

Forretningskendetegn

Jan Trzaskowski
Associate Professor, Ph.D.
Copenhagen Business School

• This presentation is made in OpenOffice.org

1



Forretningskendetegnets funktion

- Hvad er et forretningskendetegn?
 - Bindeled
 - Undgå forveksling
- Individualiseringsfunktion
 - Oprindelsesfunktion
 - Reklamefunktion
 - Garantifunktion
- Forretningskendetegnets egenværdi

2



De kendetegnretsretlige regler

- Varemærker og fællesmærker
 - EU-regler og internationale regler
- EF-varemærkeforordningen
 - OHIM
- Virksomhedsnavne
- Forretningskendetegn (mfl)
 - Lokalt afgrænsede markeder
 - Vare- og serviceklasser
- Domænenavne

3



Forretningskendetegnet

- Markedsføringslovens § 18
 - Tegn, der differentier en virksomhed eller vare
- Virksomhedsnavn
 - »Navn for virksomheden«
 - Kun ordmærker
 - Krav til A/S og ApS

4



Forretningskendetegnet

- Varemærke
 - Særl. kendetegn (varer/tjenester)
 - Benyttes eller agtes benyttet i erhvervsvirksomhed
 - Eget til at adskille
 - Kan gengives grafisk
 - Ord og ordforbindelser, bogstaver og tal, figurer og afbildninger, varens form, udstyr og emballage
 - »Figur- og ordmærker«

5



Opnåelse af varemærket

- 2 måder i dansk ret
 - Registrering
 - Ibrugtagning
- Kun registrering i OHIM
- Vareklasser
 - Nice arrangementet
- Gebyr

6



Fordele ved registrering

- Tidsprioritet
- Prøvelse
- Kolliderende mærker
 - 5 år og god tro
- Ikke tages i brug (5 år)

7



Registreringshindringer

- Absolutte
 - Særpræg (kan oparbejdes)
 - Ikke beskrivende
 - Offentlig orden
 - Ikke vildledende
- Relative
 - Oftest konfliktende rettigheder

8



Ibrugtagning

- Anvendes som varemærke
 - Tiltænkt aftagergruppe
- Retten bortfalder ved manglende brug
- Forstadie til registrering af svagt mærke

9



Fornødent særpræg

- Eget til at adskille
 - MICRO COMPACT CAR
 - Ikke særpræg – deskriptivt
 - Fantasiord
 - KONDI (indarbejdet)
- Figurmærker har oftest særpræg
- Ikke vildledende
 - »AUTORISERET TAGMESTER«
 - Vildledende

10



Andre forhold

- Varighed
 - Kræver brug
 - Registrerede varemærker
 - 10 år ad gangen
- Brugspligt med mindre registrering
 - Brugspligt inden for 5 år
- Degenerering
 - Mangel på særpræg
 - Krav om håndhævelse

11



Beskyttelsens indhold

- Varemærkets særpræg
 - Særpræg kan oparbejdes
 - Og udviskes (»degenerering«)
 - Adskillelsesevne
 - Særlig udfordring for ordmærker
- Brugspligt
- Beskyttelsens indhold
 - Kan forbyde erhvervmæssig brug
 - Identiske eller lignende mærker
 - Vedrører samme produkter (vareklasser)
- Forholdet til mfl § 18

12



Forvekslingsprincippet

- Forretningskendetegn
 - »Det udvaskede ærindringsbillede«
 - Helhedsbedømmelse
 - Synsbilledet (CHANTELLE <> ANNE SHANTEL)
 - Lydbilledet (DAGLIG/DAVLI, PUFASOL/PIKASOL)
 - Meningsindholdet (OTA SOLGRYN <> solopgang)
 - »Velkendte« og »vitterlig kendte« mærker
 - Produkter af samme art
 - Geografisk udbredelse

13



Case

- En nystartet restaurant, »den glade gris«, havde hyret et firma til at lave en hjemmeside. For at sikre flere besøgende anvendtes følgende metatag:
- <meta name="keywords" content="gris, kød, den sorte gryde, jensens bøfhus, laveste pris">
- Desuden købte virksomheden søgeordene »glad« og »gris« i Googles AdWord program
- Er der problemer ved ovenstående?
- Hvordan kan restauranten beskytte virksomhedsnavnet?


