



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 26/00005
Dato: 26. mars 2026

Klager: Riverty Group GmbH
Representert ved: Acapo Onsagers AS

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

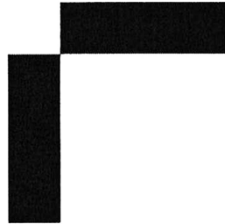
Sarah Wennberg Svendsen, Ingeborg Råsberg og Mikkell Lassen Ellingsen

har kommet frem til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 28. oktober 2025 hvor figurmerket som ser slik ut, med internasjonal registrering nummer 1714850 og søknadsnummer 202302492, ble nektet virkning i Norge for følgende tjenester:



Klasse 35: Advertising; assistance in business matters; business management; business administration, namely business management consulting and organisational consulting; accounting; marketing; multimedia marketing; public relations; market research and market analysis; information in business matters; collection, processing and business evaluation of data; market research by opinion polling; file management by means of computers; investigation in business matters; research and searches in databases and on the internet in business matters for third parties; compilation and systematisation of data in computer databases; collection, maintenance and systematisation of data in computer databases; compilation of statistics; maintenance of personal data in computer databases; media consulting in the context of advertising; business information on content in the press, radio, television and the internet; publication of advertising material of all kinds; business analysis, research and information services; provision of information in commercial and business matters; provision of information [information] and advice for consumers in commercial and business matters [consumer advice].

Klasse 36: Financial services; financial analyses; financial advice; business banking; financial information and advice services and provision of financial data; financial credit assessment and credit information; provision of financial data; credit risk hedging; debt collection services; factoring services; provision of information on the creditworthiness of third parties; expert services in matters of finance and creditworthiness; insurance services; money transactions; real estate affairs; debt advisory services.

Klasse 38: Telecommunications; telecommunications services; electronic messaging; providing access to content, websites and internet portals; rental, hiring and leasing of goods in connection with the provision of the aforesaid services, included in this class; consultancy and information relating to the aforesaid services, included in this class.

Klasse 41: Training; education and instruction; entertainment; publication and editing of printed matter; organisation and holding of seminars, training courses, symposia, lecture events and congresses in the field of finance; provision of online publications [not downloadable].

Klasse 42: Development, programming and implementation of software; design and development of computer hardware; creation of programmes for data processing; technical as well as IT consultancy in the fields of multimedia, telematics, data processing and telecommunications; services of a computer programmer, namely development of database software for providing access to information on the Internet and other media; creation of home pages and web pages on the Internet and other media; technical consultancy for the development and design of databases; technical consultancy for the use of programs for data processing; technical consultancy relating to telecommunications, Internet, extra-nets, Intranets; consultancy services relating to hardware for computers and software consultancy, in particular consultancy for the design and configuration of hardware and consultancy for the design, implementation and configuration of software and computer networks; implementation and configuration of software, namely individual extra and Internet programs, included in this class; development of electronic programs [software]; rental of web servers.

Klasse 45: Investigations on persons; investigations in legal matters; legal services; licensing of computer software, in particular in the field of program-controlled decision-making procedures, such as score and expert software systems in particular; licensing of industrial property rights and copyrights; licensing of franchising concepts.

3 Varemerket ble nektet virkning fordi det ble ansett å mangle det nødvendige særpreg, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.

4 Klage kom inn den 28. 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 9. januar 2026, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

5 Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:

- Merket mangler det nødvendige særpreg for alle de aktuelle tjenestene. Den internasjonale registreringen kan dermed ikke gis virkning i Norge.
- Figurmerket består av to like store rektangler. Til venstre er rektangelet plassert vertikalt, og til høyre er det plassert horisontalt. Rektanglene møtes i venstre hjørne, og det dannes et åpent hjørne mellom vinklene.
- EU-retten har flere ganger uttalt at et merke som kun består av en enkel geometrisk figur slik som en linje, en sirkel eller en firkant, ikke umiddelbart vil huskes av gjennomsnittsforbrukeren, og derfor heller ikke vil oppfattes som en indikasjon på

kommersiell opprinnelse, med mindre det har innarbeidet særpreg gjennom bruk, jf. T-304/05 avsnitt 22.

- Merket i utpekningen består av to svært enkle og identiske geometriske figurer plassert i en vinkel, og har ingen elementer gjennomsnittsforbrukeren kan feste seg ved.
- Det er ikke nærliggende å oppfatte figuren som bokstaven R. Figuren mangler flere av trekkene som normalt kjennetegner en liten bokstav «r», slik som en lengre vertikal strek, og en kortere, vanligvis bøyd, horisontal strek.
- Fullmektigens henvisninger til tidligere registreringspraksis er vurdert, men siden de ikke anses parallelle med foreliggende merke, tillegges praksisen ikke avgjørende vekt.
- Patentstyrets vurdering i denne saken er i tråd med praksis fra EU-retten avgjørelser i sakene:



T-829/17



T-460/17



T-470/16



T-291/16

og Klagenemndas avgjørelser i sakene:



VM 21/00072



VM 20/00034

- Det legges ikke avgjørende vekt på at merket er blitt akseptert i Sveits, Storbritannia og USA.

6 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Varemerket er tilstrekkelig særpreget. Det bes om at Klagenemnda opphever Patentstyrets avgjørelse, og at merket gis virkning i Norge for alle tjenestene.
- Et *minimum* av distinktivitet er tilstrekkelig for registrering, jfr. bl.a. EU-retten avgjørelser i sakene T-125/02 EUROCOOL og T-460/05 LOUDSPEAKER. I kravet til særpreg ligger det ikke noe krav om originalitet eller særskilt kreativitet.

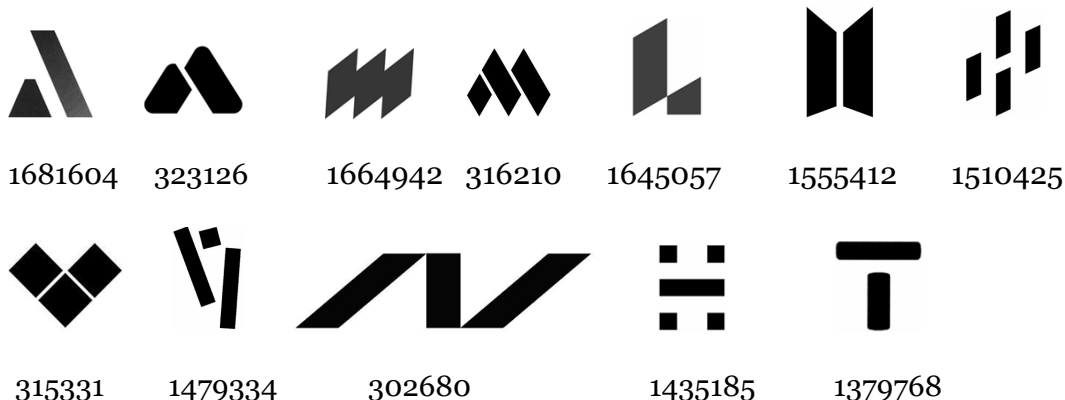
- For rene figurmerker følger det av gjeldene rettspraksis at terskelen for særpreg må settes lavt. Dette fremgår av Borgarting lagmannsretts dom av 1. juni 2016, (Tretorn) og Oslo tingretts sak 21-071060TVI-TOSL/06:



- Merket består av to fylte rektangler plassert henholdsvis vertikalt og vannrett slik at endende på rektanglene berører hverandre. Denne plasseringen, hvor rektanglene så vidt berører hverandre, er i seg selv tilstrekkelig til at gjennomsnittsforsbrukeren vil oppfatte merket, særlig når det blir presentert på en vare eller på markedsføringsmateriell, som en indikator på kommersiell opprinnelse, jf. 21-071060TVI-TOSL/06 s.13.
- Den iøynefallende plasseringen av rektanglene former til sammen en konseptuelt stilisert «r».
- Det vises også til EUIPOs Board of Appeal sin avgjørelse av 28. september 2015, sak R 1953/2014-2, som omhandlet hvorvidt merket  var å anse som særpreget. I avgjørelsen uttales det blant annet at:

«The trend today is for figurative marks to be simple and stylised in their design. Consumers are, therefore, accustomed to perceiving relatively simple figurative marks as signs. The combination of the components in the mark, although perhaps not highly imaginative, and the way that they are integrated with each other, means that the trade mark applied for is able to function as an indication of origin ... In conclusion, the Board considers that the trade mark applied for has at least the minimum degree of distinctiveness necessary for it to surmount the barrier posed by Article 7(1)(b) and (c) CTMR. Therefore, no objection under Article 7(1)(b) or (c) CTMR arises».

- Det at forbrukeren har blitt vant til å oppfatte forholdsvis enkle figurer som varemerker, understøttes av Patentstyrets langvarige praksis hvor tilsvarende geometriske figurer er akseptert, se for eksempel disse registreringene:



- De to registreringene med nr. 1379768 og 302680 er særlig relevante siden de konseptuelt danner bokstavene T og N.
- Merket har ikke blitt nektet på bakgrunn av manglende særpreg i noen andre jurisdiksjoner enn Norge. Særlig når det nektede varemerket er et rent figurmerke, er det relevant å se hen til utenlandske myndigheter. Klager kan ikke se at det er omstendigheter ved den norske gjennomsnittsforsbrukerens oppfattelse av varemerket som skulle tilsi en annen vurdering av det figurative merket.

7 Klagenemndas vurdering:

8 Klagenemnda har kommet til samme resultat som Patentstyret.

- 9 Det aktuelle varemerket er et figurmerke slik det 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, 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 gjennomsnittsforsbrukerens oppfattelse av merket, jf. EU-domstolens avgjørelse i sak C-273/05 P Celltech.
- 14 Omsetningskretsen for de aktuelle tjenestene i klasse 35, 36, 38, 41, 42 og 45 består både av private sluttbrukere og profesjonelle næringsdrivende. Gjennomsnittsforsbrukeren skal anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide.

- 15 Merket er utpekt i Norge for en rekke tjenester, for eksempel markedsføring, finansanalyse, telekommunikasjon, utdanning, programvareutvikling og juridiske tjenester. Det er på det rene at figurmerket, som består av to svarte rektangler i 90 graders vinkel, ikke angir egenskaper ved slike tjenester eller på annen måte kan være beskrivende for disse, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a. Det Klagenemnda må ta stilling til, er dermed om det aktuelle merket er særpreget for tjenestene og følgelig oppfyller varemerkets garantifunksjon, jf. varemerkeloven § 14 første ledd.
- 16 For at et tegn skal ha særpreg etter varemerkeloven § 14 første ledd, må det «ha evne til å tiltrekke seg en viss oppmerksomhet, og være av slik art at det er egnet til å feste seg i erindringen til dem som møter merket i handelen», jf. HR-2005-1601 GULE SIDER avsnitt 42. Det oppstilles ikke et strengere krav til distinktivitet for rene figurmerker enn for andre typer varemerker. I vurderingen av om figurmerket innehar tilstrekkelig særpreg, er det dermed ikke et krav om at merket må være spesielt kreativt eller fantasifullt. Et minimum av særpreg er tilstrekkelig dersom det gjør gjennomsnittsforbrukeren i stand til å identifisere tjenestenes kommersielle opprinnelse og skille dem fra andre tilbyderes tjenester.
- 17 Det følger av etablert rettspraksis fra EU at et tegn som består av en vanlig geometrisk form som regel ikke vil fungere som en angivelse av kommersiell opprinnelse. Videre har Underretten klargjort at også figurmerker som ligger tett opptil utformingen av en vanlig geometrisk figur, eller fremstår som en enkel variasjon av en slik figur, ofte vil være ute av stand til å formidle et inntrykk som kan gjenkjennes som en angivelse av kommersiell opprinnelse. For å oppfylle minimumskravet til særpreg må figurmerket bestå av elementer som er tilstrekkelig iøynefallende til at gjennomsnittsforbrukeren gjenkjenner og husker merket, se Underrettens avgjørelse T-195/24 (plasseringsmerke av rød linje på et fly) avsnitt 25 og 26 med videre henvisninger og T-215/24 (bølgete rektangel) avsnitt 25 og 26.
- 18 Klagenemnda har vurdert varemerket opp mot de aktuelle tjenestene, som i foreliggende sak omfatter et bredt spekter av tjenester. Underrettens praksis viser at de samme vurderingskriteriene for særpreg legges til grunn uansett om det er tale om varer eller tjenester, og på tross av at omsetningskretsens oppmerksomhetsnivå kan variere. For eksempel kan det nevnes at merket i sak T-195/24 ble ansett å mangle særpreg for transporttjenester i klasse 39, selv om Underretten definerte oppmerksomhetsnivået i omsetningskretsen som høyt (avsnitt 21).
- 19 Figuren i vår sak fremstår som to linjer eller to langstrakte rektangler. Det ene rektangelet er plassert vertikalt, og det andre er plassert horisontalt, slik at de danner en rett vinkel på 90 grader. Rektanglene er bare så vidt nær hverandre i det ene hjørnet, slik at det dannes et åpent kvadrat der hvor de to formene møtes. Dette medfører at utformingen ikke fremstår som en helt ordinær vinkel. Figurutformingen er likevel såpass enkel at den anses sammenlignbar med en vanlig geometrisk figur.

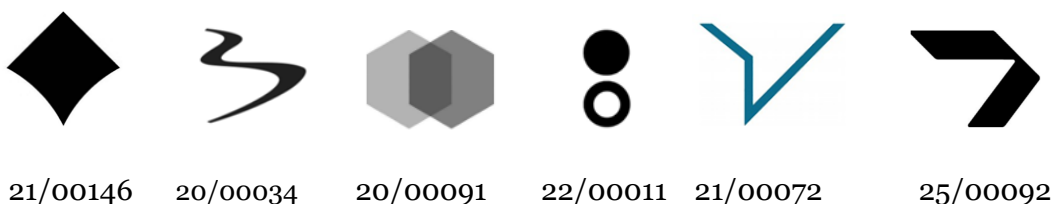
- 20 Klagenemnda anser det ikke som sannsynlig at figuren vil oppfattes som bokstaven «r», slik klager hevder. Bokstaven «r» har vanligvis en lengre vertikal linje og en kortere horisontal linje som er bøyd. I bokstaven «r» danner ikke linjene en rett vinkel, fordi den korteste linjen normalt er festet litt nedenfor toppen av den lengre, vertikale linjen. Uten andre merkeelementer som eventuelt kunne trekke i retning av bokstaven «r», fremstår figuren heller som en abstrakt og enkel form.
- 21 Klagenemnda har kommet til at merket er utformet med en slik enkelhet at gjennomsnittsforbrukeren ikke vil oppfatte det som noe annet enn en sammenstilling av to geometriske figurer eller en enkel dekor når det brukes i relasjon til tjenester som markedsføring, finansanalyse, telekommunikasjon, utdanning, programvareutvikling og juridiske tjenester. Den svarte fargen er verken oppsiktsvekkende eller iøynefallende. Gjennomsnittsforbrukeren vil ikke feste seg ved den enkle figuren som en bestemt kommersiell opprinnelse som skiller én virksomhets tjenester fra andres. Merket oppfyller dermed ikke garantifunksjonen for de aktuelle tjenestene i klasse 35, 36, 38, 41, 42 og 45, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.
- 22 Klager synes å hevde at det i dag er en «trend» å bruke enkle figurer som varemerker, og at omsetningskretsen har blitt vant til å oppfatte disse enkle utformingene som en identifikasjon av kommersiell opprinnelse. Klager har vist til en enkeltstående avgjørelse fra EUIPO Board og Appeal i sak R 1953/2014-2, som omhandlet merket . Klagenemnda kan ikke se at det er tilstrekkelige rettslige holdepunkter for et slikt syn, jf. den praksisen som er nevnt i avsnitt 17 om geometriske figurer og former som ligger nær en geometrisk figur. Klagenemnda viser i denne forbindelse også til Underrettens uttalelser i sak T-291/16 om figurmerket,  avsnitt 33: «the mark applied for is the representation of two intersecting lines whose simplicity is comparable to that of a basic geometrical figure and is incapable of conveying a message allowing consumers to perceive it as an indication of the commercial origin of the goods at issue.».
- 23 Klager har blant annet vist til Borgarting lagmannsretts dom av 1. juni 2016 (Tretorn), som gjaldt merket , Oslo tingretts sak 21-071060TVI-TOSL/06 dom som gjaldt merket . Hvert merke må imidlertid vurderes konkret, og etter Klagenemndas syn fremstår disse merkene som noe mer komplekse og gjenkjennbare enn hva som er tilfelle for merket i denne saken.
- 24 De eldre registreringene fra Varemerkeregisteret, som klager har vist til, gjengitt i avsnitt 6 over, endrer ikke sakens utfall. Patentstyrets beslutninger om å akseptere et varemerke til registrering kan ikke være avgjørende for Klagenemndas skjønnsutøvelse, se til dette for eksempel i Underrettens uttalelser i T-479/16 AROMASENSATIONS avsnitt 41-42 og T-290/15 SMARTER TRAVEL avsnitt 73. Klagenemnda er heller ikke kjent med Patentstyrets begrunnelse for å registrere merkene.

- 25 Vurderingen anses å være i samsvar med EU-retten og Klagenemndas egen praksis, hvor det finnes mange eksempler på at enkle figurmerker som ligger tett opptil vanlige geometriske figurer, mangler særpreg som varemerke. Følgende merker er for eksempel ansett å mangle særpreg av Underretten og Klagenemnda:

Underretten:



Klagenemnda:



- 26 Klager har vist til at merket ikke har blitt nektet på bakgrunn av manglende særpreg i noen andre jurisdiksjoner enn Norge. Det at merket er akseptert i andre land er et relevant moment, men det har ikke fått avgjørende betydning i denne konkrete saken. Klagenemnda må ta utgangspunkt i hvordan den norske gjennomsnittsforgbrukeren oppfatter merket, og har kommet til at det mangler særpreg som kjennetegn. Klagenemndas vurdering og konklusjon anses å være i samsvar med de rettslige normer som er oppstilt i rettspraksis fra EU og norsk rett. Den skjønnsmessige vurderingen kan falle ulikt ut i forskjellige land, og det er ikke uten videre et mål å oppnå like resultater i enkeltsaker. Det vises i denne forbindelse til Høyesteretts avgjørelse i HR-2001-1049 GOD MORGON og til lagmannsrettens uttalelser i LB-2022- 64395, Trustshop. Etter dette anser Klagenemnda rettstilstanden for å være slik at selv om det rettslige og faktiske grunnlaget for registreringsavgjørelsene i det alt vesentlige skulle være likt, kan avgjørelsene fra andre jurisdiksjoner ikke tillegges avgjørende betydning. Avslutningsvis kan det også påpekes at merket har blitt nektet virkning i Kina, blant annet på grunn av manglende særpreg.
- 27 På denne bakgrunn stadfestes Patentstyrets avgjørelse. Merket i utpekningen kan ikke gis virkning i Norge for tjenestene i klasse 35, 36, 38, 41, 42 eller 45, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.

Det avsies slik

Slutning

Klagen forkastes.

Sarah Wennberg Svendsen
(sign.)

Ingeborg Råsberg
(sign.)

Mikkel Lassen Ellingsen
(sign.)