



KFIR

Klagenemnda for industrielle rettigheter

AVGJØRELSE

Sak: 17/00091
Dato: 8. november 2017

Klager: Volkswagen AG
Representert ved: Bryn Aarflot AS

Innklaget: Paalupaikka Oy

Klagenemnda for industrielle rettigheter sammensatt av følgende utvalg:

Elisabeth Ohm, Martin Berggreen Rove og Tove Aas Helge

har kommet fram til følgende

AVGJØRELSE

1 Kort fremstilling av saken:

- 2 Saken gjelder klage over Patentstyrets avgjørelse av 13. mars 2017 hvor Patentstyret etter innsigelse opprettholdt registreringen av det kombinerte merket MAIN AUTO WHEELS, registrering nummer 288243:



Klasse 12: Hjul for kjøretøyer; Hjulfelger for kjøretøyer; Hjulnav for kjøretøyer.

- 3 Volkswagen AG innleverte innsigelse basert på forvekselbarhet med følgende eldre varemerkeregistreringer:

Internasjonal registrering nr. 0708041:



Merket er registrert for følgende varer i klasse 12:

Klasse 12: Vehicles, apparatus for locomotion by land, air or water, and their parts, including automobiles and their parts, engines for land vehicles.

Merket er også registrert for varer og tjenester i klasse 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 og 42.

Internasjonal registrering nr. 0954027:



Das Auto.

Merket er registrert for følgende varer i klasse 12:

Klasse 12: Vehicles for locomotion by land, air and/or water and their parts included in this class, motorized land vehicles and their parts, trailers for vehicles and their parts included in this class, engines for land vehicles, tires for vehicle wheels, rims for vehicle wheels, complete vehicle wheels and their parts, motorized scooters (vehicles for children) and motorized automobiles for children (vehicles for children).

Merket er også registrert for tjenester i klasse 35 og 37.

- 4 Klage på Patentstyrets avgjørelse innkom 15. mai 2017. Patentstyret har vurdert klagen og ikke funnet det klart at den vil føre frem. Klagen ble deretter oversendt Klagenemnda for videre behandling den 16. juni 2017, jf. varemerkeloven § 51 andre ledd.
- 5 **Grunnene for Patentstyrets vedtak er oppsummert som følger:**
 - Det søkte merket er ikke egnet til å forveksles med innsigers internasjonale registreringer når det brukes for de aktuelle varene. Registrering nr. 288243 må derfor opprettholdes.
 - Det foreligger vareslagslikhet.
 - Det er merkene slik de er registrert og søkt som skal sammenlignes. Det er derfor ikke riktig å foreta en vurdering der man snur ett av merkene på hodet. Selv om det er snakk om varer

som i bruk snurrer rundt, vil ikke dette være normalt i omsetningssituasjonen. Det søkte merket og det ene av innsigers merker har dessuten en undertekst som gjør det åpenbart hvilken vei merkene er ment å vises.

- Visuelt har søkers og innsigers merker et fellestrekk ved at de har et sirkelformet element med et strekmønster inni. I det søkte merket kan strekmønsteret oppfattes som fjelltopper, og enkelte kan muligens oppfatte at strekene danner bokstavene M og A. I innsigers figurer kan man muligens oppfatte at strekene danner en V over en W, eller som tre enkle V-er. Linjene inni sirkelen i det søkte merket er kraftigere enn selve sirkelen, og kraftigere enn linjene inni innsigers sirkelfigurer. I innsigers figurer ser linjene ut til å være av samme bredde i alle elementene. Sirkelfiguren i det søkte merket fremstår som mer åpen enn innsigers, i og med at ikke alle strekene går helt ut i kantene. Det er litt «luft over fjelltoppene». Sirkelfiguren i det søkte merket er dessuten plassert på en sort rektangulær bakgrunn og har en undertekst.
- Merketeksten har lite særpreg, men den har likevel en betydning for det visuelle inntrykket. Innsigers merke med undertekst har en tekst som kun er halvparten så lang i antall bokstaver, men er skrevet med større bokstaver. Dette gjør teksten mer fremtredende enn i søkers merke. Merkenes visuelle helhetsinntrykk er etter dette ulike.
- Fonetisk er det lite sannsynlig at det søkte merket vil bli uttalt som MA, i og med at dette er vanskelig å oppfatte. Det er mer sannsynlig at det vil omtales som MAIN AUTO eller MAIN AUTO WHEELS. Innsigers merker vil av de som oppfatter bokstavene kunne uttales som VW. Innsigers merke med undertekst vil uttales som DAS AUTO. Uttalemåtene DAS AUTO og MAIN AUTO har visse fonetiske likheter hvis AUTO uttales på tysk. På grunn av helheten i teksten og elementet WHEELS er det mest sannsynlig at uttalen av søkers merke vil bli på engelsk. Innsigers merke vil på grunn av elementet DAS bli uttalt på tysk. Merkene har derfor liten grad av fonetisk likhet.
- På grunn av figuren vil det søkte merket kunne gi forestillinger om fjell og vinter. Dette vil i forbindelse med de aktuelle varene kunne gi assosiasjoner om at de egnert seg for vinter og vanskelige forhold. Teksten MAIN AUTO WHEELS vil gi forestillinger om «viktige bilhjul» eller «hovedbilhjul» eller liknende. Innsigers merker gir ingen bestemte assosiasjoner, men man får muligens en forestilling om bokstavene V og W eller flere V-er.
- Innsigers redegjørelse og den innsendte dokumentasjonen viser at Volkswagen er et velkjent merke for biler.
- Når merkenes strekmønstre er såpass ulike og det ikke er andre fellestrekk enn tekstelementet AUTO, som vil være rent beskrivende for de aktuelle varene, har Patentstyret under noe tvil kommet til at det ikke vil utløses noen assosiasjon til innsigers velkjente merke. Det søkte merket er derfor ikke i strid med innsigers vern etter varemerkeloven § 4 andre ledd.

- Innsiger har også anført at merket er søkt registrert i strid med god forretningsskikk, jf. varemerkeloven § 16 bokstav b. Patentstyret finner imidlertid at denne bestemmelsen i foreliggende sak ikke har betydning utover bestemmelsen i § 16 bokstav a.

6 Klager har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:

- Varemerkeregistrering nr. 288243, det kombinerte merket MAIN AUTO WHEELS er egnet til å forveksles med klagers tidligere rettigheter, IR 708041 og IR 954027, som er besluttet gjeldende i Norge. Registreringen må derfor oppheves.
- Registreringen er også skjedd i strid med § 4 andre ledd, da bruken av varemerket vil medføre en urimelig utnyttelse av, og skade på, klagers velkjente merkes særpreg og anseelse.
- Patentstyret konkluderte med at VW-logoen i klagers merke er velkjent for biler, og det legges til grunn at Klagenemnda ikke bestriker dette. For ordens skyld fremlegges likevel følgende dokumentasjon til støtte for at merket er velkjent:
 - o Statistikk over registrerte kjøretøy for 2015 fra SSB, som viser at det av 2,6 millioner personbiler i 2015 var 370 000 av fabrikkmerket Volkswagen. Dette tilsvarer en andel på 14,3 %. Toyota, som er på andreplass har til sammenligning 12,8 %.
 - o I følge Store Norske Leksikon var Volkswagen det mest solgte bilmerket globalt i 2015, med 5 823 400 personbiler.
 - o Tabell fra Opplysningskontoret for veitrafikken som viser at Volkswagen var det mest solgte personbilmerket i 2015, med 26 344 nyregistrerte biler. Dette tilsvarer en markedsandel på 17,5 %. Det er 10 000 biler ned til Toyota på andre plass.
 - o Pressemeldinger fra Møllergruppen om at Volkswagen ble Norges mest solgte bilmerke i 2010, 2011 og 2012.
 - o Utskrift av «Forbes World's Most Valuable Brands List» som har Volkswagen listet som nummer 77 på listen over de mest verdifulle merkene i verden.
- Figurmerket er klagers hovedlogo og er å finne i grillen på samtlige bilmodeller av merket Volkswagen, samt i alt av klagers markedsføring. Dette er den viktigste identitetsmarkøren for bilprodusenter og det er derfor ekstra viktig at ikke tredjeparter skal kunne misbruke merker som er til forveksling like disse logoene. Dette vil medføre ikke bare en åpenbar urimelig utnyttelse av goodwill, men vil også påføre varemerkene stor skade ved at de vil kunne miste noe av sin styrke som identitetsmarkør.
- Klagenemnda må legge til grunn at klagers velkjente varemerke har en svært høy grad av særpreg, hvilket medfører at beskyttelsessfæren utvides tilsvarende.
- Det figurative og mest dominante elementet i det omsøkte merket, kan ved første øyekast kanskje se ut som bokstaven M plassert over bokstaven A inne i en sirkel. Snur man derimot merket på hodet ser man at det i realiteten er en ren kopi av klagers logo, med lyse streker på mørk bakgrunn, hvor den eneste forskjellen er at man har forskjøvet den lille streken i

midten litt, slik at den kan se ut til å forme en A istedenfor en V. Det er også foretatt en minimal justering av vinkelen på bokstavene slik at disse har noe spissere vinkler i klagers merke enn i det søkte merket.

- Innklagedes merke er søkt registrert for «hjul for kjøretøyer; hjulfelger for kjøretøyer; hjulnav for kjøretøyer», hvilket innebærer at når merket faktisk påføres disse varene, så vil det være helt tilfeldig hvilken vei merket vil stå når forbrukeren møter det. At merket registreres opp ned i forhold til klagers merke vil således ikke ha betydning for hvordan merket vil oppfattes av gjennomsnittsforbrukeren.
- Patentstyrets observasjoner om merkenes utforming er korrekte, men fordrer at gjennomsnittsforbrukeren har begge merkene ved siden av hverandre og sammenligner dem. Når forbrukeren møter det søkte merket alene og må basere sammenligningen med erindringsbildet av det eldre merket, vil slike forskjeller neppe være særlig fremtredende.
- Det fremgår av Patentstyrets avgjørelse at strekmønsteret i det omsøkte merket kan oppfattes som fjelltopper og at det er litt luft over disse inne i sirkelen. Klager har vanskelig for å se at gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte merket slik, selv om det er en mulig tolkning. At figurene kan gi assosiasjoner til fjell og vinter og at de aktuelle varene egner seg for vinter og vanskelige forhold synes lite relevant for vurderingen av kjennetegnslighet.
- Ordelementene MAIN AUTO WHEELS mangler ethvert særpreg som varemerke for de aktuelle varene, da de er rent beskrivende for varens art og formål. Det er dermed de figurative elementene som vil feste seg hos gjennomsnittsforbrukeren. Når det søkte merket da sammenlignes med klagers figurmerke, som ikke inneholder noen ordelementer, blir kjennetegnsligheten ekstra stor.
- Det er snakk om omfattende vareslagslikhet, og det skal dermed tilsvarende mindre grad av kjennetegnslighet til for å kunne konstatere forvekslingsfare.
- Det synes opplagt at en alminnelig opplyst og velinformert gjennomsnittsforbruker etter all sannsynlighet vil kunne komme til å tro at det omsøkte merket har samme kommersielle opprinnelse som klagers velkjente VW-logo og det kombinerte merket VW Das Auto. Det må dermed være godtgjort at kjennetegnene er både direkte og indirekte forvekslebare for de aktuelle varer.
- Bruk av det omsøkte merket for de søkte varer i klasse 12 vil medføre en slik slitasje på eksklusiviteten og blikkfangeeffekten av VW og VW Das Auto at merkenes særpreg og anseelse lider skade. Bruken av det søkte merket vil også innebære en slik snylting på klagers opparbeidelse av varemerket og merkevaren VW at den også må bli å betrakte som urimelig utnyttelse av den goodwill som er knyttet til klagers merke.
- Det er uheldig at Patentstyret ikke har gått inn på det velkjente merkets særpreg i sin vurdering. Som ett av verdens mest kjente varemerker gjennom flere tiår, skulle man anta at merket hadde noe tilnærmet maksimalt særpreg, og at terskelen for å slå fast at skade vil kunne forekomme er tilsvarende lav.

- Da det foreligger merkelikhet og det velkjente merket har en slik grad av særpreg, må dette tilfellet klart rammes av § 4 andre ledd.
- For klager synes det åpenbart at innklagede bevisst og systematisk forsøker å snylte på velkjente merker og slik skaffe seg enklere markedstilgang. Dette kan illustreres med registreringene 286903 og 288288, som har hentet inspirasjon fra logoene til henholdsvis Volvo og BMW, samt EU-søknadene 013110887, 013114251 og 13311841 som ble nektet av EUIPO etter innsigelsener fra henholdsvis Volvo, Audi og Ford. Denne uredlige og uetiske praksisen er lite beskyttelsesverdig, og er et element som bør tillegges vekt ved vurderingen under § 4 andre ledd.

7 **Innklagede har for Klagenemnda i korte trekk gjort gjeldende:**

- Innklagede har ikke sendt inn tilsvaret til Klagenemnda.

8 **Klagenemnda skal uttale:**

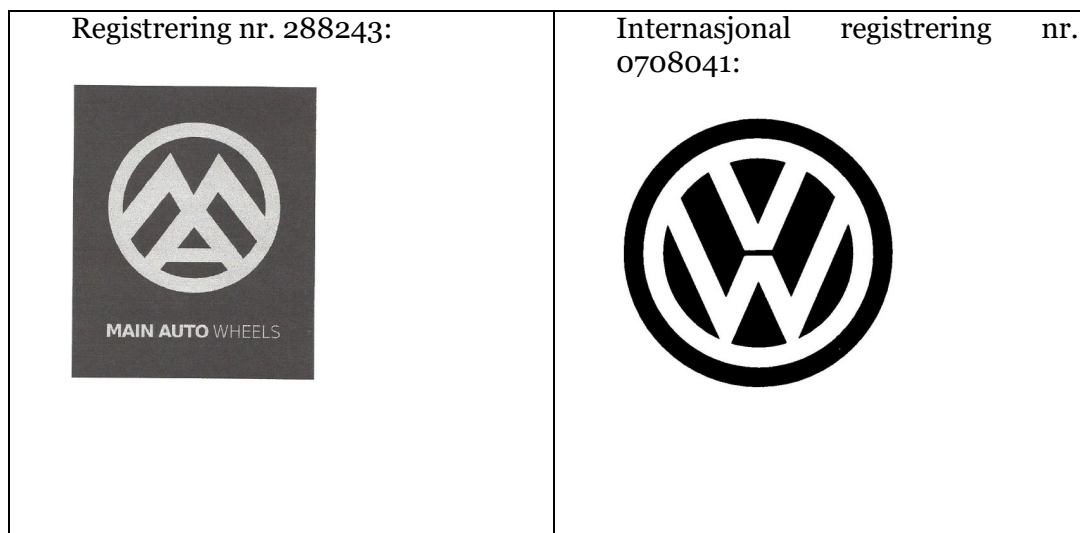
9 **Klagenemnda er kommet til samme resultat som Patentstyret.**

- 10 Klagenemnda skal ta stilling til om innklagedes registrering av det kombinerte merket MAIN AUTO WHEELS, som gjengitt over i avsnitt 2, krenker klagers eldre varemerkerettigheter, jf. varemerkeloven § 16 bokstav a, jf. § 4 første og andre ledd. Klager har anført at deres eldre merker er velkjente og at de nyter utvidet vern etter varemerkeloven § 4 andre ledd.
- 11 Klagenemnda finner det hensiktsmessig å ta utgangspunkt i varemerkeloven § 4 andre ledd.
- 12 Av varemerkeloven § 4 andre ledd fremgår følgende: «[F]or et varemerke som er velkjent her i riket, innebærer varemerkeretten at ingen [...] kan bruke et tegn som er identisk med eller ligner varemerket for varer eller tjenester av samme eller annet slag, hvis bruken ville medføre en urimelig utnyttelse av eller skade på det velkjente varemerkets særpreg eller anseelse (goodwill).»
- 13 I ordet *velkjent* ligger ifølge juridisk teori at det kreves «et visst bekjenthetsnivå», jf. Lassen/Stenvik (2011) side 369. Det ligger implisitt at kjennetegnet må være innarbeidet - i motsatt fall er det lite sannsynlig at det skulle være «velkjent», se side 370. For å finne at det skulle være velkjent, må man likevel kreve noe mer - merket må ha «en goodwillverdi [...] ut over den som innarbeidede varemerker gjerne har». Merket må være kjent som et kjennetegn - ikke som et generisk navn på en vare/tjeneste. Klagenemnda viser også til Annen avdeling sak 7573 NOSTALGIE ISTANBUL ORIENT EXPRESS, hvor det uttales at bestemmelsen i utgangspunktet må «være forbeholdt varemerker med en goodwill-verdi utenom det vanlige».
- 14 Vilkåret om at et varemerke er «velkjent», er oppfylt når merket er «kendt af en betydelig del af den offentlighed, der er relevant for de varer eller tjenesteydelser, der er dekket af dette mærke», og i så henseende i en «væsentlig del af» riket, jf. EU-domstolens avgjørelse i

C-375/97 CHEVY, avsnitt 26 og 28. Vedrørende vurderingen av om et merke er «velkjent» må det tas hensyn til alle relevante omstendigheter, eksempelvis bruken av merkets geografiske utstrekning, varigheten av bruken av merket og merkets markedsandel, jf. C-375/97, CHEVY, avsnitt 27. Den brede skjønnsmessige helhetsvurderingen som EU-domstolen gir anvisning på sikrer stor fleksibilitet ved praktiseringen av kodakbeskyttelsen, jf. Lassen/Stenvik (2011) side 369.

- 15 Klager har vist til at deres figurmerke er hovedlogoen til Volkswagen, og at den blant annet finnes i grillen på samtlige av deres bilmodeller. Logoen brukes videre i all markedsføring av deres kjøretøyer og andre produkter, og ble første gang registrert i Norge i 1968. Det følger av statistikk fra SSB fra 2015 at Volkswagen er det merket det er flest biler av i Norge, nemlig 14,3 % av personbilene, etterfulgt av Toyota med 12,8 % og Volvo med 8,1 %. Volkswagen var det mest solgte bilmerket i 2015 både globalt og i Norge. Det er også dokumentert at Volkswagen var det mest solgte bilmerket i Norge i 2010, 2011 og 2012.
- 16 Det er virkningen bruken av merket har hatt overfor den relevante omsetningskretsen som vil være avgjørende for vurderingen, jf. HR-2005-1905-A, Gule Sider, avsnitt 54. I foreliggende sak er det ikke vist til undersøkelser som konkret analyserer merkekjennskap. Det synes imidlertid klart at figurmerket under IR nr. 0708041 på grunn av svært omfattende bruk og generell status i markedet, må kunne anses å være et velkjent merke for biler i Norge. Klagenemnda kan derimot ikke se at den fremlagte dokumentasjon er tilstrekkelig til at det kombinerte merket under IR nr. 0954027, VW DAS AUTO, kan anses å være velkjent.
- 17 Når det eldre merket er velkjent, blir det neste spørsmålet om det kombinerte merket MAIN AUTO WHEELS er «identisk med» eller «ligner» klagers eldre rettigheter for varer av «samme eller annet slag», jf. varemerkeloven § 4 andre ledd.
- 18 I denne vurderingen tar Klagenemnda utgangspunkt i at gjennomsnittsforbrukeren for de aktuelle varene i klasse 12 vil være både profesjonelle næringsdrivende og alminnelige sluttbrukere. For bil- og bildeler i klasse 12, legges til grunn at gjennomsnittsforbrukeren har et forholdsvis høyt oppmerksomhetsnivå. Det er ikke snakk om varer man tar med seg etter en vilkårlig utvelgelse, men er derimot ofte basert på en gjennomtenkt utvelgelse blant flere alternativer.

19 Kjennetegnene som skal sammenlignes er følgende:



- 20 Kjennetegnsvurderingen etter varemerkeloven § 4 andre ledd er ikke sammenfallende med forvekselbarhetsvurderingen etter § 16 bokstav a, jf. § 4, første ledd bokstav b. Det kreves en likhet mellom merkene, men ikke en risiko for forveksling, jf. C-408/01 Adidas/Fitnessworld. Ifølge forarbeidene, Ot.prp.nr.98 (2008-2009) side 43, må graden av likhet «medføre at den berørte kundekretsen i sin bevissthet skaper en forbindelse (en «link») mellom tegnet og varemerket».
- 21 Spørsmålet Klagenemnda må ta stilling til er dermed hvorvidt merkene er så like at det oppstår en risiko for at gjennomsnittsforbrukeren vil få en assosiasjon til klagers merke når de møter innklagedes merke på de aktuelle varene. Hvorvidt det foreligger en slik assosiasjonsrisiko, vil bero på en konkret helhetsvurdering hvor kjennetegnslikhet, vareslagslikhet og graden av hvor velkjent og særpreget klagers merke er, vil være momenter i vurderingen, jf. C-136/08 Japan Tobacco v OHIM avsnitt 26. Av EU-domstolens avgjørelse i C-552/09 Ferrero v OHIM avsnitt 52, følger det at grunnlaget for vurdering av kjennetegnslikhet etter § 4 andre ledd, i likhet med en tradisjonell forvekselbarhetsvurdering, skal være en visuell, fonetisk og konseptuell sammenligning av de aktuelle merkene som helhet.
- 22 Hva gjelder vareslagslikhet, er innklagedes merke registrert for «Hjul for kjøretøyer; Hjulfelger for kjøretøyer; Hjulnav for kjøretøyer» i klasse 12. Klagers merke er på sin side velkjent for biler. Det foreligger dermed en klar vareslagslikhet mellom merkene.
- 23 Den konkrete sammenligningen av likheten mellom merkene, må i henhold til rettspraksis skje i lys av hvor særpreget det eldste merket er. Et merke med stor grad av særpreg, enten iboende særpreg eller gjennom bruk, vil ha en større beskyttelsessfære enn et merke med

mindre særpreg, jf. EU-domstolens uttalelser i C-251/95 *Sabel/Puma* avsnitt 24 og C-39/97 *Canon/Metro-Goldwyn-Mayer* avsnitt 18.

- 24 Klagenemnda anser klagers merke for å ha en normal grad av iboende særpreg, spesielt sett hen til den figurative utformingen.
- 25 Det er flere elementer som visuelt skiller merkene fra hverandre. Det yngre merket har en mørk ramme rundt figur- og tekstelementene. En slik ramme finnes ikke i klagers eldre merke. Begge merkene omfatter et figurelement bestående av en sirkel med et indre strekmønster. I klagers merke er sirkelen dobbel, og det indre strekmønsteret strekker seg helt ut til sirkelen. I innklagedes figur er sirkelen enkel, og det er en åpning mellom sirkelen og mønsterets topp. Strekmønsteret i det omsøkte merket kan se ut som fjelltopper, men kan også oppfattes som bokstavene M og A. Strekmønsteret i klagers merke vil oppfattes som bokstavene V og W, og logoen til Volkswagen, eventuelt kan det oppfattes som tre enkle V-er.
- 26 Innklagedes merke inneholder videre tekstelementet MAIN AUTO WHEELS, skrevet i store bokstaver og med ordene MAIN AUTO i uthevet skrift. Klagers merke inneholder ikke et selvstendig tekstelement utover bokstavene VW i figuren. Dette bidrar ytterligere til å begrense likheten mellom merkene.
- 27 Merkene skiller seg også semantisk fra hverandre gjennom teksten MAIN AUTO WHEELS i innklagedes merke.
- 28 Videre er det klare fonetiske forskjeller mellom merkene. Tekstelementet i innklagedes merke består av tre ord og fire stavelser og mens teksten i innklagedes merke presumtvt vil uttales på engelsk, vil klageres merke sannsynligvis refereres til som Volkswagen eller «vw».
- 29 Etter dette finner Klagenemnda at det eneste elementet merkene har felles er en figur bestående av en sirkel med et indre strekmønster. Disse strekmønstrene gir så ulike helhetsinntrykk at det yngre merket ikke vil utløse en assosiasjon til det velkjente merket.
- 30 Klager har også vist til at dersom det snus opp ned, vil det søkte merket ligge enda nærmere klagers merker. Det blir også påpekt at når merket brukes på for eksempel «hjulfelger for kjøretøy», vil det være tilfeldig hvilken vei merket står når gjennomsnittsforbrukeren møter det. Klagenemnda vil i denne forbindelse påpeke at det er merket slik det er søkt registrert som skal være gjenstand for vurdering av kjennetegnslikhet, og ikke en eventuell bruk. Klagenemnda kan for øvrig ikke se at likheten mellom merkene øker ved at det yngre merket står opp ned. Teksten under figuren i innklagedes merke vil i alle tilfeller gjøre det klart hvilken vei merket er ment å forekomme.
- 31 På dette grunnlag finner Klagenemnda at det kombinerte merket MAIN AUTO WHEELS ikke vil utløse en assosiasjon til det eldre merket, jf. varemerkeloven § 4 andre ledd.

- 32 Videre har klager anført at det foreligger forvekslingsfare mellom innklagedes merke og klagers eldre rettigheter, jf. varemerkeloven § 4 første ledd. I lys av det ovenstående, og når man har funnet at det ikke foreligger assosiasjon etter § 4 andre ledd, vil det etter Klagenemndas oppfatning heller ikke være forvekselbarhet mellom det omsøkte merket og klagers figurmerke (IR 0708041).
- 33 Hva gjelder klagers kombinerte merke IR nr. 0954027 (gjengitt i avsnitt 3), så inneholder dette et tilnærmet identisk figurelement som i IR nr. 0708041. Klagenemnda finner videre at tekstelementet «Das Auto» i klagers merke må anses å være direkte beskrivende for de aktuelle varer i klasse 12. Teksten er følgelig ikke egnet til å tilføre merket særpreg. Utover elementet AUTO, har ikke innklagedes merke og klagers eldre merke likhetstrekk. Betragtningene gjort i avsnitt 32, vil dermed få anvendelse også for IR nr. 0954027.
- 34 På denne bakgrunn har Klagenemnda kommet til at det kombinerte merket MAIN AUTO WHEELS ikke er egnet til å forveksles med klagers eldre kjennetegn, jf. varemerkeloven § 4 første ledd. Bruken av merket vil dermed ikke krenke en annens rett etter varemerkeloven § 16 bokstav a.
- 35 Avslutningsvis skal det påpekes at det kun er registrerbarheten til det omstridte merket etter varemerkelovens bestemmelser som vurderes av Klagenemnda. Det kan ikke utelukkes at det finnes andre hjemmelsgrunnlag som ville være mer passende for foreliggende tilfelle.

Det avsies slik

Slutning

- 1 Klagen forkastes.
- 2 Varemerkeregistrering nr. 288243, det kombinerte merket MAIN AUTO WHEELS, opprettholdes.

Elisabeth Ohm
(sign.)

Martin Berggreen Rove
(sign.)

Tove Aas Helge
(sign.)