KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak:	26/00065
Dato:	18. november 2026

Klager:	Båstadgruppen AB
Representert ved:	Kvale Advokatfirma DA

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

Gunhild Giske Skyberg, Eva Havneråas og Jens Herman Ruge

har kommet frem til følgende

AVGJØRELSE

1. Kort fremstilling av saken:

2. Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 30. mars 2026 hvor det kombinerte merket BÅSTAD GRUPPEN, internasjonal registrering nummer 1727657, med søknadsnummer 202305818,

BÅSTAD GRUPPEN

ble nektet virkning i Norge for følgende varer og tjenester:

Klasse 9: Protective clothing; footwear and gloves for protection against accidents or injury; head protection; protection devices for personal use against accidents; protective goggles.

Klasse 10: Orthopaedic footwear (shoes); hearing protection devices.

Klasse 25: Clothing; footwear; headgear.

Klasse 35: Retail services, wholesale- and reseller services, including distance trade sales and sales over the Internet, regarding protective clothing, footwear and gloves for protection against accidents or injury, head protection, protection devices for personal use against accidents, protective goggles, orthopaedic footwear (shoes), hearing protection devices, clothing, footwear, headgear.

Den internasjonale registreringen ble gitt virkning i Norge for følgende tjenester:

Klasse 35: Advertising; business management; business administration; office function services; marketing; providing an on-line commercial information directory on the internet.

3. Varemerket ble nektet virkning 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.

4. Klage kom inn den 29. mai 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. juni 2026, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

5. Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Det kombinerte merket beskriver sentrale egenskaper ved de aktuelle varene i klasse 9, 10, 25, og enkelte av tjenestene i klasse 35, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a. Merket

mangler det nødvendige særpreg for disse varene og tjenestene, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.

- Merket er et kombinert merke som består av ordene BÅSTAD og GRUPPEN i ordinær svart font plassert på to linjer. Merket har figurative elementer som består av at sirkelen i bokstaven Å er fylt med en oransje farge, og til venstre for tekstelementene er det to rektangler plassert over hverandre som hver har én avrundet side.

- Båstad er et tettsted og en kommune i Skåne län i Sverige. Det ligger ved kysten og er et populært reisemål. Den internasjonale tennisturneringen Swedish Open arrangeres i Båstad hver sommer.

- Ordet GRUPPEN er bestemt entallsform av «gruppe», som ifølge Stor norsk ordbok betyr «mer eller mindre fast enhet», og kan også bety «konsern».

- EU-domstolen har slått fast at vurderingen av stedsnavn skal foretas i to trinn, jf. de forente saker C-108/97 og C-109/97 Windsurfing Chiemsee, og som er fulgt opp av Høyesterett i HR-2016-2239-A Route 66 avsnitt 37 og 38.

- Patentstyret legger til grunn at en ikke uvesentlig del av den norske omsetningskretsen for de aktuelle varene og tjenestene vil kjenne til BÅSTAD som et sted i Sverige.

- Patentstyret er enig med fullmektigen i at Båstad på nåværende tidspunkt ikke ser ut til å være kjent for de aktuelle varene og tjenestene. Det er heller ikke sannsynlig at omsetningskretsen vil tro at varene er tilvirket på tettstedet.

- Samlet sett er det imidlertid påregnelig at gjennomsnittsforbrukeren vil kunne tro at de aktuelle varene er designet eller utviklet i Båstad og at tjenestene tilbys derfra. Det kan med rimelighet forventes at stedet vil kunne bli kjent for de aktuelle varene og tjenestene i fremtiden. Følgelig mener Patentstyret at ordelementet BÅSTAD vil oppfattes beskrivende for varenes og tjenestenes geografiske opprinnelse.

- Tettstedet Båstad og kommunen har en del handel og industriproduksjon, og utvikling og design av de aktuelle varene og salgstjenestene er i utgangspunktet ikke geografisk betinget. Omsetningskretsen vil trolig være kjent med at det ikke er uvanlig at selve utviklingen og designet av slike varer som innehaver ønsker vern for skjer der tilbyderen er lokalisert, mens selve produksjonen gjerne foregår andre steder der kostnadsnivået er lavere. Patentstyret kan ikke se at det er noe ved varene og tjenestene som gjør det usannsynlig at de vil forbindes med et mindre sted som Båstad. I tillegg ble det også lagt vekt på at Sverige har en fremtredende bransje for personlig verneutstyr, og som er preget av høye sikkerhetsstandarder og teknologisk innovasjon. Av denne grunn vil merketetter Patentstyrets syn også vekke positive assosiasjoner hos omsetningskretsen, blant annet til kvalitet og sikkerhet. Innehaver ønsker vern for nettopp varer hvor sikkerhetsaspektet står sentralt.

- Når merketeksten BÅSTAD GRUPPEN benyttes for varer og tjenester, som verneklær og -utstyr, hvor sikkerhet og kvalitet er helt essensielt, så vil merketeksten oppfattes som at disse varene og tjenestene er utviklet eller designet i Båstad, samt at tjenestene tilbys derfra. Videre vil man ut fra merketeksten forstå at tilbyderen av varene og tjenestene er en virksomhet som er et konsern, eller at de er organisert som en sammenslutning av flere selskaper under ett eierskap. Merketeksten er derfor beskrivende ved at den angir den geografiske opprinnelsen samt andre egenskaper ved tjenestene. Vi viser til varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a.

- Patentstyret er av den oppfatning at den beskrivende merketeksten dominerer merkets helhetsinntrykk, og de figurative elementene tilfører ikke helheten det nødvendige særpreg.

- Det foreligger et friholdelsesbehov siden ordelementet BÅSTAD vil oppfattes stedsangivende for varene og tjenestene. Videre vil stedet kunne vekke assosiasjoner til kvalitet og sikkerhet, og det er dermed egnet til å vekke positive følelser hos gjennomsnittsforbrukeren. Patentstyret er ikke enig med fullmektigen i at friholdelsesbehovet ivaretas gjennom varemerkeloven § 5 andre ledd.

- Det er ikke avgjørende at det kombinerte merket er gitt virkning i en rekke andre jurisdiksjoner, inkludert i EU.

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

- Patentstyrets avgjørelse må oppheves, og merket gis virkning i Norge for samtlige av varene og tjenestene i klasse 9, 10, 25 og 35.

- Det kombinerte merket BÅSTAD GRUPPEN er verken beskrivende eller mangler særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum og § 14 andre ledd bokstav a. Gjennomsnittsforbrukeren vil ikke direkte og umiddelbart oppfatte merket som en angivelse av de aktuelle varenes eller tjenestenes geografiske opprinnelse eller andre egenskaper når vedkommende møter merket i handelen.

- Klagenemndas uttalelse i VM 25/00022 HÖGANÄS avsnitt 20: «*Informasjon som framgår av Store norske leksikon må legges til grunn som kjent for gjennomsnittsforbrukeren, enten som allmennkunnskap eller som kan læres fra en tilgjengelig kilde»,* bygger på en sammenblanding av to ulike spørsmål og er derfor feil. Rettspraksis er klar på at ikke enhver opplysning i et oppslagsverk automatisk må anses kjent for omsetningskretsen, jf. T-122/17 DEVIN avsnitt 39.

- Avgjørelsen til Patentstyret bygger på en feilaktig vurdering av praksis om merker som inneholder stedsnavn. Særlig er tolkningen av de forente sakene C-108/97 og C-109/97 Windsurfing Chiemsee feil. Patentstyret har ikke påvist at merket BÅSTAD GRUPPEN vil bli oppfattet av den norske gjennomsnittsforbrukeren som en direkte og umiddelbar angivelse av de aktuelle varenes eller tjenestenes geografiske opprinnelse eller andre egenskaper.

- Etter klagers syn er det ikke sannsynlig at en ikke uvesentlig del av den relevante omsetningskretsen oppfatter Båstad som en geografisk stedsangivelse.

- Patentstyret har uttrykkelig lagt til grunn at Båstad på nåværende tidspunkt ikke er kjent for de aktuelle varene og tjenestene, og at det heller ikke er sannsynlig at omsetningskretsen vil tro at varene er tilvirket der. De mest nærliggende formene for forbindelse mellom stedet og varene foreligger dermed ikke. Nektelsen kan da bare opprettholdes dersom det påvises andre *konkrete* tilknytningsmomenter, eller at det med rimelighet kan forventes at en slik relevant forbindelse vil oppstå i fremtiden.

- Det er videre ikke påvist at den relevante omsetningskretsen i dag forbinder Båstad med de aktuelle varene og tjenestene, og det foreligger heller ikke konkrete holdepunkter for at en slik forbindelse med rimelighet kan forventes å oppstå i fremtiden. Det er riktig at EU-domstolen i Windsurfing Chiemsee åpner for at forbindelsen mellom en varekategori og et geografisk sted i enkelte tilfeller kan bygge på andre momenter enn selve tilvirkningsstedet, herunder at varen er utviklet eller designet på stedet. Denne uttalelsen kan imidlertid ikke forstås slik at enhver *teoretisk* mulighet for utvikling eller design på stedet i seg selv er tilstrekkelig til å gjøre et geografisk navn beskrivende. Også i slike tilfeller forutsettes at det foreligger en konkret og faktisk forbindelse mellom stedet og varene eller tjenestene.

- De forhold Patentstyret har vist til for å underbygge en slik fremtidig forbindelse, knytter ikke vurderingen nærmere de aktuelle varene og tjenestene. Det er blant annet vist til at tettstedet og kommunen har handel og industriproduksjon, at utvinning, produksjon og handel er store næringer i kommunen, samt at det eksisterer virksomhet innen bygg og anlegg, herunder for eksempel selskapet PEAB. Det er uklart hva Patentstyret sikter til med sin henvisning til PEAB. Det kan ikke sluttes noe om kjennskapen til stedet eller om fremtidige assosiasjoner til det ut fra at et stort nordisk konsern med nærmere 130 kontorer har tilstedeværelse der. Videre, kan det heller ikke være en faktor at PEAB kan tenkes å være en forbruker av de aktuelle varene. Patentstyrets begrunnelse gjelder generelle trekk ved kommunen, ikke en konkret og relevant forbindelse mellom Båstad og beskyttelsesklær, ortopedisk fottøy, hørselsvern eller klær, og underbygger heller ikke at slike varer utvikles eller designes der. Tvert imot viser tilgjengelig informasjon at Båstad i hovedsak er preget av service- og tjenesteyting, sommerturisme og tennis.

- Det kan ikke være tilstrekkelig at Båstad i prinsippet kan fremstå som et sted hvor de aktuelle varene kunne utvikles eller designes, når det ikke er påvist at omsetningskretsen faktisk forbinder stedet med de aktuelle vare- og tjenesteklassene. Denne forståelsen er nylig bekreftet i EUIPO Board of Appeals avgjørelse R 1933/2024-4 KENTUCKY fra 23. mars 2026, der ordmerket KENTUCKY ble akseptert til registrering for mat- og drikkevarer (inkludert kyllingprodukter), samt serveringstjenester.

- Kentukcy-avgjørelsen illustrerer også at antakelser om en mulig fremtidig forbindelse må være underbygget av faktiske forhold knyttet til stedet som gjør det rimelig å forvente at en slik assosiasjon vil oppstå hos gjennomsnittsforbrukeren. Etter klagers syn kan ikke

BÅSTAD GRUPPEN nektes registrert kun fordi stedet i alminnelighet kan fremstå som egnet for næringsvirksomhet. Det må foreligge konkrete forhold som gjør det rimelig å forvente at den relevante omsetningskretsen faktisk vil forbinde stedet med den aktuelle vare- eller tjenestekategorien.

- Tillegget av ordet "gruppen" medfører at merket i enda mindre grad vil oppfattes som en geografisk opprinnelsesangivelse av gjennomsnittsforbrukeren. Helhetsinntrykket trekker snarere i retning av en kommersiell opprinnelse.

- Når Patentstyret ikke har påvist en slik relevant forbindelse, kan friholdelsesbehovet heller ikke tillegges avgjørende vekt. Se T-122/17 DEVIN og mindretallets votum i VM 21/00142 ÅHUS AKVAVIT.

- Generelle kvalitetsassosiasjoner til Sverige er uten relevans.

- Den figurative utformingen tilfører uansett merket særpreg. Plasseringen og størrelsen på de figurative elementene utgjør en sentral og integrert del av merket som gir det et klart logopreg. Både figur- og fargeelementet fungerer som visuelle blikkfang som gjør merket egnet til å huskes og gjenkjennes av omsetningskretsen.

- Det kombinerte merket som helhet har tilstrekkelig distinktiv evne, og oppfyller kravene til registrering, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.

- Videre er det etter klagers syn et klart moment i saken at det kombinerte merket BÅSTAD GRUPPEN er akseptert ikke bare i EU generelt, men også i Sverige, hvor stedsnavnet har sin mest direkte geografiske forankring. Det taler med styrke mot Patentstyrets vurdering i foreliggende sak.

7. Klagenemndas vurdering:

8. Klagenemnda er kommet til et annet resultat enn Patentstyret.

9. Det aktuelle varemerket er et kombinert merke med merketeksten BÅSTAD GRUPPEN. Merket 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 eller tjenestene, 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, 10, 25 og 35, kan både være en privat sluttbruker og en profesjonell næringsdrivende. 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 som helhet ikke er beskrivende og at det har tilstrekkelig særpreg for de aktuelle varene og tjenestene i klasse 9, 10, 25 og 35.

18. Når det gjelder bruk av geografiske opprinnelser som varemerke, har EU-domstolens rådgivende uttalelse av 4. mai 1999 i de forente saker C-108/97 og C-109/97 Chiemsee vært retningsgivende for senere praksis både innenfor EU og i Norge. Se til dette Høyesteretts uttalelse i HR-2016-2239-A ROUTE 66 avsnitt 34.

19. Vurderingen av om en geografisk opprinnelse i et merke er beskrivende skal foretas i to trinn, jf. Chiemsee avsnitt 31 og 32, som følges opp av Høyesterett i ROUTE 66 avsnitt 37 og 38:

    1) Er merket kjent for omsetningskretsen som en geografisk stedsangivelse?

    2) Vil – eller kan i fremtiden – omsetningskretsen forbinde stedsangivelsen med egenskaper ved de aktuelle varene eller tjenestene?

20. I vurderingen av om trinn 2 er oppfylt, skal det særlig tas hensyn til gjennomsnittsforbrukerens grad av kjennskap til stedet og dets egenskaper og til kategorien av varer og tjenester, jf. Chiemsee avsnitt 32. Vurderingsnormen er fulgt opp av Underretten i EU, blant annet i T-379/03 Cloppenburg avsnitt 38. EU-domstolen har uttalt at en slik forbindelse foreligger hvis merket oppfattes som stedet hvor varene/tjenestene er tilvirket eller kunne blitt tilvirket, eller at det foreligger andre tilknytningsmomenter, for eksempel hvis man vil tenke at varen er utviklet eller designet på stedet, jf. Chiemsee avsnitt 36.

21. Patentstyret viser til at Båstad er et tettsted og en kommune som ligger på kysten i Skåne i Sverige. Stedet er et populært reisemål, mest kjent for sommerturisme, og den årlige tennisturneringen Nordea Open, tidligere kalt Swedish Open, som avholdes der.

22. Klagenemndas egne undersøkelser viser forholdsvis få treff i norske kilder på Båstad i Sverige, herunder er det få treff i medieomtaler og andre søketreff på Google®. Klagenemnda legger imidlertid til grunn at nordmenn generelt har god kjennskap til Sverige og svensk geografi på grunn av vår geografiske og kulturelle nærhet til landet.

23. Det kan også legges til grunn at nordmenn generelt har god kjennskap til geografi og navn på steder og kommuner i hjemlandet Norge. Et søk i et oppslagsverk som Store norske leksikon gir ikke bare treff på Båstad i Sverige, men også sognet Båstad i Trøgstad, Indre Østfold. Sognet har få innbyggere og er preget av jordbruk og skogbruk, men det kan ikke utelukkes at deler av omsetningskretsen også kjenner til sognet. Det gjelder ikke minst befolkningen i Indre Østfold, og de som bor i de sørøstlige delene av landet. Av Store norske leksikon fremgår det i tillegg at Båstad er navnet på en av de 120 grunnkretsene i Asker kommune, og som først og fremst fremstår å være et boligområde.

24. Informasjon om de nevnte stedsangivelsene fremgår tydelig av Store norske leksikon. Se til dette henholdsvis artiklene «Båstad», «Båstad (Indre Østfold), «Trøgstad (tidligere kommune)» og «Asker». Se også artikkelen «Båstad (Asker) på Wikipedia. Selv om det, som klager helt riktig er inne på med henvisning til T-122/17 DEVIN avsnitt 39, betyr ikke det av den grunn at «enhver opplysning i et oppslagsverk automatisk må anses kjent for omsetningskretsen». Etter utvalgets syn taler likevel de konkrete omtalene av stedsnavnene for at gjennomsnittsforbrukeren kan kjenne til at Båstad er navnet på ett sted i Norge eller i Sverige.

25. På bakgrunn av dette har Klagenemnda under tvil kommet til at det er sannsynlighetsovervekt for at gjennomsnittsforbrukeren kjenner til Båstad som en geografisk stedsangivelse, men da først og fremst som navnet på et tettsted og kommune i Skåne län i Sverige, og ikke som de to stedene i Norge. Selv om utvalgets undersøkelser viser at det er få norske kilder som omtaler stedet i Skåne län i Sverige, tilsier nordmenns kjennskap til Sverige og det at årlig siden 1948 har blitt arrangert en stor internasjonal tennisturnering der, en sport som er populær også i Norge, at dette stedet kan være kjent for en ikke uvesentlig del av omsetningskretsen. Vilkåret i trinn 1 er dermed oppfylt.

26. Klagenemnda er imidlertid kommet til at vilkåret i trinn 2 ikke er oppfylt, og at merket derfor ikke er beskrivende, jf. varemerkeloven § 14 annet ledd bokstav a.

27. Innehaver ønsker vern for ulike typer beskyttelsesklær i klasse 9, ortopedisk fottøy og hørselsvern i klasse 10, klær, fottøy og hodeplagg i klasse 25, samt salgstjenester knyttet til de nevnte varene i klasse 35.

28. Som nevnt ovenfor må det være en tilstrekkelig direkte og spesifikk forbindelse mellom stedsangivelsen og de aktuelle varene eller tjenestene, for at omsetningskretsen umiddelbart og uten nærmere ettertanke vil oppfatte merket som beskrivende, jf. T-19/04 Paperlab avsnitt 25.

29. Klagenemnda slutter seg til Patentstyrets vurdering om at Båstad i Sverige på nåværende tidspunkt ikke ser ut til å være kjent for de aktuelle varene og tjenestene, og at det heller ikke er sannsynlig at omsetningskretsen vil tro at varene er tilvirket der.

30. Patentstyret uttaler at det må vektlegges at Sverige har en fremtredende bransje for personlig verneutstyr og at produkter med tilknytning til Sverige vil vekke positive assosiasjoner hos omsetningskretsen, blant annet til kvalitet og sikkerhet. Selv om de generelle betraktningene om Sverige kan stemme, anser Klagenemnda de som overordnede og som ikke uten videre umiddelbart vil forbindes med stedet Båstad i Sverige. Det gjelder også Patentstyrets syn på at utvikling og design av de omsøkte varene og de tilknyttede salgstjenestene i utgangspunktet ikke er geografisk betinget, noe som etter Klagenemndas syn blir for generelt og altfor lite konkret her. Slik Klagenemnda ser det er det sterkest holdepunkter for at den norske gjennomsnittsforbrukeren av de aktuelle varene og tjenestene kjenner stedet Båstad i Sverige som et sommersted og reisemål, og som stedet hvor den internasjonale tennisturningen arrangeres. Dette er egenskaper ved stedet som ikke har noen forbindelse med de aktuelle varene og tjenestene.

31. Klagenemnda har etter en samlet helhetsvurdering kommet til at det derfor heller ikke foreligger tilstrekkelig konkrete holdepunkter som gjør det sannsynlig at den norske omsetningskretsen i dag – eller i fremtiden – vil tro at de aktuelle varene og tjenestene er designet eller utviklet i Båstad eller at tjenestene tilbys derfra, og heller ikke at stedet vil bli kjent for varene og tjenestene i fremtiden. Det er da ikke en tilstrekkelig direkte og spesifikk forbindelse mellom BÅSTAD og de aktuelle varene og tjenestene. Ordelementet

BÅSTAD er dermed ikke beskrivende i henhold til varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a, men innehar særpreg som kjennetegn etter varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.

32. For det tilfelle at omsetningskretsen også kjenner til Båstad som et sted i Trøgstad, Indre Østfold og som et sted i Asker, kan Klagenemnda ikke se at det er tilstrekkelige holdepunkter for at vilkåret i henhold til trinn 2 er oppfylt. Ettersom Båstad i Trøgstad har få innbyggere og preges av jordbruk og skogbruk, og Båstad i Asker først og fremst ser ut til å være et boligområde, er det ikke sannsynlig at gjennomsnittsforbrukeren i dag eller i fremtiden vil forbinde disse stedene med egenskaper ved varene og tjenestene.

33. På denne bakgrunn har Klagenemnda kommet til at BÅSTAD har iboende særpreg for de aktuelle varene og tjenestene, og at ordet tilfører særpreg til det kombinerte merket BÅSTAD GRUPPEN. Merket som helhet er egnet til å feste seg i bevisstheten til gjennomsnittsforbrukeren som en angivelse av kommersiell opprinnelse og garantifunksjonen er oppfylt. Se varemerkeloven § 14 første ledd.

34. På denne bakgrunn blir Patentstyrets avgjørelse å oppheve. Merket i utpekningen kan gis virkning i Norge for de aktuelle varene og tjenestene i klasse 9, 10, 25 og 35 uten hinder av registreringshindringene i varemerkeloven § 14.

Det avsies slik

Slutning

Klagen tas til følge.

Gunhild Giske Skyberg (sign.)	Eva Havnerås (sign.)	Jens Herman Ruge (sign.)