



---

# KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

## **AVGJØRELSE**

---

Sak: 21/00012  
Dato: 18. mars 2021

---

Klager: Koki Holdings Co., Ltd.  
Representert ved: Onsagers AS

---

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:

Elisabeth Ohm, Liv Turid O. Myrstad og Maria Foskolos

har kommet fram til følgende

---

## AVGJØRELSE

### 1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 25. november 2020, hvor det følgende kombinerte merket HIKOKI, internasjonal registrering nr. 1404085, med søknadsnummer 201806936, ble nektet virkning:

The logo for HIKOKI is displayed in a large, bold, black, italicized sans-serif font. The letters are closely spaced and have a slight slant to the right.

Klasse 7: Food preparation machines, electromechanical; electric grinders and crushers for household purposes.

Klasse 9: Electric accumulators; electric batteries; battery boxes; battery chargers; condensers [capacitors] for telecommunication machines and electronic machines; radios; sound reproduction apparatus; laboratory apparatus and instruments; solar batteries; batteries and cells; electric wires and cables; telecommunication machines and apparatus; electronic machines, apparatus and their parts; gloves for protection against accidents; spectacles [eyeglasses and goggles]; television receivers [TV sets]; loud speakers; laboratory instruments, equipment and apparatus; centrifuges for laboratory purposes.

- 3 Varemerket ble ansett å være forvekselbart med eldre registrering nr. 123108, ordmerket HIOKI, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b.

- 4 Registrering nr. 123108, ordmerket HIOKI, er registrert for følgende varer:

Klasse 9: Hele klassen.

- 5 Varemerket ble i slutningen i Patentstyrets avgjørelse gitt virkning for de øvrige varene som den internasjonale registreringen gjelder for i klasse 6, 7 og 8. Klagen er derfor begrenset til å omfatte de varene som er gjengitt under avsnitt 2.

- 6 Klage innkom 25. januar 2021. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble deretter oversendt Klagenemnda for videre behandling den 10. februar 2021, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

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

- Det foreligger fare for forveksling mellom det yngre kombinerte merket HIKOKI og den eldre registreringen for enkelte varer i klasse 7, og for samtlige varer i klasse 9, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a og § 4 første ledd bokstav b.
- Gjeldende praksis på registreringstidspunktet for registrering nr. 123108 (1985) tilsa at varemerker kunne registreres for hele vareklasser. Patentstyret må derfor legge til grunn at

den eldre registreringen har vern for samtlige varer i klasse 9, til tross for at dette ikke er i tråd med dagens praksis. Det foreligger dermed vareslagsidentitet mellom merkene i klasse 9, og mellom angivelsen «apparater til veiing» i klasse 9 i den eldre registreringen, og enkelte varer dekket av det yngste merket i klasse 7, for eksempel «food preparation machines». Merkene gjelder for samme og lignende varer i klasse 7 og 9.

- Det tidligere ordmerket HIOKI har en normal grad av særpreg. Ordet klinger riktignok litt asiatisk, og betegner et byområde i Japan, men den norske omsetningskretsen anses ikke å være kjent med at HIOKI er et geografisk stedsnavn. Det eldre merket vil følgelig oppfattes som et fantasiord. HIKOKI i det yngste merket vil også oppfattes som et rent fantasiord, med iboende særpreg.
- Den grafiske utformingen av HIKOKI, og ett-tallet, som ligger relativt godt skjult i merket, motvirker ikke at merkene har visuelle likheter. Det er kun den tredje bokstaven K i det nyeste merket, HIKOKI, som «mangler» i det eldre merket, HIOKI, og merkene er eksempelvis helt identiske i innledningene. Dette er noe forbrukeren legger ekstra merke til i sin sammenligning av merkene. Videre får merkene fonetiske likheter – de vil uttales som HI-O-KI» og «HI-KO-KI», og med samme antall stavelser – samtidig som de har assosiasjonsmessige likhetstrekk gjennom å fremkalle assosiasjoner til noe japansk, eventuelt kinesisk eller lignende østasiatisk språk.
- Etter en helhetsvurdering av vareslagslikheten og kjennetegnslikheten, har Patentstyret kommet til at gjennomsnittsforkbrukeren vil kunne komme til å ta feil av kjennetegnene, eller kunne tro at det foreligger en kommersiell forbindelse mellom produktenes opprinnelse.
- Det tillegges ikke vekt at merkene sameksisterer i blant annet EU, og andre jurisdiksjoner.

## **8 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:**

- Klager bestrider at det foreligger en risiko for forveksling mellom HIOKI og HIKOKI for de aktuelle varene i klasse 7 og 9, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b.
- Den eldre registreringen gis et altfor bredt vern gjennom angivelsen «hele klassen» i klasse 9. Av hensyn til forutberegnelighet for tredjemanns rettigheter og interesser, må det kunne stilles et visst krav til klarhet og presisjon i beskyttelsesomfanget til eldre registreringer. Dette må det tas hensyn til i spørsmålet om vareslagslikheten, og gjør seg særlig gjeldende for de aktuelle varene i klasse 7, omfattet av klagers merke.
- Hva gjelder merkelikheten, vises det til at merkene er korte, og at det for korte merker ofte vil være enklere å se forskjellene mellom merkene, enn i lengre merker. Fonetisk tydeliggjøres disse forskjellene gjennom at den relevante forbrukeren vil uttale klagers merke «HAI-KO-KI», som «high-koh-ki», mens motholdet vil uttales som «HI – O – KI», det vil si som «hee-oh-ki». Den ekstra og harde bokstaven K, i klagers merke, er sentral i å skape fonetisk avstand mellom merkene.

- Visuelt skiller merkene seg ved at klagers merke er skrevet i en spesiell font, og ved at merket har én ekstra bokstav, nemlig bokstaven K. Særlig skiller utformingen av bokstaven I seg ut i merkeutformingen, da denne er «kappet», hvilket danner et 1-tall i mellomrommet mellom bokstavene I og K.
- Konseptuelt, er avstanden mellom merkene også stor, da klagers merke HIKOKI (high-koh-ki) vil lede tanken til noe høyteknologisk eller til noe som har «høy grad av stabilitet». I tillegg underbygger 1-tallet den konseptuelle delen av merketeksten og gir merket et sterkt særpreg. HIOKI er på sin side en by i Kagoshima, Japan, og et familienavn. Det vises til et skjermbilde fra Google Maps. Stedet er av en slik størrelse at den norske omsetningskretsen må antas å kjenne til ordet som et sted. Dette svekker merkets særpreg, og kan til og med medføre at merket vil oppfattes som villedende for omsetningskretsen.
- HIKOKI er tidligere Hitachi, og er et fantasimerke sammensatt av HI og KOKI (HIGH-KOH-KI). Merket fremstår dermed som noe helt annet enn HIOKI (hee-oh-ki), konseptuelt sett.
- Samlet sett foreligger det klare visuelle og fonetiske ulikheter mellom merkene. Det blir feil når Patentstyret legger vekt på at merkene har «felles komposisjonsmessige særtrekk», ved at de kan gi assosiasjoner til et japansk eller kinesisk ord.
- Merkene sameksisterer i en rekke jurisdiksjoner, for eksempel i merkenes hjemland Japan, og i blant annet EU, Storbritannia, Australia, Russland, USA, Israel, New Zealand og Sveits. Dette er land hvor omsetningskretsen må antas å ha lik kjennskap til byen Hioki i Japan som i Norge, og som har sett poenget med det lave særpreget til den eldre registreringen.
- Klagenemnda anmodes om å ta klagen til følge, slik at det kombinerte merket HIKOKI kan gis virkning i Norge for samtlige varer.

## 9 Klagenemnda skal uttale:

- 10 **Klagenemnda er kommet til samme resultat som Patentstyret, men er kommet til at merket må nektes for flere varer.**
- 11 Det aktuelle varemerket er et kombinert merke som består av teksten HIKOKI. Merket er gjengitt i avsnitt 2.
- 12 Spørsmålet Klagenemnda skal ta stilling til, er om det yngre merket HIKOKI er forvekselbart med reg.nr. 123108, ordmerket HIOKI, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b.
- 13 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.

- 14 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.
- 15 Klager gjøre gjeldende at den eldre registreringen gis et altfor bredt vern gjennom at merket tilkjennes vern for samtlige varer omfattet av klasse 9. Den eldre registreringen får på denne måten et uklart beskyttelsesomfang sett hen til tredjemannsrettigheter og -interesser.
- 16 Klagenemnda skal til dette bemerke at den tidligere registreringen har krav på vern, uavhengig av om angivelsen «hele klassen» i klasse 9 ikke er i tråd med varemerkeloven § 18, jf. varemerkeforskriften § 10, slik disse bestemmelsene i dag tolkes i lys av nyere rettspraksis. Dette bekreftes av Oslo tingretts dom i sak 20-002274TVI-OTIR/04 og 20-002276TVI-OTIR/04, ConocoPhillips, hvor retten uttaler under punkt 4.3 (på side 7 og 8) at varemerkeforskriften § 10 «har ikke tilbakevirkende kraft, og tidligere registrerte merker som ikke oppfyller kravene [etter bestemmelsen], har fortsatt vern». Retten viser i den forbindelse til varemerkeloven § 83 fjerde ledd, og bemerker i tillegg at varemerkeforskriften § 58 «ikke pålegger innehaver eller Patentstyret å oppdatere eller begrense varefortegnelsen.»
- 17 Det forhold at varefortegnelsen til den tidligere registreringen ikke er i tråd med gjeldende krav til klassifisering, kan derfor ikke tillegges avgjørende vekt. Angivelsen «hele klassen» kan ikke anses som en uklar angivelse, all den tid den tolkes bokstavelig etter ordlyden, nemlig ved at den gir merke innehaver vern for samtlige varer og tjenester omfattet av den aktuelle vare- og tjenesteklassen. Slik varefortegnelsen er formulert i registrering nr. 123108 – som var vanlig på det aktuelle tidspunktet for registrering – omfatter den eldre registreringen dermed alle omsøkte varer i klasse 9, og varer i klasse 9 som anses likeartet med enkelte omsøkte varer i klasse 7.
- 18 Mer konkret tilsier dette at den eldre registreringen overlapper fullt ut med følgende varer dekket av klagers merke i klasse 9:

«Electric accumulators; electric batteries; battery boxes; battery chargers; condensers [capacitors] for telecommunication machines and electronic machines; radios; sound reproduction apparatus; laboratory apparatus and instruments; solar batteries; batteries and cells; electric wires and cables; telecommunication machines and apparatus; electronic machines, apparatus and their parts; gloves for protection against accidents; spectacles [eyeglasses and goggles]; television receivers [TV sets]; loud speakers; laboratory instruments, equipment and apparatus; centrifuges for laboratory purposes»

- 19 Videre vil overbegrepet «apparater til veiing» i klasse 9, omfattet av den eldre registreringen, være likeartethet med følgende varer dekket av klagers merke i klasse 7:

«Food preparation machines, electromechanical; electric grinders and crushers for household purposes; grinding machines; meat choppers [machines]; meat mincers [machines]; peeling machines; food mixing machines for commercial use; food peeling machines for commercial use; food cutting, chopping and slicing machines for commercial use; electric food blenders for household purposes»

- 20 Ovennevnte varer i klasse 7 brukes til matlaging, og har derfor samme bruksområde som eksempelvis en kjøkkenvekt, som omfattes av det eldre merket i klasse 9. Slike varer retter seg videre mot samme omsetningskrets, distribueres gjennom de samme kanaler, og kan produseres og tilbys av samme produsenter.
- 21 Det foreligger etter dette vareslagslikhet i form av identiske og lignende varer, og det avgjørende spørsmålet er da om det foreligger tilstrekkelig kjennetegnslighet ut fra gjennomsnittsforbrukerens oppfatning av varemerkene, særlig i lys av gjennomsnittsforbrukerens oppmerksomhetsnivå og tatt i betraktning av hvilke kategorier av varer eller tjenester det er snakk om og hvordan de omsettes.
- 22 Gjennomsnittsforbrukeren vil normalt oppfatte merkene som en helhet, uten å undersøke detaljer eller analysere merkene 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.
- 23 Gjennomsnittsforbrukeren for varene i klasse 9 og 7 vil være både den alminnelige sluttbruker og profesjonelle næringsdrivende. Klagenemnda legger til grunn at oppmerksomhetsnivået for varer som kjøkkenmaskiner og lignende i klasse 7, og kjøkkenvekter, batterier, telekommunikasjonsutstyr og beskyttelsesklær i klasse 9, er normalt.
- 24 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.
- 25 Ordet HIOKI er navnet på en by i prefekturet Kagoshima, i Japan, og hadde ca. 52 000 innbyggere per 2010. Riktignok kan det ikke utelukkes at enkelte norske forbrukere kjenner til denne byen, og sånn sett oppfatter HIOKI som opprinnelsesangivende. Som en forholdsvis liten by – i japansk målestokk – er det etter Klagenemndas oppfatning likevel ikke nærliggende å anta den store majoritet av den norske omsetningskretsen for de aktuelle

varene i klasse 7 og 9, vil oppfatte HIOKI som en geografisk stedsangivelse. Klagenemnda legger derfor til grunn at den eldre registreringen ikke vil oppfattes som et sted av den norske gjennomsnittsfbrukeren, men som et fantasiord, med en normal grad av særpreg.

- 26 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, Sabèl/Puma, avsnitt 23 og C-342/97, Lloyd v. Klijsen, avsnitt 27.
- 27 Kjennetegnene som skal vurderes er ordmerket HIOKI mot det kombinerte merket angitt i avsnitt 2.
- 28 Den figurative utformingen av klagers merke består av at HIKOKI er skrevet i en standard, kursivert skrifttype, i svart, hvor bokstaven I (nr. 2 fra venstre) er «kappet». Klager påpeker at denne effekten medfører at det dannes et 1-tall i mellomrommet mellom bokstaven I og K. Det er ikke utenkelig at enkelte forbrukere vil oppfatte denne «effekten» i merket, og dermed se et 1-tall i merket. Klagenemnda mener likevel det er høyst usikkert om gjennomsnittsfbrukeren vil oppfatte denne effekten i merket i det hele tatt, uten inngående granskning eller etter å ha fått det forklart.
- 29 De to merkene, HIOKI og HIKOKI, vil etter dette oppfattes med klare visuelle likhetstrekk. Klagers merke vil oppfattes som å ta opp i seg det tidligere merket i sin helhet. Den grafiske utformingen av klagers merke, og tillegget av bokstaven K, påvirker derfor ikke merkens visuelle helhetsinntrykk nevneverdig. Merkene vil videre uttales svært likt, da samtlige bokstavlyder i det eldre merket vil uttales helt likt i klagers merke. Uttalen av den harde bokstavlyden K, i midten av klagers merke, skaper derfor ikke tilstrekkelig fonetisk avstand til det eldre merket.
- 30 HIKOKI vil, i likhet med det eldre merket, oppfattes som et rent fantasiord av den norske gjennomsnittsfbrukeren. At HIKOKI skal være en sammenstilling av de første bokstavene HI, i kjennetegnet Hitachi, og KOKI, slik klager hevder, er ikke noe gjennomsnittsfbrukeren kjenner til, og påvirker ikke hvordan klagers merke vil oppfattes i den norske omsetningskretsen. Klagenemnda kan dermed ikke se at merkene har noen konseptuelle forskjeller som omsetningskretsen vil oppfatte, og som kan avverge en risiko for forveksling.
- 31 Etter dette må det legges til grunn at det foreligger merkelikhet som følge av de visuelle og fonetiske likhetene.
- 32 Etter en helhetsvurdering finner Klagenemnda at merkene er egnet til å forveksles, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd. I denne vurderingen har Klagenemnda lagt avgjørende vekt på den høye graden av vareslagslikhet, men også den høye graden av merkelikhet. Merkene skilles kun av bokstaven K. Tatt i betraktning at det eldre merket også er ansett som særpregget med krav på et visst vern, er Klagenemnda av den oppfatning at graden av vare- og merkelikhet er tilstrekkelig til at det vil foreligge en risiko for forveksling når merkene anvendes på de aktuelle varene i klasse 7 og 9.

- 33 Klagers anførelse om at merkene sameksisterer i andre jurisdiksjoner påvirker ikke vurderingen etter § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. Klagenemnda skal for øvrig bemerke at det varierer fra jurisdiksjon til jurisdiksjon hvorvidt den aktuelle varemerkemyndigheten gransker mot relative registreringshindringer *ex officio* eller ikke. Klagenemnda kjenner heller ikke bakgrunnen og om det foreligger andre omstendigheter for at merkene er registrert ved siden av hverandre i utlandet.
- 34 På denne bakgrunn finner Klagenemnda at det kombinerte merket HIKOKI, med internasjonalt registreringsnummer 1404085, må nektes virkning for samtlige varer i klasse 9, og for enkelte varer i klasse 7, jf. § 16 bokstav a, jf. § 4 første ledd bokstav b. Klagen må forkastes.

**Det avses slik**



## Slutning

- 1 Klagen forkastes.
- 2 Internasjonal registrering nr. 1404085, med søknadsnummer 201806936, det kombinerte merket HIKOKI, nektes virkning i Norge for følgende varer:

Klasse 7: «Food preparation machines, electromechanical; electric grinders and crushers for household purposes; grinding machines; meat choppers [machines]; meat mincers [machines]; peeling machines; food mixing machines for commercial use; food peeling machines for commercial use; food cutting, chopping and slicing machines for commercial use; electric food blenders for household purposes.»

Klasse 9: «Electric accumulators; electric batteries; battery boxes; battery chargers; condensers [capacitors] for telecommunication machines and electronic machines; radios; sound reproduction apparatus; laboratory apparatus and instruments; solar batteries; batteries and cells; electric wires and cables; telecommunication machines and apparatus; electronic machines, apparatus and their parts; gloves for protection against accidents; spectacles [eyeglasses and goggles]; television receivers [TV sets]; loud speakers; laboratory instruments, equipment and apparatus; centrifuges for laboratory purposes.»

- 3 Internasjonal registrering nr. 1404085, med søknadsnummer 201806936, det kombinerte merket HIKOKI, gis virkning i Norge for følgende varer:

Klasse 6: «Metal hardware; nails; washers of metal; nuts of metal; screws; tacks of metal; plugs [metal hardware]; bolts of metal; rivets; bindings of metal; buckles of common metal [hardware]; stops of metal; pegs of metal; nuts of metal; screws of metal; pins [hardware]; latch bars of metal; rivets of metal; rings of metal; tacks [nails]; staples for construction or industrial use; metal casters; wire ropes; bands of metal for tying-up purposes; industrial packaging containers of metal; containers of metal for compressed gas or liquid air; containers of metal for liquid fuel; tool boxes of metal (empty); loading and unloading pallets of metal.»

Klasse 7: «Agitators, other than those for painting machines and apparatus; mortar agitators; apparatus for machining; aprons

[parts of machines]; atomizers [machines]; bellows [machines]; bending machines; blade sharpening [stropping] machines; blades [parts of machines] for metalworking, mining, construction, chemical processing, food or beverage processing, lumbering, woodworking, veneer or plywood making, stone working [machines]; blowing engines; blowing machines; brushes [parts of machines]; brushes, electrically operated [parts of machines]; centrifugal machines; centrifugal pumps; centrifuges [machines]; chain saws; chisels for machines; chucks [parts of machines]; cleaning appliances utilizing steam; clippers [machines]; coal-cutting machines; compressed air machines; compressed air pumps; compressors [machines]; compressors for refrigerators; concrete mixers [machines]; crushing machines; cultivators [machines]; current generators; cutting machines; die-cutting and tapping machines; die-stamping machines; diggers [machines]; disintegrators; ditchers [ploughs]; drill chucks [parts of machines]; drilling bits [parts of machines]; drilling heads [parts of machines]; drilling machines; dynamos; earth moving machines; electric arc cutting apparatus; electric arc welding apparatus; electric hammers; electric hand drills; electric welding apparatus; embossing machines; emergency power generators; engines for boats; engines, other than for land vehicles; engraving machines; excavators; finishing machines; foundry machines; generators of electricity; glue guns, electric; guns [tools using explosives]; hand-held tools, other than hand-operated; harrows; hemming machines; high pressure washers; igniting devices for internal combustion engines; igniting magnetos; knives for mowing machines; lathes [machine tools]; machine wheelwork; electric machines and apparatus for cleaning; electric machines and apparatus for polishing; milling machines; mine borers; molding machines; mortising machines; motorized cultivators; motors for boats; motors, other than for land vehicles; mowing and reaping machines; mufflers for motors and engines; nail extractors, electric; nail pullers, electric; nut-tapping machines; paring machines; planing machines; pneumatic hammers; power hammers; presses [machines for industrial purposes]; pumps [machines]; pumps [parts of machines, engines or motors]; rammers [machines]; rams [machines]; saws [machines]; scissors, electric; sharpening machines; sharpening wheels [parts of machines]; shears, electric; shredders [machines] for industrial use; snow ploughs; spraying machines; threading machines; trimming machines; turbocompressors; vacuum cleaner bags; vacuum cleaner hoses; vacuum pumps; washing apparatus; metalworking machines and tools; mining machines and

apparatus; construction machines and apparatus; loading-unloading machines and apparatus; industrial fishing machines; chemical processing machines and apparatus; textile machines and apparatus; food or beverage processing machines and apparatus; lumbering, woodworking, or veneer or plywood making machines and apparatus; pulp making, papermaking or paper-working machines and apparatus; agricultural machines, agricultural implements other than hand-operated; plastic processing machines and apparatus; machines and apparatus for manufacturing rubber goods; stone working machines and apparatus; non-electric prime movers, not for land vehicles, and parts of non-electric prime movers; pneumatic or hydraulic machines and instruments; washing machines [laundry]; vehicle washing installations; dishwashers; machines and apparatus for wax-polishing, electric; vacuum cleaners; machine elements [not for land vehicles]; lawnmowers; waste crushing machines; starters for motors and engines; AC motors and DC motors [not including those for land vehicles but including "parts" for any AC motors and DC motors]; AC generators; DC generators; dynamo brushes.»

Klasse 8: «Abrading instruments [hand instruments]; bits [hand tools]; bits [parts of hand tools]; blade sharpening instruments; blades for planes; cutting tools [hand tools]; drills, hand-operated; files [tools]; gimlets [hand tools]; gouges [hand tools]; grindstones [hand tools]; hollowing bits [parts of hand tools]; hoop cutters [hand tools]; non-electric caulking guns; saws [hand tools]; stamping-out tools [hand tools]; whetstones; wrenches [hand tools]; electric razors and electric hair clippers; bladed or pointed hand tools; hand tools, hand-operated.»

Elisabeth Ohm  
(sign.)

Liv Turid O. Myrstad  
(sign.)

Maria Foskolos  
(sign.)