



Mål nr 06-107
V.ans. 04-03016

PATENTBESVÄRSRÄTTENS

DOM

meddelad 2007-10-10 efter överklagande av Patent- och registreringsverkets beslut, se bilaga 1.

Klagande: Sveriges Radio AB Berwaldhallen (sökande)

Ombud: Intellectual Property Quarters AB

Målet gäller: Registrering av varumärket ÖSTERSJÖFESTIVALEN.

DOMSLUT

Patentbesvärslätten undanröjer det överklagade beslutet och visar ansökningen åter till Patentverket för fortsatt handläggning på grundval av yrkandet enligt alternativ 4.

EE

Postadress	Besöksadress	Telefon	Fax	Org.nr
Box 24160	Linnégatan 87 D	08-783 38 50	08-783 76 37	202100-3971
104 51 Stockholm				

YRKANDEN M.M.

Sveriges Radio AB Berwaldhallen (Sveriges Radio) har i Patentbesvärsrätten vidhållit ansökningsen med den ändring av tjänsteförteckningen som framgår av bilaga 2 med det tillägget att tjänsterna i klass 35 stryks även beträffande alternativyrkandena 1 och 2 om det enligt rättens mening erfordras.

Till grund för sin talan har bolaget hållit fast vid att det sökta märket ÖSTERSJÖFESTIVALEN i sig besitter för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för de tjänster som omfattas av ansökningsen och att det i vart fall genom användning förvärvat sådan förmåga.

Sveriges Radio har till utveckling av talan anfört bl.a. följande.

Det sökta märket består av ord som var för sig bör vara föremål för frihållning. Målgruppen har emellertid kommit att betrakta kombinationen av ”östersjö” och ”festivalen” som ett individualiseringsmedel för en viss festival.

Evenemanget ÖSTERSJÖFESTIVALEN initierades år 1999 av konserthuschefen för Berwaldhallen, Michael Tydén och dirigenterna Esa-Pekka Salonen och Valery Gergiev. Tanken var att förverkliga ett samarbete mellan länderna kring Östersjön avseende ett utbyte av kultur i form av klassisk musik och en miljöstödjande verksamhet. Finansiering av evenemanget sker direkt från Kulturdepartementet. Den första festivalen genomfördes år 2003 och samlade fem fullstora orkestrar, körer och solister i absolut världsklass. Festivalen har hållits årligen sedan dess och konserterna sänds i radions kanal P2. Festivalen har även exporterats utanför Sveriges gränser.

Festivalen har hittat en form som kommer att ge stora musikupplevelser framöver och har blivit ett forum där musikaliska möten kan stärka det gemensamma intresset för Östersjön och vår egen framtid. Tjänsterna riktar sig till en krets av människor som lyssnar på klassisk musik och som potentiellt går på konsertarrangemang avseende klassisk musik. Det är emellertid svårt att exakt

bestämna omsättningskretsens storlek vilket KH, som under lång tid genomfört marknadsundersökningar vid Brand-Eye AB, omvittnat.

En pilotundersökning utförd av Brand-Eye AB i november 2006 visar att 47 % av de tillfrågade svarade att de lyssnar på klassisk musik. Sveriges Radios musikkanal P2 har dagligen 1,5 % av Sveriges befolkning som lyssnare. Denna diskrepans beror med största sannolikhet på att många av de tillfrågade anpassar sina svar efter vad de tror kan höja deras sociala status. En företeelse som även är vanlig när det gäller frågor om alkohol, inkomst och utbildning. Om siffran 1,5 % dubblas till 3 % utgör denna siffra en tilltänkt målgrupp till evenemanget ÖSTERSJÖFESTIVALEN.

Årligen deltar kända offentliga personer i arrangemanget vilket medför en kraftig mediaexponering. Utöver kännedomen om varumärket hos utövande konstnärer som deltar finns även en stor kännedom bland huvudmän, företag och sponsorer. ÖSTERSJÖFESTIVALEN används av media i stort sett uteslutande som ett individualiseringsmedel för sökandens arrangemang. Kännedomen i "distributionsledet" bekräftas genom återopade intyg. Arrangemanget som också är omskrivet i de flesta större svenska tidskrifter såsom Svenska Dagbladet, Dagens Industri, Dagens Nyheter, Göteborgsposten och Metro Stockholm refereras även i Svensk Damtidning och Hänt Extra. Kombinationen av den potentiellt stora läsekretsen samt medverkande individer och den kraftiga exponeringen gör att minst 50 % av avnämmarkretsen känner till ÖSTERSJÖFESTIVALEN. Sannolikt har kännedomen spritt sig utanför den tilltänkta avnämmarkretsen.

— — —

På Sveriges Radios begäran har KH, Brand Eye AB, hörts som vittne.

DOMSKÄL

Utredningen ger vid handen, att Sveriges Radio sedan år 2003 – i samarbete med svenska staten, genom Kulturdepartementet, och övriga länder kring Östersjön samt enskilda intressenter i dessa

länder, såsom Världsnaturfonden WWF i Sverige – arrangerat en årlig musikfestival som marknadsförts under beteckningen ÖSTERSJÖFESTIVALEN. Arrangemanget har omfattat främst konserter med klassisk och annan konstmusik i bl.a. Berwaldhallen och Göteborgs Konserthus, av vilka flertalet sänts direkt i bl.a. Sveriges Radio P2, samt härutöver seminarier med fokus på de miljöproblem som finns i Östersjön och vad som kan göras för att lösa dessa.

En utgångspunkt är att omsättningskretsen för Sveriges Radios varumärke ÖSTERSJÖFESTIVALEN vid prövning av frågan om registrering bestäms av de tjänster för vilka märket begärs skyddat. Denna krets är därmed tämligen vid för de tjänster som omfattas av de yrkanden som framställts i Patentbesvärsträtten. Omsättningskretsen för de konserter som marknadsförts under ÖSTERSJÖFESTIVALEN är mer begränsad och får anses utgöras av dem som regelbundet lyssnar på klassisk eller annan konstmusik och som bevistar eller kan komma att bevista konserter med musik av detta slag eller som på annat sätt tar del av sådan musik.

Patentbesvärsträtten delar Patentverkets bedömning att det sökta märket ÖSTERSJÖFESTIVALEN i sig saknar för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för sådana musikarrangemang som omfattas av ansökningen enligt de alternativa yrkandena.

När det gäller frågan om märket förvärvat för registrering erforderlig särskiljningsförmåga gör rätten följande bedömning.

Av ett tämligen omfattande pressmaterial m.m. som Sveriges Radio åberopat framgår, att festivalen rönt stor uppmärksamhet i hela Sverige. Det framgår därvid, att ÖSTERSJÖFESTIVALEN genomgående använts för att beteckna arrangemanget, såväl i dags- och fackpress som i radio och TV. Och av åberopade intyg från utövande musiker, företrädare för dem som på olika sätt medverkar i genomförandet av festivalen och personer med kännedom om utbudet av klassisk musik och annan konstmusik här i landet – bl.a. projektledaren Camilla Lundberg vid Sveriges Television AB – framgår att kännetecknet ÖSTERSJÖFESTIVALEN fått ett stort genomslag såväl i produktionsledet som i omsättningskretsen i övrigt för

sådana konserter som arrangeras under varumärket.

Med hänsyn till den tid som varumärket ÖSTERSJÖFESTIVALEN använts, till den stora uppmärksamhet som festivalen rönt i media och till vad som kommit fram om hur varumärket uppfattas i omsättningskretsen kan det hållas för visst att en betydande del av denna krets uppfattar märket som ett kännetecken för konserter med klassisk och annan konstmusik. Det är emellertid inte visat att märket förvärvat för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för övriga tjänster som det avser. Vid denna bedömning skall det överklagade beslutet undanröjas och ansökan återförvisas till Patentverket för erforderlig behandling på grundval av alternativyrkande 4 avseende ”konsertverksamhet inom klassisk musik” i klass 41.

Per Carlson

Jeanette Bäckvall
Referent

Merit Persson

Enhälligt