

- GIA

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

---

**DOM**

Afsagt den 17. november 2009

**V-113-08**

1) Peter Opsvik  
2) Stokke AS  
(Advokat Per Håkon Schmidt)

mod

Basson Baby ApS  
(Advokat Mads Marstrand-Jørgensen)

**Indledning**

Denne sag vedrører spørgsmålet om, hvorvidt Basson Baby ApS ved salg og markedsføring af stolen Lulu har krænket Peter Opsvik og Stokke AS' rettigheder til Tripp Trapp-stolen.

**Påstande**

Peter Opsvik og Stokke AS (herefter Stokke) har i påstandsdokument af 8. september 2009 nedlagt følgende påstande:

1. Basson Baby ApS (herefter Basson) tilpligtes at anerkende at have krænket Opsviks og Stokkes rettigheder ved import og markedsføring af stolen som vist på bilag 6 og 6a.

2. Det forbydes Basson at fremstille, importere, udbyde til salg, markedsføre eller oplagre med henblik derpå, eksportere eller på anden måde erhvervsmæssigt disponere over barnestole som vist på bilag 6 og 6 a.
3. De af påstand 1 omfattede barnestole i Bassons besiddelse udleveres for Bassons regning til Stokke til destruktion.
4. Basson tilpligtes at anerkende, at Basson har overtrådt varemærkelovens § 4 ved at anvende betegnelsen "Stolen som vokser med barnet".
5. Det forbydes Basson at benytte betegnelsen "Stolen som vokser med barnet".
6. Basson tilpligtes at anerkende, at Basson har overtrådt markedsføringslovens §§ 1, 5 og 18.
7. I vederlag og erstatning tilpligtes Basson at betale kr. 1.873.746,00 fra sagens anlæg den 23. april 2008.
8. Basson tilpligtes til Opsvik at betale godtgørelse med kr. 30.000 med renter fra sagens anlæg den 23. april 2008.
9. Basson idømmes en bøde på kr. 50.000.
10. Basson tilpligtes for egen regning at offentliggøre dommen i nærværende sag som nærmere bestemt af retten, såfremt Opsvik og Stokke får medhold i en eller flere af påstandene 1-9.

Opsvik og Stokke har ved skrivelse af 18. september 2009 ændret påstand 7 således:

7. I vederlag og erstatning tilpligtes Basson at betale i alt kr. 1.873.746,00 med renter af 864.298,00 fra den 23. april 2008 og af kr. 836.448,00 fra den 8. september 2009.

Basson har nedlagt påstand om frifindelse, og at Stokke tilpligtes at udslette dansk varemærkeregistrering VR 2008 01056 fra Varemærkeregistreret.

Basson har protesteret mod ændringen i påstanden og gjort gældende, at Opsvik og Stokke ikke skal tilkendes renter, da de ikke har påstået sig tilkendt renter før end ved brev af 18. september 2009, subsidiært at Opsvik og Stokke alene tilkendes renter af 420.000 kr. fra sagens anlæg, da dette var påstanden i stævningen.

Opsvik og Stokke har over for Bassons påstand om udslettelse af varemærket nedlagt påstand om frifindelse.

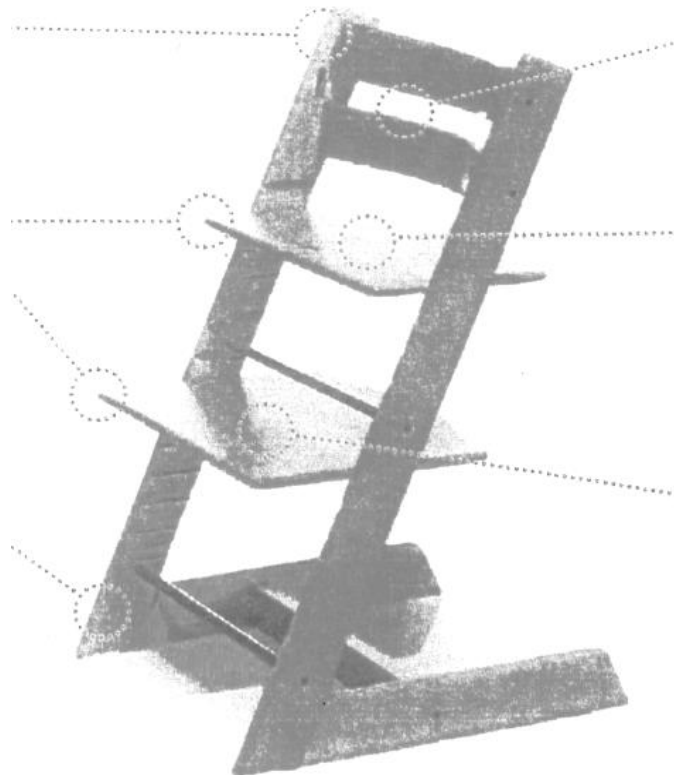
Sagen er anlagt den 23. april 2008 ved retten i Helsingør og er i medfør af retsplejelovens § 225, stk.3, jf. stk. 2, nr. 3, henvist til Sø- og Handelsretten den 11. november 2008.

### **Oplysningerne i sagen**

#### Tripp Trapp-stolen

Møbelarkitekt Peter Opsvik er ophavsmand til barnestolen kendt som Tripp Trapp-stolen. Tripp Trapp-stolen blev patentbeskyttet den 25. april 1974, og beskyttelsen er således udløbet i 1994. Rettighederne til stolen er givet i licens til det norske selskab Stokke.

Tripp Trapp-stolen:



Tripp Trapp-stolen er oprindeligt markedsført under sloganet "stolen som vokser med barnet". Dette er sidenhen ændret til "Stolen der vokser med barnet". Siden 1993 har Stokke selv forhandlet stolen.

Stokke har fremlagt dokumentation for, at Tripp Trapp-stolen løbende markedsføres med forskellige annoncer i blade, der henvender sig til forældre. Tripp Trapp-stolen har været vist i annoncer i:

- Vores Børn; 15 annoncer fra 1993 til 2005.
- Vi forældre; en annonce i 2003 og en i 2005.
- Forældre og børn – MAMA; fire annoncer i alt i 2004, 2005, 2006 og 2007.
- Nyt om børn; en gang i marts 2006.
- Gravid; en annonce.

Vores Børn har haft et oplag på mellem 14.000 og 24.380, Vi forældre et oplag på mellem 9.000 og 14.000, og Forældre og børn et oplag på mellem 8.000 og 45.000.

Stokke indgav den 19. februar 2007 ansøgning til Patent- og Varemærkestyrelsen om registrering af varemærket "Stolen der vokser med barnet" i klasse 20, som er møbler herunder stole. Patent- og Varemærkestyrelsen anmodede om dokumentation for indarbejdelse af varemærket den 11. februar 2008. Den 26. marts 2008 blev varemærket foreløbigt registreret. Den 28. april 2008 har sagsøgte fremsat indsigelser mod registreringen.

### Lulu-stolen

Denne sag vedrørende Lulu-stolen blev indledt ved Stokkes advokats henvendelse til Basson den 6. december 2007.

Lulu-stolen har været udbudt til salg på Bassons hjemmeside til 599 kr. som nedenfor vist:



**Lulu**

Stolen som vokser med barnet.

Leveres incl. bøjle og strop.

Fodstøtte og sæde kan reguleres i højden.

Fremstillet i lakeret træ.

Farver: hvid og natur.

Produceret i henhold til DS/EN 14988

Vejl. 599,-

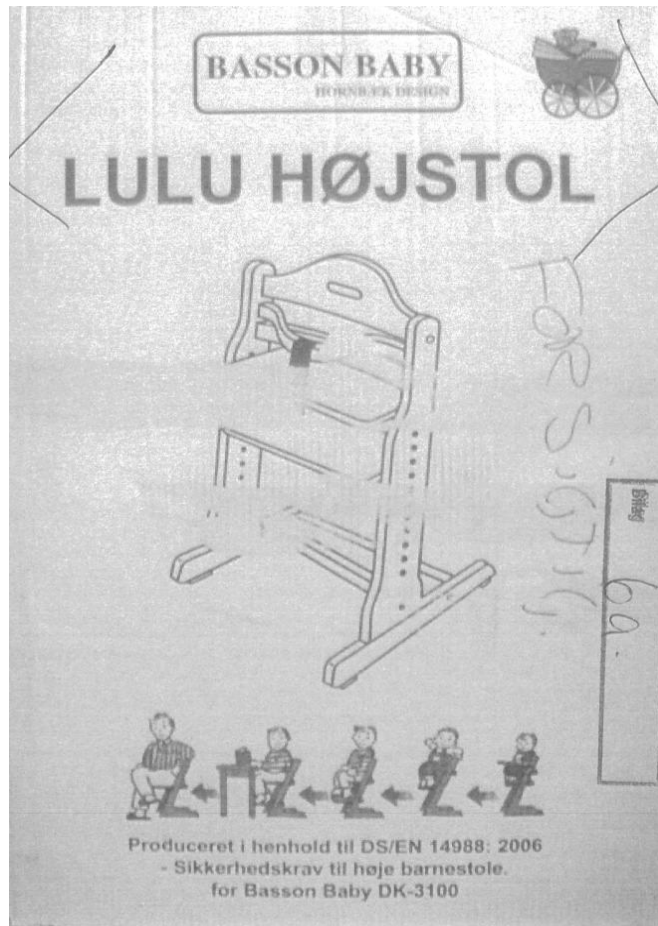
**BASSON BABY**  
HORNÆK DESIGN

Find nærmeste forhandler på [www.bassonbaby.dk](http://www.bassonbaby.dk)

(bilag 6)

På Bassons hjemmeside fremgår, at de har 92 forhandlere i hele Danmark. En af disse forhandlere har på sin hjemmeside som beskrivelse anført: "Stolen der vokser med barnet".

På Lulu-stolens papkasse er nederst trykt en række tegninger af en stol, der ligner Tripp Trapp-stolen:



(Bilag 6 a)

Parterne har før denne sag korresponderet om Bassons salg af andre børnestole. I 1993 oplyste Basson til sagsøger 1, at Basson påbegyndte salget af en stol ved navn "HAUCK". Stokke modsatte sig dette salg, da de fandt at stolen var et plagiat af Tripp Trapp-stolen. Ligeledes i 1998 ønskede Basson at sælge en børnestol ved navn "Sit-up", som Stokke umiddelbart fandt lignede Tripp Trapp-stolen.

#### Andres brug af "vokser med barnet" og andre barnestole

På internettet kan findes mange forskellige ting til børn, som bruger variationer af udtrykket "vokser med barnet", som eksempel herpå er:

- Kørestol: Opbygningen af stolen er meget fleksibel og kan vokse med barnet.
- Stolen Tamara: Stolen som vokser med barnet.
- Barnevogn: ... der kan vokse med barnet.
- Trælegetøj: Der vokser med barnet.
- Halsedisse: Den "vokser" med barnet.
- Seng: Prisbelønnet seng vokser med barnet.
- Autostol: En stol der vokser med barnet.

Seng: Sengen kan trækkes ud og "vokse" med barnet.

Legesæt: Der vokser med barnet.

Babyslynge: Der vokser med barnet.

Kørepose: En solid 3 i en løsning der vokser med barnet.

Cykel: Cykler, der vokser med barnet.

Legebog: Repertoiret af øvelser vokser med barnet.

Hat: Hatten "vokser med barnet".

Alle udsagnene og annoncerne fra internettet er printet i 2008.

Under hovedforhandlingen har der været forevist barnestole med indstilleligt sæde og fodstøtte, og i sagen er fremlagt markedsføringsmateriale vedrørende sådanne stole.

### Syn og skøn

Skønsmanden, designer MDD Søren Nissen, har afgivet skønserklæring af 8. juni 2009, hvoraf fremgår:

" ...

#### Sagsøgers og Stokkes spørgsmål.

- 1) Skønsmanden bedes i hovedtræk beskrive ligheder og forskelle mellem de to stole:

De to stole er noget forskellige i fremtræden til trods for, at de stort set er identiske i størrelse, form og funktion.

#### Ligheder:

Ensartet dimensionering i både materialer og størrelse l x h x b.

Ensartede skråt bagudrettede sidevanger, hvorimellem der spændes sæder og fodplader.

Ensartet støttekonstruktion i form af sprogler og metal rundstol med gevind og skruer til sammenspænding og fastgørelse ved samling af stolene.

Ensartet konstruktion af stolens ryg og frontbøjle, der ikke kan justeres i højden idet ryggene er fikserede med langhuller og/eller skruer.

Stolens hovedform, vinkler og hovedmål er nærmest identiske. Det kan illustreres ved, at der kun er en breddeforskel på ½ cm.

Desuden er sikkerhedsstroppen mellem bøjle og siddeplade udformet identisk.

#### Forskelle:

Først og fremmest i monteringsmåde af sæde og fodplader. Tripp Trapp-stolen har vandret fræsede spor (bilag 12). Herimellem monteres og fastspændes sæde- og fodplader, som holdes sammen af metalrør fra vange til vange. Metalrørene har gevind i hver ende og fastgøres og sammenspændes med skruer. Vanger spændes derved sammen og fastholder sæde- og fodplader.

På Lulu-stolen (bilag 12) spændes fod- og sideplade hver for sig ved hjælp af skruer gennem en skruerække i sidevangerne, en noget billigere konstruktion rent produktionsmæssigt. Desuden har ryggen på Lulu-stolen en opadgående bue med et hul i, formentlig tænkt som et håndtag.

Træsarterne er forskellige på de fremviste stole, henholdsvis lys bøg på Tripp Trapp og en lys orientalsk træsort på Lulu-stolen, formodentlig gummitræ. De optræder for det ikke træned øje næsten ens.

2) Er Lulu-stolen fremstillet uden kendskab til Tripp Trapp?

Det er efter min mening usandsynligt, at Lulu-stolen er fremstillet uden kendskab til Tripp Trapp-stolen. Alle der måtte sætte sig for at fremstille en barnestol af den type (Lulu) vil være bekendt med Tripp Trapp-stolen, hvis navn nærmest er et synonym for den type stole. Desuden understøttes den antagelse af, at der på forpakningen af Lulu-stolen ses en række gengivelser af Tripp-Trapp stolen.

3) Udgør Lulu højstolen et nyt og selvstændigt værk?

Nej, der kan efter min opfattelse ikke være tale om et selvstændigt værk, selvom man har forsøgt at fjerne sig især visuelt fra Tripp Trapp-stolen. Dette forudsætter at Lulu-stolens formgiver har kendskab til Tripp Trapp-stolen.

4) Fremtræder Lulu højstolen ud fra en helhedsvurdering som en efterligning af Tripp Trapp-stolen?

Ja, i de fleste funktionsløsninger er der tale om en efterligning.

Der er dog forskelle, for eks. fastgørelse af sæde- og benplade, mens formen på disse nærmest er identiske. Selv låsekuglen forned i sikkerheds-stroppen mellem bøjle og sædeplader er visuelt identiske.

5) Skønsmanden bedes vurdere om sagsøgtets produkt kan antages at substituere sagsøgers høje barnestol på markedet?

Ja, til fulde.

#### Sagsøgtets spørgsmål

A) Frembyder Lulu højstolen for forbrugere en nærliggende mulighed for forveksling med den af sagsøger markedsførte Trip Trap stol?

Svar:

Nej det vil den velorienterede og bevidste forbruger næppe gøre. Stolens funktion og udformning og størrelse er meget lig hinanden. Derfor kan de nok forveksles af den ikke møbelbevidste forbruger.

B) Fremtræder den i bilag AI og AH afbildede højstol "Tamara" som en efterligning af Trip Trap stolen?

Svar:

Ja, på tilsvarende måde som Lulu-stolen. Se beskrivelse i 1) og 2). Dog er fastgørelsen af sædeplade og fodplade i Tamara-stolen udført fuldstændig som på Trip Trap stolen, nemlig i fræsedespor i sidevangerne sammenspændt og fastholdt med en metalstang med gevind og skruer i enderne. En forskel mellem Tamara og Trip Trap/Lulu-stolene er sikringsstropperne, er



udført anderledes på Tamara, idet stroppen går gennem sædet og er fastgjort i en metalsprode i mellemrummet mellem sæde- og fodplade.

C) Såfremt spørgsmål 4 er besvaret bekræftende spørges, om Lulu højstolen fremtræder som en nærmere liggende eller fjernere liggende efterligning af Trip Trap Stolen?

Svar:

Såfremt der med spørgsmålet menes, om Lulu-stolen er en tættere efterligning af Trip Trap stolen end Tamara stolen, vil jeg mene, at Tamara er en tættere kopi, selvom der er gradforskelle, som beror på måden hvormed sæde- og fodplade fastgøres, se B. De er ens i Tripp Trapp og Tamara.

Konklusion: Begge stole Tamara som Lulu opleves som temmelig tætte kopier af Tripp Trapp.

D) Adskiller formsproget i Lulu højstolen sig væsentligt fra formsproget i Trip Trap stolen og i bekræftende fald, på hvilke punkter?

Svar:

Formsproget på de to stole er forskelligt. Den mest tydelige forskel i forhold til Trip Trap stolen ses i Lulu-stolens sidevinger, hvor Trip Trap stolen er formet som et slags L i ét forløb. Lulustolen har et vandret omvendt T-stykke, som visuelt er anderledes. Der er ved denne konstruktion en mulig "forbedring" rent stabilitetsmæssigt, selvom Trip Trap stolen aldrig har haft stabilitetsproblemer.

Der er også den visuelle og tekniske forskel på sæde- og fodpladens fastførelse, som beskrevet i B. Lulu-stolen er mere afrundet i sine former og bærer ikke indtryk af at være et bevidst designprodukt, men snarer det man i designbranchen kalder "værkfører-design", et begreb der bruges om efterligninger uden designmæssig kvalitet.

E) Er det muligt, såfremt man vil benytte de konstruktionsprincipper, som fremgår af sagsøgers nu udløbne patenter, at udforme en højstol, der ikke fremtræder som en efterligning af Trip Trap stolen?

Svar:

Ja, det er det. Man kan undlade at bruge de i patentet beskrevne elementer og konstruktioner. Det har møbelarkitekten Troels Grum Svendsen tegnet et glimrende eksempel på i sin barnestol Amalie. Men ellers kan de lade sig gøre ved andre designfilosofier om konstruktion og materialevalg.

F) Må det henset til prisforskellen mellem de omtvistede stole antages, at sagsøgtes stol substituerer sagsøgerens stol i forholdet 1 : 1?

Svar:

Rent brugsmæssigt kan de to stole erstatte hinanden. Der er ingen nævneværdig brugs og anvendelses forskelle. Der er formentlig en prismæssig forskel på de to stole, hvor Trip Trap stolen nok vil være den dyreste. Prisforskellene beror blandt andet på forskellige fabrikationssteder og træpriser.

..."

## Opsvik og Stokkes erstatningskrav

Erstatningsbeløbet er opgjort på grundlag af Bassons salg af 4.834 Lulu stole ganget med Stokkes dækningsbidrag på en Tripp Trapp-stol på 369 kr. Erstatningsbeløbet udgør herefter 1.783.746 kr. Godtgørelsesbeløbet i henhold til varemærkelovens § 44 er opgjort til 5 % af 1.783.746 kr. svarende til 90.000 kr. For markedsforstyrrelse påstås 30.000 kr.

### **Forklaringer**

Carsten Larsen har forklaret, at han arbejder hos Stokke som country sales manager for de nordiske lande og varetager blandt andet markedsføringen. Han har været ansat hos Stokke siden 1990.

Stolen blev oprindeligt forhandlet af en sammenslutning af danske og norske møbelforhandlere, men overgik til Stokke, som havde mere fokus på babymarkedet. Stolen forhandles af babyforretninger og møbelhandlere, i alt 107 forhandlere i Danmark.

Sloganet "Stolen som/der vokser med barnet" har været brugt siden 1972, da stolen blev lanceret. "Som" og "der" stammer fra henholdsvis den norske og danske variant af sloganet. Carsten Larsen ved med sikkerhed, at sloganet er blevet brugt siden 1993, hvor han overtog ansvaret for markedsføringen. Der er ingen forhandlere af stolen, der kan vise stolen uden at bruge dette slogan. Det er et basalt krav fra Stokkes side, at sloganet for Tripp Trapp-stolen indgår i al annoncering.

Antallet af annoncer varierer fra år til år, men der har altid været flere annoncer fra Stokke i hvert nummer af baby- og børnebladene, men ikke nødvendigvis en annonce for stolen i hver udgave. Stolen annonceres også på messer og ved displays i butikkerne. 50 % af Stokkes trykte markedsføring omhandler stolen og samlet omkring 70 % af Stokkes samlede markedsføring. Stokkes markedsføringsomkostninger er gennemsnitligt ca. 1,7 mio.kr årligt.

Stokke sælger omkring 33.000 Tripp Trapp stole om året. I 1993 var tallet på omkring 20.000. Der fødes mellem 65.000 og 67.000 børn i Danmark om året.

Tripp Trapp-stolen er af høj kvalitet og er lavet i massivt bøg og med 7 års garanti. Stolen bliver designmæssigt betragtet som et designikon, og den har vundet mange priser, blandt andet Bo Bedres designpris i år. Stolen betragtes som et vartegn for skandinavisk design.

Det skaber altid uro på markedet, når der kommer en efterligning som Lulu-stolen. Mest ved at forhandlerne gør opmærksom på, at der nu er en ny stol på markedet, men også

ved henvendelser fra slutbrugerne. Når Lulu-stolen kombinerer sloganet med deres lignende stol, medfører det endnu større risiko for forveksling hos slutbrugerne. Tegningen på Lulu-stolens kasse bidrager til forvirringen.

Stokke leder ikke på markedet efter eventuelle efterligninger af Tripp Trapp-stolen, men reagerer, hvis de støder på produkter, der ligner deres.

Tripp Trapp-stolen koster 1.299 kr. uden babysæt. Babysættet, der koster 349 kr., skal købes til stolen, før den er lovlig til børn fra 0 til 3 år, da der er kommet nye regler herfor. Nettofortjenesten pr. stol er i forbindelse med tidligere retssager opgjort til 369 kr. pr. stol, men den er højere i dag.

Carsten Larsen kan ikke udtale sig om, hvor mange flere Tripp Trapp stole, der ville være solgt, hvis Lulu-stolen aldrig havde været på markedet.

Uffe Søndergaard har forklaret, at han og hans hustru indirekte ejer Basson. Han har arbejdet med en gros salg af babyudstyr i 24 år.

De har solgt forskellige slags højstole. På det skandinaviske marked ønsker forbrugerne træmøbler, hvor man i mange andre europæiske lande bruger plastik- og stålmøbler. Der findes kun omkring 15-20 forskellige højstole i træ på markedet. Derfor har de korresponderet med Stokke, når de på en messe har set en stol i træ, som de har overvejet at forhandle. De har i mange år solgt en stol i træ, hvor understellet af stolen kan vippes op foran stolen og dermed bliver til et bord, men den stol opfylder ikke længere kravene til åbningsafstand mellem siddeflade og ryglæn. Derfor måtte de finde en ny højstol at forhandle. De mødte på en messe en forhandler af træmøbler. Denne havde en stol, som de lavede et par ændringer af, så den opfyldte de danske krav, og en producent i Indonesien lavede herefter Lulu-stolen til Basson. Lulu-stolen koster 600 kr. og kræver ikke ekstra udstyr for at opfylde lovkravene til højstole til børn under 3 år.

De har tidligere solgt Tamara stolen i omkring 1½ år fra 2004. De modtog ikke indsigelser fra Tripp Trapp i denne anledning. Han ved ikke, om Tamara stolen fortsat kan købes på det danske marked. Den dansk producerede Danstol har eksisteret i mange år.

Trykket på Lulu-stolens papkasse havde han ikke bemærket, førend han under denne sag blev gjort opmærksom herpå. Han vil tro, at det er en leverandør, der har fået dette tryk på kassen. Han har aldrig bedt leverandøren trykke billeder af en Tripp Trapp stol på

kassen. Når forbrugeren køber en Lulu stol, ser forbrugeren ikke kassen, før end stolen er købt, hvorfor dette tryk ikke kan have påvirket efterspørgslen. Trykket blev fjernet, så snart han blev opmærksom herpå.

Annoncen for Lulu-stolen er udarbejdet af en nu fratrådt medarbejder hos Basson. Uffe Søndergaard har ikke været opmærksom på, at udtrykket "Stolen som vokser med barnet" blev anvendt.

Skønsmand Søren Nissen har vedstået skønserklæringen og supplerende forklaret, at den største forskel på stolene er, at Tripp Trapp-stolen har vandrette fræsninger og en rundstok forneden, samt at Lulu-stolen har et håndtag i ryggen. Dette håndtag er dog unødvendigt, da stolene kan bæres i selve rygstykket.

Tripp Trapp-stolen er et stilikon og helt unikt i sit enkle formsprog. Tripp Trapp-stolen er blevet et synonym for denne slags stole. Opsvik var blandt de første, der tog udgangspunkt i, hvordan barnet sad i forhold til bordet.

Udtrykket "værkførerdesign" dækker over, at man vil lave en kopi af et originalt produkt og så prøver at lave nogle forskelle, uden at man benytter designere hertil, og uden at man tilføjer produktet forbedringer.

Til uddybning af svaret på spørgsmål 4 forklarede Søren Nissen, at Lulu-stolen også formmæssigt ligger så tæt op ad Tripp Trapp-stolen, at en forbruger vil kunne tro, at der var tale om en Tripp Trapp stol.

Han finder, at der er stor lighed mellem Lulu-stolen og Tripp Trapp-stolen. Stor lighed er større lighed end betydelig lighed. Producenten af Lulu-stolen har gjort sig umage for kun at have stor lighed med Tripp Trapp-stolen.

Han er ikke bekendt med lovmæssige krav til baby-højstole. Hvis Lulu-stolen opfylder disse krav, som Tripp Trapp-stolen ikke opfylder, kan dette måske godt beskrives som en konstruktiv forbedring

Den almindelige forbruger vil ikke kunne se forskel på de to stoles træsorter, men Lulu-stolen er produceret af en meget billigere træsort.

### **Parternes synspunkter**

Opsvik og Stokke har gjort gældende, at slogan er beskyttet på samme måde som alle andre varemærker. Opsvik og Stokke har brugt deres slogan siden 1972, først med som senere med der. Fra 1993, hvor Stokke overtog forhandlingen af Tripp Trapp-stolen, har stol og slogan været markedsført i Vores Børn og tilsvarende blade mindst seks gange om året. Denne markedsføring har omfattet mindst 50.000 forbrugere. Herudover er stol og slogan markedsført på messer, udstillinger, i butikker og ved salg af 30.000 Tripp Trapp stole om året. Sloganet er således brugt i 16 år overfor stolens kernebrugere. Det er på denne baggrund helt ubetænkeligt at lægge til grund, at dette varemærke er tilstrækkeligt indarbejdet til, at det kan opnå registrering. Herudover er der ingen tvivl om, at sloganet er taget i brug, og allerede derfor nyder det varemærkeretlig beskyttelse.

Sloganet er indarbejdet for denne indstillelige høje barnestol. Sloganet har derfor særpræg, hvorfor varemærkeregistringen er gyldig.

Det materiale, som Basson har fremlagt, vedrører brug af sloganet for andre varer end barnestole. Der er således ikke sket udvanding af varemærket, hvorfor Stokke skal frifindes for Bassons påstand om udslettelse.

Tripp Trapp-stolen har en ganske særlig position på det danske marked. Stolen er særdeles velindarbejdet og genkendelig. Stolen har været populær i snart en menneskealder og er et stilikon. Stolen har ophavsretlig beskyttelse og nyder derfor samlet en bred beskyttelse mod efterligninger.

Opsvik og Stokke har før fået medhold ved domstolene i, at Tripp Trapp-stolen er blevet krænket, og "Lulu" stolen er i højere grad en slavisk efterligning end de tidligere stole. Der er tale om en nærgående efterligning, selv om man fra siden kan se en lille forskel mellem Tripp Trapp-stolen og Lulu-stolen. Lulu-stolen efterligner grundformerne i Tripp Trapp-stolen og krænker derfor Tripp Trapp-stolens design.

Basson krænker endvidere markedsføringslovens § 1, § 5 og § 18, da Lulu bruger det slogan, som Tripp Trapp har brugt for den lignende stol i mange år, og da Lulu emballagen har et billede af Tripp Trapp-stolen. Det har været hensigten, at Lulu-stolen skulle afsættes, som om det var en ægte Tripp Trapp stol. Dette er en grov overtrædelse af god markedsføringsskik. Markedsføringsloven er således selvstændig krænket.

Erstatningen skal udmåles 1 : 1, hvilket er i overensstemmelse med hidtidig praksis, da der her ikke er tale om et meget dyrt produkt mod et meget billigt produkt. Der er stor

risiko for fuldstændig substitution. Erstatningen må udmåles på grundlag af Stokkes nettofortjeneste på 369 kr. pr. stol. Ud over erstatning tilkommer der Opsvik og Stokke et vederlag efter varemærkelovens § 43. Dette bør fastsættes til 5 % af nettofortjenesten. Endvidere har Opsvik og Stokke krav på erstatning for markedsforstyrrelse.

Opsvik har som ophavsmand til Tripp Trapp-stolen krav på godtgørelse for Bassons grove krænkelse af Opsviks rettigheder.

Basson kendte Tripp Trapp-stolen og har derfor handlet med fortsæt. Det var som minimum uagtsomt af Basson ikke at være opmærksom på, hvilket slogan Tripp Trapp-stolen markedsførtes under, samt at trykke billeder af Tripp Trapp-stolen på Lulu-stolens æske. På denne baggrund skal Basson idømmes en bøde.

Stokke kunne ved sagens anlæg alene gætte på, hvor mange Lulu stole Basson havde solgt. Stokke fremsatte provokation til belysning heraf, men da Basson først sent i sagsforløbet oplyste, hvor mange stole der faktisk var solgt, skal der tilkendes renter som påstået i den korrigerede påstand 7.

Opsvik og Stokke har haft store omkostninger til førelse af denne sag. Sagsomkostninger på 150.000 kr. ville på denne baggrund være rimelige.

Basson har gjort gældende, at Stokkes slogan alene beskriver stolens egenskaber. Patent- og Varemærkestyrelsen fandt ligeledes, at sloganet ikke har særpræg. Sloganet anvendes endvidere i omfattende grad af andre producenter af varer til børn. Stokke vil alene kunne få dette slogan registreret som varemærke, hvis det kan dokumenteres, at sloganet er indarbejdet. Dette gælder især, når man vælger at anvende et helt almindeligt ord eller udtryk som sit slogan. Stokke har alene dokumenteret en ganske sporadisk annoncering i nogle blade, der henvender sig til et meget begrænset antal personer. Dette er ikke tilstrækkeligt til at skabe indarbejdelse, særligt når udtrykket ligeledes anvendes af så mange andre producenter af børneprodukter, herunder børnemøbler inkl. stole. Sloganet bruges således af mange andre til præcis det samme.

Det bestrides ikke, at Tripp Trapp-stolen nyder ophavsretlig beskyttelse som brugskunst. Brugskunst skal ud over at have nogle æstetiske designelementer opfylde nogle praktiske og funktionsmæssige krav. Disse praktiske og funktionsmæssige dele af det ophavsretligt beskyttede værk skal andre produkter også kunne benytte. Derfor skal alene

den æstetiske del af det ophavsretlige værk beskyttes, idet ophavsmænd ellers vil blive tildelt monopol.

Ifølge praksis er brugskunst alene ophavsretligt beskyttet mod meget nærgående efterligninger. Lulu-stolen er udformet anderledes end Tripp Trapp-stolen og er derfor ikke en nærgående efterligning.

Skønsmanden fastslår ikke klart, at Lulu-stolen krænker Tripp Trapp-stolen. Skønsmanden skriver blandt andet, at Lulu-stolen "har forsøgt at fjerne sig visuelt", og at formsproget er forskelligt. Endvidere inddrager skønsmanden en målestok i form af den "møbelbevidste" forbruger, som ikke er en objektiv målestok. Der er i nyere retspraksis i sager om brugskunst eksempler på tilsidesættelse af skønsmandens erklæring.

Tripp Trapp-stolen og Lulu-stolen skal sammenlignes, når Tripp Trapp-stolen er påsat det plastikrygstøtte, der skal være påsat, førend Tripp Trapp-stolen er lovlig til målgruppen.

Erstatningskravet kan ikke opgøres som sket. Der er ikke praksis for at gange antallet af solgte produkter med dækningsbidraget; tværtimod fastsættes erstatningen skønsmæssigt. Meget få forbrugere vil forveksle Tripp Trapp-stolen med Lulu-stolen, og det er derfor begrænset, hvilket salg Stokke har mistet. Såfremt Lulu-stolen ikke eksisterede på markedet, ville forbrugerne købe en tilsvarende stol i samme prisleje.

Basson skal frifindes for påstanden om bøde, da denne sanktionsmulighed er tiltænkt de særdeles grove krænkelser. Basson har ikke forsøgt at lave en stol, der krænker Tripp Trapp-stolen.

Der foreligger heller ikke en overtrædelse af markedsføringsloven. Tegningerne på papæskan var en beklagelig fejl og blev fjernet straks.

Opsvik og Stokke kan ikke tilkendes renter som påstået. Principalt skal der ikke tilkendes renter, da der ikke har nedlagt påstand herom. Først ved en skrivelse i september måned påstod Opsvik og Stokke sig tilkendt rente. Subsidiært kan der maksimalt tilkendes renter af 420.000 kr. fra sagens anlæg, da dette var sagsøgers påstand i stævningen.

### **Sø- og Handelsrettens afgørelse**

Lulu og Tripp Trapp-stolen ligner hinanden til forveksling set forfra. Betragtes stolene fra siden ses den største forskel, idet Lulu-stolens ben ikke danner et "L" men nærmere et "T". Til gengæld er selve sæde- og fodpladerne fuldstændig identiske, og de fleste af stolenes mål

er identiske. Samlet set har stolene samme formsprog. Lulu-stolen er derfor en nærgående efterligning af Tripp Trapp-stolen og krænker dermed ophavsretten til Tripp Trapp-stolen. Opsvik og Stokke gives på denne baggrund medhold i påstandene 1 til 3.

Stokke har dokumenteret en kraftig markedsføring af Tripp Trapp-stolens slogan igennem en betydelig årrække. Sloganet er grundigt indarbejdet på det danske marked, særligt hos børnefamilier. Selvom sloganet er beskrivende for en egenskab ved stolen, finder retten, at det gennem indarbejdelse har opnået særpræg i relation til produktet barnestole. Det forhold, at andre bruger lignende udtryk for andre produkter, finder retten ikke medfører udvanding af varemærket. Basson krænker derfor Stokkes varemærkeret ved at bruge sloganet "Stolen som vokser med barnet" til Lulu-stolen. Stokke gives derfor medhold i påstandene 4 og 5.

Ved brug af Stokkes slogan i markedsføringen og ved brug af tegningerne af Tripp Trapp-stolen på Lulu-stolens emballage har Basson endvidere krænket markedsføringslovens § 1, § 5 og § 18.

Stokke har herefter krav på erstatning for Bassons krænkelser. Fastsættelse af erstatning må ske på grundlag af et dækningsbidrag på 369 kr. pr. stol. Når henses til prisforskellen mellem produkterne finder retten, at ikke alle købere af Lulu-stolen, men dog en betydelig del af dem, ville have købt en Tripp Trapp stol. Ud over erstatning har Stokke krav på vederlag efter varemærkelovens § 43. Salget af Lulu-stolen har endvidere skabt en vis markedsforstyrrelse. Det Stokke tilkommende beløb i erstatning og vederlag samt i erstatning for markedsforstyrrelse fastsættes skønsmæssigt til 1.250.000 kr., som Basson skal betale til Stokke.

Idet retten finder, at der er tale om en åbenlys skrivefejl, at stævningen mangler ordrene "med rente" i påstand 7, idet påstanden indeholder "fra sagens anlæg til betaling sker", forrentes beløbet med renter af 420.000 kr. fra sagens anlæg, og det overskydende beløb fra nedlæggelse af påstanden. Det forhold, at en sagsøger har vanskeligt ved at opgøre sin påstand på tidspunktet for sagsanlægget, findes ikke i en sag som den foreliggende at kunne ændre på udgangspunktet for beregning af renter ved sagsanlæg.

Peter Opsvigs ophavsret er krænket ved Lulu-stolen, hvorfor han tildeles en godtgørelse herfor på 30.000 kr., jf. ophavsretslovens § 83, stk. 3.



Retten finder, at Basson har handlet forsætligt og ikendes på denne baggrund en bøde på 20.000 kr., jf. ophavsretslovens § 76.

Retten finder alene, at denne doms resultat skal offentliggøres ved, at Bassons forhandlere informeres om dommens resultat. Dette skal ske for Bassons regning.

Stokke frifindes for Bassons selvstændige påstand.

Basson skal i sagsomkostninger betale 195.000 kr., hvoraf 74.308 kr. er til dækning af afholdte udgifter og 31.120 kr. til dækning af retsafgift.

### **Thi kendes for ret:**

Basson Baby ApS tilpligtes at anerkende at have krænket Peter Opsvik og Stokke AS rettigheder ved import og markedsføring af stolen som vist på bilag 6 og 6a.

Det forbydes Basson Baby ApS at fremstille, importere, udbyde til salg, markedsføre eller oplagre med henblik derpå, eksportere eller på anden måde erhvervsmæssigt disponere over barnestole som vist på bilag 6 og 6 a.

De af påstand 1 omfattede barnestole i Basson Baby ApS' besiddelse udleveres for Basson Baby ApS' regning til Stokke AS til destruktion.

Basson Baby ApS tilpligtes at anerkende, at Basson Baby har overtrådt varemærkelovens § 4 ved at anvende betegnelsen "Stolen som vokser med barnet".

Det forbydes Basson Baby ApS at benytte betegnelsen "Stolen som vokser med barnet".

Basson Baby ApS tilpligtes at anerkende, at Basson Baby ApS har overtrådt markedsføringslovens §§ 1, 5 og 18.

I vederlag og erstatning tilpligtes Basson Baby ApS at betale 1.250.000 kr. til Stokke AS med renter af 420.000 kr. fra den 23. april 2008 og 830.000 kr. fra den 8. september 2009.

Basson Baby ApS tilpligtes til Stokke AS at betale godtgørelse med 30.000 kr. med renter fra den 23. april 2008.

Basson Baby ApS idømmes en bøde på 20.000 kr.

Basson Baby ApS tilpligtes for egen regning at give meddelelse om dommens resultat til sine forhandlere.

Stokke AS frifindes for den af Basson Baby ApS nedlagte selvstændige påstand.

Basson Baby ApS skal betale 195.000 kr. i sagsomkostninger til Peter Opsvik og Stokke AS. Sagsomkostningsbeløbet forrentes efter rentelovens § 8 a.

Frits Werner Hansen

Mette Christensen

Carsten Vagn Jacobsen

(Sign.)

— — —

**Udskriftens rigtighed bekræftes**

**P.j.v. SØ- og Handelsretten, den**