



Mål nr 07-328  
V.ans. 06-01445

## PATENTBESVÄRSRÄTTENS

### DOM

meddelad 2009-12-04 efter överklagande av Patent- och registreringsverkets beslut, se bilaga 1.

Klagande: Mast-Jägermeister AG

Ombud: BRANN AB

Målet gäller: Registrering av en utstyrsel (flaska)

### DOMSLUT

Patentbesvärsrätten undanröjer det överklagade beslutet och visar ansökningen åter till Patentverket för fortsatt handläggning.

ak

---

Postadress	Besöksadress	Telefon	Fax	Org.nr
Box 24160	Karlavägen 108	08-783 38 50	08-783 76 37	202100-3971
104 51 Stockholm				

YRKANDE M.M.

Mast-Jägermeister AG har i Patentbesvärsrätten vidhållit ansökningen.

Bolaget har till grund för sin talan hållit fast vid att den sökta utstyrseln i sig besitter för registrering erforderlig särskiljningsförmåga och att den i vart fall genom användning förvärvat sådan förmåga.

Mast-Jägermeister har till utveckling av talan anfört bl.a. följande. Den sökta flaskan har genom sin form och sitt utseende en tillräcklig särskiljningsförmåga för att den ska kunna registreras. Den skiljer sig helt från övriga på marknaden förekommande flaskor för örtlikörer. Det får därutöver förutsättas att omsättningskretsen för spritdrycker är väl förtrogen med de på marknaden förekommande produkterna och van att lägga märke till och uppfatta flaskformen som en ursprungsangivelse. Det kan knappast råda något tvivel om att variationen inom detta produktområde är av helt annat slag än beträffande andra varor. Enligt Systembolagets indelning av spritdrycker sorterar JÄGERMEISTER under varugruppen ”krydd- och örtlikörer”. Den sökta flaskan skiljer sig helt från övriga varor i gruppen och avviker helt från normen eller från vad som är sedvanligt i branschen.

Den i målet aktuella utstyrseln introducerades i Sverige 1980 då det såldes motsvarande 6.429 st 0,7-litersflaskor på den svenska marknaden. År 1990 uppgick försäljningen till 209.743 flaskor och 2007 till 766.416 flaskor. Under perioden 1980 till 2006 ökade marknadsföringskostnaderna från 53.467 Euro till 509.482 Euro. Siffrorna visar tydligt att det under snart tre decennier har skett en målmedveten och framgångsrik satsning på marknadsföring som lett fram till en mångdubblad försäljning och en bred etablering på marknaden. Som ett resultat härav låg JÄGERMEISTER år

2007 på elfte plats av mest sålda spritdrycker i Sverige.

Patentverket har i sitt avslagsbeslut anfört att den av GfK Sverige AB (GfK) utförda marknadsundersökningen i april/maj 2006 innehöll en ledande fråga. Mast-Jägermeister delar inte denna bedömning. Frågeformuläret uppfyller de krav som finns på undersökningar av förevarande art och resultatet visar otvetydigt att flaskan är väl inarbetad som kännetecken för bolaget. Ytterligare en marknadsundersökning har utförts av GfK under vecka 9 2008. Igenkänningsgraden är hög, 53 %. Majoriteten, 66 %, av dem som känner igen flaskan är av uppfattningen att den används av en viss tillverkare. Av dessa uppger hela 77 % att Jägermeister är den tillverkare de tänker på. Av dokumentationen (IMPACT'S Top 100 Spirit Brands Worldwide) framgår att JÄGERMEISTER ligger på plats 9 av de mest sålda spritdryckerna i världen. Enligt motsvarande undersökning av IWSR SPIRITS REVIEW från september 2008 framgår att JÄGERMEISTER ligger på plats 6. Den sökta utstyrseln har efter visad inarbetning befunnits registrerbar i Danmark, Finland Tyskland, Slovenien och Malta. Patentbesvärshöjningen har år 1999 i målen 97-058 och 97-597 funnit att kännetecknet JÄGERMEISTER är väl ansett. Högsta domstolen har år 2003 i mål T 2982-01 funnit att varumärkena JÄGER och JÄGERMEISTER är inarbetade som kännetecken för spritdrycker och åtnjuter ett särskilt omfattande skydd. Den i förevarande mål aktuella utstyrseln utgör, liksom flasketiketten, ordet JÄGERMEISTER, hjorthuvudet på flasketiketten, kapsylen på flaskan m.fl. individuella kännetecken som vart och ett för sig, vid sidan av flaskan i dess helhet, igenkänns och uppfattas som bolagets varumärken.

Mast-Jägermeister har utöver ovan åberopade marknadsundersökning givit in viss ytterligare utredning.

## DOMSKÄL

Patentbesvärsrätten delar Patentverkets bedömning att den sökta flaskutstyrseln i sig saknar för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för sådana krydd- och örtlikörer i klass 33 som omfattas av ansökningen.

Av utredningen i målet framgår att krydd- och örtlikören Jägermeister med den sökta flaskutstyrseln sålts under lång tid och i mycket stor omfattning i Sverige. Det framgår även att Jägermeister låg på plats elva enligt Systembolagets uppställning över mest sålda spritdrycker under 2007.

Av den av GfK Sverige AB (GfK) år 2008 utförda marknadsundersökningen framgår att 53 % (266 personer av tillfrågade 500 personer) kände igen den sökta flaskutstyrseln när de fick se en bild av denna. Av dessa ansåg 66 % (175 personer, 35 % av samtliga) att utstyrseln kännetecknade endast en tillverkare. Av dessa 175 personer kunde 77 % (135 personer, 27 % av samtliga) namnge företaget eller produkten.

Patentbesvärsrätten finner att utredningen i målet ger stöd för att den sökta flaskutstyrseln genom användning numera uppfattas som ett kännetecken för Mast-Jägermeister och att bristen i särskiljningsförmåga avhjälpes. Överklagandet ska därför bifallas.

Ulf Hallin

Jeanette Bäckvall  
Referent

Annika Ryberg

Enhälligt