



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 26/00014
Dato: 19. juni 2026

Klager: FWRD, LLC
Representert ved: Zacco Norway AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:
Gunhild Giske Skyberg, 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 2. desember 2025 som opprettholder beslutningen om å registrere ordmerket FWR med registreringsnummer 334852. Registreringen har søknadsnummer 202414784 og ble opprettholdt for følgende varer:

Klasse 25: Klær for jenter; klær for gutter; klær for damer; klær for menn.

- 3 Saken har sin bakgrunn i en innsigelse fra FWRD, LLC, som innkom i innsigelsesperioden, jf. varemerkeloven § 26. Innsigelsen er begrunnet med at bruk av merket ville krenke en annens rett, fordi det er egnet til å forveksles med innsigers eldre registrering nr. 326292, ordmerket FWRD RENEW og registrering nr. 326265 ordmerket FWRD, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd. Patentstyret konkluderte med at det ikke forelå forvekslingsfare.
- 4 Registrering nr. 326292 ordmerket FWRD RENEW er registrert for varer og tjenester i klasse 9, 14, 18, 25 og 35, blant annet følgende varer:

Klasse 25: Klær, nemlig strandklær; ullvester (cardigans); frakker; kjoler; fottøy; hansker; pannebånd; hodeplagg; trikotklær; jeans; leggings; dameundertøy; loungeklær; slips; overall; pyjamas; bukser; ponchoer; regntøy; kapper og kåper (robes); sparkebukser; skjertif; skjorter; shorts; skjørt; nattkjoler og nattøy; sokker; badetøy; undertøy; belter; body (bodysuits); underdeler (bottoms) som klær; jakker; overaller (jump suits); topper som klær.

- 5 Registrering nr. 326265 ordmerket FWRD er registrert for varer og tjenester i klasse 9, 35, 41 og 42, blant annet følgende varer:

Klasse 9: Nedlastbare virtuelle varer innen området for mote; nedlastbare virtuelle varer innen området for mote for bruk i virtuelle miljøer og verdener; nedlastbare virtuelle varer i form av klær, smykker, klokker, vesker, hodeplagg, fottøy, kosmetikk, personlig pleieprodukter, kosttilskudd, tilbehør (accessories), briller, og hjemmeprodukter (home goods), nemlig håndklær, stearinlys, stearinlysholdere, dufter for hjemmet (home fragrance), laken, sengeutstyr, puter, tepper, pledd, møbler, klokker, bordservice, glassartikler, barutstyr, kokeutstyr, bordskånere, vaser, skåler, brett, bilderammer, og servietter og briller; nedlastbare virtuelle varer, nemlig dataprogrammer med klær, smykker, klokker, vesker, hodeplagg, fottøy, kosmetikk, personlig pleieprodukter, kosttilskudd, tilbehør (accessories), briller, og hjemmeprodukter (home goods), nemlig håndklær, stearinlys, stearinlysholdere, dufter for hjemmet (home fragrance), laken, sengeutstyr, puter, tepper, pledd, møbler, klokker, bordservice, glassartikler, barutstyr, kokeutstyr, bordskånere, vaser, skåler, brett, bilderammer, og servietter; software; nedlastbare videospillprogrammer; nedlastbar dataspillprogramvare; nedlastbar multimediefil inneholdende kunstverk, tekst, lyd, og video; nedlastbar multimediefil inneholdende kunstverk, tekst, lyd, og video relatert til mote autentisert av ikke-fungible tokens (non-fungible tokens); ikke-fungible tokens (non-fungible tokens); blokkjede-tokens; nedlastbar dataprogramvare for administrasjon, visning, inntektsgenerering, kjøp, salg, handel, overføring, clearingvirksomhet, bekreftelse, og autentisering av virtuelle varer, blokkjede-tokens, digitale tokens, ikke-fungible

tokens, digitale medier, digitale filer, og digitale aktiva (assets); nedlastbar dataprogramvare for bruk som en digital token lommebok; kryptovaluta hardware lommebøker; nedlastbar programvare for å muliggjøre for brukere å elektronisk opprette, lagre, sende, motta, akseptere, utveksle, og overføre digitale aktiva (assets); nedlastbare dataprogrammer for datalagring; nedlastbare dataprogrammer for blokkjede-datalagring; nedlastbar dataprogramvare for tilrettelegging av transaksjoner med andre; nedlastbar dataprogramvare for tilrettelegging av blokkjede-baserte finansielle transaksjoner; nedlastbare dataprogrammer for dataautentisering; nedlastbare dataprogrammer for dataautentisering via blokkjede; nedlastbar dataprogramvare med kjøp og salg av rettigheter til digitale varer; nedlastbar dataprogramvare for håndtering av digitale samleobjekter; nedlastbare digitale filer; nedlastbar programvare for digital fildeling; nedlastbar dataprogramvare og nedlastbar mobilapplikasjonsprogramvare for å se bilder, videoer, og innhold relatert til mote; nedlastbar dataprogramvare og nedlastbar mobilapplikasjonsprogramvare for bruk ved tilgang til online detaljhandelstjenester med et bredt utvalg av forbrukervarer; nedlastbar dataprogramvare og nedlastbar mobilapplikasjonsprogramvare for søking, beskuelse, og kjøp av klær, smykker, klokker, vesker, hodeplagg, fottøy, kosmetikk, kosttilskudd, tilbehør, hjemmeinnredning (home décor), briller, og andre detaljhandelsartikler; nedlastbar dataprogramvare og nedlastbar mobilapplikasjonsprogramvare for å muliggjøre for brukere å finne, se, vurdere, og kjøpe varer og tjenester; nedlastbar dataprogramvare og nedlastbar mobilapplikasjonsprogramvare for bruk i detaljhandelstransaksjoner og bestilling av et bredt utvalg av generelle handelsvarer (merchandise) og forbrukervarer; nedlastbar dataprogramvare og nedlastbar mobilapplikasjonsprogramvare for bruk for å tilveiebringe online anmeldelser og anbefalinger om generelle handelsvarer (merchandise) og forbrukervarer, og for å få tilgang til bruker-postede vurderinger, anmeldelser, og anbefalinger om produkter; nedlastbar data- og nedlastbar mobilapplikasjonsprogramvare som analyserer forbrukeres kjøpsatferd og mønstre og hjelper til med å matche forbrukere med produkter; nedlastbar chatbot-programvare for å svare på spørsmål fra online detaljhandelskunder relatert til forbrukervarer.

6 Klage kom inn 2. februar 2026. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 6. februar 2026, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

7 **Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:**

- Innsigelsen forkastes med den følge at registrering nr. 334852 opprettholdes.
- Innsigers ordmerke, FWRD, som blant annet omfatter virtuelle klær og lignende i klasse 9, gjelder andre varer og tjenester enn søkerens merke. Innsigers registrering nr. 326292 utgjør derfor ingen hindring for registrering av søkerens merke.
- Det foreligger heller ingen risiko for forveksling mellom registrering nr. 334852 og innsigers ordmerke, FWRD RENEW, selv for identiske varer i klasse 25.
- Ordmerket FWR har liten grad av visuell og fonetisk likhet med innsigers FWRD RENEW, helhetlig sett. Elementene FWR og FWRD er identiske i innledningen, men forskjellen som bokstaven D skaper, er enkel å oppfatte i et kort merke som dette.

- FWR og FWRD er ikke kjente forkortelser og har ingen bestemt betydning. Det foreligger derfor ingen konseptuelle likheter.

8 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Innklagedes merke FWR er forvekselbart med klagers eldre registreringer, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. Klagenemnda bes om å oppheve registrering nr. 334852 i sin helhet.
- Innklagedes merke har vern for identiske varer i klasse 25, som klagers registrerte ordmerke FWRD RENEW.
- Det foreligger også vareslagslikhet mellom virtuelle varer i klasse 9, omfattet av klagers ordmerke FWRD, og varene omfattet av registrering nr. 334852. Dette understøttes av Underrettens avgjørelse T-1163/23 Glashütte og av at vareslagslikhet må vurderes i lys av «utviklingen i omsetningslivet», jf. Lassen Stenvik (2011) side 324-325. I tillegg har virtuelle klær og fysiske plagg samme tiltenkte formål, de har samme distribusjonskanaler, er i konkurranse med hverandre og er uansett komplementære.
- Elementet FWRD i klagers merker har høy grad av visuell og fonetisk likhet med innklagedes merke, FWR. Bokstaven D i FWRD er «lydsvak». Elementet RENEW er et svakere element som omsetningskretsen vil tillegge mindre vekt i helhetsoppfattelsen av merket FWRD RENEW.
- Selv om enkelte forbrukere kan tro at FWRD sikter til det engelske ordet «forward», så vil andre oppfatte dette merkeelementet som et fantasiord. Innklagedes merke FWR vil heller ikke oppfattes med et konkret meningsinnhold, og vil ikke oppfattes som Flexwear, slik innklagede anførte overfor Patentstyret. Det foreligger ingen «konseptuelle forskjeller som kan nøytralisere de klare visuelle og fonetiske likhetene» mellom merkene, jf. Klagenemndas sak VM 23/00001, NORØ, avsnitt 24. Det vises også til EU-domstolens saker C-361/04 P PICARO avsnitt 20, og C-437/16 P CHEMPIOL avsnitt 43.
- Selv om FWRD kan gi assosiasjoner til «forward», har ikke elementet noen betydning i relasjon til de aktuelle varene og tjenestene. Klagers merker anses for å ha en høy grad av særpreg.
- Vare- og merkelikheten er tilstrekkelig til at det foreligger risiko for forveksling mellom klagers merker bestående av elementet FWRD, og innklagedes merke FWR.

9 Innklagede har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Innklagede har ikke inngitt tilsvaret i saken.

10 Klagenemndas vurdering:

11 Klagenemnda er kommet til et annet resultat enn Patentstyret.

- 12 Det aktuelle varemerket er ordmerket FWR.
- 13 Klagenemnda skal ta stilling til klagers anførsel om at registreringen må oppheves fordi det foreligger risiko for forveksling etter varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b.
- 14 Det følger av varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 første ledd bokstav b at et merke ikke kan registreres dersom det er «risiko for forveksling» med et merke som allerede er registrert eller gitt virkning i Norge. Vurderingstemaet er om en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen for de varer det gjelder, kan komme til å ta feil av kjennetegnene (direkte forveksling), eller tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom kjennetegnenes innehavere (indirekte forveksling), jf. HR-2008-1686-A SØTT + SALT avsnitt 41–43.
- 15 Spørsmålet om to varemerker er egnet til å forveksles, skal avgjøres ut fra en helhetsvurdering der både vareslagslikheten og kjennetegnslikheten blir vektlagt, jf. varemerkeloven § 4 første ledd bokstav b. Det er et innbyrdes avhengighetsforhold mellom disse momentene, slik at en svak grad av vareslagslikhet kan oppveies av en høy grad av kjennetegnslikhet og omvendt, jf. HR-2008-1686-A SØTT + SALT avsnitt 40 og EU-domstolens rådgivende uttalelse i C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 19. Se også EU-domstolens rådgivende uttalelser i sakene C-251/95 Sabèl/Puma avsnitt 18 og C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 17.
- 16 I helhetsvurderingen skal det tas hensyn til gjennomsnittsforbrukerens oppmerksomhetsnivå, hvilke varer eller tjenester det er snakk om og hvordan de omsettes. I tillegg er det relevant å se hen til det eldste merkets grad av særpreg. Jo mer særpreg det eldste merket er, desto større vil risikoen for forveksling være, jf. sakene C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 18 og 19 og T-56/20 VROOM avsnitt 43.
- 17 Gjennomsnittsforbrukeren vil normalt oppfatte merkene som en helhet, uten å undersøke detaljer, jf. EU-domstolens avgjørelse C-334/05 P Shaker avsnitt 35. Det må tas hensyn til at gjennomsnittsforbrukeren normalt ikke vil ha mulighet til å sammenligne merkene side om side, men må stole på det bildet hen har i hukommelsen, jf. C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 26.
- 18 Omsetningskretsen for varene i klasse 25 vil bestå av alminnelige sluttbrukere og profesjonelle næringsdrivende. Gjennomsnittsforbrukeren anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. EU-domstolens uttalelse i sak C-210/96 Gut Springenheide avsnitt 31. Klær og sko er varer som finnes i flere ulike prisklasser, og Klagenemnda legger til grunn at omsetningskretsen utviser en gjennomsnittlig grad av oppmerksomhet.

Vareslagslikhet

- 19 Temaet for vurderingen er om varene er av samme eller lignende slag, jf. varemerkeloven § 4 første ledd bokstav b.
- 20 Innklagedes merke, FWR, omfatter de generelle angivelsene «klær for jenter; klær for gutter; klær for damer; klær for menn» i klasse 25. Klagers merke, FWRD RENEW, har vern for blant annet «jeans», «skjorter», «shorts» og «jakker» i samme klasse. Dette er konkrete klesprodukter som kommer i kolleksjoner, design og størrelser for både jenter og gutter, og damer og menn, og er følgelig overlappende og identisk med de generelle vareangivelsene omfattet av innklagedes merke.

Kjennetegnslighet

- 21 Klagenemnda tar i denne vurderingen utgangspunkt i klagers registrering nr. 326292, ordmerket FWRD RENEW, siden det her er tale om identiske varer.
- 22 Ved vurderingen av kjennetegnslighet, må det foretas en helhetsvurdering hvor blant annet graden av visuell, fonetisk, og konseptuell likhet vektlegges. I denne vurderingen vil særpregede og dominerende elementer ha større betydning for merkenes helhetsinntrykk enn svake og lite fremtredende elementer, jf. blant annet EU-domstolens avgjørelser i C-251/95 Sabèl/Puma avsnitt 23 og C-342/97 Lloyd v. Klijsen avsnitt 25-27 og C-334/05 P Shaker avsnitt 35.
- 23 Klagenemnda legger til grunn at en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen vil oppfatte FWRD som en bokstavsammenstilling uten noen konkret betydning. Likevel kan det ikke utelukkes at enkelte forbrukere kan oppfatte FWRD som en kortform for det engelske ordet «forward», som kan bety «fremover». Oppfattet som «forward», har FWRD uansett ingen relevant betydning for varer som klær, fottøy og hodeplagg i klasse 25. På denne bakgrunn er Klagenemnda av den oppfatning at FWRD uansett har iboende normal grad av særpreg. Klagenemnda finner videre at omsetningskretsen vil oppfatte det engelske ordet RENEW i betydninger som «fornye» og «skifte ut». En slik betydning er etter Klagenemndas syn egnet til å bli oppfattet rosende i relasjon til varene, for eksempel som en oppfordring til forbrukeren om å «fornye» garderoben, eller som informasjon om at plagget er laget av fornybare, resirkulerte materialer. Siden tillegget RENEW fremstår som svakt, er det det innledende elementet FWRD som dominerer helhetsinntrykket.
- 24 Elementet FWR i innklagedes merke vil oppfattes uten noen bestemt mening av den relevante omsetningskretsen.
- 25 Som nevnt i avsnitt 14 over, er vurderingstemaet om «en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen» kan komme til å forveksle merkene enten direkte eller indirekte. Klagenemnda har kommet til at det er risiko for forveksling i den delen av omsetningskretsen som vil oppfatte FWRD som en bokstavsammenstilling uten noen bestemt betydning. Etter Klagenemndas syn utgjør dette en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen, se avsnitt 23 over.

- 26 Etter Klagenemndas vurdering vil denne delen av omsetningskretsen feste seg mest ved det innledende, særpregede elementet FWRD i klagers merke. FWRD og FWR har store likheter visuelt og fonetisk fordi de starter med de samme tre bokstavene FWR. Til tross for at det er tale om korte merker, kan ikke Klagenemnda se at bokstaven D, som kommer til slutt, skaper tilstrekkelig avstand. Siden bokstavkombinasjonene ikke gir noen konkrete forestillingsbilder, vil det ikke være mulig å sammenligne dem konseptuelt.
- 27 Etter en helhetlig vurdering av den foreliggende vareslags- og kjennetegnslikheten, er Klagenemnda kommet til at det er risiko for forveksling mellom innklagedes ordmerke FWR og klagers ordmerke FWRD RENEW ved at en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen vil kunne komme til å tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom merkenes innehavere eller at det yngste merket er en variant av det eldre, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. I helhetsvurderingen har Klagenemnda særlig lagt vekt på at det foreligger vareidentitet og merkenes klare visuelle og fonetiske likheter ved at FWR gjenfinnes i det eldre merkets dominerende element FWRD. Merkenes ulikheter, som særlig skyldes tillegget av det svakt særpregede elementet RENEW, evner ikke i tilstrekkelig grad å motvirke vare- kjennetegnslikheten og avverger derfor ikke forvekslingsfare.
- 28 Merket FWR er etter dette registrert i strid med klagers registrering nr. 326292 ordmerke FWRD RENEW, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. Siden klagen har ført frem i sin helhet på dette grunnlaget, er det ikke nødvendig å ta stilling til om merket FWR er registrert i strid med klagers registrering nr. 326265 ordmerket FWRD.
- 29 Klagenemnda ønsker likevel å knytte noen kommentarer til spørsmålet om vareslagslikhet mellom virtuelle varer og fysiske varer, som har vært en aktuell problemstilling i denne saken. Med virtuelle varer menes gjerne digitale filer og programvare som gjengir eller etterligner fysiske varer og deres funksjoner. Virtuelle varer kan imidlertid også være varer som ikke etterlikner gjenstander i den fysiske verden. Klagenemnda viser her til omtalen «Virtual goods versus real-world goods» i EUIPO sine retningslinjer (Part C Opposition, Section 2 Double identity and likelihood of confusion – Chapter 2 Comparison of goods and services, section 5.9, EUIPO Guidelines). Hvordan virtuelle varer kan forholde seg til «real-world goods» ble vurdert av Underretten i avgjørelsen T-1163/23 Glashütte. I denne saken var det en kjensgjerning at Glashütte var et kjent produksjonssted for *tradisjonelle, fysiske klokkeprodukter*. Etter rettens vurdering måtte kjennskapet til Glashütte også utvides til å gjelde for omsetningskretsen for *virtuelle klokkeprodukter*. Retten bemerket blant annet at de virtuelle varene har til hensikt å representere de fysiske, og er designet for å etterligne funksjoner ved de fysiske varene, jf. avgjørelsens avsnitt 49. Retten kunne heller ikke se hvordan en omsetningskrets med interesse for fysiske klokker *ikke* kunne være interessert i virtuelle klokker og omvendt, jf. avsnitt 51.
- 30 Det ovennevnte illustrerer på en god måte den åpenbare forbindelsen som foreligger mellom en virtuell vare som en etterligning av den samme varen i «virkelighetens verden». Overført til spørsmålet om vareslagslikhet, understøtter dette at fysiske og virtuelle varer *kan* rette seg mot samme omsetningskrets og sluttbrukere, og at de *kan* tilbys av samme tilbydere eller

produsenter, eller med tillatelse fra produsenten av den fysiske varen. For eksempel kan innehaveren av et bilmerke tillate at dette brukes i et bilspill, eller innehaver av et klesmerke kan tillate at klærne med samme varemerke er til salgs i en virtuell verden. Klagenemnda har også merket seg at flere aktører tilbyr «virtuell prøving», det vil si teknologi som lar forbrukeren prøve og teste diverse forbruksvarer digitalt før kjøp, ved hjelp av mobilkameraet eller et opplastet bilde.

- 31 Forvekselbarhet må vurderes konkret, og det skal ses hen til varenes art og anvendelsesformål, hvordan de benyttes og om de er i konkurranse med hverandre eller er komplementære, og om varene har samme distribusjonskanaler, omsetningskrets og om de normalt tilbys fra samme tilbydere, jf. C-39/97 Canon/Metro-Goldwyn-Mayer avsnitt 23, T-99/01 Mystery/Mixery avsnitt 40 og T-85/02 Castillo/El Castillo avsnitt 38. Disse vurderingskriteriene er imidlertid ikke uttømmende. Klagenemnda legger til grunn at det i tillegg kan ses hen til relevant bransjekutyme, samt hvordan denne påvirkes av ny, tilgjengelig teknologi. Det kan derfor ikke utelukkes at virtuelle og fysiske varer etter en konkret vurdering blir å anse som likeartede. Klagenemnda finner det imidlertid ikke nødvendig å ta stilling til dette i nærværende sak, siden det uansett foreligger forvekslingsfare med hensyn til klagers registrering FWRD RENEW.
- 32 På denne bakgrunn opphever Klagenemnda Patentstyrets avgjørelse. Ordmerket FWR, med registreringsnummer 334852, nektes registrert for de aktuelle varene i klasse 25, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b.

Det avsies slik

Slutning

Klagen tas til følge.

Gunhild Giske Skyberg
(sign.)

Jens Herman Ruge
(sign.)

Mikkel Lassen Ellingsen
(sign.)