



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 25/00092
Dato: 13. februar 2026

Klager: Ziklo Bank AB
Representert ved: Abion AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

Sarah Wennberg Svendsen, Thomas Frydendahl og Margrethe Lunde

har kommet frem til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 9. september 2025 hvor figurmerket med søknadsnummer 202314832, ble nektet registrert for følgende varer og tjenester:



Klasse 9: Programvare; applikasjonsprogramvare; mobilapplikasjoner; programvare i form av apper for mobiltelefoner; nedlastbar applikasjonsprogramvare for smarttelefoner; nedlastbare applikasjoner for bruk på mobile enheter; nedlastbare mobilapplikasjoner for overføring av informasjon; applikasjonsprogramvare for skybaserte datatjenester; applikasjonsprogramvare for trådløse enheter; dataprogramvare for mobiltelefoner; programvare for analyse, styring og kontroll av kjøretøyparker; programvare for informasjonshåndtering innen følgende områder: leie av kjøretøy, abonnementstjenester for kjøretøy, kjøretøy som en tjeneste og mobilitet som en tjeneste; applikasjonsprogramvare for mobiltelefoner; programvare og applikasjoner for mobile enheter; datamaskinvare, programvare og mobilapplikasjonsprogramvare for å forenkle tjenester for transportreservasjon og kjøretøysdeling; dataprogramvare for bruk med kroppsbårne datamaskinenheter; applikasjonsprogramvare for datamaskiner for å muliggjøre mobilitet som en tjeneste gjennom tilveiebringelse av en plattform som koordinerer mobilitetsalternativer; nedlastbar programvare; programvare for nettskybasert databehandling; dataprogramvare relatert til håndtering av finansielle transaksjoner; programvare for å arrangere online transaksjoner; programvare for tilrettelegging for sikre kredittkorttransaksjoner; programvare for e-handel; sikre terminaler for elektroniske transaksjoner; dataprogramvare for godkjenning av tilgang til databaser; dataprogrammer for muliggjøring av tilgangs- eller adgangskontroll; magnetisk betalingskort; magnetisk kodete debetkort; kredittkort; kodete kredittkort; magnetiske kredittkort; magnetisk krypterte kredittkort; kodete bankkort; magnetisk kodete bankkort; trykte bankkort [kodet]; trykte bankkort [magnetiske]; integrerte kretskort [smartkort]; krypterte smartkort; krypterte kundekort; kodete belønningskort; kodete kort, smartkort og elektroniske nøkkelkort for å forenkle transportbestillinger og deling av kjøretøy; betalingsterminaler; apparater og utstyr for kommunikasjon og behandling av elektroniske finansielle transaksjoner, overføringer og betalinger; alt det forannevnte kun relatert til finansielle-, monetære-, forsikrings-, mobilitets-, og banktjenester.

Klasse 16: Kredittkort uten magnetisk koding; debetkort uten magnetisk koding.

Klasse 35: Lojalitets-, incitement- og bonusprogramtjenester; organisering, administrering og av lojalitetsprogrammer og insentivprogrammer; lojalitetsprogramtjenester; administrative lojalitetskorttjenester; administrasjon av kundelojalitetsordninger; administrasjon av lojalitetsprogrammer for forbrukere; administrasjon av incentivordninger for å fremme salg av andres varer og tjenester; administrasjon, fakturering og avstemming av kontoer på vegne av andre; administrative tjenester knyttet til behandling av garantikrav; markedsføring av andres varer og tjenester gjennom et lojalitets- og belønningskortprogram; salgsfremmende tjenester, annonsering og markedsføring via nettbaserte nettsteder; forretningsanalyse, -undersøkelser og -informasjon; forretningsadministrasjon; bedriftsledelse; bedriftsmeglertjenester; formidling og gjennomføring av kommersielle transaksjoner for andre; utarbeidelse av kontrakter for andre, for å tilveiebringe tjenester; regulering av selskapskontrakter for andre; markedsføring av andres varer og tjenester; presentasjon av selskaper og deres varer og tjenester på internett; elektroniske handelstjenester, nemlig tilveiebringelse av informasjon om produkter online for reklame-, informasjons- og salgsformål; tilveiebringelse av en online markeds plass for kjøpere og selgere av varer og tjenester; forretningstjenester tilveiebragt via en direkte tilkobling til database eller internett; utarbeidelse av kostnadsanalyser; økonomiske prognoser og analyser; transportflåte (forretningsledelse av -) [for andre]; kjøretøypark (forretningsledelse av en -) [for andre]; kommersielle konsulenttjenester for følgende områder: kjøretøyadministrasjon, vedlikehold av kjøretøy, leie av kjøretøy og farkoster, abonnementstjenester for kjøretøy, kjøretøy som en tjeneste og mobilitet som en tjeneste, finansiell og operasjonell leasing av kjøretøy og optimaliserte kjørekostnader; salg (detaljhandel) av kjøretøyer; salg (detaljhandel) av biler; salg (detaljhandel) av biltilbehør; konsultasjon og rådgivning om forretningsledelse i forbindelse med finansiell informasjon, prognoser og likviditet; bedriftskonsultasjons- og rådgivningstjenester; konsultasjon, informasjon og rådgivning angående de ovennevnte tjenestene.

Klasse 36: Finansieringstjenester innen lån, kreditt og leasing; finansielle overføringer og transaksjoner, betalingstjenester; elektroniske handelsbetalingstjenester; betalingstjenester via trådløst telekommunikasjonsutstyr og -enheter; finansielle betalingstjenester; betalingsbehandling; elektronisk behandling av betalinger; betalingsadministrasjonstjenester; administrasjon av finansiell virksomhet; monetære tjenester; monetæroverføringstjenester; finansielle tjenester; finansielle databasetjenester; finansielle planleggingstjenester; finansielle lånetjenester; utlånstjenester til forhandlere med formål å finansiere varebeholdninger for kjøretøy; finansielle kreditttjenester; kredittfinansiering; rådgivningstjenester knyttet til kreditt; finanstjenester for kjøp av kjøretøy; finansiering i forbindelse med kjøp av kjøretøy; finansielle tjenester relatert til vedlikehold av kjøretøy; finansiering relatert til biler; bilfinansieringstjenester; finansieringstjenester for leasing av biler; finansiering av bil via leasing; fremskaffelse av informasjon om verdien på brukte biler; finansiell leasing; leasing finansiering; finansiering av leasingkjøp av kjøretøy; fremskaffelse av finansiering; fremskaffelse av garantier for kjøretøy; garantitjenester; garantitjenester for kjøretøy; garantitjenester relatert til transportforsikring; finansielle garantitjenester for tilbakebetaling av utgifter påløpt som følge av

kjøretøyulykker eller kjøretøyhavari; rådgivnings- og meglertjenester i forbindelse med bilforsikring; administrasjon av forsikringskrav; tilrettelegging av forsikring; forsikringsinformasjon; finansielle informasjons-, data-, rådgivnings- og veiledningstjenester; rådgivningstjenester knyttet til lånetjenester; finansrådgivningstjenester; finansiell forskning; finansielle planleggingstjenester; finansinformasjon; datastøttede finansielle informasjonstjenester; innsamling av finansiell informasjon; betaling av regninger via et nettsted; elektroniske betalingstjenester; elektronisk pengeoverføring; behandling av elektroniske betalinger; behandling av betalingstransaksjoner via internett; banktjenester på internett; bankvirksomhet; bank- og finansieringstjenester; finansielle tjenester knyttet til bildeling og utleie og tilhørende betalingsløsninger; finansielle tjenester og forsikringstjenester for transport og kjøretøy; formuesforvaltning; kredittkort- og betalingskorttjenester; elektroniske betalingstjenester; betaling av regninger for andre; bank- og sparekontotjenester; betalingstjenester for skatter og avgifter; skattevurdering; utstedelse av regnskapsopplysninger; utstedelse av gavesjekk for betaling; utstedelse av gavekort; utstedelse av sjekker; sjekkinnløsningstjenester; innløsning av personlige sjekker; utstedelse av verdikuponger som belønning for kundelojalitet; behandling av betalinger gjort med betalingskort; behandling av betalinger gjort med kundekort; formidling av avdragslån; konsultasjon, informasjon og rådgivning angående de ovennevnte tjenestene.

Klasse 39: Transport; transportinformasjon; reiseinformasjon; biltransport; utleie av transportmidler; utleie av biler; tjenester for utleie av biler; arrangering av leiebil; arrangering av utleie av kjøretøy; utleie av kjøretøyer; utleie av transportkjøretøy; utleietjenester for biler; tjenester for deling av kjøretøy; bildelingstjenester; tjenester for styring av transportflåter; leasing av biler; leasingtjenester for biler; leie og bestilling av kjøretøy; transportreservering; bestilling av transport via globale datanettverk; reservasjonstjenester for utleie av kjøretøy; reservasjonstjenester for bilutleie; bestilling av leiebiler; leiebiltransport; kontraktsleie av kjøretøy; tilveiebringelse av informasjon om bilutleietjenester; tilveiebringelse av informasjon vedrørende biltransport; fremskaffelse av informasjon i forbindelse med sjåførtjenester for kjøretøy; konsultasjon, informasjon og rådgivning angående de ovennevnte tjenestene.

Klasse 42: Programvareutvikling, -programmering og -implementering; skriving av dataprogram vare; utarbeidelse av programvare; programvareutvikling; programvaredesign og -utvikling; design av databaser; vedlikehold av databaser; utvikling av databaser; databasedesign og -utvikling; utvikling og vedlikehold av databaseprogramvare; opprettelse av dataprogrammer; vedlikehold av dataprogrammer; programvareteknikk; utvikling av dataprogrammer; utvikling av dataprogramvare løsninger; design, vedlikehold, utvikling og oppdatering av dataprogramvare; design og utvikling av nettverk; utvikling av dataoverføringssystemer; Software som en tjeneste [SaaS] for analyse, forvaltning og kontroll av kjøretøyparker; Software som en tjeneste [SaaS] for administrasjon av informasjon om abonnementstjenester for kjøretøy, kjøretøy som en tjeneste og mobilitet som en tjeneste; Software som en tjeneste [SaaS] for databaseadministrasjon, kjøretøyadministrasjon, vedlikehold av kjøretøy, leie av kjøretøy og farkoster, finansiell og operasjonell leasing av kjøretøy, finansiell og

operasjonell leasing av kjøretøy og optimaliserte kjørekostnader; programvare som en tjeneste for finansielle transaksjoner; konsultasjon, informasjon og rådgivning angående de ovennevnte tjenestene; alt det forannevnte kun relatert til finansielle-, monetære-, forsikrings-, mobilitets-, og banktjenester.

- 3 Varemerket ble nektet registrert fordi det ble ansett å mangle det nødvendige særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.
- 4 Klage kom inn den 10. 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 5. november 2025, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

5 Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Figurmerket mangler det nødvendige særpreg for varene og tjenestene i klasse 9, 16, 35, 36, 39 og 42.
- Gjennomsnittsførbrukeren kan både være en privat sluttbruker og en profesjonell næringsdrivende, med varierende nivå av oppmerksomhet og merkebevissthet.
- Merket kan oppfattes som en enkel vinkel-formet figur, som ikke fremkaller noen konkrete assosiasjoner eller forestillingsbilder. Merket kan gi assosiasjoner til et 7-tall, og til noe tredimensjonalt, men dette skaper ikke en gjenkjennelseseffekt som gjør gjennomsnittsførbrukeren i stand til å feste seg ved merket.
- Det at figurmerket ikke har et klassisk dekor-utseende, får ikke avgjørende betydning. Figurmerket er for enkelt til å bli husket som en kommersiell opprinnelse.
- Figurmerket har likheter med Underrettens sak nr. T-291/16, , hvor merket ble funnet å mangle særpreg.
- De tidligere registreringene søker trekker frem gir ikke uttrykk for en retningsgivende praksis. Patentstyret viser i denne sammenheng til figurmerker, som tidligere har blitt funnet å mangle særpreg.
- For varene og tjenestene gjelder ingen praksis som tilsier at gjennomsnittsførbrukeren lettere oppfatter enkle figurmerker som indikasjon på kommersiell opprinnelse, slik som for fritidssko/joggesko.

6 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Merket har særpreg for varene og tjenestene i klasse 9, 16, 35, 36, 39 og 42. Det bes om at Patentstyrets avgjørelse oppheves og at figurmerket registreres.

- Det oppstilles ikke et strengere krav til distinktivitet for rene figurmerker enn for andre typer varemerker. Et minimum av særpreg er tilstrekkelig dersom det gjør gjennomsnittsfbrukeren i stand til å identifisere kommersiell opprinnelse.
- Beviskravet for varemerkerettslig særpreg er alminnelig sannsynlighetsovervekt, jf. Borgarting lagmannsretts sak LB-2024-155800, FUCK CANCER. Patentstyret praktiserer både beviskravet og kravet til særpreg for strengt.
- Merket er ingen enkel geometrisk figur, noe som underbygges av Patentstyrets egen argumentasjon. Det at figurmerket kan oppfattes på flere måter, tilsier at det oppfyller kravet til særpreg. Merket består av to svarte linjer sammenstilt i en særegen figurativ vinkel. Merkets utforming skaper en tredimensjonal effekt og kan gi assosiasjoner til et 7-tall eller et svart bånd i en spesiell vinkel.
- Klager viser til Underrettens sak nr. T-678/15, , og nr. T-679/15, , hvor det ble lagt vekt på at merkene kunne gi minne om en halvmåne og bokstaven C. Disse figurmerkene har klare likhetstrekk med inneværende figurmerke.
- Hverken merkeutformingen eller varene og tjenestene gjør det sannsynlig at figurmerket vil oppfattes som dekor.
- Det finnes flere parallelle merker som er registrert av Patentstyret, og som illustrerer en forholdsvis ensartet praksis for tilsvarende merker, for eksempel:



- Patentstyret viser til fire merker som er nektet på grunn av manglende distinktivitet. Det er uklart hvorfor Patentstyret mener disse merkene er mer sammenlignbare med inneværende merke, enn eksemplene på registrerte merker over.
- Underrettens sak nr. T-291/16, , som Patentstyret legger vekt på, gjelder for andre varer og tjenester enn i nærværende sak. Denne avgjørelsen uttrykker ingen generell særpregsnorm, som gjelder uavhengig av hvilke varer og tjenester det er snakk om. Denne avgjørelsen nyanseres i Oslo tingretts dom TOSL-2021-71060, , hvor figurmerket ble ansett særpreget.
- Det må også tillegges vekt at figurmerket er ansett særpreget i EU. Det er ingen særlige forhold som tilsier at merket vil bli oppfattet annerledes i den relevante omsetningskretsen i Norge, enn i omsetningskretsen i EU.

7 Klagenemndas vurdering:

8 Klagenemnda er kommet til samme resultat som Patentstyret.

- 9 Det aktuelle varemerket er et figurmerke slik det er gjengitt i avsnitt 2.
- 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 varene og tjenestene i klasse 9, 16, 35, 36, 39 og 42 kan både være en privat sluttbruker, som en bil- eller bankkunde, og en profesjonell næringsdrivende som en bank. Gjennomsnittsforbrukeren skal anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide.
- 15 Det aktuelle merket gjengir en vinkelformet figur, og gjelder for en rekke varer og tjenester, for eksempel programvare og programvareutvikling relatert til bank og forsikring, kredittkort, finansieringstjenester, samt transport. Det er på det rene at figurmerket ikke angir egenskaper ved slike varer og tjenester eller at det på annen måte kan knyttes en beskrivende betydning av merket vurdert for disse varene og tjenestene, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a.
- 16 Det Klagenemnda må ta stilling til, er dermed om det aktuelle merket er særpreget for de aktuelle varene og tjenestene og følgelig oppfyller varemerkets garantifunksjon, jf. varemerkeloven § 14 første ledd.

- 17 For at et tegn skal ha særpreg etter varemerkeloven § 14 første ledd, må det «ha evne til å tiltrekke seg en viss oppmerksomhet, og være av slik art at det er egnet til å feste seg i erindringen til dem som møter merket i handelen», jf. HR-2005-1601 GULE SIDER avsnitt 42. Det oppstilles ikke et strengere krav til distinktivitet for rene figurmerker enn for andre typer varemerker. I vurderingen av om figurmerket innehar tilstrekkelig særpreg, er det dermed ikke et krav om at merket må være spesielt kreativt eller fantasifullt. Et minimum av særpreg er tilstrekkelig dersom det gjør gjennomsnittsforbrukeren i stand til å identifisere varenes kommersielle opprinnelse og skille dem fra andre tilbyderes varer.
- 18 Det følger av etablert rettspraksis fra EU at et tegn som består av en vanlig geometrisk form i utgangspunktet mangler særpreg som varemerke, se Underrettens avgjørelse T-195/24 avsnitt 25 med videre henvisninger. Videre har Underretten klargjort at det ikke bare er vanlige geometriske figurer som kan mangle særpreg. Også figurmerker som ligger tett opptil utformingen av en vanlig geometrisk figur, eller fremstår som en enkel variasjon av en slik figur, vil ofte være ute av stand til å formidle et inntrykk som kan gjenkjennes som en angivelse av kommersiell opprinnelse. For å oppfylle minimumskravet til særpreg må figurmerket bestå av elementer som er tilstrekkelig iøynefallende til at gjennomsnittsforbrukeren gjenkjenner og husker merket, jf. Underrettens avgjørelse T-195/24, avsnitt 26 med videre henvisninger.
- 19 Figuren i vår sak fremstår som en enkel vinkel eller en vridd linje, hvor de to bena er omtrent like lange. Siden vinkelen ikke ender i en spiss, men i et flatt parti, fremstår ikke utformingen som en helt ordinær vinkel. Figurutformingen er likevel såpass enkel at den anses sammenlignbar med en vanlig geometrisk figur. Klagenemnda mener merket har likhetstrekk med figurmerket, , som Underretten nektet i sak T-291/16, og hvor Underretten kom med tilsvarende betraktninger. Underretten uttaler i avsnitt 33 at «the mark applied for is the representation of two intersecting lines whose simplicity is comparable to that of a basic geometrical figure and is incapable of conveying a message allowing consumers to perceive it as an indication of the commercial origin of the goods at issue.» Underretten har også i senere avgjørelser lagt til grunn det samme rettslige utgangspunkt for særpregsvurderingen, for eksempel i sak T-215/24 avsnitt 25-26, som gjaldt dette merket:



- 20 Klagenemnda anser det som lite sannsynlig at figuren vil oppfattes som tallet 7, slik klager hevder. Dette ville kreve en nærmere granskning, analyse eller forklaring. Klagenemnda har kommet til figuren fremstår som enkel og dekorativ, og at den svarte fargen heller ikke er oppsiktsvekkende eller iøynefallende. Det er ingenting ved merket som gjennomsnittsforbrukeren vil kunne feste seg ved og oppfatte som en indikasjon på kommersiell opprinnelse.

- 21 Klager har anført at vinkelen Underretten vurderte i sak T-291/16 gjelder helt andre varer som ikke er sammenlignbare med varene og tjenestene i vår sak. Underrettens praksis viser imidlertid at de samme vurderingskriterier legges til grunn for et bredt spekter av varer og tjenester, og hvor omsetningskretsens oppmerksomhetsnivå kan variere. For eksempel gjaldt merkene i sak T-678/15, , og T-679/15, , varer i klasse 5, og i sak T-291/16, , gjaldt merket varer i klasse 18, 25 og 28. I sak T-195/24 (plasseringsmerke av rød linje på et fly) ble merket ansett å mangle særpreg for transporttjenester i klasse 39. Underretten definerer oppmerksomhetsnivået i omsetningskretsen som høyt (avsnitt 21), uten å vektlegge dette i særpregsvurderingen.
- 22 Klagenemnda finner at foreliggende merke er utformet med en slik enkelhet at gjennomsnittsforbrukeren ikke vil oppfatte det som noe annet enn enkel dekor på de omsøkte varene og tjenestene.
- 23 Vurderingen anses å være i samsvar med EU-retten og Klagenemndas egen praksis, hvor det finnes mange eksempler på at enkle figurmerker som ligger tett opptil standard geometriske figurer, både i svart/hvitt og med farger, mangler særpreg som varemerke. Etter Klagenemndas syn hører foreliggende merke til denne kategorien. Følgende merker er ansett å mangle særpreg av Underretten og Klagenemnda:

Underretten:



T-53/13



T-139/08



T-470/16



T-291/16

Klagenemnda:



21/00146



20/00034



20/00091



22/00011



21/00072

- 24 De eldre figurmerke-registreringene, som klager har vist til, gjengitt i avsnitt 6 over, endrer ikke sakens utfall. Det vises til EU-domstolens sak C-51/10 P Technopol, avsnittene 74-76. Det er gjennomsnittsforbrukerens oppfatning av det foreliggende merket, sett hen til de aktuelle varene og tjenestene, som er gjenstand for Klagenemndas vurdering. Klagenemnda

kjenner ikke til hva som ligger bak beslutningen om å registrere merkene, og kan ikke se at avgjørelsene danner noen retningsgivende praksis.

- 25 Klager har vist til at merket er registrert for tilsvarende varer og tjenester i EU. Dette er et relevant moment, men kan ikke tillegges avgjørende vekt. Klagenemnda må ta utgangspunkt i hvordan den norske gjennomsnittsforbrukeren oppfatter merket, og har kommet til at det mangler særpreg som kjennetegn. Klagenemndas vurdering og konklusjon anses å være i samsvar med de rettslige normer som er oppstilt i rettspraksis fra EU og norsk rett. 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. Etter dette anser Klagenemnda rettstilstanden for å være slik at selv om det rettslige og faktiske grunnlaget for registreringsavgjørelsene i det alt vesentlige skulle være likt, kan avgjørelsene fra andre jurisdiksjoner ikke tillegges avgjørende betydning.
- 26 På denne bakgrunn stadfestes Patentstyrets avgjørelse. Merket kan ikke registreres for varene og tjenestene 9, 16, 35, 36, 39 og 42, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.

Det avsies slik

Slutning

Klagen forkastes.

Sarah Wennberg Svendsen
(sign.)

Thomas Frydendahl
(sign.)

Margrethe Lunde
(sign.)