



---

# KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

## **AVGJØRELSE**

---

Sak: 26/00016  
Dato: 16. april 2026

---

Klager: Ahlsell AB (publ)  
Representert ved: ABION AS

---

Klagenemnda for industrielle rettigheter, med dette utvalget:

Sarah Wennberg Svendsen, Amund Brede Svendsen og Thomas Frydendahl

har kommet fram til følgende

---

## AVGJØRELSE

### 1 Kort framstilling av saken:

2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 18. november 2025 hvor ordmerket ECOREN, internasjonal registrering nummer 1744660, med søknadsnummer 202309834, ble nektet virkning i Norge for følgende varer:

Klasse 1: Chemical grease removing agents for use in industrial manufacturing processes; glycol; absorbent graphites; mineral sorbents; chemical products for absorbing; oil (synthetic materials for absorption of -); synthetic materials for absorbing oil; detergents for use in manufacture and industry; industrial detergents for use in manufacturing processes; detergents for industrial use as part of manufacturing operations; detergents for industrial use; detergents for cleaning use [part of manufacturing operations]; desiccants; absorption agents; chemicals in the nature of sorbents.

Klasse 3: Bleaching preparations and other substances for laundry use; cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations; soap; cosmetics; hair preparations and treatments; dentifrices; degreasing preparations for engines; degreasers for cleaning purposes; shampoos; windscreen cleaning liquids; wiper cloths containing detergent; sanitary preparations being toiletries; wipes incorporating cleaning preparations; blotting paper containing detergent; vehicle cleaning preparations; cleaning preparations for use on vehicles; shampoos for vehicles; vehicle tyre polish.

Klasse 4: Granular absorbent oil-based composition for absorbing spills from floors.

Klasse 5: Disinfectants; hygienic preparations and articles.

Klasse 11: Filters for wastewater; tub overflows; filter elements for the overflows of water supply tanks.

Klasse 17: Oil absorbent booms for containing oil spills.

Klasse 19: Guttering (non-metallic -) for the collection of waste water; overflow channels of non-metallic materials.

Klasse 21: Cleaning instruments, hand-operated; toilet sponges.

Klasse 27: Disposable absorbent floor pads; absorbent floor mats; absorbent mats for absorbing spills from floors; absorbent pads for absorbing spills from floors.

3 Merket ble tilbudt virkning for følgende varer:

- Klasse 1: Snow melting agents; chemical preparations for melting snow and ice; unprocessed plastic in the form of powder or granules; plastic in the form of granules for use in industry; plastics in the form of granules; cooling fluids for vehicle radiators; coolants for vehicle engines.
- Klasse 3: Perfumes; ethereal oils.
- Klasse 17: Sealing and insulating materials; waterproof sealants; insulation and barrier articles and materials.
- Klasse 22: Plastic sheet materials [tarpaulins]; warehouse blankets being packaging materials for bulk transport and storage.
- 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 19. januar 2026. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre fram. Klagen ble oversendt til Klagenemnda for videre behandling den 19. februar 2026, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.

## **6 Patentstyrets vedtak er i hovedtrekk begrunnet slik:**

- Merket beskriver sentrale egenskaper ved enkelte av varene i klasse 1, 3, 4, 5, 11, 17, 19, 21 og 27, og mangler også det nødvendige særpreg for disse.
- Den norske gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte merket som en sammenstilling av det engelske ordet ECO og det norske ordet REN.
- ECO er en engelsk forkortelse for «ecological», som kan oversettes til «miljøvennlig» eller «økologisk». Når ECO benyttes for de aktuelle varene vil det kun oppfattes som en henvisning til at produktene har miljøvennlige egenskaper.
- Det norske ordet REN betyr «ikke skitten, tilsmusset, flekkete e.l». Når dette ordet benyttes for de aktuelle varene, som alle kan brukes til å gjøre eller holde ting eller personer rene, vil det oppfattes som en henvisning til det tilsiktede resultatet ved bruk av produktene. Gjennomsnittsforbrukeren vil, uten behov for ytterligere fortolkning, oppfatte ordet som en angivelse av varenes formål.
- Når helheten ECOREN benyttes på de aktuelle varene vil det kun oppfattes som informasjon om at produktene er ment å gjøre ting eller personer rene på en miljøvennlig måte. Merket består kun av to beskrivende ord som angir formålet og andre egenskaper

ved varene. Når gjennomsnittsforbrukeren møter et ordmerke som ved første betraktning fremstår uten betydning, vil vedkommende forsøke å dele det opp i elementer som gir mening eller som likner på kjente ord, jf. EU-rettens avgjørelse i sak T-281/07, *ecoblue*, avsnitt 30.

- Det er ikke noe uvanlig med ordsammenstillingen, eller noen forskjell på merket som helhet og summen av de enkelte ordelementene. Selv om merket består av to ord på ulike språk er meningsinnholdet lett å oppfatte. Som følge av merkets beskrivende betydningsinnhold vil det kun bli oppfattet som informasjon om varene, og ikke som en slik angivelse av kommersiell opprinnelse som kan skille søkers varer fra andres.
- Ettersom sammenstillingene KFIR har vurdert som særpregede i sakene VM 23/00127, SURESELECT, VM 22/00032, RISESMART, VM 23/00071, UNICOOL, og VM 24/00111, FINSPACE består av andre elementer og er søkt for andre varer og tjenester, er de ikke direkte sammenliknbare med nærværende merket. Avgjørelsene tilsier ikke at merket i utpekingen bør anses særpreget. Klagenemndas begrunnelse for at de nevnte sammenstillingene hadde særpreg var at de var uvanlige, vage eller unaturlige, slik at de ville utløse en kognitiv prosess hos gjennomsnittsforbrukeren. Merket i utpekingen består derimot av to ord som hver for seg og til sammen, direkte og utvetydig henviser til sentrale egenskaper ved de aktuelle varene.
- Det er et relevant hensyn ved vurderingen av særpreg hvordan merket har blitt vurdert i andre jurisdiksjoner, herunder de skandinaviskspråklige. Hensynet ble ikke tillagt avgjørende vekt i nærværende sak.

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

- Merket er tilstrekkelig særpreget og må gis virkning i Norge for samtlige varer.
- Merket kan rent faktisk deles opp i bestanddelene ECO og REN, men dette er en unaturlig oppdeling, som det er usannsynlig at gjennomsnittsforbrukeren vil foreta seg i en omsetningssituasjon. ECOREN er en nydannet sammenstilling som ikke i seg selv har noe kjent betydningsinnhold. Patentstyret har delt merket opp i to separate bestanddeler som angivelig angir ulike egenskaper ved varene. ECOREN som helhet har ikke noe slikt betydningsinnhold.
- Sakene Patentstyret har vist til skiller seg fra nærværende sak på en avgjørende måte. Ingen av de eldre merkene er egnet til å oppfattes som ett helhetlig og nydannet ord. I begge sakene fra KFIR er det snakk om kombinerte merker der elementet ECO er klart adskilt fra de øvrige tekstelementene:

I ECOASFALT er elementet ECO plassert over ordet ASFALT, og skrevet i en egen farge. I ECOBUILD er elementet ECO skrevet i fet skrift. Dette medfører at merketeksten vil oppfattes slik at den består av to separate og selvstendige tekstelementer. Den visuelle utformingen på de ovennevnte sakene gjør at de ikke er direkte sammenlignbare med ECOREN.

- Når det gjelder Patentstyrets henvisning til ECOBLUE-saken, må det ses hen til hvilke elementer ECO er sammenstilt med. I en sammenstilling med et annet engelsk ord med et kjent betydningsinnhold er det mer nærliggende at merket, direkte og umiddelbart, vil oppfattes som en sammenstilling av ECO + BLUE.
- Det er ikke sannsynlig at gjennomsnittsforbrukeren i nærværende sak skal oppfatte merket som en sammenstilling av en engelsk forkortelse og et norsk ord. ECOREN er en sammenstilling som enkelt lar seg uttale som ett ord. Det er nærliggende at gjennomsnittsforbrukeren nettopp vil oppfatte merket slik.
- ECOREN er en nydannet sammenstilling som vil oppfattes som et fantasiord som skaper et tydelig helhetsinntrykk som skiller seg klart fra enkeltelementene ECO og REN, jf. C-408/08 P Color Edition avsnitt 61, jf. og T-704/16 Scatter Slots avsnitt 25. Sammenstillingen er ikke språklig korrekt. Dette har KFIR tidligere vektlagt i særpregsvurderingen, jf. sak 22/00032 RISESMART avsnitt 24. ECOREN er også en svært unaturlig uttrykksmåte for å informere om at varene er miljøvennlige rengjøringsprodukter. Sammenstillingen er så uvanlig og unaturlig at den vil sette i gang fortolkningsprosesser hos gjennomsnittsforbrukeren, se KFIRs uttalelser i sak 23/00127 SURESELECT avsnitt 19 og 22. I sak 23/00071 UNICOOL la KFIR til grunn at den spesielle sammenstillingen hadde tilstrekkelig særpreg, selv om merket ble ansett å bestå av et engelsk prefiks og et engelsk ord, som begge hadde et betydningsinnhold som gjennomsnittsforbrukeren ville oppfatte. Det samme gjør seg gjeldende for ECOREN. Sak 24/00111 FINSPACE illustrerer at Patentstyret har gått for langt i sin nektelse av ECOREN. Avgjørelsene er relevante siden de inneholder sentrale uttalelser om den generelle særpregsvurderingen for denne typen merker.
- Elementet REN beskriver ikke rengjøringsprodukter som sådan. Det norske ordet «ren» kan i høyden benyttes for å angi resultatet av å bruke rengjøringsprodukter, og da vil det være grammatikalsk riktig å bruke ordet RENT, og ikke REN om et slikt resultat.
- Hvis merket deles opp slik Patentstyret har gjort, vil det likevel kreves en inngående fortolkningsinnsats for å komme frem til det anførte betydningsinnholdet. Særlig ordet REN har en såpass avledet betydning at det vil kreve en flerleddet tankeprosess. Det foreligger ikke en tilstrekkelig direkte og spesifikk forbindelse mellom merkets betydningsinnhold og de aktuelle varene. Sammenstillingen vil i høyden skape et

helhetsinntrykk som henspiller på egenskaper med varene. Det foreligger heller ikke noe friholdelsesbehov for sammenstillingen ECOREN.

- Merket er funnet særpreget i Sverige, Danmark og Finland. Det er ikke tvilsomt at registreringer i andre jurisdiksjoner er relevant i vurderingen av varemerkerettslig særpreg i Norge. Dette gjelder særlig i de tilfeller der omsetningskretsen i andre jurisdiksjoner er tilsvarende som i Norge jf. LB-2017-105565, Trådkors. Ordet «ren» skrives også «ren» på både svensk og på dansk, og har den samme betydningen på alle språk. Det er ikke noe som tilsier at den svenske eller danske gjennomsnittsfbrukeren skal oppfatte ECOREN på noen annen måte enn den norske. At merket er funnet særpreget i våre skandinaviske naboland taler med tyngde for at merket også må anses særpreget i Norge. Merket ble opprinnelig nektet i Danmark med samme begrunnelse som i Norge. Danske varemerkemyndigheter frafalt nektelsen etter at Klager innleverte argumentasjon. Registreringsbeslutningen i Danmark er altså en veloverveid beslutning hvilket gir den større vekt.

## **8 Klagenemndas vurdering:**

### **9 Klagenemnda har kommet til et annet resultat enn Patentstyret.**

- 10 Det aktuelle varemerket er et ordmerke som består av teksten ECOREN.
- 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 eller tjenestene, 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 Gjennomsnittsforbrukeren skal anses å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velinformert, jf. sak C-210/96 Gut Springenheide. Omsetningskretsen for de aktuelle varene vil etter Klagenemndas syn omfatte både private sluttbrukere og profesjonelle næringsdrivende.
- 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 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.
- 17 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 særpreget 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.
- 18 Klagenemnda slutter seg til Patentstyrets forståelse av de to merkeelementene, nemlig at den engelske forkortelsen ECO står for «ecological», økologisk på norsk, og at det norske adjektivet REN betyr «fri for smuss, støv, flekker» (Gyldendals Stor Norsk ordbok). Klagenemnda er videre enig med Patentstyret i at produktene kan ha miljøvennlige eller økologiske ingredienser, og at de varene Patentstyret har angitt i nektelsen kan brukes til rengjøring av ting eller personer.
- 19 Klagenemnda har i den videre vurderingen delt seg i et flertall og et mindretall. Flertallet, som består av Sarah Wennberg Svendsen og Amund Brede Svendsen, har under tvil kommet til at merket har tilstrekkelig særpreg.
- 20 Etter flertallets syn vil ikke merketeksten ECOREN direkte og umiddelbart forstås som en opprømsing av to egenskaper ved varene. Selv om meningsinnholdet i hvert enkelt ord for så vidt er lett å forstå, har Klagenemndas flertall et annet syn enn Patentstyret når det gjelder gjennomsnittsforbrukerens oppfattelse av den konkrete ordsammenstillingen. For å oppfatte meningsinnholdet kreves det en flerleddet fortolkning. Gjennomsnittsforbrukeren må først forstå hvordan helheten skal deles opp i to forståelige elementer. Det at merket i utpekningen gjelder ulike renholdsprodukter, samt det at nordmenn er vant til forkortelsen ECO for økologisk, kan bidra til forståelsen av hvor

oppdelingen skal skje. Likevel mener Klagenemndas flertall at merket umiddelbart oppfattes som et helhetlig, nydannet ord, og at det tar noen sekunder før man ser at det består av en ordkombinasjon med to ulike språk. Merkeelementene ECO og REN glir over i hverandre i overgangen mellom O og R.

- 21 Etter å ha foretatt en fornuftig oppdeling av merket, vil gjennomsnittsforbrukeren etter flertallets syn spørre seg «Hva er økologisk ren?». Slik flertallet ser det gir sammenstillingen ingen umiddelbar mening, blant annet siden det står REN, og ikke «rent». Omsetningskretsen må også forstå at adjektivet ECO (økologisk) knytter seg til ingrediensene i produktet, mens adjektivet REN knytter seg til det ferdige resultatet etter at rengjøringsproduktet er anvendt. Merketeksten kunne lettere ha blitt ansett som umiddelbart beskrivende dersom ECO var *etterfulgt av et objekt* som kan være økologisk. Et tenkt eksempel relatert til varene i nærværende sak, hvor ECO er etterfulgt av et objekt, kan være ECOSÅPE, som direkte angir produktets egenskaper/innhold og art. Slik var det for eksempel i sak 19/00088 (avsnitt 17), der Klagenemnda kom til at ECO ASFALT direkte og umiddelbart ville oppfattes som «miljøvennlig asfalt». Merketeksten ble ansett beskrivende for varer og tjenester tilknyttet asfalt og veiarbeid, men som helhet ble varemerket ansett særpreget på grunn av figuren. En ordsammenstilling bestående av en oppramsing av egenskaper som *begge knytter seg til varen* (eksempelvis EFFEKTIVMILD) eller som *begge knytter seg til resultatet* (et tenkt eksempel kan være REN&GLANS), kunne også etter forholdene lettere ha blitt oppfattet som direkte beskrivende oppramsing. Den konkrete ordsammenstillingen ECOREN, hvor ECO knytter seg til produktets ingredienser og hvor REN knytter seg til det ferdige resultatet, krever etter flertallets syn en viss mental innsats, selv om fortolkningen ikke er spesielt avansert eller krevende.
- 22 Klagenemndas flertall har under tvil kommet til at merket har et suggestivt preg og dermed passerer terskelen for særpreg, selv for varer som er direkte knyttet til rengjøring, slik som «cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations» og «soap» i klasse 3. Det bemerkes at kjennetegnet ligger i nedre sjikt av det som lar seg registrere. Siden flertallet har vært i tvil, er det lagt en viss vekt på at merket er akseptert i våre nordiske naboland, som har liknende språkoppfatning av de konkrete merkeelementene. I Danmark ble opprinnelig nektelse grunnet manglende særpreg senere frafalt, og merket ECOREN ble gitt virkning for samme varefortegnelse som foreliggende sak gjelder.
- 23 Patentstyret uttaler at klagers henvisninger til tidligere praksis i saker som VM 23/00127 SURESELECT, VM 22/00032 RISESMART, VM 23/00071 UNICOOL og VM 24/00111 FINSPACE ikke er direkte sammenlignbare med merket i denne saken, ettersom sammenstillingene består av andre elementer søkt for andre varer og tjenester. Klagenemndas flertall vil poengtere at selv om merkene i Klagenemndas avgjørelser som det er vist til i saken, ikke er identiske med merket i foreliggende sak, og selv om hvert merke skal vurderes konkret, kan de tidligere avgjørelsene kaste lys over vurderingsnormen med hensyn til ordmerker som er bygget opp av to merkeelementer. De kan også belyse hvor mye som skal til for at sammenstillingen kan sies å utløse en

kognitiv prosess. Derfor er det etter Klagenemndas syn ikke irrelevant når klager viser til disse sakene.

- 24 Mindretallet, som består av Thomas Frydendahl, har kommet til at merket er beskrivende og mangler særpreg, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a og første ledd andre punktum.
- 25 Etter mindretallets syn vil merket umiddelbart oppfattes som en angivelse av varenes resultat, nemlig at de kan gjøre noe «fritt for smuss, støv og flekker» på en miljøvennlig eller økologisk måte. Denne oppfattelsen styrkes ytterligere når omsetningskretsen konfronteres med merket i kontekst av varer som nettopp er til diverse rengjøringsformål og som kan ha miljøvennlige egenskaper. Konteksten bidrar til at teksten vil oppfattes som beskrivende, uten at fortolkning er nødvendig. Merket mangler under enhver omstendighet særpreg jf. varemerkelovens § 14 første ledd, fordi det finnes en klar, konkret og direkte link mellom merkets semantiske innhold og de omstridte varene (jf. for eksempel T-243/23, MORE-BIOTIC, avsnitt 34). Merket ECOREN har ikke atskillende evne og oppfyller ikke garantifunksjonen. Merket er etter mindretallets syn beskrivende og mangler særpreg for de omstridte varer, med unntak av «tub overflows» i klasse 11 samt alle varer i klasse 19, ettersom disse ikke kan anvendes til rengjøring og umiddelbart ikke besitter økologiske egenskaper.
- 26 Klagenemnda har i tråd med flertallets votum kommet til at merket ikke er direkte beskrivende for varene, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a, og at det har evne til å feste seg i bevisstheten til gjennomsnittsforbrukeren som en angivelse av kommersiell opprinnelse, jf. varemerkeloven § 14 første ledd. På denne bakgrunn opphever Klagenemnda avgjørelsen til Patentstyret. Merket har tilstrekkelig særpreg for alle varer i varefortegnelsen, jf. varemerkeloven § 14.

## **Det avsies slik**

## **Slutning**

Klagen tas til følge.

Sarah Wennberg Svendsen  
(sign.)

Amund Brede Svendsen  
(sign.)

Thomas Frydendahl  
(sign.)