RESUMÉ:

AN 2020 00010 – MP1310671 SOLIDPOWER <w> – Afslag

Der blev ansøgt om designering af MP1310671 SOLIDPOWER <w> i Danmark. Patent- og Varemærkestyrelsen meddelte afslag på designering af mærket i Danmark pga. manglende særpræg for de ansøgte varer. Denne afgørelse blev indbragt for Ankenævnet for Patenter og Varemærker, som stadfæstede styrelsens afgørelse.

KENDELSE:

År 2020, den 10. november afsagde Ankenævnet for Patenter og Varemærker

(Henrik Rothe, Tine Sommer, Eva K. Borgen og Eva Nødskov Aaen)

følgende kendelse i sagen **AN 2020 00010**

Klage fra

Ecolab USA Inc.

v/ Chas. Hude A/S

Ansøger

over

Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse af 18. maj 2020 vedr. afslag på designering af MP1310671 SOLIDPOWER <w> i Danmark

Ankenævnet har behandlet sagen skriftligt.

Ankenævnet udtaler:

Ankenævnet for Patenter og Varemærker er enig med Patent- og Varemærkestyrelsen i, at det det ansøgte mærke, SOLIDPOWER, ikke har tilstrækkeligt særpræg til at kunne registreres for de ansøgte varer. Varemærket SOLIDPOWER består af en sammensætning af to ord, der, uanset om de læses på engelsk eller dansk af professionelle såvel som af gennemsnits-forbrugere, umiddelbart vil opfattes som en beskaffenhed ved de afslåede varer. Forståelsen af

SOLIDPOWER som en beskaffenhed ved varerne kræver ikke en særlig refleksion af køber, og efter ankenævnets opfattelse har det ikke betydning for særprægsvurderingen i denne situation, at markedsføring og salg af varer påført varemærket primært er rettet imod erhvervsdrivende. Ankenævnet finder derfor, ligesom styrelsen, at en dansk omsætningskreds vil forstå mærket SOLIDPOWER i en anprisende betydning, således at der er tale om varer, der har en særlig styrke. Hvordan denne styrke specifikt udmøntes er uden betydning for mærkets beskrivende karakter. SOLIDPOWER som neologisme giver ikke varemærket tilstrækkeligt særpræg, da sammensætningen af ordene SOLID og POWER ikke synes at være usædvanlig eller overraskende.

Herefter bestemmes:

Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse af 18. maj 2020 stadfæstes. Registreringen afslås for de ansøgte varer i klasserne 1, 3 og 5.

Sagens baggrund:

Patent- og Varemærkestyrelsen modtog den 1. april 2019 ansøgning om designering i Danmark af MP1310671 SOLIDPOWER <w> for følgende varer og tjenesteydelser:

Class 01: Chemical products used in industry; detergents for use in industrial and manufacturing processes; cleaning compositions for industrial purposes; chemical products used in ware washing processes; water treatment chemicals; chemical degreasing agents.

Class 03: Warewashing detergents; presoaks; rinses (detergents); rinse additives for dishwashing machines; cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations for cutlery, crockery, dishes and cookware.

Class 05: Disinfectants and sanitizers for warewashing.

Class 09: Measuring apparatus; dosing apparatus and instruments; computerized apparatus and instruments for controlling measuring apparatus and dosing apparatus and instruments; computer software for the aforementioned goods.

Class 37: Installation, repair and maintenance of warewashing machines and dishwashers and control-systems.

Styrelsen meddelte foreløbigt afslag vedrørende registrering af mærket for vareklasserne 1, 3 og 5 i brev af 1. juli 2019.

I brev af 18. november 2019 fremsendte Chas. Hude A/S, på vegne af Ecolab USA Inc., bemærkninger til styrelsens foreløbige afslag på designering.

I brev af 20. december 2019 fastholdt styrelsen det foreløbige afslag.

Den 31. marts 2020 bad Chas. Hude A/S, på vegne af Ecolab USA Inc., styrelsen om at træffe afgørelse i sagen.

Patent- og Varemærkestyrelsen traf den 18. maj 2020 følgende afgørelse i sagen:

”… **Afslag på gyldighed i Danmark af din internationale registrering 1310671 SOLIDPOWER**

Vi skrev til dig i vores brev fra den 20. december 2019, at vi ville afslå dit varemærke for visse varer. Du bad os i dit brev af 27. marts 2020 træffe afgørelse i sagen. Vi afslår derfor din designering for følgende varer:

Class 01: Chemical products used in industry; detergents for use in industrial and manufacturing processes; cleaning compositions for industrial purposes; chemical products used in ware washing processes; water treatment chemicals; chemical degreasing agents.

Class 03: Warewashing detergents; presoaks; rinses (detergents); rinse additives for dishwashing machines; cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations for cutlery, crockery, dishes and cookware.

Class 05: Disinfectants and sanitizers for warewashing.

Det ansøgte varemærke har ikke det særpræg, et varemærke skal have for at kunne registreres for disse varer.

Som anført i vores foreløbige afslag af 1. juli 2019 og 20. december 2019 er det vores vurdering, at SOLIDPOWER er beskrivende og mangler særpræg for de ansøgte varer i klasse 1, 3 og 5. Begrundelsen er, at mærket SOLIDPOWER kan beskrive en beskaffenhed ved de ovennævnte varer.

Ordelementet SOLIDPOWER er en sammensætning af de to ord SOLID og POWER. Ordene kan både læses og forstås på dansk og engelsk. I vores brev af 1. juli 2019 har vi alene henvist til den engelske definition af ordene. Ifølge sproget.dk anvendes adjektivet *solid* blandt andet til at beskrive, at være *i stand til at modstå pres, slid eller anden*

belastning samt at være *kraftig, stærk eller holdbar*. Det engelske ord *power* er med tiden blevet optaget i det danske sprog, og jf. Gyldendals Fremmedordbog henviser ordet til *magt, kraft eller styrke*. Slås *power* op i Gyldendals Engelsk-Dansk ordbog kan ordet oversættes til bl.a. *evne, styrke, energi og potens*. Da ordet *power* er et engelsk ord, vil mærket, af den relevante danske omsætningskreds, formegentligt blive opfattet i dets engelske betydning. Det er derfor styrelsens vurdering, at den relevante omsætningskreds vil opfatte mærket som en henvisning til, at de anfægtede varer er *stærke* eller *kraftige* samt fyldt med *evne*, *potens* eller *energi*. Da netop *styrke* og *evne* er kvaliteter som forbrugeren vil lægge vægt på i relation til varer såsom rengørings- og vaskemidler, desinfektionsmidler mv., er det vores vurdering, at ordet SOLIDPOWER alene vil blive opfattet som et anprisende udsagn, og ikke blive opfattet som et varemærke. Det skal i denne forbindelse bemærkes, at mærket også vurderes, at være beskrivende selvom ordet *solid* opfattes med dets danske betydning.

Det er styrelsens vurdering, at omsætningskredsen for de ansøgte varer er den danske gennemsnitsforbruger. I vores vurdering af mærkets særpræg, har vi således taget udgangspunkt i den danske gennemsnitsforbrugers opfattelse af mærket. Det skal bemærkes, at engelsk er et af de sprog, som styrelsen anser danskere for generelt set at have et godt kendskab til. Kan et engelsk ord slås op i en almindelig oversættelsesordbog, vil styrelsen som udgangspunkt anse ordet som kendt af den almindelige danske forbruger.

Varemærker er ofte dannet af sammensatte ord. Også som i dette tilfælde, ord der til sammen danner et nyt ord (en neologisme). Når et varemærke består af ord, der hver især er uden særpræg for de varer eller tjenesteydelser, som mærket er ansøgt for, gælder det efter styrelsens praksis, at udgangspunktet er, at selve sammensætningen af ordene ikke i sig selv giver mærket særpræg. De to ord vil således som udgangspunkt fortsat være uden særpræg, selvom ordene er sat sammen.

Som eksempel kan henvises til, at styrelsen bl.a. har afslået følgende ordsammensætninger: MANSHAVER (VA 2009 01155), MAXPRIS (VA 210 02427), COMPACTROLL (MP779222), Beachminton (VA 2010 03775), CAFEBOLLE (VA 2016 00550) og TrygInvest (VA 2017 01381).

Hertil kommer, at Ankenævnet for Patenter og Varemærker i sagen AN 2007 00001 stadfæstede styrelsens afgørelse og fandt, at mærket SOFTLOTION er uden særpræg i relation til bl.a. "*varer i form af præparater til pleje af huden*". Styrelsen havde afslået at registrere mærket med den begrundelse, at de to ord SOFT og LOTION hver især er beskrivende for disse varer, og at sammensætningen ikke kunne give mærket særpræg.

Den ovenfor skitserede praksis er også i overensstemmelse med en række præjudicielle afgørelser fra EU-domstolen. Vi henviser i denne forbindelse til C-265/00 vedrørende mærket BIOMILD, hvor ansøger fik afslag på ansøgning om registrering af varemærket BIOMILD søgt for bl.a. yoghurt, fordi mærket ansås for blot at være en gengivelse af den "biologiske" og "milde" karakter ved varer i klassen. Den præjudicielle afgørelse om neologismers beskrivende karakter er i tråd med tidligere afgørelser, fx Postkantoor-afgørelsens præmisser. Et mærke som består af hver for sig beskrivende bestanddele vil i helheden være beskrivende medmindre mærkets indtryk afviger betydeligt fra den blotte sum af disse bestanddele.

En sammensætning af to ord i sig selv beskrivende ord kan godt give et mærket det fornødne særpræg, hvis sammensætningen medfører, at det sammensatte ord får en anden eller ny, selvstændig betydning, der ligger tilstrækkeligt fjernt fra den betydning, som ordene har hver for sig se hertil EU-domstolens afgørelse i C-383/99 P BABY-DRY. Det er imidlertid **ikke** styrelsen vurdering, at sammensætningen af SOLID og POWER, i nærværende sag, adskiller sig tilstrækkeligt fra den betydning som de to ord har hver for sig i relation til de anfægtede varer.

Det er således vores vurdering, at mærket SOLIDPOWER mangler særpræg, idet mærket kan beskrive en beskaffenhed ved de ansøgte varer i klasse 1, 3 og 5, nemlig at varerne er solide, stærke eller holdbare og fyldt med kraft, potens eller energi.

Vi har afgjort sagen efter varemærkelovens § 16, stk. 1, jf. § 13, stk.1, nr. 3…"

Denne afgørelse blev med brev af 9. juni 2020 fra Chas. Hude A/S på vegne af klager, Ecolab USA Inc., indbragt for Ankenævnet for Patenter og Varemærker med følgende:

”… På vegne af Klager, Ecolab USA Inc., skal jeg hermed klage over Patent- og Varemærkestyrelsens afslag dateret den 18. maj 2020 på gyldighed i Danmark af international registrering 1310671 SOLIDPOWER for:

01: Chemical products used in industry; detergents for use in industrial and manufacturing processes; cleaning compositions for industrial purposes; chemical products used in ware washing processes; water treatment chemicals; chemical degreasing agents.

03: Warewashing detergents; presoaks; rinses (detergents); rinse additives for dishwashing machines; cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations for cutlery, crockery, dishes and cookware.

05: Disinfectants and sanitizers for warewashing.

Påstand:

Designering 1310671 for ordmærket SOLIDPOWER accepteres i Danmark for alle de ansøgte varer.

Sagsfremstilling:

Designering af Danmark for varemærket MP1310671 blev indgivet den 31. maj 2016 [2019] til Patent- og Varemærkestyrelsen.

Den 18. maj 2020 gav Patent- og Varemærkestyrelsen endeligt afslag på gyldighed i Danmark af mærket.

Afslaget blev begrundet med henvisning til varemærkelovens § 16, stk. 1, jf. § 13, stk. 1, nr. 3, og Styrelsen bemærkede blandt andet, at SOLIDPOWER mærket ikke havde det fornødne særpræg, da: *”mærket SOLIDPOWER kan beskrive en beskaffenhed ved de ovennævnte varer”.*

Styrelsen vurderede endvidere, at: *”SOLIDPOWER alene vil blive opfattet som et anprisende udsagn, og ikke vil blive opfattet som et varemærke”.*

Styrelsen bemærkede også, at: *"(k)an et engelsk ord slås op i en almindelig oversættelsesordbog, vil styrelsen som udgangspunkt anse ordet som kendt af den almindelige danske forbruger".*

Der henvises i det hele til sagens dokumenter fra Patent- og Varemærkestyrelsens behandling af sagen, ligesom der vedlægges nye bilag, jf. oversigt nedenfor.

<u>Anbringender:</u>

Klager gør gældende:

At neologismen SOLIDPOWER er suggestivt og ikke alene vil blive opfattet som et anprisende udsagn.

At Patent- og Varemærkestyrelsen skal foretage en konkret vurdering af et varemærkes særpræg og ikke som udgangspunkt kan lægge til grund, at et engelsk ord, der kan slås op i en almindelig oversættelsesordbog kan anses som kendt af den almindelige danske forbruger.

Til støtte herfor noteres det, at man ved vurderingen af neologismer må se på, om det nydannede ord som helhed har en beskrivende karakter, jf. dom af 20. september 2001, C-383/99, BABY-DRY, § 40.

Af dom af 12. februar 2004, C-265/00, BIOMILD, § 41, følger det endvidere, at en neologisme vil være at anse som beskrivende: "*medmindre der er en tydelig afvigelse mellem neologismen og den blotte sum af de bestanddele, den er sammensat af. Dette forudsætter, at neologismen — på grund af kombinationens usædvanlige karakter i forhold til de nævnte varer eller tjenesteydelser — skaber et indtryk, der ligger tilstrækkelig fjernt fra det indtryk, som er fremkaldt ved den blotte sammenlægning af de angivelser, der meddeles ved de bestanddele, den er sammensat af, således at den er mere end summen af de nævnte bestanddele."*, jf. BIOMILD § 41.

I nærværende sag er der tale om en kombination af ordene SOLID og POWER, der mest naturligt vil forstås som *solid kraft* i Danmark. Når ordene kombineres, dvs. SOLID-POWER, vil det nydannede ord være en tydelig afvigelse fra den blotte sum af bestand-dele, det er sammensat af. SOLIDPOWER mærket giver nemlig ikke nogen umiddelbar mening i relation til de afviste varer, da det ikke giver nogen umiddelbar mening at tale om solid kraft eller solidkraft, for hvad er det? Meningsindholdet vil derfor heller ikke blive umiddelbart opfattet af den relevante omsætningskreds som hverken: ”*beskrivende eller på anden måde have et klart og entydigt meningsindhold med en tilstrækkelig tilknytning til de relevante varer og tjenesteydelser*”, jf. Styrelsens egne Guidelines i **bilag 1**.

SOLIDPOWER kan muligvis antyde, at noget på en eller anden vis besidder en vis solidkraft, men hvad der menes med det i relation til de relevante varer er ikke klart og entydigt.

I den forbindelse kan det give mening at se på Styrelsens tidligere afgørelser i forbindelse med varemærkerne QUICK-HANGER PRO, PRIMAGREEN og VITAL SUNDHED, jf. **bilag 2**.

I Styrelsens afgørelse fra 6. juni 2011 vedrørende varemærket QUICK-HANGER PRO (VA 2011 01110), fandt Styrelsen, at mærket var suggestivt på grund af sammensætningen "quick-hanger", da en hanger (strop) ikke i sig selv kan være hurtig.

I afgørelsen fra 17. februar 2010 vedrørende mærket PRIMAGREEN (MP1023281) fandt Styrelsen, at PRIMA og GREEN manglede særpræg hver især, men at sammensætningen ikke er almindelig og er en kombination af dansk og engelsk. Mærket blev derfor vurderet mærket som suggestivt.

I afgørelsen fra 23. oktober 2009 vedrørende varemærket VITAL SUNDHED (VA 2009 03060) fandt Styrelsen, at mærket havde særpræg, fordi Vital kan betyde livsvigtig, og sammensætningen med sundhed ikke gav mening, da man ikke kan tale om livsvigtig sundhed, for hvad er det?

SOLIDPOWER er som PRIMAGREEN varemærket ikke en almindelig sammensætning, og der er ligeledes tale om en kombination af et dansk og et engelsk ord. Ligesom i

eksemplet med QUICKHANGER PRO, der blev anset for suggestivt (da en strop ikke i sig selv kan være hurtig), så må SOLIDPOWER ligeledes anses som suggestivt, da en kraft ikke i sig selv kan være solid. Mærket giver således ikke nogen mening som sådan, og ligesom man måtte spørge sig selv om, hvad VITAL SUNDHED er, så må man også spørge sig selv om, hvad SOLIDPOWER er.

Mærket i nærværende sag er således ikke blot en neologisme, men suggestivt, og selvom mærket antyder, at de afviste produkter har egenskaber i form af en vis solid kraft, så er det uklart, hvad det måtte betyde i relation til de pågældende produkter.

Som eksempler på suggestive mærker, der kan sammenlignes med nærværende mærke, kan i øvrigt nævnes den accepterede designering af EU af den internationale registrering af varemærket SOLID STATE, der kan betyde *fast tilstand* og således kunne antyde en vis egenskab ved de produkter, mærket omfatter, fx "solid powder for compacts" i klasse 3, jf. **bilag 3** og **4**.

EU-varemærket POWER MASK, der kan betyde fx *energi- eller styrkemaske* er publiceret for blandt andet "Therapeutic facial masks" i klasse 10, og mærket kunne også antyde en vis egenskab ved masken, nemlig at masken giver energi eller styrke til huden, jf. **bilag 5**.

Den accepterede designering af EU af den internationale registrering af varemærket POWERCELL, der er en kombination af ordene POWER og CELL og således kan oversættes til fx *styrkecelle* eller *energicelle*, for cellulose i klasse 1, kan antyde en vis egenskab ved varen, nemlig at cellulose er den styrkegivende komponent i planters cellevægge, jf. **bilag 6** og **7**.

Til trods for, at disse mærker kan antyde en vis egenskab ved de omfattede varer, så er denne antydning blot en antydning, og meningsindholdet er ikke så klart og tydeligt, at det *umiddelbart* vil blive forstået af den relevante omsætningskreds. Mærkerne leder således blot tankerne hen på en egenskab ved varerne uden direkte at angive denne, og mærkerne har derfor fornødent særpræg til at kunne fungere som varemærker, jf. Patent- og Varemærkestyrelsens Guidelines om suggestive mærker i **bilag 8** Samt Karnovs noter til varemærkelovens § 13, stk. 1, nr. 3 i **bilag 9**.

Det samme er tilfældet med SOLIDPOWER. Mærket er suggestivt og har det fornødne særpræg til at kunne accepteres for alle de ansøgte varer…"

I brev af 29. juni 2020 afgav Patent- og Varemærkestyrelsen følgende udtalelse i sagen:

"… Under behandlingen for Ankenævnet ses der ikke at være fremlagt sådanne nye væsentlige argumenter, at styrelsen har anledning til at ændre opfattelse.

Styrelsen skal dog bemærke, at styrelsen i så vel den trufne afgørelse som i tidligere korrespondance med klager fejlagtigt har henvist til, at omsætningskredsen for de omhandlede varer er "den danske gennemsnitsforbruger".

Imidlertid må omsætningskredsen for en række af de omhandlede varer anses for at rette sig mod et mere professionelt publikum. Dette gælder særligt for de omhandlede varer i klasse 1 og 5, der dels vedrører varer til industriel brug, og dels er varer i form af "disinfectants and sanitizers" til brug for opvask, hvilket må anses for varer, der ikke er rettet mod den almindelige gennemsnitsforbruger.

Derimod er de beskrevne varer i klasse 3, der hovedsageligt består af diverse opvaskemidler eller præparater, der kan anvendes i sammenhæng med opvask, typer af varer, der i den beskrevne form tillige må anses for at rette sig mod den almindelige gennemsnitsforbruger.

Uanset hvilken dansk omsætningskreds de omhandlede varer retter sig imod, er det dog fortsat styrelsens opfattelse, at en dansk omsætningskreds vil forstå mærket SOLIDPOWER i en anprisende betydning, nemlig i betydningen, at der er tale om varer, der har en særlig styrke.

Klager har bl.a. anført, at mærket SOLIDPOWER muligvis kan antyde, at "noget på en eller anden vis besidder en vis kraft", men at det ikke er klart og entydigt hvad der menes med dette i forhold til de konkrete varer.

Styrelsen er ikke enig med klager i, at dette i sig selv gør, at mærket SOLIDPOWER skal anses for suggestivt.

Det er således ikke et krav for anvendelsen af varemærkelovens § 13, stk. 1, nr. 3, at et varemærke angiver de præcise egenskaber ved et produkt, eksempelvis hvordan produktet er ”kraftfuldt”. Derimod er det tilstrækkeligt, at det med rimelighed må antages, at omsætningskredsen vil opfatte mærket som en henvisning til egenskaber ved produktet.

For så vidt angår dansk praksis i forhold til mærker, der indeholder mere elle mindre upræcise beskrivelser af egenskaber for produkter, skal styrelsen henvise til følgende ankenævnsafgørelser:

V 4/90	TURBODRILL, Klasse7 og 8
V 17/91	WONDERLOTION, Klasse 3 og 5
V 27/92	PURE PREMIUM, Klasse 32
V 56/96	SMART, Klasse 7, 12, 35, 36, 37, 39, 41, 42
AN 2004 00028	SUPER COLOR, Klasse 2
AN 2004 00029	SUPER COLOR EXTRA, Klasse 2
AN 2006 00056	EVERCLEAN, Klasse 21
AN 2009 00005	SMUK, Klasse 9, 18 og 25
AN 2011 00024	NemID, klasse 38 og 42
AN 2012 00024	IDEAL-LINE, Klasse 7 og 37

Som det fremgår heraf, er der en fast og langvarig praksis for at anse ord eller ordsammensætninger for at være beskrivende, også selvom ordet eller ordsammensætningen ikke mere konkret angiver, hvad egenskaben ved varen er.

Eksempelvis angav mærket SMART ikke hvordan de omhandlede varer og tjenesteydelser var ”smarte”, men det var ikke desto mindre tilstrækkeligt for anvendelsen af bestemmelsen om deskriptive mærker, at omsætningskredsen ville opfatte mærket som en anprisende egenskabsangivelse.

Tilsvarende finder styrelsen gør sig gældende ift. mærker SOLIDPOWER. Begge ord er umiddelbart forståelige for en dansk omsætningskreds, og styrelsen hæfter sig særligt ved, at ordet ”solid” ofte anvendes i daglig tale som et anprisende tillægsord, på samme måde som eksempelvis et ord som ”super”.

For så vidt angår ordet ”power”, der kan slås op i Den Danske Ordbog i betydningen ”rå kraft, fart eller energi” hvortil synonymet ”styrke” i øvrigt knyttes i denne ordbog, så er dette også et ord, som en dansk omsætningskreds umiddelbart vil forstå.

Hertil kommer, at ordet ”power” ofte ses anvendt i relation til netop diverse typer af rengøringsmidler, herunder midler til brug for opvask. Således er det almindeligt, at denne type produkter markedsføres på deres ”styrke” og ”effektivitet”, eksempelvis med angivelse af, at midlet har en særlig styrke ift. opløsning af fedt, fastbrændte madrester o. lign..

Da sammensætningen af ordene ”solid” og ”power” derudover ikke skaber et indtryk, der ligger tilstrækkelig fjernt fra det indtryk, som er fremkaldt ved den blotte sammenlægning af disse to ord, skal styrelsen fastholde afgørelsen af den 18. maj 2020.

Styrelsen skal således henstille til Ankenævnet, at den trufne afgørelse stadfæstes…”

I brev af 3. august 2020 kommenterede Chas. Hude A/S på vegne af klager, Ecolab USA Inc., styrelsens udtalelse med følgende:

”… I udtalelsen bemærker Styrelsen, at man nu er af den opfattelse, at den relevante omsætningskreds ikke er en almindelig forbruger, men snarere en specialiseret, professionel forbrugerkreds.

Jeg kan igen tilslutte mig dette synspunkt.

Til dokumentation vedhæfter jeg en engelsksproget brochure for produkterne, mærket benyttes for. Efter min opfattelse er det tydeligt, at denne er rettet mod et professionelt publikum.

Desuden vedlægger jeg sikkerhedsdatablad for SOLID POWER XL. Under pkt. 1.2 fremgår det, at produktet er ”Forbeholdt industriel og erhvervsmæssig brug.”

SOLIDPOWER benyttes som varemærke overfor en professionel forbrugerkreds. Som sådan må det antages, at denne specialiserede kreds har en forhøjet opmærksomhed og at risikoen for forveksling er tilsvarende reduceret. En professionel kreds vil derfor opfatte SOLIDPOWER som et varemærke, ikke mindst, da det benyttes som sådant, og dermed af forbrugerne afkodes som et varemærke.

Sammensætningen af SOLID og POWER indebærer, at mærket besidder tilstrækkelig særpræg til at kunne fungere som varemærke.

Med dette skal jeg derfor henstille, at SOLIDPOWER tillades registreret…"

Ankenævnet for Patenter og Varemærker

Henrik Rothe
Formand