



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 18/00094
Dato: 3. oktober 2019

Klager: Link Mobility Group ASA
Representert ved: Onsagers AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:

Lill Anita Grimstad, Anne Cathrine Haug-Hustad og Tore Lunde

har kommet fram til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 12. november 2018 hvor ordmerket JOYN, med søknadsnummer 201801792 ble nektet registrert for følgende varer og tjenester:

Klasse 9: Applikasjoner, nedlastbare; Dataprogrammer (software) [nedlastbar programvare]; software og mobilapplikasjoner for webbasert sending og mottak av elektronisk kommunikasjon; datasoftware for bruk på håndholdte mobile digitale elektroniske innretninger og annen forbrukerelektronikk; datasoftware for håndtering av personlig informasjon; software for elektronisk post- og meldingsutveksling; Applikasjon for å samle kundeforhold og medlemskap på et sted, herunder for å administrere medlemskap, betale medlemsavgift, benytte seg av medlemsfordeler og kommunisere med tilbyder; databasehåndteringssoftware.

Klasse 35: Administrasjon av lojalitetsprogrammer for forbrukere; Administrasjon av kundeklubber; Fremskaffelse av kommersiell og forretnings kontaktinformasjon; Modelltjenester for reklame og salg; Markedsføring; Online annonsering på datanettverk; Oppdatering av reklamedokumentasjon; Salgsfremmende tjenester [for tredjemann]; Web indeksering for kommersielle og markedsføringsformål; administrasjon av programmer som gjør det mulig for deltakerne å få reduksjoner, kuponger, rabatter, verdisedler og spesialtilbud på andres varer og tjenester; utstedelse av elektroniske gavesertifikater og gavekort; datastyrt database- og filhåndtering; frembringe indekser av informasjon, sider og andre ressurser tilgjengelig på globale datanettverk og andre elektroniske - og kommunikasjonsnettverk for andre.

Klasse 42: Elektronisk datalagring; skytjenester med programvare for bruk i database håndtering; tilveiebringelse av applikasjon som setter brukerne i stand til å overføre personlige data til og dele personlig data med spesifikke tilbydere; hosting av en interaktiv database for overføring av meldinger mellom brukere av elektronisk nedlastbar applikasjon og tilbydere av tjenester, herunder kundelojalitetsprogram og medlemskapsprogram.

- 3 Søknaden er avdelt fra søknadsnummer 201611684 da Patentstyret har registrert merket for følgende tjenester:

Klasse 35: Oppdatering og vedlikehold av data i databaser; Systematisering av informasjon til databaser.

Klasse 42: Design av computersystemer; database management; skalering og vedlikehold av elektroniske databaser; utvikle og vedlikeholde programmer, programvare, nettsteder og databaser.

- 4 Klage på Patentstyrets avgjørelse innkom 29. november 2018. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble deretter oversendt Klagenemnda for videre behandling den 21. desember 2018.

5 Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:

- Ordmerket JOYN er beskrivende og mangler i tillegg generelt særpreg for alle de aktuelle varer og tjenester i klasse 9, 35 og 42. Det søkte merket nektes registrert, jf. varemerkeloven § 14.
- Søknaden er avdelt fra søknadsnummer 201611684 da Patentstyret har funnet at merket er registrerbart for deler av den opprinnelige varefortegnelsen.
- Den aktuelle omsetningskretsen vil bestå av en blanding av alminnelige forbrukere og profesjonelle personer innen databransjen.
- Engelsk er det mest vanlige språket i bransjen, og det legges til grunn at omsetningskretsen er godt kjent med det engelske språk, også dataterminologi.
- Visuelt vil merket oppfattes som en bevisst feilstaving av det engelske ordet «join». Fonetisk vil forskjellen på JOYN og «join» knapt være hørbar. Merket er derfor en uvesentlig endring av det engelske ordet «join».
- Gjennomsnittsforbrukeren antas nokså umiddelbart å ville oppfatte ordet JOYN som en variant av «join». JOYN kan ikke karakteriseres som en fantasifull og uventet språklig nyskaping da merket kun består i en alternativ visuell utforming av et allerede eksisterende ord. Søkers hensikt er ikke relevant i denne sammenheng.
- Det vanlige engelske ordet «join» er et mye brukt ord som kan ha betydninger som «sette sammen», «koble sammen», «sammenføye», «forene», «assosiere», «linke», «bli med», osv.
- For enkelte typer datautstyr og -programmer som benyttes til å koble sammen datamaskiner, opprette datanettverk og kommunisere med andre datamaskiner, vil ordet «join» oppfattes som en angivelse av produktenes formål, funksjoner og egenskaper.
- Verbet «å joine» har over lang tid vært i alminnelig bruk i det norske språket som synonymt med «å bli med» og «å være med». Merket vil, spesielt for de varer og tjenester som er relatert til «kundelojalitetsprogrammer», umiddelbart forstås som ordet «join» og dermed som en oppfordring til å kjøpe eller på annen måte ta i bruk produktene/tjenestene, bli medlem eller slutte seg til et lojalitetsprogram.
- Selv om ordet objektivt sett fremstår som en nøytral oppfordring, er det underforstått at hensikten er at kunden skal oppfatte ordet som at tilbyder har produkter og tjenester det er verdt å satse på. Ordet er ment å fungere som et rosende, salgsfremmende utsagn.
- Patentstyret deler ikke søkers oppfatning om at merket må oppfattes som sammentrekning av «joy» og «join», da med en smart dobbeltbetydning.

- Med hensyn til de anførte tidligere registreringer av «JOIN», eller merker hvor ordet «JOIN» inngår som et viktig element, så er samtlige vurdert som særpregede.
- Med hensyn til de tidligere registreringer av merker inneholdende «språklige krumspring» med bokstavene «X» «Y» og «Z», så er disse ikke parallelle med det foreliggende merket og kan ikke få noen betydning ved bedømmelsen av den foreliggende søknaden.

6 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Det nedlegges påstand om at klagen tas til følge og at ordmerket JOYN godtas til registrering i sin helhet.
- Det anføres at JOYN er en spennende sammenstilling av ordene JOY og JOIN som ikke direkte og umiddelbart vil oppfattes som JOIN. Dette vil skape undring hos forbrukeren, og vil ikke direkte og umiddelbart kunne beskrive noe ved de ansøkte varer og tjenester. Det har både visuelt, fonetisk og konseptuelt en smart dobbeltbetydning som gjør at vilkårene for registrering er oppfylt, jf. varemerkeloven § 14.
- Varene og tjenestene retter seg både mot alminnelige forbrukere og mot profesjonelle aktører. Oppmerksomhetsnivået vil derfor variere fra normalt til høyt.
- JOYN vil fonetisk høres ut som ordet JOIN. Det anføres imidlertid at likheten stopper der. Klager er ikke enig i at det er ordet JOIN som direkte «springer en i øynene» når JOYN ses av forbrukeren i forbindelse med de ansøkte varer og tjenester.
- Det anføres at det er særlig JOY som springer forbrukeren i øynene visuelt sett. JOY(N) er et lett gjenkjennelig ord, som gir klare umiddelbare positive assosiasjoner, uten at det beskriver varene og tjenestene. Det er mer naturlig, og klart mer sannsynlig, at forbrukeren faktisk vil oppfatte ordet som står der (JOY), istedenfor å oppfatte varemerket som et annet ord som skrives på en annen måte (join).
- JOY er ikke på noen måte beskrivende for de søkte varer og tjenester, og sammen med bokstaven N – JOYN – så blir det søkte varemerket meget smart. Når varemerket da ses av forbrukeren, vil det konseptuelt få en potensiell dobbeltbetydning.
- Patentstyrets vurdering av bruken av ordet «join» i produktomtale på det datatekniske området menes å bygge på en feilvurdering. Betydningen som Patentstyret trekker frem, er såpass teknisk kompleks at den umulig vil direkte og umiddelbart oppfattes slik av den relevante forbrukeren. Videre er betydningen det er vist til så smal at den nesten ikke treffer noen av varene og tjenestene i søknaden.
- Klager stiller spørsmål ved Patentstyrets fremgangsmåte når de tar et helt vanlig ord – join – og søker på dette sammen med «software». Tatt i betraktning betydningen av ordet, vil et slikt søk gi like mange treff nesten uansett hva man søker det sammen med. Årsaken er at «join» er et ord som benyttes i mange sammenhenger.

- Patentstyrets vurdering av bruken av ordet «join» i markedsføring bygger på en feilvurdering all den tid varemerket ikke direkte og umiddelbart vil oppfattes som JOIN. Patentstyret omskriver varemerket for andre, først til JOIN og deretter til Å JOINE. Patentstyret har derfor beveget seg langt bort fra det korrekte rettslige vurderingstema, som er hvordan varemerket direkte og umiddelbart oppfattes av forbrukerne.
- Patentstyret synes først å innrømme at JOYN i seg selv ikke er beskrivende og salgsfremmende, men et nøytralt uttrykk. Deretter foretas en nærmere tolkning, hvor det må være underforstått at det skal si noe om at produktene og tjenestene er verdt å satse på. En slik fortolkning innebærer imidlertid at varemerket ikke er direkte og umiddelbart beskrivende.
- Patentstyret hopper i sin argumentasjon over flere ledd når det legges til grunn at JOYN vil forstås som «bli medlem av» eller «slutte seg til». For eventuelt å komme til den konklusjonen må gjennomsnittsforbrukeren gjennom en lengre tankeprosess.
- Det vises til tidligere avgjørelser som trekker i retning av at merket er registrerbart, slik som JOIN for møbler, JOIN OUR CORE for blant annet sosiale tjenester og utdanningstjenester, JOIN THE ENTERTAINMENT for apparater som skal kommunisere og koples sammen på områder som spill og underholdning, JOIN THE MOVEMENT for gymnastikk- og sportsartikler. JOYSMART for vedlikeholdstjenester av maskiner, JOY, for varer i klasse 12 og SUMMER JOY for varer i klasse 33.
- Det henvises til at søknad for «JOYN» i 2016 ble endelig henlagt. Det ble der søkt for klasse 35 og 38. I Patentstyrets brev av 04.12.2015 ble det imidlertid tilbudt registrering blant annet for «abonnementsalgstjenester for teleselskaper». Dette harmonerer dårlig med Patentstyrets argumentasjon i denne sak.
- Det er mye praksis i Patentstyrets database hvor enkeltbokstaver byttes ut, for å gi ord en dobbeltbetydning, liknende JOYN, f.eks. XPAND, XHILARATION, X-CITE, Make Zense, ZIPIT og ZAVE.

7 Klagenemnda skal uttale:

8 Klagenemnda er kommet til samme resultat som Patentstyret, men har delt seg i et flertall og et mindretall.

- 9 Spørsmålet som Klagenemnda må ta stilling til er om ordmerket JOYN oppfyller vilkårene for registrering som varemerke, jf. varemerkeloven § 14.
- 10 I vurderingen av om ordmerket JOYN skal kunne registreres som et varemerke, må de alminnelige registreringsvilkårene etter varemerkeloven § 14 være oppfylt. I henhold til varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a, kan et varemerke ikke registreres dersom det utelukkende eller «bare med uvesentlige endringer» eller tillegg består av en angivelse som

angir egenskaper ved varene. Det følger av dette at ord som bare med uvesentlige endringer beskriver de aktuelle varene, ikke kan brukes som varemerker.

- 11 Nærmere presisert gjelder spørsmålet i saken om ordmerket JOYN fremstår som en «uvesentlig endring» av ordet «join», samt om dette i så fall medfører at merket må nektes registrert for de aktuelle varer og tjenester på bakgrunn av at merket må anses å være beskrivende og/eller mangle særpreg.
- 12 Klagenemnda vil innledningsvis kommentere rettskildebildet for ordlyden «uvesentlige endringer eller tillegg» i varemerkeloven § 14 andre ledd. Høyesterett har uttalt i HR-2001-1049 GOD MORGON at ved tolkningen av varemerkeloven § 14 første og andre ledd skal det legges vekt på varemerkedirektivets (2008/95) ordlyd og formål, og på praksis fra EU-organene knyttet til direktivet, og til de tilsvarende bestemmelsene i varemerkeforordningen (207/2009). Det bemerkes at varemerkedirektivet og -forordningen ikke har den samme presiseringen om «uvesentlige endringer eller tillegg» i sin ordlyd, og at det derfor kan være vanskelig å utlede praksis som har overføringsverdi til den foreliggende saken.
- 13 I juridisk teori, Kjenne-tegnsrett, 3 utg. 2011 s. 96-97 (Lassen & Stenvik), diskuteres det om ulik ordlyd innebærer enn realitetsforskjell mellom varemerkeloven og direktivet. Konklusjonen synes å være at det etter EU-domstolens avgjørelse i sak C-383/99 P BABY DRY må legges til grunn at direktivets krav om en «tydelig avvigelse» for å komme klar av forbudet mot registrering av beskrivende varemerker harmonerer nokså godt med den norske lovens bestemmelse. I den offisielle oversettelsen av nevnte dom benytter den danske oversettelsen «tydelig avvigelse», mens den engelske og tyske oversettelsen lyder «any perceptible difference» og «jede erkennbare Abweichung» som kan oversettes til «ethvert merkbart avvik eller forskjell». Dette kan skape tvil om det stilles krav til en tydelig forskjell mellom merket og det beskrivende ordet, eller om det er tilstrekkelig at gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte at det foreligger en forskjell mellom disse.
- 14 Klagenemnda vil så gjennomgå noen relevante saker fra EU og Norge.
- 15 Fra EU-domstolen nevnes ofte C-37/03 BIOID, bestående av ordet BioID skrevet med ikke helt ordinære skrifttyper samt et kvadratisk punktum og symbolet for registrerte varemerker. I avsnitt 71 - 74 gis det uttrykk for at det skal en del til for at små endringer kan gi et varemerke tilstrekkelig særpreg. Denne saken anses imidlertid ikke helt sammenlignbar med nærværende sak, ettersom saken i hovedsak gir veiledning på at andre elementer enn ordelementer må tas i betraktning som en del av helheten, men at den enkle utformingen ikke ga merket det nødvendige særpreget for å «redde søknaden». I varemerkerettslig teori pekes det på at det her var snakk om «uvesentlige endringer eller tillegg».
- 16 I EU-rettens sak T-640/11 avsnitt 31, som gjelder ordmerket RELY-ABLE, fraviker man rettspraksis som relaterer seg til en sammenstilling av to ikke-distinktive ord, og viser til at denne vurderingen ikke er relevant for vurderingen av et feilstavet ord. I premiss 20 slås det fast at feilstavinger normalt sett ikke vil kunne anses tilstrekkelig til at et merke kan vurderes som særpreget, uten at det mer nøyaktig presiseres hva som er vurderingstemaet for denne

type merker. Retten synes imidlertid å legge vekt på at dersom feilstavingen ikke påvirker betydningen av ordet uttalemessig, har den ingen innvirkning på merkets konseptuelle innhold.

- 17 I EU-rettens sak T-339/05 LOKTHREAD, premiss 44-45, er det pekt på at gjennomsnittsforbrukeren kan legge en annen betydning i feilstavede ord, slik at feilstavingen ikke tilfører nødvendig særpreg. Det vises også til andre saker hvor EU-retten har hatt til behandling saker som kan sies å havne i kategorien av merker som med vilje er feilstavet, slik som T-147/06 FRESHHH, T-339/05 og T-95/13 HIPERDRIVE. Alle de nevnte merkene er nektet på bakgrunn av at de er beskrivende.
- 18 Praksis fra norske domstoler er heller ikke særlig omfattende på dette området. Oslo tingrett behandlet i sak TOSLO-2007-10029 om ordmerket IMPERIA skulle kjennes ugyldig fordi det ville oppfattes som en uvesentlig endring av kvalitetsbetegnelsen «imperial», og dermed var beskrivende for en kvalitet ved varene. Tingretten uttaler følgende om hvordan en slik vurdering skal foretas:

«Tingrettens vurdering av hva som representerer «uvesentlige endringer eller tillegg» til det registrerte varemerke, og dettes distinktivitet, må skje konkret, på grunnlag av norsk språk og det helhetsinntrykk merket gir både visuelt, fonetisk og betydningsmessig. Vurderingen skal skje på basis av hvordan en alminnelig godt opplyst, rimelig oppmerksom og velunderrettet forbruker i Norge (heretter «Forbrukeren») vil oppfatte IMPERIA for - i det foreliggende tilfelle - flytende nærings- og nytelsesmidler med og uten alkohol.»

- 19 Når det gjelder den konkrete vurderingen som skal foretas, viser Klagenemnda til at Høyesterett i sak HR-1999-34-A, som i utgangspunktet var en inngrepssak, har uttalt følgende om merket SUPERLEK:

«i forhold til ordet «superleke», som åpenbart ikke ville være registrerbart, er forskjellen i og for seg liten. Det er likevel tale om noe annet. Mer enn å være direkte beskrivende for leker av høy kvalitet, har ordet et litt utydelig meningsinnhold som like mye bringer tanken hen på lek. Det utydelige ved ordet er egnet til å skape en viss undring når det brukes som vare kjennetegn for leker eller leketøysvirksomhet.»

- 20 Annen avdeling har i vurdering av ordmerket S.M.A.R.T. kommet til at det:

«(...) må varemerkerettslig likestilles med ordet «smart». Bruk av punktum mellom bokstavene må anses som en uvesentlig endring i relasjon til varemerkelovens § 13 første ledd annet punktum. Skilletegnene vil ikke forhindre at merket blir oppfattet med samme betydningsmessige innhold som ordet «smart», og heller ikke at det blir uttalt på samme måte, sml. Annen avdeling kj. 6822, NIR 1999 s. 733 EXTRA!.»

- 21 Klagenemnda kan etter dette ikke se at det kan oppstilles en generell regel om hva som vil oppfattes som en «uvesentlig endring» av en beskrivende angivelse, f.eks. ved at det fjernes eller legges til en bokstav eller andre tegn, eller en kombinasjon av dette. Avgjørelsen må baseres på en konkret og helhetlig vurdering av det søkte merket.
- 22 Ved vurderingen må det foretas en vurdering av både det visuelle, fonetiske og konseptuelle inntrykket som merket skaper. Vurderingen må som alltid skje i relasjon til de varer eller tjenester merket er søkt registrert for og i betraktning av hvordan gjennomsnittsforbrukeren av disse varer eller tjenester vil oppfatte merket jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-273/05 P, CELLTECH.
- 23 Gjennomsnittsforbrukeren for varene vil være både private sluttbrukere og næringsdrivende. Gjennomsnittsforbrukeren skal for øvrig anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide.
- 24 I den konkrete vurderingen har utvalget delt seg i et flertall og et mindretall.
- 25 Førstvoterende og mindretallet, bestående av Lill Anita Grimstad, finner at merket JOYN er registrerbart for de aktuelle varer og tjenester, jf. varemerkeloven § 14.
- 26 Etter mindretallets vurdering passerer merket minimumskravet til særpreg ved at det er egnet til å angi kommersiell opprinnelse for varene og tjenestene, jf. varemerkeloven § 14 første ledd.
- 27 Det avgjørende i vurderingen er for det første om merket JOYN skal anses for å være en uvesentlig endring/omskrivning av ordet JOIN. Hvis det besvares bekreftende, blir det neste spørsmålet om JOIN er å anse for å være beskrivende for varene og tjenestene. Mindretallet peker på at ordlyden i varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a, som gir anvisning på at merker ikke kan registreres dersom de utelukkende består av «uvesentlige endringer eller tillegg» av egenskapsangivende angivelser, uløselig er tilknyttet registreringskriteriet som omhandler beskrivende merker. Dette betyr at selv om JOYN skulle bli oppfattet som en uvesentlig endring av «join», medfører ikke dette i seg selv at merket skal nektes registrert. Begge spørsmål må besvares bekreftende for å komme til at det foreligger et registreringshinder etter varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a.
- 28 I vurderingen av om JOYN er en uvesentlig endring av JOIN, finner førstvoterende at utskiftningen av bokstaven «i» til en «y» er såpass visuelt slående at dette er noe gjennomsnittsforbrukeren vil legge merke til. Selv om JOYN er tilnærmet identisk fonetisk med JOIN, og endringen ikke medfører at det dannes et nytt ord som konseptuelt skiller seg fra JOIN, vil den visuelle endringen være såpass tydelig at dette er egnet til å skape en viss undring hos gjennomsnittsforbrukeren.
- 29 Hvorvidt dette er tilstrekkelig til å anse JOYN som noe mer enn en uvesentlig endring er imidlertid ikke avgjørende for utfallet, slik mindretallet ser det. For mindretallet er det det neste spørsmålet som får avgjørende betydning.

- 30 Forutsatt at JOYN anses som en uvesentlig endring av JOIN, vil spørsmålet nemlig være om merket uansett er beskrivende. Mindretallet er av den oppfatning at betydningen i form av å «koble sammen», som Patentstyret har lagt til grunn for avslaget når det gjelder varene relatert til datautstyr og programvare, er for avledet og lite konkret til at gjennomsnittsfbrukeren vil oppfatte merket som beskrivende for en egenskap ved de aktuelle varene og tjenestene. Dette gjelder også varer og tjenester relatert til kundelojalitetsprogrammer, hvor mindretallet er av den oppfatning at gjennomsnittsfbrukeren vil oppfatte merketeksten som et suggestivt merke som henspiller på at man kan bli medlem av et kundelojalitetsprogram.
- 31 Mindretallet finner det derfor ikke sannsynlig at gjennomsnittsfbrukeren direkte og umiddelbart vil oppfatte merket som beskrivende for de aktuelle varene og tjenestene. Merket anses å være egnet til å angi en kommersiell opprinnelse for disse varene og tjenestene.
- 32 Flertallet, bestående av Anne Cathrine Haug-Hustad og Tore Lunde, er av den oppfatning at Patentstyret har foretatt en korrekt vurdering av det søkte merket, når det er funnet å være beskrivende og mangle særpreget for de aktuelle varene og tjenestene.
- 33 Flertallet anser at gjennomsnittsfbrukeren i møte med det aktuelle merket, umiddelbart vil oppfatte det som en bevisst feilstaving av det svært vanlige engelske ordet «join» heller enn en sammenstilling av ordene «joy» og «join». Når JOYN i tillegg er fonetisk identisk med «join», vil merket være egnet til å oppfattes som uvesentlig endring av «join», og merket må derfor likestilles med den korrekte skrivemåten.
- 34 Når merket benyttes for datautstyr og -programmer, vil det derfor direkte og umiddelbart oppfattes som en angivelse av egenskaper og formål ved disse, nemlig at de kan benyttes til å koble sammen utstyr og programmer slik at disse kan interagere. Dette anses å være en sentral egenskap ved nettopp denne typen varer, og noe gjennomsnittsfbrukeren vil se etter og vektlegge ved innkjøp.
- 35 Flertallet er videre av den oppfatning at merket brukt for varer og tjenester som er relatert til «kundelojalitetsprogrammer», umiddelbart vil forstås som en oppfordring til å bli medlem av dette programmet. Selv om merketeksten ikke er beskrivende, har det et enkelt betydningsinnhold som gjennomsnittsfbrukeren lett vil oppfatte uten tankesprang eller fortolkning. Merketeksten fremstår som et generelt og mye brukt utsagn som formidler et positivt og salgsfremmende budskap overfor omsetningskretsen, uten evne til å feste seg i forbrukerens erindring som en angivelse av kommersiell opprinnelse når det anvendes på de aktuelle varene og tjenestene. Flertallet finner derfor at gjennomsnittsfbrukeren ikke vil kunne utlede en bestemt kommersiell opprinnelse fra ordet, og merket vil derfor ikke oppfylle et varemerkes garantifunksjon, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.
- 36 Videre finner flertallet at de registreringer fra Patentstyret klager har vist til ikke endrer sakens utfall. Det er gjennomsnittsfbrukerens oppfatning av det foreliggende merket sett hen til de aktuelle varene og tjenestene som er gjenstand for Klagenemndas vurdering.

Klagenemnda har heller ikke hatt de nevnte merkene til vurdering og kan ikke kommentere nærmere hva som ligger bak hver enkelt beslutning for å registrere merkene som klager har henvist til. Flertallet kan ikke se at avgjørelsene gir uttrykk for noen retningsgivende praksis som skulle trekke Klagenemndas avgjørelse i noen bestemt retning i foreliggende sak.

- 37 Etter en helhetsvurdering er flertallet av den oppfatning at det aktuelle merket ikke avviker i tilstrekkelig grad fra det beskrivende ordet «join» til at det kan anses for å ha iboende særpreg for de aktuelle varene og tjenestene. Gjennomsnittsforbrukeren vil umiddelbart oppfatte merket som en angivelse av at produktene kan kobles sammen. Alternativt vil det oppfattes som en salgsfremmende oppfordring til å ta del i et kundelojalitetsprogram.
- 38 På bakgrunn av dette har flertallet kommet til at ordmerket JOYN må nektes registrert, jf. varemerkeloven § 14 første og andre ledd.

Det avsies slik

Slutning

- 1 Klagen forkastes.
- 2 Søknadsnummer 201801792, ordmerket JOYN, nektes registrert for samtlige varer og tjenester.

Lill Anita Grimstad
(sign.)

Anne Cathrine Haug-Hustad
(sign.)

Tore Lunde
(sign.)