



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 12 oktober 2011

PARTER

Klagande

SAP AG

Dietmar-Hopp-Allee 16, DE-69190 Walldorf, Tyskland

Ombud: Kurt Lautmanns Patentbyrå AB

Box 245, 691 25 Karlskoga

Motpart

Wussap AB, 556786-2858

Teknikringen 33, 114 28 Stockholm

SAKEN

Upphävande av varumärkesregistreringen WUSSAP

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 7 september 2010
angående vm.reg. nr 400.886, se bilaga 1

DOMSLUT

Patentbesvärsrätten 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.

SAP AG har i Patentbesvärsträtten vidhållit sitt yrkande att registreringen av varumärket WUSSAP ska upphävas.

Wussap AB, som numera är antecknat som innehavare av varumärket WUSSAP har bestritt ändring.

SAP AG har till grund för sin talan hållit fast vid att varumärket WUSSAP är förväxlingsbart med varumärket SAP samt att SAP är väl känt med avseende på "mjukvara".

Wussap AB, har till grund för sin talan hållit fast vid att de motstående varumärkena inte är förväxlingsbara samt att det inte är visat att SAP är väl känt för mjukvara i omsättningskretsen.

Parterna har, utöver vad som tagits upp i verkets beslut, till utveckling av sin talan anfört i huvudsak följande.

SAP AG

"Wus" ger inte tillräcklig särskiljningsförmåga för att skilja WUSSAP från SAP. Den dominanta stavelsen och som betonas vid uttal är SAP. SAP ska inte uttalas bokstaverat. Om WUSSAP är en omskrivning av det idiomatiska uttrycket "What's up?" ligger det närmre till hands att ställa frågan "What is SAP?" eller anspela på SAP. Det är tydligt att betoningen ligger på stavelsen SAP. Det vore också i sådana fall mer naturligt att använda "wussup" i stället för "wussap".

SAP AG vitsordar att What's up och varianter på detta är etablerade hälsningsfraser. Det har dock inte påvisats att WUSSAP uppfattas som en felstavning alternativt ett slanguttryck av What's up. Om detta mycket slangartade uttryck kom att förknippas med IT-verksamhet skulle det innebära en nackdel för SAP AG och dess varumärke. WUS är en akronym och det ligger nära till hands att uppfatta stavelsen som en förkortning av World University Service eller t.ex. Windows Update Service. Det engelska ordet SAP är inte något av svenskar vanligt använt uttryck och det finns inte något bevis för att det uppfattas i betydelsen

sav, växtsaft, tunnel eller underminera. Personer verksamma i IT-branschen vet vad SAP står för.

WUSSAP avser varor och tjänster som omfattas av SAP AG:s registreringar. Att WUSSAP enbart skulle användas för ”en chatt-tjänst som möjliggör samtal mellan personer som befinner sig på samma webbsida” framgår inte av märkets varu- och tjänsteförteckning.

De båda varumärkena riktar sig till aktörer inom samma bransch. Båda företagen är verksamma inom IT-branschen och SAP AG är en aktiv Internetaktör.

Enligt företaget Interbrands lista över världens bästa varumärken mellan åren 2007 till och med 2010 har SAP legat på 34, 31, 27 respektive 26 plats. Det internationella analysföretaget Millward Brown har placerat SAP på en 23 plats av 100 med beaktande av faktorer som varumärkets bidrag till resultatet, kundernas syn på varumärket och uppskattning av tillväxtpotential för företaget. Vid en värdering för Europa har SAP placerats på en tredje plats. Tidningen BusinessWeek har placerat SAP på en 34:e plats av världens 100 mest värdefulla varumärken.

Av Wikipedia framgår att SAP AG är det största mjukvaruföretaget i Europa och det fjärde största mjukvaruföretaget i världen. Bolaget ligger på en fjärde plats av världens alla mjukvaruföretag i ”Software Top 100”. Fortune Magazine placerar SAP bland de tre mest uppskattade mjukvaruföretagen i världen. SAP AG finns representerat på alla världens kontinenter i 60 länder och har cirka 82 000 kunder. Företaget har 53 000 anställda. År 2009 var omsättningen för Sverige 99 miljoner Euro. Globalt sett var omsättningen år 2010 12,464 miljarder Euro och bolagets totala tillgångar 20 718 miljarder Euro. En sökning på Google över SAP ger 241 miljoner träffar medan en sökning på WUSSAP ger 68 700 träffar.

Wussap AB

Det föreligger varken märkes- eller varu-/tjänsteslagslikhet. Prefixet i bolagets märke är ”wuss” och den andra stavelsen är ”ap” och märket

uttalas således "wuss-ap" och inte "wus-SAP". SAP består endast av en stavelse medan WUSSAP innehåller två stavelser. Därmed föreligger endast smärre fonetiska likheter. SAP är vidare en akronym (Systems, Applications and Products in Data Processing) och skrivs med versala bokstäver. SAP uttalas bokstaverat, vilket vinner stöd av bl.a. SAP AG:s egen officiella reklamfilm på Internet samt av bolagets egen information på Internet angående dess universitets- och högskoleprogram.

WUSSAP är inte en akronym och det är endast när ordet inleder en text som den inledande bokstaven skrivs med en versal. I övriga sammanhang används märket i gemener. WUSSAP är en parafras på den välkända hälsningsfrasen "What's up" och dess varianter "Wassup", som bland annat har blivit populär i Wussap AB:s omsättningskrets på grund av Budweisers globalt uppmärksammade marknadsföringskampanjer. Att det skulle ligga närmre till hands att anspela på SAP är språkligt ologiskt.

Wussap AB delar PRV:s bedömning att märkena ger upphov till olika associationsmässiga intryck hos betraktaren.

En sökning på Google över ordet WUSSAP ger inte på de 100 första träffarna någon information eller länk relaterad till SAP. Inte heller en sökning på SAP ger någon länk till WUSSAP. Däremot ger en sökning på WUSSAP länkar som relaterar till hälsningsfrasen "What's up" och "Wassup".

Märkena riktar sig inte till samma aktörer eller till samma bransch. SAP är ett affärssystem som riktar sig till företag, vilket vinner stöd av information på företagets webbplats. Wussap AB:s primära målgrupp är privatpersoner och bloggare och bolaget tillhandahåller inte tjänster som också erbjuds av SAP AG.

Wussap AB har aldrig haft någon avsikt att förknippas med SAP, som på grund av dess projekt inom Försäkringskassan och Försvarsmakten inte har någon positiv image hos Wussap AB:s primära målgrupp.

Det kan vitsordas att de av SAP AG presenterade uppgifterna över placeringar på rankinglistor och omsättning etc. är riktiga i sig. Det

vitsordas också att SAP AG är en stor aktör i branschen, men inte att SAP är ett väl känt varumärke i omsättningskretsen.

SAP AG

SAP AG bestrider att SAP uttalas bokstaverat då det finns ett direktiv från ledningen om att märket inte ska bokstaveras. Det kan vitsordas att det vid en sökning på Google efter SAP inte på de 100 första träffarna finns någon koppling till WUSSAP.

I målet har hållits muntlig förhandling.

DOMSKÅL

Wussap AB:s varumärke WUSSAP är registrerat för datorprogram i form av nedladdningsbara mjukvaror i klass 9 samt för tjänster med anknytning till dataområdet i bl.a. klass 42. SAP AG:s motanförda varumärken är alla registrerade för datorprogram m.m. i klass 9 samt för tjänster med anknytning till dataområdet i klass 42. Wussap AB:s märke avser därmed, som PRV funnit, varor och tjänster av liknande slag som dem som SAP AG:s märken är registrerade för.

Varu- och tjänsteförteckningarna för de motstående varumärkena omfattar produkter som efterfrågas av såväl konsumenter som företag, bl.a. i vad de avser datorprogram. Wussap AB har vitsordat att SAP AG är en stor aktör i den bransch där bolaget är verksamt. Mot Wussap AB:s bestridande är dock inte visat att SAP AG:s kännetecken SAP är känt inom en betydande del av omsättningskretsen. Skyddsomfånget hos SAP AG:s varumärken skall följaktligen bedömas med utgångspunkt i deras ursprungliga känneteckenskraft.

Så som PRV konstaterat finns en likhet mellan de motstående varumärkena i det att det yngre varumärket WUSSAP som slutled innehåller sammanställningen SAP som utgör de äldre märkesorden.

Parterna har intagit olika ståndpunkter i fråga om hur det yngre märket uppfattas. Wussap AB har inte mot SAP AG:s bestridande visat att dess varumärke WUSSAP är ägnat att uppfattas som en parafras av den vardagliga hälsningsfrasen ”what’s up”. Ingen av parterna har gjort gällande att märkesorden SAP skulle vara ägnade att uppfattas på något särskilt sätt i samband med de varor och tjänster som SAP AGs märken omfattar. Det har vid dessa förhållanden inte framkommit att något av märkena ger upphov till ett föreställningsinnehåll som bör beaktas vid bedömning av frågan om förväxling.

Parterna har också intagit olika ståndpunkter i fråga om hur de motstående märkesorden WUSSAP respektive SAP uttalas. SAP AG har mot Wussap AB:s bestridande inte visat att WUSSAP uttalas med betoning på den sista stavelsen. Såväl det yngre märket WUSSAP som de äldre märkena bestående av eller innehållande sammanställningen SAP erbjuder, åtminstone för den svenska omsättningskretsen, olika uttalsmöjligheter.

Oavsett hur märkesorden uttalas skiljer sig vid en helhetsbedömning det yngre varumärket WUSSAP tillräckligt från vart och ett av de äldre märkena för att inte vara förväxlingsbart något av dessa. Överklagandet skall följaktligen avslås.

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.