



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 26/00023
Dato: 19. mai 2026

Klager: JBB Rechtsanwälte Jaschinski Biere Brexl
Partnerschaft mbB
Representert ved: Advokatfirmaet Wiersholm AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

Sarah Wennberg Svendsen, Ingeborg Råsberg og Amund Brede Svendsen

har kommet frem til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 8. desember 2025 hvor ordmerket SONNE, internasjonal registrering nummer 1731402, ble nektet virkning i Norge for følgende varer:

Klasse 20: Mattresses; mattresses; lawn furniture; sun loungers.

- 3 Merket ble tilbudt virkning for de øvrige varene og tjenestene:

Klasse 10: Mattresses for medical use; anti-pressure sore mattresses.

Klasse 20: Beds, bedding, pillows and cushions; mattress bases; easy chairs; recliners [furniture]; reclining chairs; sofas; extendible sofas.

Klasse 24: Bed linen and blankets; bed pads.

Klasse 35: Wholesale services in relation to: beds, bedding, mattresses, cushions, of chaises longues and pads; retail services in relation to: beds, bedding, mattresses, cushions, of chaises longues and pads; mail advertising in relation to the following goods: beds, bedding, mattresses, cushions, of chaises longues and pads; provision of information to consumers, in relation to the following goods: beds, bedding, mattresses, cushions, of chaises longues and pads; providing of information and consultancy for consumers relating to the selection of goods and articles, in particular, in relation to the following goods: beds, bedding, mattresses, cushions, of chaises longues and pads.

- 4 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.

- 5 Klage kom inn den 8. februar 2026. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 16. mars 2026, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

6 Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Ordmerket SONNE er beskrivende og mangler særpreg for enkelte av varene i klasse 20.
- Merket tilbys virkning for de øvrige varene og tjenestene i varefortegnelsen. Siden 18 måneders fristen for nektelse til WIPO er utløpt, kan ikke merket nektes virkning for flere varer enn det som er gjort tidligere i saksbehandlingen. Vurderingen gjelder derfor kun «mattresses; mattresses; lawn furniture; sun loungers» i klasse 20.

- Gjennomsnittsforbrukeren for de aktuelle varene i klasse 20 retter seg mot både profesjonelle aktører og alminnelige sluttbrukere. Gjennomsnittsforbrukeren må anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-210/96, Gut Springenheide.
- Et merke som er beskrivende på et fremmed språk kan registreres i Norge dersom «omsetningskretsen her ikke må antas å kunne identifisere ordets beskrivende betydning», jf. Ot. prp. nr. 98 (2008–2009) s. 50.
- Tyske ord kan ikke sidestilles med tilsvarende norske ord, og vurderingen av språkforståelsen for fremmedspråk har blitt nyansert gjennom avgjørelser fra Klagenemnda. Det må vurderes konkret hvor vanlig og kjent ordet/ordene er, og det vil kunne ha betydning om ordet har likhetstrekk med tilsvarende ord på norsk. Se blant annet Klagenemndas saker VM 22/00013 alliance Bio eleveurs & fromagers avsnitt 22-23 og sak VM 23/00010 BOVINO avsnitt 18.
- Tysk og norsk tilhører samme språkfamilie, de har mange liknende ord og liknende språkstruktur. Tysk er videre et utbredt valgfag i skolen.
- Ordet SONNE er et enkelt og vanlig substantiv, og det krever ikke spesielt høyt kunnskapsnivå i tysk for å forstå det. Ordet er heller ikke spesielt ulikt det norske ordet «sol». De har noen fonetiske og visuelle ulikheter, men begge er korte og starter med «so». Samlet sett er det tilstrekkelige holdepunkter for å legge til grunn at en ikke uvesentlig del av den norske omsetningskretsen forstår at SONNE betyr «sol».
- Når merket SONNE blir brukt på varene «mattresses; mattresses; lawn furniture; sun loungers», vil gjennomsnittsforbrukeren umiddelbart oppfatte ordet som beskrivende for varenes egenskaper, nemlig at de er ment for bruk i sola og at de er tilpasset dette formålet. Det er en viktig egenskap for både hagemøbler og solsenger at de tåler lyset og varmen fra sola. Dette er en egenskap gjennomsnittsforbrukeren ser etter og legger vekt på ved innkjøp av slike varer. Merketeksten angir formål og egenskaper i henhold til varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a. Det kreves ingen videre tolkning for å forstå merkets beskrivende betydningsinnhold.
- På grunn av sitt beskrivende betydningsinnhold, er merket heller ikke egnet til å skille innehaverens varer fra andres. Merket mangler derfor også varemerkerettslig særpreg, og oppfyller ikke garantifunksjonen som er hovedformålet med et varemerke, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.

7 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Patentstyrets vedtak må oppheves, og merket kan gis virkning i Norge. Ordmerket SONNE har særpreg for varene i klasse 20.

- Patentstyret legger til grunn en for vid omsetningskrets. Varene «matresses», «lawn furniture» og «sun loungers» er produkter til privat bruk i hjem og hage. Profesjonelle aktører omfattes ikke av omsetningskretsen for slike varer. Den alminnelige sluttbrukerens oppfatning av merket er avgjørende. Alminnelige forbrukere kan forventes å være vanlig opplyst, men ikke inneha spesialkunnskaper eller et høyt utdanningsnivå.
- Tysk kan ikke uten videre likestilles med norsk. Patentstyrets avgjørelse bygger på en for streng vurdering av hvor stor del av den norske omsetningskretsen som umiddelbart forstår ordet «sonne». Selv om enkelte har hatt tysk som valgfag på skolen, er det mindre vanlig enn tidligere. Det kan heller ikke forutsettes at de det gjelder umiddelbart forstår et tysk ord i møte med et varemerke. Den daglige eksponeringen for tysk i Norge er svært lav, og vesentlig mindre enn for engelsk.
- Den visuelle likheten mellom «sonne» og «sol» er begrenset. Begynnelsen av ordet «so-» forekommer i en rekke vanlige tyske ord, for eksempel sofort («umiddelbart»), Sohn («sønn»), sonst («ellers») og sonder («spesiell»). Et tysk ord som begynner slik, gir derfor ingen direkte og umiddelbar assosiasjon til betydningen «sol». Den fonetiske likheten mellom det tyske og det norske ordet er også begrenset. Lydlig sett er «sonne» mer beslektet med det norske «sånn», i betydningen «slike».
- Samlet sett foreligger det ingen direkte og spesifikk forbindelse mellom varemerket og de aktuelle varene i klasse 20. Omsetningskretsen vil ikke oppfatte SONNE i betydningen «sol».
- Dersom man legger til grunn at omsetningskretsen forstår betydningen, er merket heller ikke beskrivende. Sammenhengen Patentstyret påpeker mellom begrepet «sol» og varene er i beste fall indirekte, som en assosiasjon til en tenkt bruksarena (sol/ute), snarere enn beskrivende. Det angir ikke hva varene er eller hvilke egenskaper de har, f.eks. materiale, bestanddel, type og kvalitet. Det at en vare kan brukes ute eller tåler vær, gjør ikke «sol» til en presis formåls- eller vareangivelse.
- SONNE vil oppfattes suggestivt, fordi det i høyden henspiller på varens egenskaper. Et varemerke skal normalt ikke anses beskrivende når det ikke fremgår klart hvilken egenskap ved produktet merket beskriver, jf. Rt. 1999 s. 641 (Superlek) og LB-2020-158279 (Multi-Gyn). Som i Multi-Gyn, hvor lagmannsretten fremhevet at den eventuelle beskrivende karakteren var «så lite spesifikk og konkret at det ikke er til hinder for registrering». Derfor kan ikke SONNE anses beskrivende etter vml. § 14 annet ledd bokstav a.
- Det foreligger ikke noe friholdelsesbehov som tilsier at SONNE ikke kan registreres for «matresses», «lawn furniture» og «sun loungers». Registrering vil ikke monopolisere vanlige ord eller uttrykk som øvrige markedsaktører i det norske markedet trenger for å beskrive sine produkter, for eksempel at varene «passer til varme soldager».

- Det er kun angivelsen «sun loungers» som har noe med sol å gjøre. Dersom Klagenemnda av den grunn anser SONNE som beskrivende, anføres det subsidiært at merket gir virkning for de øvrige varene.

8 Klagenemndas vurdering:

9 Klagenemnda har kommet til delvis samme resultat som Patentstyret.

- 10 Det aktuelle varemerket er et ordmerke som består av teksten SONNE.
- 11 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.
- 12 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.
- 13 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.
- 14 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.
- 15 Klagenemnda er ikke enig med klager i at omsetningskretsen bare består av private sluttbrukere. Gjennomsnittsforbrukeren for de aktuelle varene kan både være en privat sluttbruker og en profesjonell næringsdrivende. Produkter som ender opp hos private forbrukere vil være inntil salgsledd med profesjonelle aktører, som en møbelforhandler eller grossist. Videre kan varene være ment for profesjonelle kunder som eksempelvis hoteller og strandrestauranter. Gjennomsnittsforbrukeren skal anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide.
- 16 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.

- 17 Klagenemnda har kommet til at merket SONNE er beskrivende og mangler særpreget for flere vareangivelser i klasse 20.
- 18 Merket består av det tyske ordet SONNE, som på norsk betyr «sol».
- 19 Hvorvidt en norsk gjennomsnittsforbruker forstår et fremmedspråklig ord, beror på en konkret vurdering av hvor vanlig og kjent det aktuelle ordet er. En presumpsjon for at en norsk omsetningskrets på generelt grunnlag har god kunnskap til bestemte fremmedspråk kan lett danne uheldige føringer for skjønnsutøvelsen i den enkelte sak. Den konkrete vurderingen må gjøres i lys av hvem gjennomsnittsforbrukeren er, og hvilken type varer og tjenester merket er søkt for. I tillegg vil det kunne få betydning for vurderingen om ordet har likhetstrekk med tilsvarende ord på norsk, eventuelt nordiske språk og engelsk. Klagenemnda viser i denne forbindelse til Underrettens avgjørelse T-443/21 Yoga Alliance avsnitt 70-75 og Klagenemndas avgjørelser i sak VM 23/00010 BOVINO avsnitt 18, VM 19/00017 PRET A MANGER avsnitt 22 og sak 22/00013 alliance Bio eleveurs & fromagers avsnitt 22-23.
- 20 Klagenemnda legger til grunn at Norge og Tyskland har sterke forbindelser, som opprettholdes av turisme, politiske forbindelser og europeisk samarbeid. Tyskland har også geografisk og kulturell nærhet til Norge. Den yngre befolkningen i Norge har nok noe mindre kjennskap til tysk språk, mens godt voksne er bedre kjent med språket, blant annet fordi mange har fått grunnleggende tyskopplæring på skolen. Siden «sonne» er et enkelt ord som angir et grunnleggende værphenomen, anses ordet å være del av basisvokabularet. Etersom merket SONNE består av et svært vanlig tysk ord som er hentet fra dagligtalen, legger Klagenemnda til grunn at en ikke ubetydelig del av den norske omsetningskretsen umiddelbart forstår merketeksten. Det tyske ordet «sonne» har bare en middels grad av likhet med ord som «sol» (norsk og spansk), «sun» (engelsk) og «soleil» (fransk). Etersom ordet er så vanlig og enkelt, har dette momentet uansett ikke vært avgjørende for Klagenemndas vurdering.
- 21 Klagenemnda er enig med Patentstyret i at merket er beskrivende og mangler særpreget for «mattresses; mattresses; lawn furniture; sun loungers». Det følger av Stor engelsk – norsk ordbok fra Gyldendal forlag at «sun lounge» betyr «solseng». Angivelsen «mattresses» omfatter strandmadrasser og solmadrasser, og angivelsen «lawn furniture» omfatter for eksempel solsenger og solstoler. Merketeksten SONNE angir at møbelet er ment for bruk ute i solen og er derfor beskrivende for varenes art, kategori og bruksområde. SONNE angir direkte og umiddelbart at det er tale om et møbel i kategorien solmøbel. Klagenemnda er imidlertid av den oppfatning at den samme begrunnelsen gjør seg gjeldende for flere varer i klasse 20, nemlig for «beds», «easy chairs», «recliners [furniture]» og «reclining chairs». Også for disse varene angir SONNE at det er tale om et møbel som er ment for bruk i solen. Angivelsene omfatter både varer til innendørs bruk, som lenestoler og senger for soverom, og varer til utendørs bruk som solsenger og

solstoler. En recliner er en liggestol eller en stol hvor ryggen kan lenes tilbake (kilde: Stor norsk ordbok og Stor engelsk norsk ordbok, Gyldendal forlag), og når man skal nyte solen er det vanlig med slike behagelige liggestoler. Forbindelsen mellom møblene og ordet SONNE er ekstra klar for den norske omsetningskretsen, siden de norske varebetegnelsene har «sol» i navnet, slik som solseng, solstol og solmadrass. Nordmenn er vant til at noen stoler er av kategorien solstol og at noen senger er av kategorien solsenger. Merketeksten SONNE angir dermed varenes art, kategori, bruksområde og egenskaper, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a.

- 22 Etter Klagenemndas syn foreligger det et friholdelsesbehov for ordet «sonne». Virksomheter som produserer og selger denne kategorien møbler, som solsenger og solstoler, må fritt kunne bruke det tyske ordet for «sol», for å beskrive sine varer i markedsføringsøyemed.
- 23 På grunn av sitt rent beskrivende meningsinnhold er ordmerket SONNE heller ikke egnet til å skille klagers varer fra andres. Det vil snarere oppfattes som et informativt utsagn om varekategori og bruksområde. Gjennomsnittsforkbrukeren vil ikke oppfatte merket som en angivelse av varenes kommersielle opprinnelse og merket mangler særpreg som kjennetegnet, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.
- 24 Med hensyn til de øvrige varene i klasse 20, nemlig «bedding, pillows and cushions; mattress bases; sofas; extendible sofas», og resten av varene og tjenestene i klasse 10, 24 og 35, har Klagenemnda kommet til at merket oppfyller varemerkelovens krav om særpreg og dermed kan gis virkning i Norge. Klagenemnda kan ikke se at eksempelvis madrasser til medisinsk bruk (klasse 10) og sengetøy (klasse 24) omfatter varekategorier som er spesielt beregnet for bruk i solen. Det foreligger heller ikke noen direkte og umiddelbar forbindelse mellom ordet SONNE og tjenestene i klasse 35. Merketekstens betydning er tilstrekkelig avledet for disse varene og tjenestene. Etter Klagenemndas syn er merket egnet til å tiltrekke seg en viss oppmerksomhet og feste seg i erindringen som en angivelse av kommersiell opprinnelse.
- 25 På denne bakgrunn skal Patentstyrets avgjørelse oppheves, og merket i utpekingen nektes virkning i Norge for flere angivelser i klasse 20 enn hva Patentstyret kom til, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a og § 14 første ledd andre punktum. Merket i utpekingen kan imidlertid gis virkning i Norge for de øvrige varene i klasse 20, samt resten av varefortegnelsen, uten hinder av varemerkeloven § 14.

Det avsies slik

Slutning

- 1 Klagen forkastes.
- 2 Patentstyrets avgjørelse oppheves.
- 3 Internasjonal registrering nummer 1731402 kan gis virkning i Norge for følgende varer og tjenester:

Klasse 10: Mattresses for medical use; anti-pressure sore mattresses.

Klasse 20: Bedding, pillows and cushions; mattress bases; sofas; extendible sofas.

Klasse 24: Bed linen and blankets; bed pads.

Klasse 35: Wholesale services in relation to: beds, bedding, mattresses, cushions, of chaises longues and pads; retail services in relation to: beds, bedding, mattresses, cushions, of chaises longues and pads; mail advertising in relation to the following goods: beds, bedding, mattresses, cushions, of chaises longues and pads; provision of information to consumers, in relation to the following goods: beds, bedding, mattresses, cushions, of chaises longues and pads; providing of information and consultancy for consumers relating to the selection of goods and articles, in particular, in relation to the following goods: beds, bedding, mattresses, cushions, of chaises longues and pads.

Internasjonal registrering nummer 1731402 kan ikke gis virkning i Norge for følgende varer:

Klasse 20: Beds; mattresses; mattresses; easy chairs; recliners [furniture]; reclining chairs; lawn furniture; sun loungers.

Sarah Wennberg Svendsen
(sign.)

Ingeborg Råsberg
(sign.)

Amund Brede Svendsen
(sign.)