



Til modtagere af
Varemærke & Designs brugerbreve

27. februar 2026
15/00786/MFR

Orientering om styrelsens implementering af Konvergens Program projekterne CP16 og CP17

Styrelsen har samarbejdet med de øvrige varemærkemyndigheder i EU i Konvergens Program projekterne CP16 og CP17 om at opnå større harmonisering i myndighedernes vurdering af hvornår et tegn kan anses for at beskrive genstanden for varer eller tjenesteydelser, og hvordan sloganers fornødne særpræg skal vurderes.

Dette samarbejde har udmøntet sig i to Fællesmeddelelser, hvori en fælles praksis på områderne er beskrevet.

Fælles praksis for vurdering af tegn, der beskriver genstanden for varen/ydelsen – CP16
[Den fælles praksis](#) bekræfter, at en af de "egenskaber", der er omfattet af varemærkelovens § 13, stk. 1, nr. 3, bl.a. er tegn, der beskriver det tema eller det emne, som varerne eller tjenesteydelserne vedrører.

Derudover bekræftes, at for at bestemmelsen finder anvendelse, skal der foreligge en tilstrækkelig direkte og specifik forbindelse mellem tegnet og de omhandlede varer og/eller tjenesteydelser, så det er rimeligt at antage, at den relevante kundekreds faktisk vil opfatte tegnet som deskriptivt for de omhandlede varer og/eller tjenesteydelser eller for en af deres egenskaber.

Mere specifikt fastslås det på baggrund af en analyse af EU's retspraksis, at det hovedsageligt er i tilfælde, hvor der er tale om varer eller tjenesteydelser, der ifølge deres art er egnede til at rumme eller kan relatere til et specifikt tematisk indhold, der er relevante for denne vurdering.

Desuden opstilles en række aspekter, som bør indgå i vurderingen af, om et tegn beskriver genstanden for varerne eller tjenesteydelserne.

Det er styrelsens opfattelse, at de principper, der er beskrevet i den fælles praksis, ikke medfører ændringer i styrelsens nuværende praksis. Den fælles praksis vil derfor finde anvendelse på såvel fremtidige som verserende ansøgninger og anmodninger om administrative ophævelser.

Side 1 af 2



Fælles praksis for vurdering af sloganers særpræg – CP17

I [den fælles praksis](#) er taget udgangspunkt i EU's retspraksis, hvori det bl.a. er fastslået, at sloganer ikke er underlagt strengere kriterier for vurderingen af fornødent særpræg end andre typer af tegn, men dog, at den relevante kundekreds' opfattelse af sloganer, ikke nødvendigvis er den samme som for andre typer af varemærker, og det kan derfor vise sig at være vanskeligere at fastslå fornødent særpræg for denne type varemærker.

Dette betyder bl.a., at når sloganer formidler vage oplysninger om varerne eller tjenesteydelserne, er det mindre sandsynligt, at forbrugeren vil tage sig tid til at reflektere nærmere over udtrykkets forskellige mulige funktioner, altså om det ud over sin salgsfremmende betydning også peger på en handelsmæssig oprindelse.

For den nærmere vurdering af et slogans særpræg, er der i den fælles praksis identificeret en ikke-udtømmende liste over faktorer, som kan tjene som indikatorer for fastsættelsen af et slogans fornødne særpræg.

Den fælles praksis indeholder desuden en nærmere gennemgang af en række faktorer, der kan påvirke vurderingen, samt en række eksempler til illustration heraf.

Det er styrelsens opfattelse, at de principper, der er beskrevet i den fælles praksis, ikke medfører ændringer i styrelsens nuværende praksis. Den fælles praksis vil derfor finde anvendelse på såvel fremtidige som verserende ansøgninger og anmodninger om administrative ophævelser.

Har du spørgsmål til brugerbrevet og de to fælles praksisser, kan disse rettes til undertegnede.

Tilmelding af brugerbrev

Det er muligt at tilmelde sig styrelsens Varemærke- og Design brugerbrev ved at skrive til brugerbrev@dkpto.dk.

Venlig hilsen

Mikael Francke Ravn
Chefkonsulent

Email: mfr@dkpto.dk

Side 2 af 2