



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 28 oktober 2011

PARTER

Klagande

Svenska Röda Korset, 802002-8711

Box 17563, 118 91 Stockholm

Ombud: Sara Pers-Krause, Nihlmark & Zacharoff Advokatbyrå AB

Box 7701, 103 95 Stockholm

Motpart

Rädda Barnens Riksförbund, 802002-8638

107 88 Stockholm

Ombud: Essen International AB

Kungsbron 2, 111 22 Stockholm

SAKEN

Upphävande av varumärkesregistreringen RÄDDA MAMMORNA

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 28 april 2010

angående vm.reg. nr 396.820, se bilaga 1

DOMSLUT

Patentbesvärsrätten avslår överklagandet.

EE

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.

Svenska Röda Korset (Röda Korset) har i Patentbesvärsträtten vidhållit sitt yrkande att registreringen av varumärket RÄDDA MAMMORNA ska bestå.

Rädda Barnens Riksförbund (Rädda Barnen) har bestritt ändring.

Röda Korset har till grund för sin talan hållit fast vid att varumärket RÄDDA MAMMORNA inte är förväxlingsbart med något av Rädda Barnens kännetecken RÄDDA BARNEN. Röda Korset har, som det förstås, vitsordat att kännetecknet RÄDDA BARNEN är väl ansett för hjälpverksamhet som främst syftar till varaktiga förbättringar för barn.

Rädda Barnen har till grund för sin talan hållit fast vid att de motstående kännetecknen är förväxlingsbara samt att kännetecknet RÄDDA BARNEN är väl känt.

Parterna har till utveckling av talan anfört bl.a. följande.

Röda Korset

Det inledande ordet RÄDDA har relativt svag särskiljningsförmåga för tjänsterna i fråga. Genom tilläggen BARNEN respektive MAMMORNA skiljer sig varumärkena tillräckligt åt visuellt, fonetiskt och associationsmässigt för att inte vara förväxlingsbara.

Röda Korset bildades år 1865. Både organisationen och dess varumärke RÖDA KORSET är notoriskt kända i Sverige. Röda Korsets kampanj RÄDDA MAMMORNA har pågått under maj månad varje år sedan 2007. Kampanjen, som är en av Röda Korsets största, har gått i TV, print, utomhus, Internet, blogg och Youtube. Genom den stora exponeringen, däribland en stjärnspäckad RÄDDA MAMMORNA-kväll i TV4 på mors dag den 31 maj 2009, har kampanjen även fått betydelsefullt redaktionellt utrymme. Röda Korset har i alla sammanhang angivits som avsändare med formuleringar som "Röda Korsets kampanj RÄDDA MAMMORNA".

Mediebyrån Carat gjorde under vecka 22 år 2007 en eftermätning av den första RÄDDA MAMMORNA-kampanjen. Av de respondenter som sett kampanjen svarade 45 % spontant att avsändaren var Röda Korset och 22 % att det var RÄDDA MAMMORNA. Motsvarande siffra för Rädda Barnen var 6 %. Carats slutsats var bl.a. att RÄDDA MAMMORNA-kampanjen hade ett mycket stort genomslag och en hög korrekt avsändarkännedom. Den av Rädda Barnen ingivna undersökningen "Varumärkesmätning-Allmänheten" har endast givits in i valda delar och kan därför inte tillmätas någon större betydelse i målet. Den av Rädda Barnen ingivna undersökningen "Avsändarundersökning RÄDDA MAMMORNA" genomfördes ett halvår efter det att 2008 års kampanj avslutats vilket förtar mycket av värdet. En undersökning i anslutning till kampanjen hade sannolikt resulterat i en starkare association till Röda Korset.

Det föreligger stor skillnad mellan märkesorden MAMMORNA och BARNEN. Detta har betydelse för förväxling enligt 6 § andra stycket varumärkeslagen. Det är genom Rädda Barnens omfattande verksamhet till stöd för utsatta barn som varumärket blivit väl ansett. Mot bakgrund av Rädda Barnens varumärkes tydliga koppling till barn och Röda Korsets varumärkes tydliga koppling till mammor framstår det inte som sannolikt att den berörda allmänheten skulle förknippa märkena med varandra eller att användningen av Röda Korsets varumärke RÄDDA MAMMORNA skulle dra otillbörlig fördel av eller vara till förfång för varumärket RÄDDA BARNEN vare sig i den meningen att dess särskiljningsförmåga skulle urvattnas eller att allmänheten skulle tro att det finns ett kommersiellt samband mellan Röda Korset och Rädda Barnen. Det ska härvid beaktas att både Röda Korset och Rädda Barnen är mycket väl kända.

Rädda Barnen

Det föreligger identitet mellan prefixet RÄDDA i de båda kännetecknen vilket ger en fonetisk och visuell identisk inledning i båda kännetecknen. De båda suffixen BARNEN och MAMMORNA är associationsmässigt mycket närliggande varandra, så som syftande till en person i en familj. Kopplingen mellan mamma barn är tydlig då begreppen är beroende av

varandra. De båda märkena är uppbyggda på identiskt vis vilket ger märkena som helhet visuella likheter.

Att såväl Rädda Barnen som Röda Korset bedriver hjälpverksamhet till utsatta genom insamling av pengar är inte tvistigt mellan parterna. RÄDDA MAMMORNA omfattar varor och tjänster som är identiska med Rädda Barnens tidigare rättigheter.

Rädda Barnens verksamhetsfokus är barns rättigheter såväl i Sverige som i övriga världen. Arbetet är inriktat på att påverka och förändra samhällen och syftar i första hand till varaktiga förbättringar för de barn som har det svårast. Rädda Barnen understryker föräldrars, andra vårdnadshavares och myndigheters ansvar för barnet och dess levnadsvillkor. Röda Korset är en världsomspännande organisation som arbetar med humanitärt hjälparbete. Organisationernas verksamheter överlappar varandra och såväl Rädda Barnens som Röda Korsets givare torde utgöras av större delen av svenska folket över myndig ålder.

Den höga kännedomen avseende RÄDDA BARNEN ökar märkets inboende särskiljningsförmåga och på så vis varumärkeskraften. RÄDDA BARNEN har idag tack vare sin ställning som ett känt varumärke ett utökat skydd.

Kännetecknet RÄDDA BARNEN har använts i Sverige sedan 1919 och är i dag ett väl känt och väl ansett varumärke. Det framgår också av ingivna undersökningar. Användningen av RÄDDA MAMMORNA riskerar att dra otillbörlig fördel av och urvattna kännetecknet RÄDDA BARNEN. Användningen är även till förfång då allmänheten riskerar att vilseledas beträffande det kommersiella ursprunget. Det finns även en risk att allmänheten uppfattar det som att det skulle finnas någon förbindelse mellan RÄDDA BARNEN och de tjänster som marknadsförs under RÄDDA MAMMORNA. En förväxling skulle skada svenska folkets förtroende för båda organisationerna och i det större sammanhanget alla hjälporganisationer då förtroendet från allmänheten är helt avgörande för organisationernas existens.

Röda Korset

Det förhållande att både mammor och barn ofta finns i en familj innebär inte att märkesorden BARNEN och MAMMORNA är associationsmäsigt lika i den meningen att förväxlingsbarhet föreligger. Det bestrids också att de båda begreppen är beroende av varandra. Skillnaden förstärks genom att betoningen ligger på suffixen BARNEN och MAMMORNA till skillnad från vad som skulle ha varit fallet om utropstecken hade funnits med (RÄDDA BARNEN! och RÄDDA MAMMORNA!).

Parterna har i PBR åberopat viss ny bevisning.

DOMSKÄL

Röda Korset har, som det får förstås, vitsordat att kännetecknet RÄDDA BARNEN är väl ansett för hjälpverksamhet som främst syftar till varaktiga förbättringar för barn. Vid prövningen av frågan om förväxling ska detta förhållande läggas till grund för bedömningen.

Så som PRV anfört föreligger identitet mellan de tjänster i form av annons- och reklamverksamhet och företagsadministration i klass 35, finansiella tjänster och monetära tjänster i klass 36 samt undervisning/utbildning som de motstående märkena RÄDDA MAMMORNA och RÄDDA BARNEN (vm.reg. nr 356993) omfattar. Identitet föreligger också mellan tjänster i form av anordnande av handledning/instruktion, underhållning, sport- och idrottsaktiviteter och kulturverksamhet i klass 41 som registreringarna av dessa märken också omfattar.

Härutöver råder i varmärkesrättslig mening likhet mellan övriga tjänster som Röda Korsets märke avser, företagsledning och konstorstjänster i klass 35 och försäkringsverksamhet och fastighetsmäkleri i klass 36, och de ovannämnda tjänsterna som Rädda Barnens märke avser i samma klasser.

De motstående märkena innehåller, som PRV konstaterat, ordet RÄDDA samt orden MAMMORNA respektive BARNEN. Genom förekomsten av ordet RÄDDA finns en visuell och fonetisk överensstämmelse som inte

kan lämnas utan avseende. Det föreligger också, såsom PRV anfört, ett begreppsmässigt samband mellan märkena.

Röda Korset har åberopat en undersökning i form av en "eftermätning", utförd av "mediebyrån Carat", som enligt sin lydelse har gjorts i syfte att utvärdera i hur hög grad Röda Korsets "Rädda-mammorna-kampanj" under våren 2007 har uppmärksammats. Av den åberopade rapporten över undersökningen framgår dock inte vem som faktiskt utfört rapporten. Vidare saknas närmare uppgifter om hur undersökningen gått till, t.ex. saknas uppgift om den ordning i vilken frågorna ställts. Redan av detta skäl har saknar undersökningen bevisvärde för hur omsättningskretsen uppfattar det kommersiella ursprunget för Röda Korsets kännetecknen.

Vid en helhetsbedömning och med beaktande av det förstärkta skydd som tillkommer kännetecknet RÄDDA BARNEN får det anses föreligga risk för att omsättningskretsen kan få uppfattningen att de tjänster som Röda Korsets märke avser – såväl de som är identiska med dem som Rädda Barnens märke avser och övriga tjänster som liknar dessa – tillhandahålls av Rädda Barnen eller med Rädda Barnens samtycke. Det motanförda kännetecknet RÄDDA BARNEN utgör därför hinder mot att Röda Korsets varumärkesregistrering RÄDDA MAMMORNA består. Överklagandet kan därmed inte bifallas.

Vid denna bedömning prövar inte Patentbesvärsrätten om varumärket RÄDDA MAMMORNA även är förväxlingsbart med övriga av PRV motanförda varumärken innehållande kännetecknet RÄDDA BARNEN.

ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE, se bilaga 2 (Formulär B)

I avgörandet har deltagit patenträttsråden Per Carlson, ordförande, och Jeanette Bäckvall, referent, samt adjungerade ledamoten Jon Bergman. Enhälligt.