



PATENTBESVÄRSRÄTTENS DOM

meddelad i Stockholm den 30 oktober 2012

Klagande

Svenska Båtunionen

Af Pontins väg 6, 115 21 Stockholm

Ombud: Advokatfirman Gärde & Partners

Erik Dahlbergsallén 15, 115 20 Stockholm

SAKEN

Registrering av varumärket BÅTLIV

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och registreringsverkets (PRV) beslut den 24 november 2011
angående varumärkesansökan nr 10-10005, 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				

YRKANDE M.M.

Svenska Båtunionen har i Patentbesvärsrätten vidhållit ansökningen.

Svenska Båtunionen har till grund för sin talan hållit fast vid att varumärket BÅTLIV i sig besitter för registrering erforderlig särskiljningsförmåga för böcker, tidningar och tidsskrifter i klass 16, annonsverksamhet; tidningsabonnemang i klass 35, samt förlagstjänster, tidningsförlagstjänster, utgivning av tidningar i klass 41 och att märket i vart fall genom användning förvärvat sådan förmåga.

Föreningen har till utveckling av talan, utöver vad som antecknats i PRV:s beslut, anfört i huvudsak följande. BÅTLIV besitter ursprunglig särskiljningsförmåga då det inte är beskrivande för varornas art eller beskaffenhet d.v.s. för tidningar, tidningsabonnemang etc. Varumärket LANTLIV har registrerats för tidningar och tidsskrifter varför även BÅTLIV borde kunna registreras. Om varumärket inte skulle anses besitta ursprunglig särskiljningsförmåga har det i vart fall förvärvat sådan genom inarbetning. Tidningen Båtliv ges ut av Svenska Båtunionen (SBU) sedan 1983 och skickas sex gånger om året till de över 161 000 medlemmarna i SBU-anslutna båtklubbar. Tidningens upplaga, enligt TSAB, är 147 000, vilket beror på att flera medlemmar kan ingå i samma hushåll. Båtliv är Europas största båttidning och de årliga annonsintäkterna uppgår till 5 500 000 kr. Enligt Transportstyrelsen är ca 32 procent av Sveriges 695 000 båtägande hushåll medlemmar i en båtklubb. Det innebär att ca 222 000 personer är medlemmar i en båtklubb och dessa personer får anses utgöra omsättningskretsen för en båttidning i Sverige. Av de 881 000 fritidsbåtarna i landet är 374 000 kanoter, ekor eller öppna båtar med små motorer. Ägarna av dessa borde endast undantagsvis vara medlemmar i en båtklubb eller vara en relevant målgrupp för en båttidning. Inom den relevanta omsättningskretsen, båtklubbsmedlemmar i Sverige, är 75 procent medlemmar i SBU-anslutna båtklubbar och därför med automatik prenumeranter av tidningen Båtliv. Även om man tar i beaktande att upplagan är något mindre än antalet medlemmar uppgår prenumeranterna av tidningen till 66 procent av den relevanta omsättningskretsen. (PRV har i sin skrivelse den 8 april 2011 konstaterat att en Google-sökning av ordet Båtliv ger 2 miljoner träffar. Båtlivs hemsida är första sökresultatet både på Google

och den konkurrerande söktjänsten Bing. Hemsidan har ca 70 000 besökare per månad enligt statistik från webbhotellet Scandinavian Hosting.) Varumärket måste mot bakgrund av det anförda anses känt i en betydande del av omsättningskretsen.

Svenska Båtunionen har i Patentbesvärsrätten givit in viss skriftlig utredning.

DOMSKÄL

De i det sökta märket ingående orden BÅT och LIV kan användas för att beskriva innehållet i, och arten av, de böcker, tidningar och tidskrifter i klass 16 samt de tidnings- och förlagstjänster i klass 35 och 41 som märket avser (jfr Patentbesvärsrättens avgörande den 13 september 2011 i mål 10-186, DÄCK DEBATT). Märket är därmed beskrivande för dessa varor och tjänster och saknar i sig som PRV anført i det överklagade beslutet följaktligen särskiljningsförmåga.

Fråga är då om Svenska Båtunionens märke förvärvat för registrering erforderlig särskiljningsförmåga.

Att tidskriften BÅTLIV givits ut under föhållandevis lång tid och i tämligen betydande omfattning medför inte ensamt för sig att det går att dra någon bestämd slutsats beträffande frågan om en betydande del av omsättningskretsen, som får anses bestå av den del av allmänheten som har ett intresse av båtar och friluftsliv, uppfattar BÅTLIV som ett varumärke. Den skriftliga utredning som givits in och som benämns "Upplage- och räckviddsutveckling 2001-2010" tar sikte på "...att ge fakta om båtlivet och båtbeståndet så att offentlig förvaltning, näringsliv och organisationer ska kunna planera och fatta beslut på riktiga grunder" och ger därmed inte stöd för slutsatsen att BÅTLIV uppfattas som ett varumärke av omsättningskretsen. Inte heller övrig skriftlig utredning visar att märket är inarbetat för aktuella varor och tjänster.

Mot bakgrund av det anförda ska överklagandet lämnas utan bifall.

ANVISNING FÖR ÖVERKLAGANDE, se bilaga 2 (Formulär B)

I avgörandet har deltagit patenträttsrådet Jeanette Bäckvall, ordförande tillika referent, och f. patenträttsrådet Ulf Hallin samt adjungerade ledamoten Jon Bergman. Enhälligt.