må kreves en større avstand mellom merkene for å unngå risiko for forveksling. Det avgjørende spørsmålet som saken reiser er dermed om det foreligger tilstrekkelig merkelikhet til å fastslå forvekselbarhet, ut fra gjennomsnittsforbrukerens oppfatning av varemerkene, i lys av gjennomsnittsforbrukerens oppmerksomhetsnivå og tatt i betraktning hvilke kategorier av varer eller tjenester det er snakk om og hvordan de omsettes.
- 15 Gjennomsnittsforbrukeren vil normalt oppfatte merkene som en helhet, uten å undersøke detaljer eller analysere merkens enkelte deler. Han/hun må anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. EU-domstolens uttalelse i sak C-210/96, Gut Springenheide, avsnitt 31. Det må imidlertid tas hensyn til at gjennomsnittsforbrukeren normalt ikke vil ha mulighet til å sammenligne merkene, men må stole på det ufullstendige bildet han/hun har av dem i erindringen, jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-334/05 P Shaker, avsnitt 35 og C-342/97 Lloyd v. Klijsen, avsnitt 25.
- 16 Gjennomsnittsforbrukeren for varer og tjenester tilknyttet drikkevarer mm. i klasse 30, 32 og 33 vil være både den alminnelige sluttbruker og profesjonelle næringsdrivende. Klagenemnda legger til grunn at forbrukerne av de aktuelle varene og tjenestene samlet sett vil inneha et normalt oppmerksomhetsnivå.
- 17 I henhold til rettspraksis må den konkrete forvekselbarhetsvurderingen skje i lys av hvor særpreget det eldste merket er. Et merke med stor grad av særpreg, enten iboende særpreg eller gjennom bruk, vil ha en større beskyttelsessfære enn et merke med mindre særpreg, jf. EU-domstolens uttalelser i C-251/95 Sabel/Puma avsnitt 24 og C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 18.
- 18 Klagenemnda legger til grunn at elementet HELL brukt om drikkevarer i klasse 30, 32 og 33 har en normal grad av særpreg, og en tilsvarende beskyttelsessfære.
- 19 Ved vurderingen av kjennetegnslighet må det foretas en helhetsvurdering hvor blant annet graden av visuell, fonetisk, og konseptuell likhet må vektlegges, jf. C-251/95, Sabel/Puma, avsnitt 23 og C-342/97, Lloyd v. Klijsen, avsnitt 27.
- 20 Merkene som skal vurderes er ordmerket HELLHOUND mot de eldre ordmerkene HELL.

- 21 Merkene har til felles at deres tekstelementer inneholder elementet HELL. Klagenemnda legger til grunn at elementet HELL i begge merkene er egnet til å oppfattes som det engelske ordet for helvete, og legger ikke vekt på den norske eller tyske betydningen av HELL. Klagenemnda legger til grunn at den norske omsetningskretsen besitter gode engelskkunnskaper. Dette skaper en visuell, fonetisk og konseptuell likhet mellom merkene.
- 22 Klagenemnda legger til grunn at innklagedes ordmerke HELLHOUND vil forstås som «helveteshund». Selv om dette skaper visse andre assosiasjoner enn ordet HELL alene, anser Klagenemnda det slik at konseptet HELL er dominerende i begge merker. Videre starter begge merkene med dette elementet. Gjennomsnittsfbrukeren – som leser fra venstre til høyre – har en tendens til å feste seg ved begynnelsen av et merke, jf. eksempelvis T-183/02, Mundicor, avsnitt 51, og T-346/04, Arthur et Felicie, avsnitt 46. Felleselementet HELL er særpreget og Klagenemnda mener det beholder sin selvstendige adskillende evne i det søkte merket, jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-120/04 *Life v. Thomson Life*, premiss 30-37 og Høyesteretts avgjørelse i Rt. 2008 s. 1268, *Pacal Søtt & salt v. Søtt + salt*.
- 23 På grunnlag av merkenes visuelle, fonetiske og konseptuelle likheter fremstår merkene samlet sett mer like enn ulike, særlig i lys av at det foreligger vareidentitet og -overlapp. På grunnlag av merkenes likheter kan gjennomsnittsfbrukeren komme til å tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom merkenes innehavere, og indirekte forveksling kan dermed oppstå.
- 24 Både klager og innklaget har anført tidligere norsk praksis og EU-praksis. De anførte avgjørelsens rettssetninger legger føringer for senere avgjørelser, men det må i alle tilfeller foretas en konkret vurdering av om risiko for forveksling foreligger mellom de angjeldende merkene i Norge.
- 25 Klagenemnda har etter en helhetsvurdering derfor kommet til at innklagedes ordmerke HELLHOUND er forvekselbart med klagers eldre ordmerker HELL, internasjonal registrering nr. 1362891 og nr. 1520872.
- 26 På denne bakgrunn finner Klagenemnda at registrering nr. 310534 er i strid med varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b, og blir å nekte for de aktuelle varene i klasse 30, 32 og 33.

**Det avsies slik**

## Slutning

- 1 Klagen tas til følge.
- 2 Registrering nr. 310534 nektes for de gjeldende varer i klasse 30, 32 og 33.

Torger Kielland  
(sign.)

Kari Anne Lang-Ree  
(sign.)

Anne Cathrine Haug-Hustad  
(sign.)