

**UDSKRIFT**  
**AF**  
**SØ- & HANDELSRETTENS DOMBOG**

---

\*Berigtiget den 19/10 2005 i medfør af retsplejelovens § 221, stk. 1.

**Den 19. oktober 2005** blev af retten i sagen

V-13-04

Puma AG Rudolf Dassler Sport

(Advokat Thomas Færch Wiesner ved Christina \*Wiesner)

mod

Coop Danmark A/S

(Advokat Henrik Holm-Nielsen)

afsagt sålydende

**D O M:**

**Indledning og påstande**

Sagen vedrører spørgsmålet, om Coop Danmark A/S (i det følgende Coop) ved salg af et parti ”JFY Retro sko” krænkede Puma AG Rudolf Dassler Sports (i det følgende Puma) registrerede figurmærke ”form-strippen” og handlede i strid med god markedsføringskik.

*Puma* har nedlagt følgende påstande:

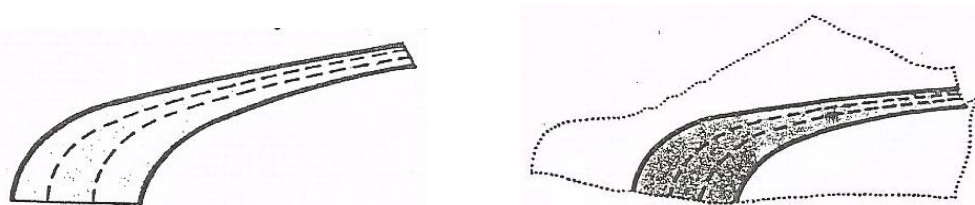
1. Coop tilpligtes at anerkende, at Coops salg af de i bilag 6 og K afbildede ”Retrosko” udgjorde en krænkelse af Pumas eneret i henhold til varemærkelovens § 4 og en overtrædelse af bestemmelserne i markedsføringslovens § 1.
2. Coop tilpligtes at betale Puma vederlag og erstatning for de i påstand 1 nævnte krænkelse, skønsmæssigt ansat til 500.000 kr., subsidiært et mindre beløb efter rettens skøn, med tillæg af procesrente fra sagens anlæg den 5. februar 2004.

*Coop* har nedlagt påstand om frifindelse.

### **Sagens faktum**

*Pumas form-strip og Avanti sko*

Puma har produceret sports- og fritidssko siden grundlæggelsen af fabrikken i Tyskland i 1924. I 1958 blev fodboldstøvler fra Puma anvendt under finalen i fodbold VM. På siderne bar støvlerne en ny stribe, den såkaldte form-strip. Form-stripen blev registreret som figurmærke i 1959 i Tyskland og videreført som internationalt varemærke under Madrid-systemet. I Danmark blev form-stripen registreret i 1977 som figurmærke og i 1984 som figurmærke afbilledet på en sko i klasse 25 (sko, især sports- og fritidssko). Figurmærkerne ser således ud:



Form-stripen kan beskrives som en stribe opdelt i tre baner ved hjælp af stiplede linjer, som begynder ved sålen midt på skoen ved fodballen og svinger bagud og opad, mens den indsnævres og ender næsten øverst ved skoens indgang ved hælen. Puma har fremlagt et omfattende markedsføringsmateriale, hvoraf fremgår, at Pumas sko til sport og fritid har været markedsført løbende i Danmark under anvendelse af form-stripen fra i hvert fald midten af 1960'erne til i dag. Fodtøjet har derudover

været forsynet med andre kendetegn som navnet ”PUMA” og figuren ”en springende puma”.

Ifølge det fremlagte markedsføringsmateriale er form-strippen anvendt i næsten uændret form, men i 1981 ses form-strippen i enkelte tilfælde aftegnet ved huller. I 1990’erne ses ligeledes Puma sko med form-strippen i variationer som for eksempel med fuldt optrukne streger i stedet for syninger eller som gemt bag andre ornamenter. Fra slutningen af 1990’erne til 2003 bruges form-strippen i nye variationer på fortrinsvis nye skomodeller, som tillige har særprægede såler, mens den tidligere brug af form-strippen beholdes på især de mere klassiske skomodeller. De færreste sko vises med en fløs, som kan foldes ud over snøreindretningen.

Parterne er enige om, at Pumas form-strip er et indarbejdet og velkendt mærke.

Puma fremstillede en skomodel med navnet ”Avanti”, som blev solgt i perioden fra omkring 1999 til 2002 i Danmark. Skoen så således ud:





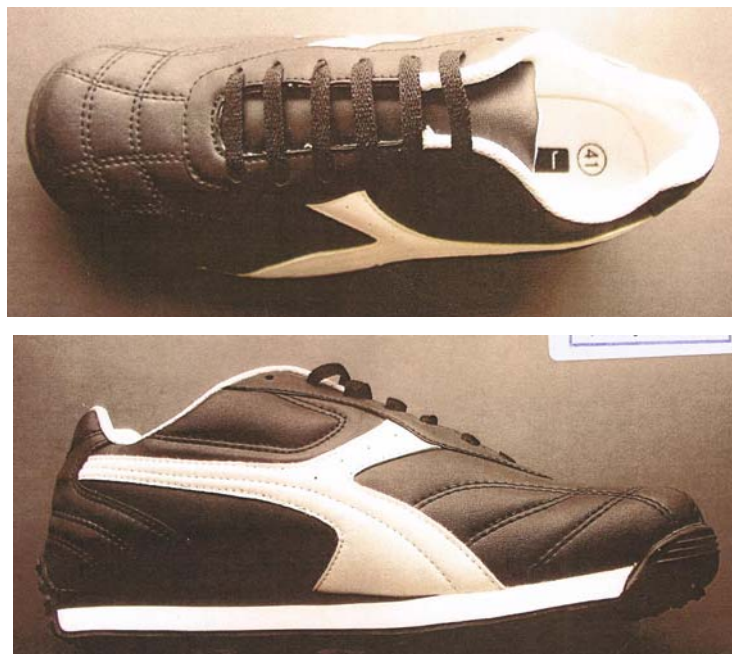
I Danmark blev skoen blandt andet markedsført i flere farvekombinationer, men farverne sort/hvid og beige/brun var de mest solgte. Skoens sål udgøres af over 100 små og store gummidutter, heraf 15 op ad hælen, og på et firkantet felt i sålen står der PUMA med den springende puma aftegnet. Sålen går op over både skosnude og hæl. Sålen afsluttes ved skosnuden med tre vandrette striber. Syningerne på skoen danner et mønster, hvoraf to syninger går rundt om snuden, og to dobbeltsyninger går rundt nederst om hælen, hvorpå pumaen er aftegnet. Ved snøreindretningen er det muligt at folde en fløs uden på snøren. Et stykke læder går uden om snøreindretningen i en facon, som udvides midt på, snævres ind på vej mod den øverste del af snøren og derefter atter udvides. Form-strippen er anvendt i overensstemmelse med varemærkeregistreringen som sideapplikationer med syninger udgørende de stiplede linjer, som opdeler form-strippen i tre baner.

#### *JFY Retro sko*

I 2002 og 2003 solgte Coop, herunder i supermarkedet Kvickly Xtra, et parti fritids-sko under betegnelsen "retro sko". Puma rettede den 5. marts 2003 henvendelse til Coop om disse sko på baggrund af et par sko indkøbt den 25. januar 2003. Kvitteringen viste, at udsalgsprisen var 99,95 kr., efter at en rabat på 50 kr. var fratrukket ordinærprisen på 149,95 kr. Den 19. marts 2003 oplyste Coop, at skoene var bestilt i januar 2002 og var nu næsten udsolgt. Parterne fortsatte korrespondancen, og Coop bestred, at skoen udgjorde en krænkelse af Pumas varemærkeret. Coop oplyste den 31. marts 2004, at Coop havde indkøbt 12.408 par sko fordelt på farvekombinationen

beige/brun og sort/hvid i størrelse 28-46, at udsalgsprisen havde været 99,95 kr., hvorefter prisen blev nedsat til 50 kr., og at indkøbsprisen afhængig af størrelsen havde været henholdsvis USD 5 og 5,60. Det er senere oplyst, at de første 10.593 par sko blev solgt for 99,95 kr. pr. par. Det er ubestridt, at alle sko nu er solgt. Spørgsmålet om produktefterligning nævnte Puma først efter, at korrespondancen om varemærkekrænkelsen sluttede med, at Coop i august 2003 ville afvente en stævning.

Coops sko blev markedsført som retro sko, men var også påført mærket ”JFY” (Just For You) på den indvendige sål. Skoen så således ud (bilag K):



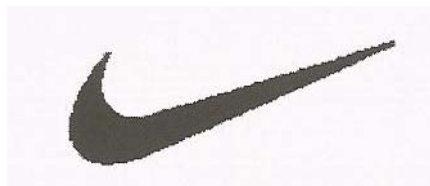
Sålen har over 100 små og store dupper, som er lidt mindre end Avanti skoens, heraf 15 op ad hælen. Der er et lidt større firkantet felt under sålen end under Avanti skoens, men der er ikke påført noget navn eller mærke. Der er tre striber rundt om snuden, og der er syninger på snuden og rundt om hælen. Der er ikke noget mærke på hælen. Der er ingen fløs, som kan foldes uden på snøreindretningen. Snøreindretningen er omgrænset af et læderstykke, som udvides midtpå og udvides øverst. På siderne er der påsyet applikationer som vist på foto. Der er ingen navne på siderne. Sideapplikationen går fra sålen ved fodballen som en bred stribe bagud og opad, samtidig med at den indsnævres. Svinget bagud er mere spidst end svinget i Pumas form-strip. Striben er opdelt i 2 baner ved hjælp en syning. Efter ca. 1/3 af striben forgrener striben sig således, at en gren med 4 huller går op mod snøreindretningen.

### *Retro-bølge, andre sko og varemærker*

Parterne er enige om, at begrebet ”retro” er en generisk betegnelse for sko, som skal associere til ”de gode gamle dage”, ved at ældre skomodeller vender tilbage i en ny udgave. En retro-bølge i begyndelsen af det 21. århundrede førte en stor mængde retro-sko med sig fra forskellige producenter. JFY Retro og Puma Avanti er en del af dette fænomen. Retro-skoene findes med særprægede såler, såler med dupper og med såler, som går op om snude og hæl. Parterne er enige i, at der findes en lang række sko fra forskellige producenter, hvor sålen har dupper, og hvor sålen eventuelt også er bøjet op om snude og/eller hæl. Det er dog Pumas opfattelse, at Pumas dupper har særpræg henset til, at der er tale om små og store dupper mellem hinanden. Der er endvidere enighed om, at snøreindretningerne er uden særpræg.

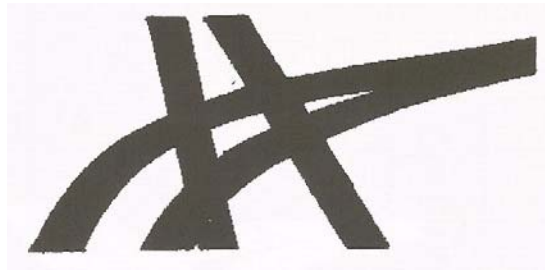
Coop har fremlagt en række fotoalbum med forskellige skomærker for at illustrere andre mærkers mere eller mindre konsekvente anvendelse af figurer, anvendelse af striber som sideapplikation og anvendelsen af særprægede såler, herunder såler, som går op over snude og/eller hæl og har dupper.

Nike anvender en velkendt stribe, den såkaldte ”swoosh”, som sideapplikation, der går bagud og indsnævres opad. Det er Coops opfattelse, at Nikes swoosh anvendes mere konsekvent end Pumas form-strip, hvorimod Puma henviser til, at også Nikes swoosh ses i forskellige variationer. Coop har fremlagt fotos af Nike sko for at vise, at swooshen indgår sammen med andre formentaler alt efter modens udvikling, og at moden afspejler sig ved sammenfaldende stiltræk hos alle skomærker inklusiv Puma. Nikes swoosh ses i flere variationer blandt disse sko, hvoraf mange har særprægede såler.

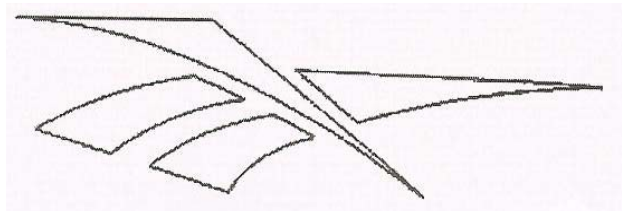


Nikes ”swoosh”

Et andet mærke er Asics, hvilke sko bærer en figur, som udgøres af to striber, der indsnævres bagud og opefter mod hinanden for til sidst at gå sammen. De to buede striber krydses af to tværgående rette og kortere striber:



Reebok har følgende registrerede figurmærke:



Coop har indkøbt sko af mærkerne Oliver, Graceland, Cube og Bianco og har fremlagt fotos heraf for at illustrere striber og sideapplikationer.

Coop har endvidere fremlagt udskrifter fra [www.zappos.com](http://www.zappos.com) med uddrag af sko, som sælges på denne Internet side. Coop har påpeget, at flere af skoene er udstyret med striber på siderne, herunder især sko fra Donald J. Pliner, Marc, John Fluevog og Skechers, har særprægede såler og såler, som går op over snuden, for eksempel Ecco. Diadora er medtaget med en sko, som har dupper under sålen, som går op over hælen, og har en stribe på siden af skoen, som minder meget om striben på JFY Retro skoen, bortset fra at forgreningen er udformet mere som et Y, og at striben nede ved sålen er smallere.

Puma har fremlagt materiale fra [www.shoes.com](http://www.shoes.com) og påpeget, at der ikke er sko med striber, som nærmer sig Pumas form-strip. Shoes.com forhandler dog ikke Diadora, men Asics er repræsenteret. Flere af skoene har striber på siden. Puma har fremlagt fotos af skoudstillinger fra almindelig skotøjsforretninger, hvoraf fremgår, hvordan skoene opstilles med siden til, således at sideapplikationen tydeligt ses.

Puma har dokumenteret, at Puma i Danmark og andre lande har været involveret i en række tvister vedrørende krænkelse af form-strippen.

### **Forklaringer**

*Jochen Lederhilger* har forklaret, at han er chef for Pumas afdeling for immaterielle rettigheder, herunder varemærker, patenter og design, og varetager blandt andet krænkelsessager. Salget af Puma sko er kraftigt stigende, og Puma har klaret sig rigtig godt de sidste 4 år. Koncernens samlede årlige omsætning er på ca. 1,8 mia. Euro, hvoraf 50-60 % vedrører skoproduktionen.

Pumas produkter henvender sig til unge modebevidste forbrugere og sportsudøvere, idet sport også kan siges at være en del af den moderne livsstil. Lifestyle sko er beregnet til cafe- og shoppingture, men ikke til at træne i. Lifestyle sko er trendsættende sko, som skal passe til den øvrige moderigtige beklædning, hvor brandet er af betydning. Omsætningen af sko består af 2/3 lifestyle produkter og 1/3 sportssko.

Form-strippen er Pumas varemærke for fodtøj og er det vigtigste distinktive mærke blandt øvrige kendetegn til at adskille Puma fra andre. Form-strippen benyttes på alle sko på samme måde, men der kan forekomme mindre justeringer af hensyn til design og form. Variationerne skal godkendes i hans afdeling, og ofte bliver forslag til anvendelse af form-strippen afvist, fordi de er for afvigende.

Puma overvåger markedet gennem sine sælgere og ansatte. Der er udarbejdet en intern instruks, så alle ved, hvad de skal gøre, hvis de ser et produkt, som er for tæt på Puma: køb varen, få kvitteringen, notér forretningens navn og adresse, tæl antal eksemplarer og mulige farver. Oplysningerne sendes til hans afdeling.

I 2005 har der været 1900 sager om krænkelse. I 2004 var der færre, men problemerne er steget kraftigt på grund af mærkets værdi. I 2004 fandt Puma 800.000 par krænkende sko over hele verden, og i år er der allerede konstateret 600.000 par sko, som er blevet fjernet fra markedet.

De mest populære sko, lifestyle skoene, bliver oftest udsat for efterligninger. Puma Avanti er en af disse. Puma Avanti kom første gang på markedet i 2000 og blev en



bestseller med meget stor efterspørgsel. Skoen solgte allerbedst i 2002. Puma har fundet 10.000-vis af kopierede sko og bruger så mange ressourcer som nødvendigt på at standse krænkelserne.

JFY Retro skoen blev fundet af Puma i Danmark og indkøbt i henhold til den interne instruks. Hans afdeling modtog skoen, og han vurderede, at der var tale om en klar krænkelse af Pumas form-strip. Puma er kendetegnet ved et produkt af høj kvalitet, og når kunderne finder sko, som ligner Pumas, i lavprisbutikker, bliver de skuffede, og Pumas image udhules. Pumas marked blev helt sikkert påvirket af salget af JFY Retro skoen.

Asics figurmærke er meget forskelligt fra Pumas, for Asics figur består af to vertikale striber, som krydses af to vandrette streger. Puma har en aftale med Reebok om anvendelsen af Reeboks figurmærke, således at Reebok altid skal benytte den trekantede figur sammen med striberne. Diadora er et italiensk mærke, som har eksisteret længe ved siden af Puma. Begyndelsen af Diadora-striben nederst er meget smallere end på form-strippen. Figuren er pil-formet, og der er klart tale om en anden figur end Pumas form-strip. Figuren svarer til Diadoras registrerede varemærke og anvendes som sideapplikation på skoen i bilag G side 24. Øverst på bilaget ses Diadoras registrerede varemærke.

Graceland skoen, sagens bilag H side 5, har en stribe, som begynder langt fremme ved skosnuden og falder igen halvt henne ad skosiden. Denne figur er ikke krænkende. Cube skoen, bilag H side 9, har en stribe, der minder om en bro, og har intet med Pumas form-strip at gøre. Root skoen, bilag H side 14, har en stribe, som går ned igen til sålen ved hælen, og som krydses af en anden streg. Dette har intet at gøre med Pumas figur. Dockers skoen, bilag H side 17, har en stribe, som går ned til sålen ved hælen. Figuren er et registreret varemærke og krænker ikke Puma. Han har vist nok hørt om Bianco før, og skoen i bilag H side 22 har en figur, som udgøres af to striber, der krydser vertikalt, og som har en meget tyndere begyndelse end form-strippen. Biancos stribe på skoen i bilag H side 25 minder om et U. Biancos striber er ikke noget, Puma vil føre sag om i Danmark. Marc skoens stribe, bilag G side 9, forveksles ikke med form-strippen, for der er tale om en pil-formet applikation med association til Kagoroos figurmærke. Donald Pliner skoen, bilag G side 3, er slet ikke forvekslelig med Puma, for striben bliver ikke smallere bagud og er fæstet på hæl-

kappen. John Fluevog, bilag G side 18, blev sagsøgt for flere år siden, da der er tale om et krænkende mærke. Han mener, at der er underskrevet en aftale om, at denne sko skal udgå. Skechers sko, bilag G side 20, har ligesom Dockers sko et bro-lignende logo, som går ned mod hælen og ikke op. Til forskel herfra går applikationen på skoen omfattet af forligserklæringen i bilag 52 lige mod hælen og buer ikke nedad.

Det sorte element på Puma skoen, bilag B side 2, er skoens baggrund, og der er ikke tvivl om, at den hvide stribe er Pumas form-strip, som den skal anvendes. På Puma skoen, bilag B side 8, er det stadig tale om form-strippen. Puma skoen, bilag B side 15, har også form-strippen, som dog delvist skjules af lukkemekanismen.

Skoenes striber og form-strippen er ikke bare dekorative elementer, men anvendes til at mærke skoene klart og tydeligt for at adskille dem fra andre sko. JFY Retro skoen krænker form-strippen, fordi striben begynder og ender på samme måde som form-strippen.

Puma sælger licenser på almindelige markedsvilkår, det vil sige 8-12 %.

*Peter Bedsted* har forklaret, at han er administrerende direktør i Puma Denmark. Hans ansvarsområde omfatter immaterialret, men sagerne går videre til immaterialretsafdelingen i Tyskland. Der sælges årligt ca. 240.000 par Puma sko fra 150 modebutikker og 350 sports- og specialforretninger i Danmark, hvilket er 3. bedst efter Nike og Adidas. Lifestyle produkterne har været i stor vækst i hele Europa siden slutningen af 1999. Puma Avanti var mest populær i 2001 og 2002 og har været en af de mest populære sko. Den blev produceret i mange farvekombinationer, men danskerne foretrækker nogle særlige varianter, nemlig kombinationerne sort/hvid og beige/brun. Den vejledende udsalgspris var 799 kr. Målgruppen var oprindeligt de 18 til 24-årige, men retro-skoene fik et meget bredere kundeunderlag. Avanti blev solgt i begrænsede mængder fra lifestyle butikker og ikke i sportsbutikker. Skoen blev helt udsolgt i 2004, og der er ingen sko på lager.

De 350 sportsforretninger er meget kritiske overfor efterligninger, og de 30 ansatte i Puma Danmarks organisation overvåger og rapporterer også om konkurrenter. Ofte er henvendelser om kopiprodukter kommet fra forhandlere og kunder. En kunde rin-

gede og fortalte, at Kwickly solgte en sko, som lignede Avanti meget. Da de fik skoen ind på kontoret, stod det helt klart, at der var tale om en krænkelse af Pumas Avanti sko, og at den var forvekslelig for kunderne. Pumas renommé lider skade, når der sælges kopiprodukter på markedet, og Puma har mistet et par års salg på grund af JFY Retro skoen.

*Lars Østerby* har forklaret, at han er produktchef hos Coop Norden Danmark A/S.

Retro er benævnelsen for en gammel skomodel, som er hentet tilbage og fornyet. Dette blev moderne i 2002-2003, og Coop gik målrettet efter at købe en retro-sko. Der var et stort udbud. JFY Retro er en god kommerciel sko, som kan bruges af en meget bred kundesgruppe. Skoen blev ikke markedsført under navnet JFY (Just For You), der er Coops "no-name" eget mærke til prisbillige produkter, og som ikke bruges i markedsføringsøjemed.

Coop afgav ordre på JFY Retro skoen efter at have set den på en messe i fjernøsten. Skoen blev ikke specialfremstillet til Coop. Han havde ikke et specifikt kendskab til Puma Avanti på det tidspunkt, men kendte selvfølgelig Puma generelt. Han gjorde sig ingen overvejelser om, at striben lignede Pumas form-strip, men han var opmærksom på, at striben ikke lignede andres. Der blev indkøbt 12.408 par sko for 510.501,01 kr. Hertil kom transportomkostninger, lagerudgifter, toldafgift, distributionsomkostninger m.v. Fortjenesten udgjorde ca. 250.000 kr.

JFY Retro skoen har aldrig været solgt for mere end 100 kr. Han har ikke kunnet finde ud af, hvorfor der står 150 kr. på kvitteringen fra Kwickly. Restlageret er formentligt solgt for 50 kr. pr. par eller derunder. Skoene er ikke i butikkerne længere.

### **Procedure**

*Puma* har gjort gældende, at form-strippen er indarbejdet gennem 50 år, og at en stærk indarbejdelse giver større adskillelsesevne, hvorfor strippen ved forvekslelighedsvurderingen skal tillægges en udvidet beskyttelse. Selv hvis form-strippen ikke oprindeligt havde særpræg, har form-strippen fået det ved indarbejdelse. En tysk dom af 26. marts 2004 fra Landesgericht Nürnberg-Fürth lagde vægt på, at indarbejdelse gav form-strippen større beskyttelse. Alene i 2005 har Puma været involveret i mere

end 1.900 krænkelssager og har fået fjernet 600.000 par sko fra markedet. På denne måde beskytter Puma sit mærke mod udvanding. Kendte mærker har goodwill, og derfor udsættes de ofte for angreb, hvorfor beskyttelsen skal være større også med hensyn til efterligninger, som ikke er identiske.

Ved helhedsvurderingen af de to figurer skal der tages hensyn til, at der ved stor varelighed stilles mindre krav til krænkelsen. Coop valgte bevidst at sælge skoen som en "no name" sko under den brede betegnelse retro. Coop ønskede at udnytte muligheden for at sælge en betydelig mængde sko på baggrund af den originale skos popularitet. I modsætning til Adidas-sagen (Sø- og Handelsretten, sag V 150/99) blev Coops navn ikke tydeligt angivet, hvorfor risikoen for forveksling var større. Det er ikke ukendt, at restpartier af originale sko sælges i supermarkeder, hvorfor kunderne i første omgang ikke vil tænke nærmere over pris og kvalitet, og når skoen først er købt og anvendt, er det for sent. Prisen er derfor uden betydning for vurderingen.

Form-strippen er ikke en naturlig funktionel figur, men et særligt designet kendetegn, og JFY Retro skoens figur gengiver de karakteristiske træk ved form-strippen. Der er syninger på begge sko, og om striben inddeles i 2 eller 3 baner er ikke afgørende. Den eneste egentlige forskel er forgreningen, som træder tilbage for det dominerende element. Det afgørende er, hvordan kunderne husker mærket, og kunderne vil ikke hæfte sig ved forgreningen, men snarere tænke, at det er tale om en variation af form-strippen, og dermed opstår forvekslingen. Yderligere sidder figuren på en model, som er en kopi af en af Pumas mest solgte sko.

Ligheden mellem Avanti og JFY Retro er så stor, at der utvivlsomt er tale om en produktefterligning: syningerne på skosnuden og hælen, forgreningen på hælappen og de stort set identiske såler, herunder med den firkant, hvor der på den originale sål står Puma. Der er lige mange dupper på sålerne og på hælen. På figurmærkerne er der enkeltsyninger, mens der andre steder er dobbeltsyninger. JFY Retro blev solgt i nøjagtigt de farvekombinationer, som Pumas mest populære model i Danmark havde. Det er usandsynligt, at alt dette skulle være en tilfældighed. Kombinationen af disse elementer er afgørende for helhedsbedømmelsen og ikke de enkelte elementer. Coop har ikke kunnet fremvise en anden sko, som på samme måde kombinerer disse elementer, ej heller med samme farvekombination. 99 % af Puma skoene har ikke en fløs, hvorfor kunderne ikke vil bemærke, at den mangler på JFY Retro skoen. Kun-

derne forbinder først og fremmest Puma med form-strippen og ikke selve navnet eller pumaen.

Det gøres derfor gældende, at varemærkelovens § 4, stk. 1, er overtrådt, og at Pumas renommé er udnyttet i strid med varemærkelovens § 4, stk. 2. Den tilstræbte lighed er en utilbørlig og illoyal udnyttelse af Pumas goodwill og i strid med markedsføringslovens § 1.

Det bestrides, at form-strippen skulle være sløret eller udvandet. Puma har konsekvent fra 1950'erne til i dag anvendt form-strippen i overensstemmelse med varemærket, dog har enkelte variationer været nødvendige på grund af model, størrelse m.v. Form-strippen er hele tiden genkendelig, og variationerne har ikke berørt mærkets integritet. Adidas har benyttet en række varianter og dermed medvirket til sløring af sin figur, hvorfor Adidas-dommen ikke er relevant.

Puma har løbende reageret overfor striber, som ligner form-strippen. Puma har reageret overfor John Fluevog skoen, og den er ikke på markedet mere. Reebok gengiver ikke de karakteristiske elementer af form-strippen. Diadoras mærke har eksisteret meget længe ved siden af Pumas og adskiller sig på flere måder fra form-strippen, herunder at forgreningerne er lige tykke, og Puma har bevidst accepteret Diadora. Asics to striber krydser hinanden. Puma har ikke reageret overfor disse sko, fordi der ikke er risiko for forveksling. Coop har ikke kunnet bevise, at der generelt skulle være en trend med striber, som har sløret form-strippens beskyttelse. De fremviste striber er af alle mulige typer og minder ikke om form-strippen. Selv om det er almindeligt at sætte mærker på sko, giver det ikke Coop ret til at sælge sko, som ligner Pumas. Når det gælder fodtøj, har sideapplikationerne en væsentlig identifikations- og adskillelsesfunktion, som ikke er funktionsbetinget. Dette ses tydeligt, når sko opstilles i skoforretninger med siden til. Skoenes navne ses ikke, men sideapplikationerne adskiller tydeligt mærkerne fra hinanden, så kunderne genkender mærket.

Med hensyn til erstatning og vederlag gøres det gældende, at Coop har handlet uagtsomt, hvorefter betingelserne i varemærkelovens § 43 og markedsføringslovens § 13, stk. 2, er opfyldt. Salget af JFY Retro skete i 2002 og 2003, hvor form-strippen var stærkt indarbejdet, og Avanti var Pumas mest populære sko. Coop burde have været klar over dette. Erstatningen må fastsættes skønsmæssigt for tabt fortjeneste og

markedsforstyrrelse. På baggrund af Coops salg af 12.408 par sko har Puma mistet en omsætning på 10 mio. kr. med en fortjeneste på 1 mio. kr., og salget af Avanti måtte indstilles 1-2 år før tid. Salget af JFY Retro medførte negative reaktioner overfor Puma og tab af image. Coops fortjeneste er uden betydning for erstatningsfastsættelsen. Vederlaget kan passende fastsættes i forhold til en licens på 8-12 % af Coops salg eller 90.000 kr. Erstatning og vederlag indgår i et samlet skønsmæssigt beløb, der i forhold til antal solgte sko passende kan sættes til 500.000 kr.

*Coop* har gjort gældende, at det karakteristiske for form-strippen er de tre parallelle baner og ikke en stribe, som begynder ved sålen, og som indsnævres bagud og opad.

Form-strippen er ikke særpræget eller yderst distinktivt, men indeholder kun meget få mærkeelementer med en tilhørende snæver beskyttelse. Et enkelt afvigende element er nok til at adskille sig herfra. Coop er enig i, at Nikes og Asics figurer adskiller sig fra Pumas, for mærkerne har hver sit særpræg. Reeboks mærke indeholder tre striber, som begynder ved sålen og indsnævres bagud og opad, men adskiller sig alligevel fra form-strippen. Det samme gør sig gældende for JFY Retro skoens figur. Det er ikke kun forgreningen og forskellen på antal baner, som adskiller de to figurer: JFY Retro figuren er fra hælen en vandret stribe, som forgrenes, mens form-strippen er tre baner, som indsnævres i samme takt bagud og opad.

I replikken har Puma anført, at de andre mærker ikke krænker Puma bortset fra Marc skoen, men nu mener Puma, at Marc heller ikke er en krænkelse. Hvis form-strippen skulle have en udvidet beskyttelse, måtte Donald J. Pliner skoen i bilag G side 3 også være en krænkelse, for den eneste forskel er, at striben udvides og ikke indsnævres. Efter samme princip burde Skechers skoen, bilag G side 20, være en krænkelse, for der er tale om tre striber, som indsnævres bagud og nedad i stedet for opad. John Fluevog skoen i bilag G side 19 var ifølge Puma i første omgang ikke en krænkelse, men det ændrede sig under Jochen Lederhilgers forklaring. Form-strippens beskyttelsesområde må herefter være det snærest mulige, for selv om den er velkendt, har den meget lidt særpræg. Adidas-dommen og Matas-dommen (UfR 1988.29/2 H) bekræfter, at striber har et meget lille beskyttelsesområde.

Mærket på Diadoras sko, bilag G side 26, har en forbløffende lighed med JFY Retro skoen, men alligevel har Puma i processkrifterne anført, at der er en væsentlig afvigelse.

se. Jochen Lederhilgers forklaring om, at han var lidt usikker på, om Diadoras mærke indebar en krænkelse, kan ikke passe. Puma mener samtidig, at den mindre forgrening på JFY Retro skoen ikke spiller nogen rolle, og denne mangel på konsekvens må medføre, at Pumas krav er uden indhold.

Der er under denne sag fremlagt fotos af flere Puma sko, hvor form-strippen afviger fra figurmærket. Næsten uden undtagelse er form-strippen ikke opdelt i baner ved hjælp af syninger, men ved hjælp af striber. Beskyttelsen af form-strippen er derfor udvandet. Hvis Puma har haft 1.900 krænkelsessager i 2005, burde Puma have fremlagt nogle retsafgørelser herom. De mange erklæringer og forlig kan skyldes andre faktorer, og det gøres gældende, at de aftalemæssige forhold intet siger om den retlige stilling.

Det bestrides, at JFY Retro skoen som helhed næsten er identisk med Puma Avanti. Helhedsindtrykket kan minde om Puma Avanti, men sammenligneligheden må baseres på de af Puma fremhævede elementer: Sideapplikationen må der ses bort fra, farverne er ganske almindelige nuancer i sædvanlige kombinationer uden beskyttelse, detaljeforskelle er uden betydning, såler med dupper er ikke særpræget og er begrundet i, at der er tale om retro sko, sålernes forlængelse op over hæl og skosnude er uden særpræg, sålen er forskellig fra Avanti sålen, der er ikke tale om en afstøbning, snøreindretningen er almindelig, og der er i det hele tale om almindelige funktioner uden særpræg. Syningerne er ikke-funktionelle formelementer, men er almindelige for sports- og fritidssko, og syningernes forløb er ikke identiske, men forløber forskelligt og er forskelligt placeret. Yderligere er Avantis fløs, den springende puma og navnet Puma ikke på JFY Retro skoen, og det er udokumenteret, at 99 % af Pumas sko skulle være uden fløs. Når Avanti er udsolgt i sportsforretningen, og kunden går i Kvickly for at købe en sko, er kunden udmærket klar over, at der skal være en fløs og en springende puma på en Puma-sko.

JFY Retro skoene blev solgt i 2003, hvilket var 1 år efter salget af Avanti skoene. Det har næsten været umuligt at finde en Avanti sko, hvorfor salget af JFY Retro sko ikke kan have haft nogen indflydelse på Puma Danmarks ordreafgivelse på Avanti sko. Coop finder det herudover ikke nødvendigt at fremkomme med bemærkninger til Pumas erstatningsopgørelse.

## **Rettens begrundelse og afgørelse**

### *God markedsføringskik*

Helhedsindtrykket af JFY Retro skoen i forhold til Puma Avanti påvirkes af en række fællestræk mellem skoene: Sålerne har næsten identiske dupper, sålerne går op over skosnude og hæl, striberne på skosnuden, gummidutterne på hælen, syningerne om hælen, langs med siderne og på skosnuden, sideapplikationernes placering og læderstykket omkring snøreindretningen, hvortil kommer, at Retro skoen blev solgt i de mest populære farvesammensætninger for Pumas Avanti sko. Disse elementer giver skoene et ensartet indtryk, selvom der er forskelle i detaljerne. Til forskel fra JFY Retro skoen har Avanti en fløs, som kan sættes udover snøreindretningen, indvendig læder og en springende puma på hælen. Forskellene kan dog i forhold til de påpegede fællestræk ikke ændre det forhold, at JFY Retro skoen som helhed fremstår som en efterligning af Avanti. Retten finder derfor, at Coops salg af JFY Retro var i strid med god markedsføringskik, jf. markedsføringslovens § 1.

### *Varemærkekrænkelse*

Pumas form-strip er et registreret figurmærke og dermed beskyttet mod anvendelsen af lignende figurer for samme varer, hvis dette antages at medføre risiko for, at mærkerne forveksles, eller at det antages, at der er en forbindelse mellem varemærkerne. Det er ubestridt, at der foreligger varelighed, og at mærkerne ikke er identiske.

Der er endvidere enighed om, at form-strippen er et velkendt varemærke. Mærket er sammen navnet Puma og den springende puma figur blevet indarbejdet på markedet gennem de sidste 40-50 år, og efter bevisførelsen kan det lægges til grund, at Puma aktivt har søgt at beskytte figurmærket mod efterligninger. Retten lægger dernæst vægt på, at der i skotøjsbranchen er meget fokus på sideapplikationer som kendetegn, ved at skoene i forretningerne er udstillet med siden mod kunderne, hvorfor disse kendetegn særligt har til formål på en tydelig måde at adskille mærkerne. Overordnet fremtræder mærkerne som striber i forskellige varianter påført diverse andre figurer på siden af skoen, hvorfor selve det at sætte striber på siden af en sko ikke er beskyttet, men det kan ikke derfra sluttes, at striber i enhver udformning ikke vil kunne krænke registrerede figurmærker som Pumas form-strip.



På denne baggrund skal udstrækningen af beskyttelsen af form-strippen bedømmes i forhold til figuren på JFY Retro sko.

JFY Retro skoens figur er placeret det samme sted på skoen som Pumas form-strip. Begge figurer begynder bredt ved sålen omkring fodballen og går bagud og opad. Form-strippen indsnævres bagud, mens JFY Retro figuren ud over at indsnævres bagud også forgrenes i en kort og relativ bred streng op mod snøreindretningen. På forgreningen er påført fire små huller. Den langstrakte del af figuren er opdelt i to baner ved hjælp af en syning. Figuren slår inderst et kraftigt sving mod hælen, hvorimod form-strippen går i en blødere bue mod hælen. Form-strippen er opdelt i tre parallelle baner ved hjælp af to syninger. Under hensyn til den gennemsnitlige kundes udvaskede erindringsbillede findes forgreningen ikke at være et tilstrækkeligt divergerende element til at undgå risiko for forveksling mellem mærkerne i omsætningskredsen, hvorfor JFY Retro skoens sideapplikation udgør en krænkelse af Pumas rettigheder efter varemærkelovens § 4, stk. 1, nr. 2.

### *Erstatning*

Retten finder, at det burde have stået Coop klart, at der var tale om en krænkelse af Pumas figurmærke, hvorfor Coop skal betale vederlag og erstatning til Puma i medfør af varemærkelovens § 43, stk. 1. Coop bragte ca. 12.000 par sko i omsætning på det danske marked, og ifølge Peter Bedsteds vidneforklaring måtte Puma ophøre med salget af Avanti et par år tidligere end forventet. Herefter finder retten, at salget af JFY Retro sko medførte et erstatningsberettiget tab, herunder for markedsforstyrrelse for Puma, jf. markedsføringslovens § 13, stk. 2. Efter de foreliggende oplysninger om Pumas udsalgspriser, kundesegmentet og licensniveauet, samt henset til antallet af krænkende sko, findes vederlag og erstatning samlet at kunne fastsættes til 350.000 kr. Coop skal endvidere betale sagsomkostninger til Puma i forhold til erstatningsbeløbet med 40.000 kr. eksklusiv moms, hvoraf 8.860 kr. udgør retsafgiften.

T h i k e n d e s f o r r e t

Coop Danmark A/S tilpligtes at anerkende, at Coop Danmark A/S' salg af de i bilag 6 og K afbildede "Retrosko" udgjorde en krænkelse af PUMA AG Rudolf Dassler Sports eneret i henhold til varemærkelovens § 4 og en overtrædelse af bestemmelserne i markedsføringslovens § 1.

Coop Danmark A/S tilpligtes inden 14 dage at betale PUMA AG Rudolf Dassler Sport i vederlag og erstatning 350.000 kr. med tillæg af procesrente fra sagens anlæg den 5. februar 2004.

Coop Danmark A/S skal inden samme frist i sagsomkostninger til PUMA AG Rudolf Dassler Sport betale 40.000 kr.

Mette Christensen

Jørgen Gawinetski

Kai Wöldike Bested

(Sign.)

— — —  
Udskriftens rigtighed bekræftes

**P.j.v. Sø- og Handelsretten, den 19. oktober 2005**

Khawar T. Ahmad

Oass.