



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

Avgjørelse

Sak: 26/00011
Dato: 12. mars 2026

Klager: H & M Hennes & Mauritz AB
Representert ved: Brækhus Advokatfirma AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

Sarah Wennberg Svendsen, Jens Herman Ruge og Tore Lunde

har kommet frem til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 13. oktober 2025 hvor ordmerket ThermoMove, internasjonal registrering nummer 1702452, med søknadsnummer 202217128, ble nektet virkning i Norge for følgende varer:

Klasse 24: Textiles and substitutes for textiles; coated textiles; textiles for making up into articles of clothing; waterproof fabric for use in the manufacture of clothing; textile fabrics for use in the manufacture of sportswear; waterproofed textile piece goods.

Klasse 25: Clothing; headgear; athletic clothing; bathing trunks; bathing suits; bath robes; bikinis; pantsuits; athletic pants; neckerchiefs; gloves [clothing]; sports jackets; shell jackets; soft shell jackets; quilted jackets [clothing]; training shorts; skirts; underwear for sports; short-sleeve shirts; athletic jumpers; coveralls; pocket squares; turtleneck shirts; rainwear; neck scarves; sports jerseys; beach clothes; sports singlets; sports bras; athletic tights; sports socks; sweaters (pullovers); sports T.shirts; waistcoats; underwear; mittens; outerclothing; coats; jackets [clothing]; children's wear; tee-shirts; shorts; footless tights; tank tops; pants; jerseys [clothing]; stockings.

- 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 12. desember 2025. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 26. januar 2026, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

5 Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Ordmerket ThermoMove beskriver sentrale egenskaper ved varene i klasse 24 og 25, og mangler det nødvendige særpreg.
- Den norske gjennomsnittsforbrukeren har gode engelskkunnskaper, og vil umiddelbart oppfatte at ordet THERMO refererer til temperatur og varme. I klesbransjen er «termo» i vanlig bruk som en produktkategori, eksempelvis kan man snakke om «termoklær», «termojakker», «termobukser» og «termodresser». Dette er som regel vatterte klesplagg med isolerende evne mot kalde temperaturer.
- Ordet MOVE kan forstås som «bevegelse».

- Helheten ThermoMove vil umiddelbart bli oppfattet som en oppramsing av to ulike egenskaper ved varene. Det kan være tale om termoklær som er laget for aktiv bevegelse i kalde temperaturer, eller om et materiale som skal benyttes til å lage slike plagg.
- Sammenstillingen anses ikke uvanlig, og formidler ikke noe mer enn betydningen av ordene hver for seg. Det foreligger en direkte og umiddelbar forbindelse mellom merketeksten og de aktuelle varene. Merket anses å være beskrivende, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a.
- Merket har heller ikke tilstrekkelig varemerkerettslig særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum. Det vil kun bli oppfattet som informasjon om egenskapene til de aktuelle varene, og ikke som en angivelse av kommersiell opprinnelse. Merket oppfyller derfor ikke garantifunksjonen som er et av hovedformålene til et varemerke.
- Klagers tidligere registrerte merker SHAPEMOVE, DRYMOVE, STORMMOVE og SOFTMOVE er ikke direkte sammenlignbare med foreliggende sak. THERMO viser tydelig til en produktkategori, noe som ikke er aktuelt for øvrige merkene.
- Det er ikke lagt avgjørende vekt på at merket er akseptert for registrering i andre jurisdiksjoner.

6 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Merket er verken beskrivende eller mangler varemerkerettslig særpreg. Det bes om at avgjørelsen oppheves og at merket ThermoMove gis virkning i Norge for samtlige varer.
- Ordet THERMO er i norsk dagligtale ikke et produktnavn for klær eller tekstiler, men et abstrakt prefiks som viser til varme eller temperatur, og inngår i faglige uttrykk som termodynamikk, termometer mv. Ordet MOVE er et generelt verb («bevege seg», «røre på seg») som ikke brukes som betegnelse for klær eller tekstiler.
- Gjennomsnittsforgbrukeren må foreta flere tolkningsskritt for å forstå ThermoMove slik Patentstyret anfører. Først må THERMO leses som «termoklær», og ikke bare som en allmenn henvisning til varme. Deretter må MOVE forstås som en implisitt henvisning til klær «for aktiv bevegelse», snarere enn bevegelse generelt. Til sist må kombinasjonen forstås som en spesifikk funksjonsbeskrivelse av klærne i varefortegnelsen. En slik flerstegfortolkning fremgår ikke direkte og utvetydig av merket som helhet.
- En beskrivende mening må fremgå direkte og utvetydig av merket som helhet. Ettersom merket ikke er beskrivende, vil den «temmelig lave» terskelen for særpreg etter varemerkeloven § 14 første ledd være oppfylt. Det sammensatte ordet er uvanlig og egnet til å starte en tankeprosess hos forbrukeren, som igjen er egnet til å skille søkerens varer fra andres.

- Videre er merket gitt virkning i et betydelig antall jurisdiksjoner, herunder i EU, Australia, Canada, New Zealand, Storbritannia og USA - altså flere engelskspråklige og varemerkerettslig sammenlignbare land.
- Klagenemndas avgjørelse VM 20/00070 THERMOLITE er ikke sammenliknbar med inneværende sak. Klagenemnda kom til at merket samlet sett beskrev at produktene var «varme og lette» eller «isolerende og lette». Dette er to sentrale fysiske egenskaper ved varene det gjaldt. «ThermoMove» skiller seg fra dette da helheten ikke direkte beskriver klærne og siden merketeksten setter i gang en kognitiv prosess hos forbrukeren.
- Søker er innehaver av flere merker i samme «Move»-familie, herunder ShapeMove (IR 1686282), DryMove (IR 1674763), StormMove (IR 167476) og SoftMove (IR 1674762), som alle gjelder varer i klassene 24 og 25. Alle disse søknadene er nå akseptert i Norge, og førsteleddene «Shape», «Dry», «Soft» og «Storm», kan på samme måte som «Thermo», sies å være noe suggestive hva gjelder egenskaper ved klær. Etter dette er det ikke grunnlag for å nekte ThermoMove beskyttelse i Norge, noe som vil være vanskelig å forene med hensynet til likebehandling og forutberegnelighet i forvaltningens praksis.

7 Klagenemndas vurdering:

8 Klagenemnda har kommet til et annet resultat enn Patentstyret.

- 9 Det aktuelle varemerket er et ordmerke som består av teksten ThermoMove.
- 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 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 særpregt 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 i denne avgjørelsen delt seg i et flertall og et mindretall. Flertallet, som består av Sarah Wennberg Svendsen og Jens Herman Ruge, har kommet til at merket ThermoMove ikke er beskrivende, og har det nødvendige særpreg som kjennetegn.
- 18 Klagenemnda er enig med Patentstyret i at gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte merket som en sammenstilling av THERMO og MOVE. Ordet THERMO er et engelsk prefiks som stammer fra gresk og som betyr «relating to heat». THERMO vil umiddelbart forstås på samme måte som det norske prefikset «termo-», som ifølge Gyldendals Stor norsk ordbok betyr «varme-». I relasjon til klær og stoffer/tekstiler vil prefikset oppfattes slik at produktet har varmeisolerende egenskaper. I klesbransjen er «termo» vanlig brukt, for eksempel i sammenstillinger som «termojakker» og «termodresser». Dette er som regel vatterte klesplagg som passer til bruk i kaldt vær.
- 19 Ordet MOVE er et engelsk verb som ifølge Gyldendals Stor engelsk norsk ordbok blant annet betyr «bevege», «flytte» eller «påvirke». Etter Klagenemndas syn er betydningen «bevege» den mest relevante for de aktuelle varene.
- 20 Klagenemndas flertall er ikke enig med Patentstyret i at sammenstillingen ThermoMove direkte og umiddelbart vil forstås som en oppramsing av to ulike egenskaper ved varene,

nemlig art (termoklær) og formål (for bevegelse i kalde temperaturer). MOVE er et så vagt begrep at det ikke gir noen umiddelbar betydning sett opp mot de relevante varene. Det er brukeren som beveger seg. Klærne eller stoffene kan ha egenskaper som gjør at de føyer seg etter kroppen, er fleksible, er ment for sport eller liknende. Alle klær og stoffer er ment for å tåle en viss bevegelse, men ordet MOVE angir verken et bestemt bruksområde, eller bestemte egenskaper eller kvaliteter ved produktene som omfattes av varefortegnelsen. Derfor har ordet en suggestiv karakter.

- 21 Etter flertallets syn krever merketeksten en viss fortolkning, særlig på grunn av det generelle merkeelementet MOVE. Som klager har påpekt, må gjennomsnittsforgbrukeren først oppfatte THERMO som «termoklær» og ikke bare som en allmenn henvisning til varme, og deretter lese MOVE som en henvisning til at klærne er ment «for aktiv bevegelse». Det abstrakte meningsinnholdet av MOVE og tankeprosessen som den konkrete ordsammenstillingen setter i gang, fører til at merket som helhet passerer terskelen for særpreg. Det foreligger ikke noe utpreget friholdelsesbehov for den konkrete sammenstillingen av forkortelsen THERMO og det vage ordet MOVE.
- 22 Merket er akseptert i EU og engelsktalende land som Storbritannia, Australia, Canada og USA, og vi kan ikke se at noen av de utpekte jurisdiksjonene har nektet merket på grunn av manglende særpreg. Siden denne saken byr på noe tvil, har Klagenemndas flertall lagt en viss vekt på dette.
- 23 Klagenemndas flertall har kommet til at merket ikke er direkte beskrivende for varene, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a, og at det er egnet til å feste seg i bevisstheten til gjennomsnittsforgbrukeren som en angivelse av kommersiell opprinnelse, jf. varemerkeloven § 14 første ledd.
- 24 Mindretallet, som består av Tore Lunde, konkluderer med at merket er beskrivende og mangler særpreg, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a og første ledd andre punktum.
- 25 Etter mindretallets syn vil gjennomsnittsforgbrukeren oppfatte helheten som beskrivende informasjon om at varene holder på varmen og beskytter mot lave temperaturer, samtidig som de er gode å bevege seg i. Både ordet THERMO og ordet MOVE er beskrivende for varenes egenskaper, og sammenstillingen bidrar ikke til å tilføre særpreg til merket som helhet. Mindretallet ser det tvert imot slik at sammenstillingen forsterker merkets beskrivende karakter.
- 26 På denne bakgrunn opphever Klagenemnda avgjørelsen til Patentstyret. Merket har tilstrekkelig særpreg for varene i klasse 24 og 25, jf. varemerkeloven § 14.

Det avsies slik

Slutning

Klagen tas til følge.

Sarah Wennberg Svendsen
(sign.)

Jens Herman Ruge
(sign.)

Tore Lunde
(sign.)