

AVSLAG AV INVÄNDNING

Invändningsärende nr 2007/0077/0001

Registrering nr 387524

INVÄNDARE

Sveriges Utbildningsradio AB
Tulegatan 7
113 95 Stockholm

OMBUD

Groth & Co Kommanditbolag
Box 6107
102 32 Stockholm

Exp. Patent- och registreringsverket

2008 -10- 01

INNEHAVARE

Östgötagatan 11
116 25 Stockholm

21 5 2008 Lund
111 2

BESLUT

Patent- och registreringsverket (PRV) avslår invändningen med ovanstående nummer med stöd av 21 § andra stycket varumärkeslagen (1960:644).

ÄRENDET

Invändningen avser varumärket RAMP med reg. nr. 387524, som är registrerat för undervisning/utbildning i klass 41.

Invändaren yrkar att registreringen ska upphävas och anför som grund för detta att innehavarnas varumärke är förväxlingsbart med invändarens varumärke RAMP med reg. nr. 378951, som är registrerat för underhållning; kulturverksamhet; produktion av radio- och televisionsprogram; filmproduktion; bokförlagsverksamhet; musikförlagsverksamhet; textpublicering (ej reklamtexter); visning av biograffilmer; framförande av liveföreläsningar; produktion av shower och drama; klubbverksamhet (nöje); information om kultur och idrottsaktiviteter i elektroniska media; upplåtande av elektroniska publikationer on-line (ej nedladdningsbara); inspelningsstudiotjänster; uthyrning av ljud- och bildupptagningar; videofilmning; fotografering, nyhetsreportertjänster; översättningsverksamhet och teckenspråkstolkning; produktion av specialeffekter för radio; interaktiv underhållning; anordnande av tävlingar och utställningar i klass 41.

Invändaren anför också, som det får förstås, att invändarens varumärke är väl ansett.

Invändaren anför som stöd för invändningen att innehavarnas varumärke är identiskt med invändarens tidigare registrerade rättighet. De tjänster som registrerats för innehavarnas märke är liknande de som registrerats för det motanfödda varumärket. Uttrycket undervisning/utbildning är mycket omfattande. I detta ingår all form av undervisning/utbildning oavsett vilket ämne som behandlas, oavsett vem tjänsterna riktar sig till, oavsett vilket undervisningsmaterial som används, oavsett storleken på den grupp som undervisas och oavsett hur utbildningstjänsterna marknadsförs. Om innehavarna skulle använda varumärket RAMP för sina utbildningstjänster och sedan i sin undervisning använda sig av material, t.ex. en bok eller ett tv-program med varumärket RAMP skulle det innebära att konsumenten riskerar att förväxla tjänsternas kommersiella ursprung. Om innehavarna skulle behandla ämnen som invändarens tv-produktion också har tagit upp finns en tydlig koppling mellan undervisningen och tv-produktionen. De konsumenter som är intresserade av att utbilda sig i just det ämnet är samma målgrupp som för tv-produktionen varför risken för förväxling är uppenbar. Även om innehavarna i dagsläget inte använder sig av inspelade material, litteratur, tryckt material eller skrivna texter i samband med de undervisnings- och utbildningstjänster som tillhandahålls under innehavarnas varumärke skulle de, eller en framtida ny innehavare av märket, kunna komma att göra det i framtiden. Det är allmänt känt att de tv- och radioproduktioner som invändaren producerar används i utbildningssyfte. Invändarens varumärke är en mycket känd produktion från invändaren och en användning av ett identiskt varumärke innebär en påtaglig förväxlingsrisk och en risk för att innehavarna drar otillbörlig fördel av det äldre varumärket till förfång för invändaren. Det finns även en risk att konsumenter som vid olika tillfällen kommer i kontakt med tjänsterna kan tro att de har ett kommersiellt samband.

Innehavaren av varumärket bestrider invändningen och anför i huvudsak följande. Det finns ingen risk för förväxling mellan innehavarnas och invändarens varumärken. De tjänster som registrerats för innehavarnas varumärke omfattas uttryckligen inte av de tjänster som registrerats för det motanfödda varumärket. Även om invändaren faktiskt arbetar med undervisning och utbildning så arbetar innehavarna inte med TV eller radio. Innehavarna arbetar inte med litteratur, tryckt material eller skrivna texter. Innehavarna arbetar med små klart avgränsade grupper av människor inom specifika företag, myndigheter och organisationer. Denna verksamhet kan inte förväxlas med de massmediala program som invändaren sänder. Innehavarna marknadsför sig inte via massmedia utan via egna nätverk. Innehavarna drar inte otillbörlig fördel av invändarens varumärke. Innehavarna har ingen önskan eller intention att förväxlas med invändaren.

Som stöd för sitt bestridande har innehavarna åberopat visitkort och dokument förklarande innehavarnas affärsidé.

SKÄL

Av 14 § första stycket punkten 6 varumärkeslagen framgår att ett varumärke inte får registreras om märket är förväxlingsbart med ett namn eller en firma som någon annan använder i en näringsverksamhet, med någon annans varumärke som är registrerat efter tidigare ansökan eller med någon annans varukännetecken som är inarbetat då ansökan om registrering görs.

Enligt 6 § första stycket varumärkeslagen är kännetecken som huvudregel endast förväxlingsbara om de avser varor och tjänster av samma eller liknande slag.

Andra stycket samma paragraf stadgar att förväxlingsbarhet även kan åberopas till förmån för ett kännetecken som är väl ansett här i landet, om användningen av ett liknande kännetecken skulle dra otillbörlig fördel av eller skulle vara till förfång för det väl ansedda kännetecknets särskiljningsförmåga eller anseende. En otillbörlig fördel anses föreligga så snart ett yngre märke drar någon nytta av betydelse av det väl ansedda märkets goodwill. Vid fastställande av vad som utgör ett väl ansett märke i varumärkeslagens mening är graden av kännedom om märket hos omsättningskretsen i en väsentlig del av landet av stor vikt och i praktiken ofta den enda objektivt avläsbara faktorn att ta i beaktande.

PRV:s bedömning

PRV erinrar om att varuslagslikheten och märkeslikheten ska avgöras utifrån hur kännetecknen registrerats. Hur respektive varumärke i praktiken används har ingen betydelse för PRV:s bedömning.

Invändaren har inte visat något som styrker att det motanförda varumärket i en väsentlig del av landet är väl ansett hos omsättningskretsen. Innehavarnas användning av det registrerade varumärket kan därför inte på denna grund anses dra otillbörlig fördel eller vara till förfång för det motanförda varumärket.


PRV konstaterar att innehavarnas och invändarens märke är identiska. Frågan blir då om de registrerats för tjänster som är av liknande slag. De tjänster som registrerats för de respektive varumärkena riktar sig huvudsakligen till samma omsättningskrets. Undervisning/utbildning som registrerats för innehavarnas märke är dock av en annan art än de tjänster som registrerats för invändarens varumärke. Även om tjänsten underhållning kan innehålla utbildande moment så har tjänsterna skilda syften och är därmed av olika art. Det kan inte heller sägas att de tjänster som registrerats för innehavarnas varumärke och de tjänster som registrerats för invändarens märke konkurrerar eller kompletterar varandra. Tjänsterna är varken substitut för varandra eller oundgängligen nödvändiga eller väsentliga vid tillgodogörandet av varandra. Mot bakgrund av detta kan det inte på denna grund anses att innehavarens märke och invändarens märken är förväxlingsbara.

Följaktligen utgör invändningen inte något hinder mot registreringen. Invändningen ska därför avslås.

Beslutat den 01 OKT 2008



Herman Pettersson



Andreas Dahlqvist

HUR BESLUTET ÖVERKLAGAS

Den som vill överklaga beslutet ska göra det skriftligt. Skrivelsen ska vara ställd till Patentbesvärsrätten, men sändas till Patent- och registreringsverket, Box 530, 826 27 Söderhamn. I skrivelsen ska anges det beslut som överklagas och den ändring i beslutet som begärs. Skrivelsen ska ha kommit in till verket inom två månader från beslutets dag.