



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 29 september 2011

PARTER

Klagande

KAUF Konstant Aldrig Upphörande Förbättring AB, 556692-9526

Flaggskeppsgatan 10, 211 14 Malmö

Ombud: Fredrik Lovén, Bolagsrätt Sundsvall AB

Box 270, 851 04 Sundsvall

Motpart

Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG

Rötelstrasse 35, 741 72 Neckarsulm, Tyskland

Ombud: AlbiHns.Zacco AB

Box 5581, 114 85 Stockholm

SAKEN

Upphävande av varumärkesregistreringen KAUF i figur

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 8 april 2010

angående vm.reg. nr 399.501, se bilaga 1

DOMSLUT

Patentbesvärslätten avslår överklagandet.

LC

Postadress	Besöksadress	Telefon	Fax	Org.nr
Box 24160	Karlavägen 108	08-450 39 00	08-783 76 37	202100-3971
104 51 Stockholm				

YRKANDEN M.M.

KAUF Konstant Aldrig Upphörande Förbättring AB (Kauf) har i Patentbesvärsträtten vidhållit sitt yrkande att registreringen av varumärket KAUF i figur ska bestå.

Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG (Kaufland) har bestritt ändring.

Kauf har till grund för sin talan hållit fast vid att bolagets varumärke KAUF i figur, skyddat för konsulttjänster avseende organisationsutveckling; konsultationer avseende företagsledning och -organisation i klass 35, inte är förväxlingsbart med den motanförda internationella registreringen av varumärket KAUFLAND (reg. nr 878068) omfattande bl.a. företagsledning (business management) och företagsadministration (business administration) i samma klass.

Kaufland har till grund för sin talan hållit fast vid att de motstående märkena är förväxlingsbara.

Parterna har till utveckling av talan, utöver vad som åberopats i PRV, anfört bl.a. följande.

Kauf

Vid den helhetsbedömning som ska göras måste beaktas vilken association som det använda eller registrerade varumärket framkallar och om allmänheten kan tro att de aktuella varorna eller tjänsterna kommer från samma företag. Presumtionen för att förväxlingsbarhet föreligger när ett äldre kännetecken eller del av ett sådant har tagits in i ett yngre märke borde inte gälla i det nu aktuella fallet. I stället måste beaktas om det äldre kännetecknets sammansättning på ett naturligt sätt kan delas upp när ordet uttalas. Vidare måste hänsyn tas till det aktuella ordets språkliga betydelse.

Ordet KAUF kan från det tyska språket översättas till KÖP och KAUFLAND till KÖPLAND/KÖPVÄRLD. Vissa tyska ord förstås av en stor del av befolkningen. Alla svenskar som någon gång har satt sin fot i

Tyskland eller tagit del av tyska medier borde rimligen ha kommit i kontakt med ordet KAUF. Det aktuella ordet KÖPLAND uttalas i samtliga dess stavelser och skapar ett eget begrepp. En uppdelning av ordet känns helt främmande. Att omsättningskretsen skulle associera endast till ordet KÖP är inte sannolikt. Det anförda gäller också när ordet används på det tyska språket. Ordet KAUF leder inte automatiskt till det redan registrerade märket KAUFLAND. Ordet KAUFLAND associerar otvetydigt till ett företag i detaljhandelsbranschen. Däremot ger KAUF utan tillägg inte någon liknande association.

Kaufland

Det kan konstateras att tjänsterna under respektive varumärke är identiska. Tjänsterna som erbjuds kommer att efterfrågas under KAUFLAND respektive KAUF eller med andra ord de figurmoment som ingår som en mindre del av det yngre märket blir av något underordnad betydelse. Oavsett om omsättningskretsen delar upp KAUFLAND i två delar eller inte så ska bedömningen mellan märkesorden ske där hänsyn tas till ordens visuella, språkliga och konceptuella egenskaper.

Så som PRV konstaterat liknar märkena varandra såväl fonetiskt som visuellt som begreppsmässigt. Orden KAUFLAND och KAUF ger otvetydigt samma associationer och det är ganska naturligt att omsättningskretsen som efterfrågar sådana tjänster som avses kan komma att bibringas den uppfattningen att märkena har ett gemensamt kommersiellt ursprung. Här spelar naturligtvis den omständigheten att det yngre märket är identiskt med förledet i det äldre märket en stor roll. Det distinktiva moment som först anges i ett märke anses i praxis vara det moment som är det dominerande.

DOMSKÄL

I likhet med PRV finner Patentbesvärsträtten att det yngre varumärket KAUF i figur är förväxlingsbart med det internationella varumärket KAUFLAND. Överklagandet kan därför inte bifallas.

ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE, se bilaga 2 (Formulär B)

I avgörandet har deltagit patenträttsråden Per Carlson, ordförande, och Jeanette Bäckvall, referent, samt f. patenträttsrådet Ulf Hallin.
Enhälligt.