



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 20/00005
Dato: 30. april 2020

Klager: NCL Corporation Ltd.
Representert ved: Bryn Aarflot AS

Innklaget: Ulf Henrick Wynnsdale
Representert ved: Onsagers AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:

Elisabeth Ohm, Martin Berggren Rove og Anne Cathrine Haug-Hustad

har kommet fram til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 14. oktober 2019, hvor Patentstyret etter innsigelse opprettholdt registrering nr. 299344, det kombinerte merket Norwegian Yacht Voyages - Worldwide Mega Yacht Expeditions, for samtlige tjenester.



Klasse 39: Organisering av cruisebart; transport av passasjerer med cruiseskip; tilrettelegging av reiser og cruise; tilrettelegging av reiser, utflukter og cruise; tilrettelegging og bestilling av cruise.

- 3 NCL Corporation Ltd. innleverte innsigelse basert på at registreringen ble ansett egnet til å forveksles med innsigers varemerkesøknad nr. 201701403, ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE, med bedre prioritet, og innsigers innarbeidede rettigheter til NORWEGIAN CRUISE LINE, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. Innsigelsen er også begrunnet med at NORWEGIAN CRUISE LINE er så velkjent at det har vern etter varemerkeloven § 4 andre ledd. Videre er innsigelsen begrunnet med at bruk av merket ville krenke en annens rett, fordi det er egnet til å forveksles med innsigers kjennetegn som ble tatt i bruk før søker tok i bruk sitt merke, og at søker kjente til bruken på søknadstidspunktet slik at leveringen dermed må anses for å ha skjedd i strid med god forretningsskikk, jf. varemerkeloven § 16 bokstav b.

Varemerkesøknad nr. 201701403, ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE, er søkt med følgende varefortegnelse

Klasse 39: Cruiseskipstjenester; organisering av cruisebart; tilveiebringelse av transport for ekskursjoner.

- 4 Klage innkom 16. desember 2019. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble deretter oversendt Klagenemnda for videre behandling den 21. januar 2020, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

5 Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:

- Registrering nr. 299344 krenker ikke en annens rett, da det ikke er egnet til å forveksles med innsigers varemerkesøknad nr. 201701403, ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE, med bedre prioritet, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd. Av denne grunn finner

ikke Patentstyret det nødvendig å vurdere om innsiger har noen innarbeidede rettigheter. Videre krenker registrering nr. 299344 ikke innsigers eventuelle rettigheter etter varemerkeloven § 4 andre ledd, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, og registreringen er ikke i strid med varemerkeloven § 16 bokstav b, jf. § 4 første ledd. Registrering nr. 299344 opprettholdes.

- Patentstyret tar utgangspunkt i spørsmålet om det foreligger forvekselbarhet, og bemerker innledningsvis at varemerkesøknad nr. 201701403, ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE, foreløpig er nektet registrert fordi merketeksten er vurdert som direkte beskrivende og uten særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd og andre ledd bokstav a, og dokumentasjon for innarbeidelse er ikke funnet tilstrekkelig.
- Det legges til grunn at merkene omfatter sterkt likeartede og identiske tjenester i klasse 39.
- Ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE betyr «norsk cruiselinje» eller «norsk sjøreiselinje», og er i utgangspunktet en ren beskrivelse av de aktuelle tjenestene i klasse 39. Det skal mye til for å innarbeide et merke som er beskrivende. Hvis merket er innarbeidet, er det en alminnelig vurdering av forvekselbarheten som skal gjøres, både for å nå frem etter § 16 bokstav a og b. Etter varemerkeloven § 4 andre ledd må det utløses en assosiasjon mellom merkene.
- Felleselementet NORWEGIAN, som betyr «norsk», er stedsangivende og rent beskrivende. Innsiger har ikke anført at dette ordet i seg selv er innarbeidet, noe som også ville være tilnærmet umulig. Innarbeidelsen må da være så sterk at navnet først og fremst oppfattes som et varemerke, og ikke som et stedsnavn. Det må dokumenteres at stedsnavnet har fått en ny betydning. Likheten mellom merkene forteller kun at begge parter har en tilknytning til Norge.
- Merkene består av ingen andre likheter, verken fonetisk eller visuelt.
- Det foreligger ingen risiko for forveksling, og Patentstyret kan heller ikke se at det foreligger noen risiko for assosiasjon mellom merkene, dersom NORWEGIAN CRUISE LINE skulle være velkjent.
- Det er ikke avgjørende at innsigers merke er registrert i USA, og at merkene der er funnet forvekselbare.

6 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Patentstyrets avgjørelse påklages, og det anføres at det er gjort en feilaktig analyse av hvilke assosiasjoner merkene gir, og at det ikke er tatt hensyn til den høyere graden av særpreg et velkjent merke har. Klager ber om at innklagedes varemerkeregistrering oppheves for samtlige tjenester i klasse 39.
- Prinsipalt hevdes det at innklagedes varemerkeregistrering er egnet til å forveksles med klagers varemerkesøknad med bedre prioritet, samt innarbeidede rettigheter, jf.

varemerkeloven § 16 første ledd bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. Subsidiært hevdes det at innklagedes varemerkeregistrering er egnet til å skape assosiasjon med innsigers velkjente innarbeidede varemerke av bedre prioritet, jf. varemerkeloven § 16 første ledd bokstav a, jf. § 4 andre ledd. Atter subsidiært hevdes det at innklagedes varemerkeregistrering ble søkt registrert i ond tro og i strid med god forretningsskikk, jf. § 16 bokstav b.

- For Klagenemnda fremsettes det også en ny påstand om at innklagedes varemerkeregistrering mangler særpreget etter varemerkeloven § 14 første og andre ledd.
- Ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE er velkjent. Klagers formelle navn er NCL Corporation Ltd., men det er mest kjent som «Norwegian Cruise Line», og er ett av verdens største og mest kjente cruisereederier. Ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE ble registrert i 1991 for «arrangering og drift av havcruise transport» i klasse 39, men ikke fornyet i 2001. Merket ble også registrert i USA i 1989, og i EU i 2000 på bakgrunn av innarbeidelse.
- Klager har vært i drift i nesten 50 år, og hatt en global flåte bestående av cruiseskip med navn som starter med NORWEGIAN, slik som NORWEGIAN JADE, NORWEGIAN EPIC og NORWEGIAN GEM. Flåten består i dag av 15 skip. Dette har bidratt til å styrke identiteten og øke kjennskapen til NORWEGIAN CRUISE LINE blant målgruppen.
- Samtlige skipsnavn som starter på NORWEGIAN, er registrert som ordmerker i EU og i andre jurisdiksjoner over en tiårsperiode. Dette har medvirket til innarbeidelsen av klagers velkjente merke. Skipsnavnene forsterker forbrukerens oppfatning om at det er klager som eier og drifter skipene og tilbyr cruisetjenestene. Den konsekvente bruken av NORWEGIAN gjør også at forbrukeren vil feste seg spesielt godt ved nettopp dette elementet i NORWEGIAN CRUISE LINE.
- Klager kjøpte i 1979 det som da var verdens største cruiseskip, som ble døpt «SS Norway». Dette fikk mye medieomtale i Norge.
- I perioden 2013 og frem til i dag har mer enn 35 000 nordmenn vært på cruise med NORWEGIAN CRUISE LINE, hvilket utgjør en ikke ubetydelig del av det totale cruisemarkedet i Norge. Klager har hatt en omsetning i Norge på hele 275 millioner kroner (USD 35,2M) i løpet av samme periode (bilag 10-11).

Bilag 10: Omsetningstall for Norge 2013-2017.

Bilag 11: Passasjertall for Norge 2013-2017.

- Klager har konsekvent benyttet varemerket NORWEGIAN CRUISE LINE når de har markedsført sine tjenester (bilag 12), hvor ordet NORWEGIAN gjennomgående er fremhevet ved at det er skrevet i større bokstaver enn CRUISE LINE. Videre har varemerkebruken vært konsekvent på nettsidene til ulike norske reiseselskaper (bilag 13-17). Bruken viser med tydelighet at det er varemerket NORWEGIAN CRUISE LINE forbrukerne møter.

Bilag 12: Utvalg av screenshots fra søkers hjemmeside 1997-2017.

Bilag 13: Cruise.no Norwegian Cruise Line, 27. januar 13.

Bilag 14: Cruisecenter.no, 25. mars 2016.

Bilag 15: Cruisespesialisten.no Norwegian Cruise Line, 19. februar 2016.

Bilag 16: Ving.no Cruise med Norwegian Cruise Line, 3. februar 2017.

Bilag 17: Apollo.no Cruise med Norwegian Cruise Line, 1. juni 2015.

- Klager lanserte en norsk versjon av sin egen nettside 24. september 2014. Hjemmesiden til klager hadde rundt 330 000 besøk fra norske IP-adresser i perioden 2015 til 2017. Det har ikke latt seg gjøre å innhente besøkstall fra sidene i bilag 13-17.

Bilag 18: Dfly Norwegian Cruise Line lanseres på norsk.

- Klager kan ikke fremlegge konkrete tall som viser markedsandelen bare for Norge. Internasjonalt er imidlertid NORWEGIAN CRUISE LINE verdens tredje største når det kommer til antall passasjerer, med en andel på 8,7 % med nesten 2,3 millioner passasjerer. Målt i omsetning er klager fjerde størst, med en andel på 8,4 % og en omsetning på USD 3 898 millioner (bilag 19).

Bilag 19: Cruise Market Share 2018 fra Cruise Market Watch.

- Klager er av den oppfatning at den samlede dokumentasjonen tilsier at ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE både er innarbeidet for cruisetjenester i klasse 39, og velkjent her i riket som varemerke.
- Tjenestene som er omfattet av klagers og innklagedes merker er identiske eller svært likeartede.
- Begge merker innledes med ordet NORWEGIAN. De øvrige ordelementene i det yngre merket er rent beskrivende og har liten distinktiv evne. Disse elementene gir likevel assosiasjoner i samme retning, nemlig til eksklusive sjøreiser. Det figurative elementet i fargene til det norske flagget understreker bare fokuset på ordet NORWEGIAN. Det foreligger kjennetegnslighet.
- Det foreligger stor grad av kjennetegnslighet, i kombinasjon med en fullstendig overlapping av disse tjenestene, og dermed en risiko for forveksling. En alminnelig opplyst og velinformert gjennomsnittsforbruker vil etter all sannsynlighet kunne komme til å tro at varemerket til innklagede har samme kommersielle opprinnelse som klagers eldre varemerker.
- I alle tilfeller vil gjennomsnittsforbrukeren få en mental link, en assosiasjon, til det velkjente NORWEGIAN CRUISE LINE merket når vedkommende ser innklagedes merke. I denne sammenheng er det relevant at en risiko for assosiasjon må antas å være høyere innenfor samme produktkategori. De visuelle og konseptuelle likhetene mellom de to merkene er så

påfallende at omsetningskretsen vil få en mental link til klagers varemerke, selv om vedkommende skulle skjønne at de to merkene ikke er kommersielt forbundet.

- Det er en risiko for at klagers merke med dets iboende blikkfangeffekt og velkjenthet, på sikt utvannes og forvitrer som følge av innklagedes bruk av et lignende varemerke.
 - Klager har videre gjennom flere tiår opparbeidet seg et rykte som tilbyder av cruisetjenester av høy kvalitet, og har ingen garanti for at innklagedes tjenester er av en kvalitet som ikke vil kunne skade den goodwill som ligger i klagers velkjente merker.
 - Det er knyttet en betydelig goodwill-verdi til klagers varemerker. Likheten mellom merkene gjør at innklagede drar en uberettiget fordel av berømmelsen og goodwillverdien knyttet til klagers merker. Det spiller i denne sammenheng inn at klagers merke er et varemerke med stor grad av særpreg.
 - Bruken av innklagedes merke vil skade særpreget og goodwillen i klagers varemerke, som ikke særpreget i seg selv, og når det da først har kjempet seg til en posisjon som velkjent varemerke er det ekstra sårbart for skader.
 - Videre er registreringen av innklagedes merke i strid med varemerkeloven bokstav b. Innklagedes foretak ble stiftet 29. desember 2016 under navnet Norwegian Cruise Company AS. Klager sendte umiddelbart krav om stans av all bruk av selskapsnavnet og varemerket NORWEGIAN CRUISE COMPANY. Klager mottok ikke noe svar fra innklagede til tross for gjentatte purringer, men klager observerte stadige endringer på innklagedes sider i sosiale medier og hjemmesider, hvor de en periode omtalte seg som Norwegian Ocean Cruises og Norwegian Yachting, og senere som Nordic Cruise Company. Innklagede endret 26. januar 2018 formelt navn til Norwegian Yacht Voyages AS.
 - På bakgrunn av denne forhistorien mener klager at varemerkeregistrering nr. 299344 NORWEGIAN YACHT VOYAGES ble innlevert i strid med god forretningsskikk.
 - Til sist anføres det at innklagedes merke er beskrivende og uten særpreg.
 - Ordelementene i merket er utvilsomt rent beskrivende for de aktuelle cruisetjenestene i klasse 39, og det er kun figuren som eventuelt kan tilføre et minimum av særpreg. Gjennomsnittsforbrukeren vil imidlertid kun oppfatte figuren som en henvisning til nettopp flagget og ordet NORWEGIAN. Praksis fra både Patentstyret, Klagenemnda og EU-retten har gått i retning av stadig strengere krav når det gjelder særpreg for beskrivende kombinertmerker. Det er ingenting ved merkets helhet som tilsier at gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte det som angivelse av kommersiell opprinnelse.
 - Registreringen av det innklagede merket må oppheves.
- 7 Innklagede har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:**
- Innklagede har ikke besvart klagen overfor Klagenemnda.

8 Klagenemnda skal uttale:

9 Klagenemnda er kommet til samme resultat som Patentstyret.

- 10 Det registrerte merket er et kombinert merke som består av merketeksten Norwegian Yacht Voyages - Worldwide Mega Yacht Expeditions og en figurativ utforming. Merket er gjengitt i avsnitt 2.
- 11 For Klagenemnda har klager fastholdt at innklagedes kombinerte varemerke er registrert i strid med varemerkesøknad nr. 201701403, ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE, med bedre prioritet, og klagers innarbeidede rettigheter til NORWEGIAN CRUISE LINE, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første og andre ledd. Klager har også fastholdt at bruk av innklagedes kombinerte varemerke ville krenke klagers rett etter varemerkeloven § 16 bokstav b. I tillegg har klager anført som et nytt grunnlag for Klagenemnda at det kombinerte merket er beskrivende og mangler særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd og annet ledd bokstav a.
- 12 En forutsetning for vern etter varemerkeloven § 4, både første og andre ledd, er at merket oppfyller kravene til særpreg. Til dette kommer det at den varemerkerett som er oppnådd ved registrering «omfatter ikke slik del av et varemerke som det ikke ville være adgang til å registrere særskilt», jf. varemerkeloven § 5 første ledd. Dette medfører at dersom kjennetegnslikheten og forvekslingsrisikoen bygger på et enkeltelement i et sammensatt merke, må dette enkeltelement i seg selv være distinktivt.
- 13 I nærværende sak baserer klager sine anførsler etter varemerkeloven § 16 bokstav a og b på ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE, søkt for cruiseskipstjenester i klasse 39. Det må her bemerkes at klagers varemerkesøknad foreløpig er nektet registrert av Patentstyret fordi merketeksten er vurdert som direkte beskrivende og uten særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd og andre ledd bokstav a. Dokumentasjon for innarbeidelse er ikke funnet tilstrekkelig. Klagenemnda er enig i at merketeksten fremstår rent beskrivende for tjenestene i klasse 39.
- 14 Til tross for en viss grad av konseptuell likhet mellom elementene CRUISE LINE og YACHT VOYAGES/YACHT EXPEDITIONS, vil en eventuell forvekslingsrisiko bygge på merkeelementet NORWEGIAN som er å gjenfinne i både det yngre og de eldre merkene. Den konseptuelle likheten er på langt nær nok til at klagen kan føre frem. Dokumentasjon på innarbeidelse må derfor vise at ikke bare den helhetlige sammenstillingen har særpreg, også NORWEGIAN må anses som særpreget som følge av innarbeidelsen.
- 15 Det er den samme dokumentasjonen for innarbeidelse som er innlevert for Klagenemnda som klager innleverte for Patentstyret i forbindelse med sin varemerkesøknad. Til vurderingen av innarbeidelse vil Klagenemnda understreke at det må utvises stor forsiktighet når det gjelder å monopolisere beskrivende merker, og at terskelen for å finne at

en slik betegnelse har fått ny betydning som noens særskilte kjennetegn, må settes høyt. Det vil som hovedregel være vanskelig å vise at et i utgangspunktet beskrivende merke har oppnådd vern gjennom innarbeidelse, jf. HR-2005-1905-A, *Gule Sider*, avsnitt 48. Klagenemnda er her enig med Patentstyret i at det vil være tilnærmet umulig å innarbeide NORWEGIAN alene, da det må dokumenteres at ordet har fått en sekundær betydning. Det skal også bemerkes at det er virkningen av bruken hos den relevante omsetningskretsen som er avgjørende, jf. HR-2005-1905-A, *Gule sider*, avsnitt 54.

- 16 Utskriftene fra egne og andre nettsider viser at merket er i bruk, og er eksempler på hvordan tjenestene tilbys. Det er levert inn omsetnings- og passasjertall for femårsperioden 2013-2017. Selv om klager har vist til besøkstall for egne hjemmesider, kan ikke Klagenemnda se at denne dokumentasjonen gir grunnlag for å trekke noen slutninger om hvilken virkning bruken har hatt på gjennomsnittsforbrukerens oppfatning av klagers merke eller elementet NORWEGIAN særskilt. Klagenemnda kan heller ikke se at det er godtgjort at gjennomsnittsforbrukeren særlig vil feste seg ved NORWEGIAN som et eget distinkt element i merket NORWEGIAN CRUISE LINE på grunn av skipsnavnene.
- 17 Selv om klager internasjonalt er en stor aktør innenfor cruiseskipstjenester, er Klagenemnda av den oppfatning at dokumentasjonen ikke viser at *den norske omsetningskretsen* gjennom klagers bruk av NORWEGIAN CRUISE LINE – herunder NORWEGIAN alene – har blitt eksponert for klagers merke på en slik måte at det er godt kjent i Norge som et særlig kjennetegn. Klagenemnda har derfor, etter en helhetsvurdering, kommet frem til at verken NORWEGIAN CRUISE LINE, eller NORWEGIAN alene, er innarbeidet som varemerke for cruiseskipstjenester i klasse 39, jf. varemerkeloven § 3 tredje ledd.
- 18 Når klagers merke ikke kan anses innarbeidet, kan Klagenemnda heller ikke se at det anses som velkjent her i riket, jf. § 4 andre ledd. Klagenemnda viser her til at det ligger implisitt i vilkåret «velkjent» at kjennetegnet må være innarbeidet jf. Lassen/Stenvik (2011) side 369-370, og at det i vilkåret må kreves noe mer - merket må ha «en goodwillverdi [...] ut over den som innarbeidede varemerker gjerne har».
- 19 Når Klagenemnda har kommet til at verken NORWEGIAN CRUISE LINE eller NORWEGIAN alene har iboende eller innarbeidet særpreg, og heller ikke kan anses som velkjent, er det ikke nødvendig å vurdere hvorvidt det foreligger en risiko for forveksling, jf. varemerkeloven § 4 første ledd, eller risiko for assosiasjon, jf. § 4 andre ledd.
- 20 Klagenemnda vil likevel knytte noen bemerkninger til spørsmålet om innklagedes kombinerte varemerke er forvekselbart med klagers varemerkesøknad nr. 201701403, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b.
- 21 Det er ikke tvilsomt at tjenestene i klasse 39, som merkene omfatter, er identiske eller svært likeartede, og at det derfor i utgangspunktet kreves større avstand mellom merkene for å unngå forvekslingsrisiko. Likevel følger det av rettspraksis at den konkrete forvekselbarhetsvurderingen må skje i lys av hvor særpreget det eldste merket er, jf. EU-domstolens uttalelser i C-251/95 Sabel/Puma avsnitt 24 og C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-

Mayer avsnitt 18, og det må foretas en visuell, fonetisk og konseptuell sammenligning av de aktuelle merkene som helhet. Klagenemnda har allerede konstatert at klagers varemerkesøknad ikke er særpreget. Det er kun det deskriptive elementet NORWEGIAN som er felles i merkene. Merkene er ellers fonetisk og visuelt forskjellige. Helhetlig sett er det derfor ikke grunnlag for å konstatere noen risiko for forveksling mellom klagers og innklagedes merker.

- 22 Etter varemerkeloven § 16 bokstav b må også merkene være «egnet til å forveksles», selv om det eldre merket kun er tatt i bruk, men ennå ikke har oppnådd rettsvern. Når merkene ikke kan anses å være egnet til å forveksles, kan heller ikke Klagenemnda se at det er grunnlag for å vurdere om innklagedes «søknad om registrering ble innlevert (...) i strid med god forretningsskikk», jf. varemerkeloven § 16 bokstav b.
- 23 Nytt for Klagenemnda er klagers anførsel om at innklagedes kombinerte merke er beskrivende og uten særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første og andre ledd.
- 24 Til dette bemerker Klagenemnda at merketeksten Norwegian Yacht Voyages - Worldwide Mega Yacht Expeditions, fremstår beskrivende for tjenestene «organisering av cruisebart; transport av passasjerer med cruiseskip; tilrettelegging av reiser og cruise; tilrettelegging av reiser, utflukter og cruise; tilrettelegging og bestilling av cruise» i klasse 39, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a.
- 25 Merket består imidlertid av mer enn bare merketeksten. Merketeksten er gitt et konkret oppsett med tanke på plassering og fargebruk, og figuren til venstre i merket som benytter fargene i det norske flagget er utformet på en måte som ligner kjølen på en båt/et skip. For Klagenemnda er det avgjørende at den konkrete oppstillingen av samtlige elementer – måten de ulike grafiske og skriftlige elementene er plassert på i forhold til hverandre – gir merket som helhet et logopreg som vil oppfattes av gjennomsnittsforbrukeren som noe mer enn bare en oppramsing av beskrivende karakteristikk ved klagers tjenester. Klagenemnda er følgelig av den oppfatning at merkets sammenstilling er egnet til å avlede gjennomsnittsforbrukerens oppmerksomhet fra merketekstens beskrivende innhold, og dermed oppfatte merket som en indikator på tjenestenes kommersielle opprinnelse, jf. varemerkeloven § 14 første ledd.
- 26 Klagenemnda har kommet til at klagers merke NORWEGIAN CRUISE LINE ikke har det nødvendige særpreg, verken iboende eller ved at det er sannsynliggjort tilstrekkelig innarbeidelse. Merket kan dermed heller ikke anses som velkjent Dette gjelder også for elementet NORWEGIAN alene. Dermed har merket ikke vern etter varemerkeloven og klagen kan på dette grunnlag alene ikke tas til følge.
- 27 For ordens skyld bemerker Klagenemnda at innklagedes varemerkeregistrering nr. 299344, det kombinerte merket Norwegian Yacht Voyages - Worldwide Mega Yacht Expeditions, heller ikke er egnet til å forveksles med eller assosieres med klagers varemerkesøknad nr. 201701403, ordmerket NORWEGIAN CRUISE LINE, verken etter varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første og andre ledd, og varemerkeloven § 16 bokstav b. Innklagedes merke er videre vurdert å inneha tilstrekkelig særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første og andre ledd.

28 Klagen blir dermed å forkaste, og registrering nr. 299344, det kombinerte merket Norwegian Yacht Voyages - Worldwide Mega Yacht Expeditions, opprettholdes for samtlige tjenester i klasse 39.

Det avsies slik

Slutning

- 1 Klagen forkastes.
- 2 Registrering nr. 299344, det kombinerte merket Norwegian Yacht Voyages - Worldwide Mega Yacht Expeditions, opprettholdes.

Elisabeth Ohm
(sign.)

Martin Berggren Rove
(sign.)

Anne Cathrine Haug-Hustad
(sign.)