

RESUMÉ:

AN 2012 00022 – VR 2011 00102 COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK <w> – Indsigelse – Manglende særpræg

Der blev fremsat indsigelse mod endelig registrering af varemærket VR 2011 00102 COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK <W>. Indsiger gjorde gældende, at det ansøgte varemærke manglede særpræg, og at mærket var vildledende. Patent- og Varemærkestyrelsen tog ikke anmodningen til følge og opretholdt registreringen. Denne afgørelse blev indbragt for Ankenævnet for Patenter og Varemærker, som stadfæstede den påklagede afgørelse.

KENDELSE:

År 2013, den 26. marts afsagde Ankenævnet for Patenter og Varemærker
(Hans Chr. Thomsen, Hanne Kirk Deichmann, Jens Schovsbo og Eva K. Borgen)
følgende kendelse i sagen **AN 2012 00022**

Klage fra

Dansk Mode og Textil
v/Chas Hude A/S

over

Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse af 16. juli 2012 vedr. VR 2011
00102 COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK <W>
Indehavet af:
Den Erhvervsdrivende Fond Danish Fashion Institute
v/Johan Schlüter Advokatfirma

Ankenævnet har behandlet sagen skriftligt.

Ankenævnet udtaler:

Det er en grundlæggende betingelse for, at et varemærke kan beskyttes efter varemærkeloven, at det har særpræg, jf. VML § 13, hvoraf det fremgår, at et varemærke er udelukket fra registrering, bl.a. hvis det er beskrivende for arten eller beskaffenheden af de varer eller tjenesteydelser, som mærket anvendes for.

Vurderingen af, om et mærke har særpræg eller ej, er som det fremgår ikke abstrakt, men afhænger af mærkets konkrete/påtænkte brug. Indehavers mærke, COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK <W>, er registreret for en række tjenesteydelser i klasserne 35, 41 og 42. Ingen af disse ydelser, som mærket er registreret for, signalerer, at de skulle handle om mode, afholdes i en bestemt periode eller finde sted i København eller have særlig relation til sådanne ydelser. Hvis dette havde været tilfældet, ville mærket have manglet særpræg. Under de foreliggende omstændigheder og under henvisning til det af Styrelsen fremførte finder Ankenævnet ikke, at mærket savner særpræg for de tjenesteydelser, som det er søgt registreret for.

Ankenævnet finder heller ikke, at mærket er egnet til at vildlede, jf. VML § 14, nr. 2, hvad angår tjenester i klasse 41, som ikke har tilknytning til begivenheden ”Copenhagen Fashion Week”, da det ikke kan anses for sandsynligt, at forbrugere, som fx vil se en sportsbegivenhed, pga. mærket skulle blive forledt til at tro, at denne i stedet angår mode.

Herefter bestemmes:

Den påklagede afgørelse stadfæstes.

Sagens baggrund:

Den 7. september 2010 indsendte Den Erhvervsdrivende Fond Danish Fashion Institute ansøgning om registrering af varemærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK <w> for:

Klasse 35: Annonce- og reklamevirksomhed; bistand ved forretningsledelse og forretningsadministration; bistand ved varetagelse af kontoropgaver; kommerciel information og rådgivning til kunder; information vedrørende forretningsvirksomhed; forretnings- og marketingsundersøgelser; markedsundersøgelser; auktionsvirksomhed; kommerciel administration ved licensiering af andres varer og tjenesteydelser.

Klasse 41: Sportsarrangementer; elektronisk desktop publicering.

Klasse 42: Industriel analyse og forskning for andre; design og udvikling af computerprogrammer, computerprogrammering, designvirksomhed, industrielt design.

Varemærket blev registreret den 10. januar 2011 og efterfølgende publiceret i Dansk Varemærketidende den 26. januar 2011.

Den 15. marts 2011 gjorde Chas. Hude A/S indsigelse på vegne af Dansk Mode & Textil mod gyldigheden af det registrerede mærke COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK. Indsiger henviste til varemærkelovens § 23 i lovbekendtgørelse nr. 109 af 24. januar 2012. Indsigelsen blev begrundet med at mærket mangler særpræg for alle de tjenesteydelser, der har tilknytning til Københavns modeuge. Med hensyn til de tjenesteydelser, som indehaver har registreret sit mærke for i klasse 35, gjorde indsiger gældende, at disse ydelser har det til fælles, at det er tjenester der tager sigte på at opnå forbindelse til offentligheden via meddelelser og annoncering via forskellige medier. Med hensyn til de tjenesteydelser, som indehaver har registreret sit mærke for i klasse 41, nemlig *sportsarrangementer*, gjorde indsiger gældende, at disse ydelser vil være vildledende for *sportsarrangementer*, der ikke har noget at gøre med COPENHAGEN FASHION WEEK og mangle særpræg for de *sportsarrangementer*, der er relateret til COPENHAGEN FASHION WEEK. For så vidt angik *elektronisk desktop publishing* ligeledes i klasse 41, anførte indsiger, at disse ydelser har tæt forbindelse til de ansøgte tjenesteydelser i klasse 35, idet *elektronisk desktop publishing* må forstås som processen, hvorved en virksomhed kan sættes i stand til at frembringe materiale, der er omfattet af klasse 35. Med hensyn til de tjenesteydelser, som indehaver havde registreret sit mærke for i klasse 42, gjorde indsiger gældende, at de indsendte bilag viser, at en lang række virksomheder bruger betegnelsen COPENHAGEN FASHION WEEK i forbindelse med designvirksomhed og industrielt design.

Derudover anførte indsiger, at mærket er vildledende i det omfang, ansøger ikke anvender det ansøgte mærke for aktiviteter i forbindelse med den københavnske modeuge, jfr. varemærkelovens § 14, stk. 1, nr. 2 og derfor ligeledes ikke opfylder betingelserne for at kunne registreres endeligt. Ydermere fremlagde indsiger dokumentation for, 1) at COPENHAGEN FASHION WEEK anvendtes som begreb før stiftelsen af indehaver - den juridiske enhed Den Erhvervsdrivende Fond Danish Fashion Institute. Indsiger argumenterede for at tilføjelsen af INTERNATIONAL til COPENHAGEN FASHION WEEK ikke giver mærket yderligere særpræg, da det er et rent beskrivende element. Indsiger indsendte også dokumentation for, 2) at COPENHAGEN FASHION WEEK er en generisk betegnelse, der finder sted under Københavns modeuge, samt at 3) andre erhvervsdrivende bruger COPENHAGEN FASHION WEEK i erhvervsmæssige sammenhænge.

I brev af 22. juli 2011 imødegik indehaver indsigelsen mod COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK. Det var indehavers opfattelse, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK har oprindeligt særpræg for de af registreringen omfattede tjenesteydelser, samt at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK ikke er vildledende. Indehaver begrundede påstanden om det oprindelige særpræg med, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK ikke inden ansøgningen om varemærkereгистраering har været brugt for de ansøgte tjenesteydelser, samt at mærket har oprindeligt særpræg for de ansøgte tjenesteydelser. Indehaver begrundede

påstanden om, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK ikke er vildledende, med at der ikke foreligger en konkret vildledning eller væsentlig risiko for vildledning.

Indehaver fremførte ligeledes i sin argumentation for mærkets særpræg, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK ikke er beskrivende for de ansøgte tjenesteydelser, hverken FASHION WEEK eller mærket i sin helhed. Derudover afviste indehaver den dokumentation, som indsiger har sendt ind for at vise, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK er beskrivende eller er blevet til en generisk betegnelse, da bilag 1-33 ikke angår det ansøgte mærke, og bilag 34 ikke angår de ansøgte tjenesteydelser. I breve af 3. og 19. august 2012 indsendte indehaver kendskabsanalyse til mærket COPENHAGEN FASHION WEEK. Ud fra kendskabsanalysen foretaget af TNS Gallup konkluderede indehaver, at kendskabet til COPENHAGEN FASHION WEEK er højt.

I brev af 19. oktober 2011 fastholdt indsiger, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK mangler særpræg allerede ved ansøgningens indlevering. Indsiger henviste til, at OHIM har afvist en ansøgning om registrering af COPENHAGEN FASHION WEEK (CTM nr. 9563826). I samme brev afviste indsiger, at kendskabsanalysen vedrørende COPENHAGEN FASHION WEEK ikke er relevant i forbindelse med behandlingen af mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK's særpræg.

I brev dateret 9. januar 2011 (burde retmæssig være dateret 9. januar 2012) afviste indehaver indsigers indvendinger og påstande og foretog en opdatering af tidligere påstande og argumenter.

Den 16. juli 2012 traf Patent- og Varemærkestyrelsen afgørelse i sagen og tog ikke indsigelsen til følge. Registreringen blev opretholdt med følgende begrundelse:

”... 2. Lovgrundlaget

I varemærkelovens § 13, stk. 2 står der, at følgende varemærker ikke kan registreres:

”1) Varemærker, som udelukkende består af tegn eller angivelser, der i omsætningen kan tjene til at betegne varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed, mængde, anvendelse, værdi, geografiske oprindelse, tidspunktet for varens fremstilling eller for præstationen af tjenesteydelser, eller andre egenskaber ved disse.

2) Varemærker, som udelukkende består af tegn eller angivelser, som i daglig sprogbrug eller efter almindelig markedsføringssskik udgør en sædvanlig betegnelse for varen eller tjenesteydelsen.”

I varemærkelovens § 14, nr. 2 står der, at følgende varemærker ikke kan registreres:

”Varemærker, som er egnet til at vildlede, f.eks. med hensyn til varens eller tjenesteydelsens art, beskaffenhed eller geografiske oprindelse.”

3. Vurdering

Indehavers mærke:

VR 2011 00102 COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK (ord)

Klasse 35 Annonce- og reklamevirksomhed; bistand ved forretningsledelse og forretningsadministration; bistand ved varetagelse af kontoropgaver; kommerciel information og rådgivning til kunder; information vedrørende forretningsvirksomhed; forretnings- og marketingsundersøgelser; markedsundersøgelser; auktionsvirksomhed; kommerciel administration ved licensiering af andres varer og tjenesteydelser.

Klasse 41 Sportsarrangementer; elektronisk desktop publicering.

Klasse 42 Industriel analyse og forskning for andre; design og udvikling af computerprogrammer, computerprogrammering, designvirksomhed, industrielt design.

Særpræg

For at et varemærke kan registreres, skal det have det fornødne særpræg. Et mærke mangler det fornødne særpræg, når det er beskrivende for de ansøgte varer eller tjenesteydelser. Et beskrivende mærke kan eksempelvis angive varens art, dens beskaffenhed, geografiske oprindelse, måden hvorpå den skal anvendes eller dens mængde, værdi eller det tidspunkt hvor varen er fremstillet eller ydelsen præsteres. Derudover skal et varemærke kunne opfylde hovedfunktionen ved varemærker, nemlig have adskillelseevne/kendetegnsfunktion. Derudover må mærket ikke være blevet en sædvanlig betegnelse for de ansøgte varer eller tjenesteydelser

Disse krav forfølger to forskellige mål. Således skal kravet om distinktivitet sikre, at det varemærke, som søges beskyttet, rent faktisk vil blive opfattet som et kendetegn i omsætningskredsen. Har mærket denne "kendetegnsfunktion", vil det nemlig kunne bidrage til, at forbrugeren kan differentiere mellem forskellige udbydere varer eller tjenesteydelser, hvilket vil sætte forbrugeren i stand til at genvælge eller fravælge varer eller ydelser fra én bestemt udbyder. Samtidig skal kravene om, at mærket ikke må være deskriptivt eller være blevet en sædvanlig betegnelse for varen eller tjenesteydelsen sikre, at alle erhvervsdrivende frit kan anvende beskrivende ord eller figurer. En erhvervsdrivendes monopolisering af helt almindelige, beskrivende ord eller figurer, vil nemlig kunne besværliggøre andre erhvervsdrivendes mulighed for at markedsføre deres varer eller tjenesteydelser på sædvanlig vis, hvilket ville skade konkurrencen på markedet.

Styrelsen har adskillige gange afslået at registrere COPENHAGEN FASHION WEEK eller lignende mærker grundet manglende særpræg (f.eks. COPENHAGEN FASHION TOWN) for blandt andet *arrangering og ledelse af konferencer og symposier med forretnings- og afsætningsmæssigt sigte i klasse 35 og underholdningsvirksomhed, kulturelle arrangementer, arrangering og produktion af modeopvisninger og modeshows; pladsreservation til shows; information om underholdning; produktion af TV og film, fjernsynsunderholdning samt radio; arrangering og ledelse af konferencer og symposier med uddannelsesmæssigt sigte; fotografering; arrangering af skønhedskonkurrencer; planlægning af fester for andre* i klasse 41. Afslaget er givet med den begrundelse, at mærket kan være beskrivende for arten og egenskaber ved en række af de ansøgte tjenesteydelser, nemlig at der kan være tale om forskellige tjenesteydelser, som handler om mode og bliver afholdt i en bestemt uge eller af en uges varighed, og at disse finder sted i København.

Nærværende indsigelse er begrundet med, at mærket mangler særpræg for alle de tjenesteydelser, der har tilknytning til Københavns modeuge. Dette er styrelsen som udgangspunkt enig med indsiger i. Dog er styrelsen af den opfattelse, at de tjenesteydelser som mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK er blevet registreret for ikke handler om mode eller bliver afholdt i en bestemt uge eller af en uges varighed, eller at disse ydelser nødvendigvis finder sted i København.

Med hensyn til de tjenesteydelser som indehaver har registreret sit mærke for i **klasse 35**, nemlig *annonce- og reklamevirksomhed; bistand ved forretningsledelse og forretningsadministration; bistand ved varetagelse af kontoropgaver; kommerciel information og rådgivning til kunder; information vedrørende forretningsvirksomhed; forretnings- og marketingsundersøgelser; markedsundersøgelser; auktionsvirksomhed; kommerciel administration ved licensiering af andres varer og tjenesteydelser*, så gør indsigere gældende, at disse ydelser har det til fælles, at det er tjenester, der tager sigte på at opnå forbindelse til offentligheden via meddelelser og annoncering via forskellige medier.

Det er styrelsens opfattelse, at klasse 35 hovedsageligt omfatter tjenester ydet af personer eller organisationer med følgende hovedformål:

- (1) hjælp til drift, ledelse eller administration af en forretningsvirksomhed, eller
- (2) hjælp til de kommercielle funktioner i industrielle eller kommercielle virksomheder,

såvel som tjenester ydet af reklameforetagender, der først og fremmest tager sigte på at opnå forbindelse til offentligheden via meddelelser og annoncering ved alle medier, og vedrørende alle arter af varer og tjenesteydelser. Ydelserne i klasse 35 har ingen relation til en international modeuge foregående i København. Det er ydelser ydet for andre.

Selv hvor *annonce- og reklamevirksomhed* skulle have til formål at promovere COPENHAGEN INTERNATIONAL FAHION WEEK, så mangler mærket ikke særpræg for de ansøgte ydelser, ligeså vel som *annonce- og reklamevirksomhed* heller ikke mangler særpræg for *kulsyreholdige drikke*, når der reklameres for Coca-Cola. Styrelsen afviser således, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FAHION WEEK mangler særpræg for de ansøgte tjenesteydelser i klasse 35.

Med hensyn til de tjenesteydelser som indehaver har registreret sit mærke for i **klasse 41**, nemlig *sportsarrangementer*, så gør indsigere gældende, at disse ydelser vil mangle særpræg for de *sportsarrangementer*, der er relateret til COPENHAGEN FASHION WEEK. Det er styrelsens opfattelse, at klasse 41 omfatter særligt tjenesteydelser, hvis grundlæggende formål er at underholde, fornøje og adspredemennesker. Igen vil styrelsen afvise, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FAHION WEEK mangler særpræg for *sportsarrangementer*. Ydelsen *sportsarrangementer* er at stille faciliteter til rådighed, således at der kan afvikles arrangementer med sportligt sigte. FASHION kan således ikke angive noget beskrivende eller på anden vis usærpræget ved *sportsarrangementer*.

For så vidt angår *elektronisk desktop publishing* ligeledes i klasse 41, så anfører indsigere, at disse ydelser har tæt forbindelse til de ansøgte tjenesteydelser i klasse 35, idet *elektronisk desktop publishing* må forstås som processen, hvorved en virksomhed kan sættes i stand til at frembringe materiale der er omfattet af klasse 35. Denne påstand er styrelsen slet ikke enig i. *Elektronisk desktop publishing* er "is the creation of printed materials using page layout on a personal computer", jfr. http://en.wikipedia.org/wiki/Desktop_publishing og har således intet med klasse 35-ydelserne at gøre. Ej heller mangler COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK særpræg for *elektronisk desktop publishing*, da ydelserne ikke har relation til tjenesteydelser, som handler om mode og bliver afholdt i en bestemt uge eller af en uges varighed, samt at disse finder sted i København.

Styrelsen afviser således, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FAHION WEEK mangler særpræg for de ansøgte tjenesteydelser i klasse 41.

Med hensyn til de tjenesteydelser som indehaver har registreret sit mærke for i **klasse 42**, så gør indsigere gældende, at de indsendte bilag viser, at en lang række virksomheder bruger betegnelsen COPENHAGEN FASHION WEEK i forbindelse med *designvirksomhed* og *industrielt design*. Indehaver har registreret sit mærke COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK for *industriel analyse og forskning for andre; design og udvikling af computerprogrammer, computerprogrammering, designvirksomhed, industrielt design* i klasse 42.

Det er styrelsens opfattelse, at klasse 42 omfatter hovedsageligt tjenester tilvejebragt af personer, individuelt eller kollektivt, i relation til teoretiske og praktiske aspekter af komplekse aktivitetsområder. Sådanne ydelser udøves af personer inden for faggrupperne kemikere, fysikere, ingeniører, computerprogrammører osv. Denne klasse omfatter særligt:

- (1) tjenester tilvejebragt af ingeniører, som udfører evalueringer, beregninger, forskning og udarbejdelse af rapporter inden for det videnskabelige og teknologiske område;
- (2) videnskabelig forskning til medicinske formål.

Industrielt design beskæftiger sig med design af industriprodukter såsom maskiner eller maskinelementer og har således intet med Københavns internationale mode uge at gøre. For så vidt angår *designvirksomhed* så kan denne term indeholde det at designe tøj. Det er dog styrelsens opfattelse, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK ikke siger noget om det at designe tøj for andre, derudover giver det ikke mening at tale om, at *designvirksomhed* siger noget om tjenesteydelser, som handler om mode og bliver afholdt i en bestemt uge eller af en uges varighed, og at disse finder sted i København, hvorfor mærket har særpræg – også for *designvirksomhed*. De resterende ydelser ansøgt i klasse 42 har mærket ligeledes særpræg for, da for *industriel analyse og forskning for andre; design og udvikling af computerprogrammer, computerprogrammering* intet har med mode at gøre.

Styrelsen afviser således, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK mangler særpræg for de ansøgte tjenesteydelser i klasse 42.

Indsendt materiale af indsiger

Det materiale som indsiger har sendt til dokumentation for, at mærket mangler særpræg, finder styrelsen ikke på nogen måde viser, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK er en almindelig anvendt term for de ansøgte tjenesteydelser. For det første anvendes et andet mærke end det ansøgte i det indsendte materiale, nemlig COPENHAGEN FASHION WEEK, hvorfor styrelsen blot af den grund ikke kan anse at materiale viser, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK skulle være blevet en almindelig anvendt betegnelse for de ansøgte tjenesteydelser. Derudover viser materialet brug af COPENHAGEN FASHION WEEK for varer og tjenesteydelser, der har relation til Københavns modeuge, hvilket ingen af de ansøgte tjenesteydelser har.

Samlet anser styrelsen mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK for at have særpræg for de ansøgte ydelser, da mærket har kendetegnsfunktion og hverken er beskrivende eller er blevet en almindelig betegnelse for de ansøgte tjenesteydelser.

Vildledende

Et varemærke kan ikke registrere, hvis det ansøgte mærke vil give forbrugeren en forkert opfattelse af de varer eller tjenesteydelser, som mærket omfatter. Mærket må således ikke være egnet til at vildlede den potentielle kundekreds vedrørende varenes eller tjenesteydelsernes art, beskaffenhed mængde, anvendelse, pris eller geografiske oprindelse eller angående tidspunktet for dens fremstilling. Vildledning er altså en absolut registreringshindring, hvorfor et mærke som udgangspunkt vil blive afslået fra registrering, hvis det er egnet til at vildlede kundekredsen.

Baggrunden for forbuddet mod vildledende varemærker er hensynet til offentligheden. Et mærke skal derfor kun afslås fra registrering, når det er utvivlsomt, at det ansøgte mærke i sig selv er egnet til at vildlede køberne vedrørende visse egenskaber ved varen.

Et eksempel er mærket APPLE søgt for *æbler og pærer*. APPLE er beskrivende for *æbler* og vil være vildledende for *pærer*. Falder varerne imidlertid inden for helt forskellige områder fx APPLE søgt for *computere*, kan fare for vildledning ikke opstå. Der skal således være et nært "slægtskab" mellem de varer, som et mærke er ansøgt for, og de varer, som det kan være vildledende for. Det er en skønsmæssig afgørelse, hvor nært dette slægtskab skal være, før et mærke er vildledende. I dette skøn ind-

går elementer som varenes placering i butikken, varens emballage samt varens udseende og fremtoning.

I ansøgningsfasen tager styrelsen ligeledes stilling til om mærket måtte stride imod varemærkelovens § 14 – altså om mærket er vildledende for de ansøgte tjenesteydelser.

Med hensyn til de tjenesteydelser som indehaver har registreret sit mærke for i **klasse 41**, nemlig *sportsarrangementer*, så gør indsigere gældende, at disse ydelser vil være vildledende for *sportsarrangementer* der ikke har noget at gøre med COPENHAGEN FASHION WEEK. Dette er styrelsen ikke enig i. Styrelsen er af den opfattelse, at den relevante forbruger, der ønsker at se et sportsarrangement, ikke vil blive vildledt af at udbyderen af sportsarrangementet var COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK til at forvente at ydelsen ikke handlede om sport men om mode.

For alle de ansøgte ydelser gør det sig gældende, at det ikke er utvivlsomt, at det ansøgte mærke i sig selv er egnet til at vildlede køberen vedrørende visse egenskaber ved de ansøgte tjenesteydelser, hvorfor styrelsen samlet afviser indsigers påstand om, at indehavers mærke COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK skulle være vildledende for de ansøgte tjenesteydelser.

4. Konklusion

Vi tager ikke indsigelsen til følge, og registreringen er fortsat gyldig.

Vi har afgjort sagen efter varemærkelovens § 13, stk. 2, nr. 1 og 2 og § 14, stk. 1, nr. 2...”

Denne afgørelse indbragte klager, Dansk Mode og Textil v/Chas Hude A/S med brev af 17. september 2012 for Ankenævnet for Patenter og Varemærker med følgende påstand:

”... Vi henviser til Patent og Varemærkestyrelsens afgørelse i sagen VR 2011 00102 COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK og tillader os hermed at indbringe denne afgørelse for Ankenævnet for Patenter og Varemærker med henblik på omgørelse af samme, således at dansk varemærkeregistrering VR 2011 00102 COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK slettes fra registeret for alle de registrerede varer.

Anken fremsættes således med henvisning til Varemærkelovens § 46.

Med brev af 15. marts 2011 indleverede vi på vegne af Dansk Mode & Textil en indsigelse mod varemærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK, VR 2011 00102.

Indsigelsen blev indleveret med baggrund i, at indsiger ikke mente, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK havde særpræg for de registrerede varer samt at det var vildledende.

Der henvises i øvrigt til den argumentation og dokumentation, der er indleveret til Patent- og Varemærkestyrelsen vedrørende indsigelsessagen mod VR 2011 00102, COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK.

Klager har fået oplyst af Ankenævnet, at det er tilstrækkeligt at henvise til tidligere korrespondance, argumentation og dokumentation, da det hele udleveres af Patent- og Varemærkestyrelsen.

Påstand:

Styrelsens afgørelse i sagen VR 2011 00102 COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK omgøres, og varemærkeregistreringen VR 2011 00102 COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK ophæves i sin helhed..."

Med brev af 19. november 2012 kommenterede indklagede Den Erhvervsdrivende Fond Danish Fashion Institute v/Johan Schlüter Advokatfirma klagen således:

"...

Under henvisning til Deres brev af 19. september 2012 bilagt Chas. Hudes korte klagebegrundelse skal jeg hermed på indklagedes vegne fremkomme med vores

I M Ø D E G Å E L S E

af klagen.

Jeg henstiller til Ankenævnet, at Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse af 16. juli 2012 stadfæstes.

Indsigelsesafgørelsen

Patent- og Varemærkestyrelsen har på grundlag af varemærkelovens § 13 stk. 2 nr. 1 og 2 og § 14 stk. 1 nr. 2 vurderet, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK (ord) har særpræg, og at mærket ikke er vildledende for de tjenesteydelser, som dansk varemærkeregistrering nr. VR 2011 00102 omfatter, nemlig:

Klasse 35:

Annonce- og reklamevirksomhed; bistand ved forretningsledelse og forretningsadministration; bistand ved varetagelse af kontoropgaver; kommerciel information og rådgivning til kunder; information vedrørende forretningsvirksomhed; forretnings- og marketingsundersøgelser; markedsundersøgelser; auktionsvirksomhed; kommerciel administration ved licensiering af andres varer og tjenesteydelser.

Klasse 41:

Sportsarrangementer; elektronisk desktop publicering.

Klasse 42:

Industriell analyse og forskning for andre; design og udvikling af computerprogrammer, computerprogrammering, designvirksomhed, industrielt design

Indklagede er enig med Patent- og Varemærkestyrelsens i sagens udfald, og i de dele af den herfor anførte grundelse, som er angivet i det følgende:

"Dog er Styrelsen af den opfattelse, at de tjenesteydelser, som mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK er blevet registreret for, ikke handler om mode eller bliver afholdt i en bestemt uge eller af en uges varighed, eller at disse ydelser nødvendigvis finder sted i København.

Det er Styrelsens opfattelse, at klasse 35 hovedsageligt omfatter tjenesteydelser ydet af personer eller organisationer med følgende hovedformål:

(1) Hjælp til drift, ledelse eller administration af en forretningsvirksomhed, eller

(2) Hjælp til de kommercielle funktioner i industrielle eller kommercielle virksomheder,

såvel som tjenester ydet af reklameforetagender, der først og fremmest tager sigte på at opnå forbindelse til offentligheden via meddelelser og annoncering ved alle medier, og vedrørende alle arter af

varer og tjenesteydelser. Ydelser i klasse 35 har ingen relation til en international modeuge foregående i København. Det er ydelser ydet for andre.

Selv hvor "annonce- og reklamevirksomhed" skulle have til formål at promovere COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK, så mangler mærket ikke særpræg for de ansøgte ydelser, ligeså vel som "annonce- og reklamevirksomhed" heller ikke mangler særpræg for "kulsyreholdige drikke", når der reklameres for Coca-Cola. Styrelsen afviser således, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK mangler særpræg for de ansøgte tjenesteydelser i kl. 35.

Det er Styrelsens opfattelse, at klasse 41 omfatter tjenesteydelser, hvis grundlæggende formål er at underholde, fornøje og adsprede mennesker. Igen vil Styrelsen afvise, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK mangler særpræg for "sportsarrangementer". Ydelsen "sportsarrangementer" er at stille faciliteter til rådighed, således at der kan afvikles arrangementer med sportligt sigte. FASHION kan således ikke angive noget beskrivende eller på anden vis usærpræget ved "sportsarrangementer".

"Elektronisk desktop publishing" "is the creation of printed materials using page layout on a personal computer", jfr. Wikipedia, og har således intet med klasse 35- ydelserne at gøre. Ej heller mangler COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK særpræg for "elektronisk desktop publishing", da ydelserne ikke har relation til tjenesteydelser, som handler om mode og bliver afholdt i en bestemt uge eller af en uges varighed, samt at disse finder sted i København.

Styrelsen afviser således, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK mangler særpræg for de ansøgte tjenesteydelser i klasse 41.

Det er Styrelsens opfattelse, at klasse 42 omfatter hovedsageligt tjenester tilvejebragt af personer, individuelt eller kollektivt, i relation til teoretiske og praktiske aspekter af komplekse aktivitetsområder. Sådanne ydelser udøves af personer inden for faggrupperne kemikere, fysikere, ingeniører, computerprogrammører osv.

"Industrielt design" beskæftiger sig med design af industriprodukter såsom maskiner eller maskinelementer..... For så vidt angår "designvirksomhed", så kan denne term indeholde det at designe tøj. Det er dog Styrelsens opfattelse, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK ikke siger noget om det at designe tøj for andre, derudover giver det ikke mening at tale om, at "designvirksomhed" siger noget om tjenesteydelser, der handler om mode og bliver afholdt i en bestemt uge eller af en uges varighed, og at disse finder sted i København, hvorfor mærket har særpræg – også for "designvirksomhed". De resterende tjenesteydelser ansøgt i klasse 42 har mærket ligeledes særpræg for, da "industriel analyse og forskning for andre; design og udvikling af computerprogrammer, computerprogrammering" intet har med mode at gøre.

Styrelsen afviser således, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK mangler særpræg for tjenesteydelser i kl. 42.

Det materiale, som indsigter har sendt til dokumentation for, at mærket mangler særpræg, finder Styrelsen på ingen måde viser, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK er en almindelig anvendt term for de ansøgte tjenesteydelser. For det første anvendes et andet mærke end det ansøgte i det indsendte materiale....hvor Styrelsen blot af den grund ikke kan anse, at materialet viser, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK skulle være blevet en almindelig anvendt betegnelse for de ansøgte vare og tjenesteydelser.

Samlet anser Styrelsen mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK for at have særpræg for de ansøgte ydelser, da mærket har kendetegnsfunktion og hverken er beskrivende eller er blevet en almindelig betegnelse for de ansøgte tjenesteydelser.

Vildledende

For alle de ansøgte ydelser gør det sig gældende, at det ikke er utvivlsomt, at det ansøgte mærke i sig selv er egnet til at vildlede køberne vedrørende visse egenskaber ved de ansøgte tjenesteydelser, hvorfor Styrelsen samlet afviser indsigers påstand om, at indehavers mærke skulle være vildledende for de ansøgte tjenesteydelser.

Indklagede er – på linie med Styrelsen - af den opfattelse, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK har oprindeligt særpræg, og at mærket ikke er vildledende.

Ordsammensætningen COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK var ikke i brug i Danmark eller andre lande før den 7. september 2010, hvor varemærkeindehaver første gang søgte om registrering af COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK.

Dertil kommer, at sammensætningen af de fire ord er usædvanlig og, som Patent- og Varemærkestyrelsen har lagt til grund i sin gennemarbejdede afgørelse i indsigelsessagen, ikke er beskrivende, ikke udgør en almindelige betegnelse eller på anden måde mangler distinktivitet.

Klager har endvidere ikke påvist, at COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK var i brug eller var almindeligt brugt, før ansøger indleverede denne ansøgning i september 2010. De bilag, som Klager vedlagde indsigelsen, omhandlede andre mærker end det i nærværende sag. Bilag A, som var indklagedes bilag i indsigelsessagen, er en udskrift fra google.dk, som viser en søgning på ”københavns internationale modeuge” i tidsintervallet 1. januar 1990 til 7. september 2010. Søgeresultatet er: ”Ingen resultater”.

COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK har særpræg.

Dette støttes også af, at mærket COPENHAGEN INTERNATIONAL BED AND BREAKFAST er registreret under VR 2011 01655.

Og COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK er hverken generelt eller konkret vildledende for de ansøgte tjenesteydelser, hvilket er et krav i overensstemmelse med praksis under varemærkelovens § 14 stk. 1 nr. 2. Varemærkelovens § 14 stk. 1 nr. 2 finder kun anvendelse, hvis der enten foreligger en konkret vildledning eller en væsentlig risiko herfor, jfr. Knud Wallberg: Varemærkeloven og Fællesmærkeloven med kommentarer, § 14, note 14.5.

Der er således ikke basis for at tage denne klage til følge, og derfor må Ankenævnet stadfæste Styrelsens afgørelse i indsigelsessagen...”

Med brev af 10. december 2012 afgav Patent- og Varemærkestyrelsen udtalelse i sagen:

”... Som svar på Ankenævnets brev af 22. november 2012 skal styrelsen udtale følgende:

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

Styrelsen fastholder derfor afgørelsen af 16. juli 2012 og den under behandlingen fremførte argumentation og vurdering.

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

Med brev af 2. januar 2013 fremsendte indklagede, Den Erhvervsdrivende Fond Danish Fashion Institute v/Johan Schlüter Advokatfirma følgende kommentarer til styrelsens udtalelse:

”... Under henvisning til brev af 10. december 2012, hvorved fulgte en kopi af Styrelsens bemærkninger til klagen, skal jeg på indklagedes, Den Erhvervsdrivende Fond Danish Fashion Institute, vegne henvide til min imødegåelse af klagen dateret 19. november 2012 og på linje med Styrelsen henstille til Ankenævnet, at den trufne afgørelse stadfæstes, idet COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION WEEK har særpræg og ikke er vildledende for de tjenesteydelser i klasserne 35, 41 og 42, som den ovennævnte varemærkeregistriering omfatter...”

Klager, Dansk Mode og Textil v/Chas Hude A/S fremsendte med mail af 4. januar 2013 følgende bemærkninger til styrelsens udtalelse:

”... Jeg henviser til dit brev af 10. december 2012.

Jeg har ikke nogen kommentarer til Styrelsens kommentar af 10. december 2012...”

Udskriftens og fotokopiens rigtighed bekræftes.

Ankenævnet for Patenter og Varemærker, 26. marts 2013.