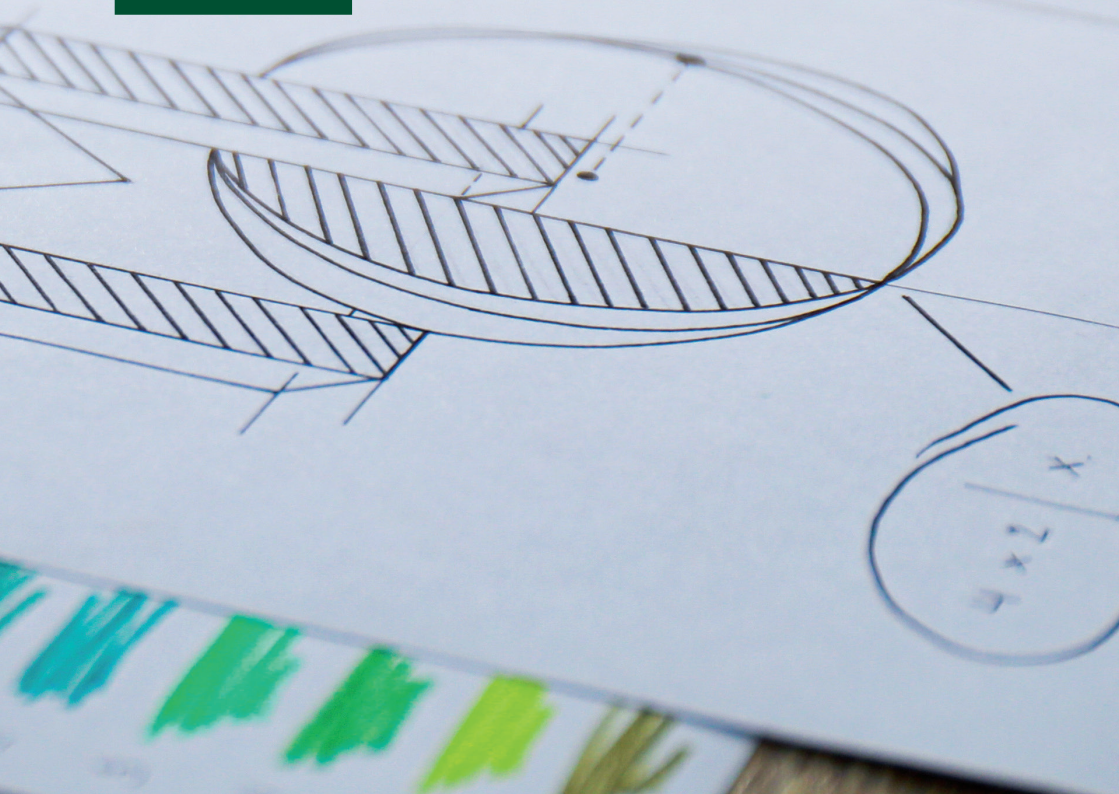


Varemærker

IVÆRKSÆTTERENS MINIGUIDE

En virksomhedens navn, slogan, logo og/eller navn på virksomhedens produkter, er eksempler på kendetegn, der kan beskyttes med en varemærkeregistrering. Med en varemærkeregistrering beskytter du dét kendetegn, der skaber genkendelighed hos forbrugere og potentielle kunder, samt signalerer til omverdenen, at du tager din virksomhed seriøst.



Hvad kan jeg registrere som varemærke?

Du kan beskytte særprægede og ikke-beskrivende kendetegn, og her er et par eksempler på forskellige typer af kendetegn:

Ordmærker: Bogstaver, der danner et eller flere ord eller en forkortelse, som kan udtales. Nogle eksempler er HUMMEL®, CARLSBERG® og PFA®.

Figurmærker: Logoer – med eller uden ord – som det berømte æble hos APPLE® og de fire ringe i logoet for AUDI®.



Formmærker: Varemærker, hvor varens form eller emballage udgør kendetegnet. Et godt eksempel er Mae West flasken fra COCA-COLA® og de karakteristiske bjergtoppe fra TOBLERONE®.

Positionsmærker: Varemærker, hvor måden hvorpå det er anbragt eller fastgjort på varen udgør kendetegnet. Et eksempel er de karakteristiske gentagende v-striber, som HUMMEL® bruger på deres tøj.

Lydmærker: Kan f.eks. være en kendskelsesmelodi som de velkendte klokker fra HJEM-IS® eller lyden af betaling ved brug af app'en fra MOBILEPAY®.

Farvemærker: Et varemærke kan også være en bestemt farve eller kombination af farver, f.eks. har GRUNDFOS® registreret den røde farve på deres pumper og A.P. Møller – Mærsk® har registreret den blå farve for søfragttransport. OBS: Det er normalt meget svært at få eneret til en farve.

Øvrige eksempler er mønstermærker, bevægelsesmærker, multimedie-mærker, hologrammærker og kategorien "andet".

De tre varemærkekrav

Uanset typen af kendetegn, er der tre overordnede krav, du skal opfylde, før myndighederne vil acceptere og give dig eneret til et varemærke:

1. Varemærket må ikke blot være beskrivende. Sørg for, at varemærket ikke er beskrivende eller ligner et almindeligt brugt symbol, f.eks. kan du ikke få eneret til ordet "APPLE" for æbler, det røde Ø for økologi eller en afbildning af en ko for mælk.

2. Varemærket må ikke være vildledende eller stride mod lovgivning eller den offentlige orden eller sædelighed. Det betyder, at du ikke kan få eneret til ordet "PÆRER", hvis du sælger æbler. Ord som BANK og APOTEK kan kun bruges i dit varemærke, hvis din virksomhed er godkendt som bank eller apotek af de relevante myndigheder.

3. Varemærket må ikke indeholde officielle symboler. Det betyder, at du eksempelvis skal holde dig fra at benytte danske våbenskjold eller internationale organisationers kendetegn, så som EU flagets cirkel med stjerner på en blå baggrund, medmindre du har tilladelse.

Andres varemærker og andre rettigheder

Du skal også være opmærksom på, at du som udgangspunkt ikke kan få registreret dit varemærke, hvis en anden allerede har rettigheder til f.eks. det identiske varemærke eller et varemærke, der ligner og giver det samme helhedsindtryk, for de samme eller lignende produkter og/eller serviceydelser som dine.

I Danmark og EU er det op til indehavere af ældre rettigheder selv at nedlægge indsigelse, hvis de mener, at deres rettighed krænkes. Men i mange andre lande er et tjek af ældre varemærker en del af de fundamentale "varemærkekrav", som myndigheden kan afslå en varemærkeansøgning for på linje med førnævnte tre varemærkekrav.

Varemærker og domænenavne

Hvis du registrerer et domænenavn, så får du ikke automatisk eneret til dette navn. Det eneste som bliver tjekket, når du registrerer et domænenavn, er nemlig, om navnet allerede er taget under det top-level domæne eller landomæne, hvor du ønsker at registrere.

Der er stor sammenhæng mellem domænenavne og varemærker, for tit og ofte er en virksomheds domænenavn også virksomhedens kendetegn.

Derfor er det en god ide at tænke varemærkeregistrering ind i processen, når din virksomhed registrerer domænenavne. For rigtig eneret til et navn, får du kun, hvis du registrerer navnet som varemærke.

Hvad får jeg ud af at registrere mit varemærke?

Du står stærkere over for kopister

Et registreret varemærke giver en sikkerhed for din rettighed, som du kan påberåbe dig, hvis andre efterfølgende finder på et identisk eller lignende navn for samme eller lignende produkter eller serviceydelser. Hermed står du stærkt i en konflikt, hvor nogen har lukrert på eller kopieret dit brand.

Du skaber offentlighed omkring dit kendetegn

Når dit varemærke er officielt registreret, kan du let bevise, at varemærket tilhører dig, og du skaber offentlighed om din ret. Kommer der andre, som vil bruge det identiske eller lignende navn for samme eller lignende produkter eller serviceydelser, er det derfor også let for dem at se og konstatere, at du har eneretten til varemærket.



Du styrker din forretning og har bedre mulighed for at udvide den

Et stærkt, genkendeligt varemærke er en af de mest effektive måder at skille dig ud fra mængden og få dit brand til at stå klart i dine kunders bevidsthed, og hvis du får skabt så god en position for dit varemærke, er det selvsagt fordelagtigt, hvis du har eneretten til det.

Med en varemærkeregistrering i hånden har du dokumentation for, at du har skabt noget unikt. Det styrker din kommercielle position og giver et langt bedre grundlag for

at indgå samarbejdsaftaler om f.eks. licensering eller et eventuelt salg af varemærkeretten.

Hvis du i øvrigt er interesseret i investorer eller lignende i din forretning, er en varemærkeregistrering noget, de vægter højt. Dette skyldes, at de ikke skal bekymre sig om, hvorvidt du egentlig har ret til at bruge dit varemærke på den måde, du gør (og det samme skal du ikke).

Hvordan registrerer jeg et varemærke?

Trin 1: Afsøg dine muligheder

Først og fremmest skal du finde ud af, om din idé til et varemærke er ledig. Søg i CVR-registeret, på Google og i Patent- og Varemærkestyrelsens databaser for at se, om dét, du ønsker at varemærkeregistrere, allerede er taget. Det er desuden en god idé at tjekke, om navnet er ledigt som webdomæne.

Grundig research giver dig en indikation om, om din idé til varemærke kan beskyttes, og hvor tæt du er på eventuelle konkurrenter.

Trin 2: Læg en strategi

Hvem skal eje varemærkerettighederne? I hvilke lande skal varemærket registreres? Skal du registrere mere end ét varemærke, og hvordan skal rækkefølgen i så fald prioriteres?

Trin 3: Skriv og send din varemærkeansøgning

I din varemærkeansøgning skal du oplyse varemærket, navn og adresse (for dig eller din virksomhed) samt oplyse hvilke produkter og/eller serviceydelser, dit kendetegn skal beskyttes for. Sidstnævnte kaldes en varefortegnelse.

Hvad koster det, hvor lang tid tager det og hvad er varigheden?

Prisen for en varemærkeregistring afhænger af, hvor mange lande varemærket skal beskyttes i, og hvor bred en beskyttelse, du vil opnå.

I Danmark og EU kan du regne med, at det tager 8-12 uger at behandle en varemærkeansøgning. Herefter skal den under en såkaldt indsigelsesperiode på to måneder i Danmark

og tre måneder i EU, hvor indehavere af ældre rettigheder, som f.eks. ældre varemærker, kan nedlægge indsigelse, hvis de mener, at deres rettighed krænkes. Hvis der ikke nedlægges indsigelse, bliver varemærket højst sandsynligt registreres inden for seks måneder fra selve indlevering af varemærkeansøgningen. Såfremt ansøgningen "går igennem", og du opnår varemærkeregistring, gør din varemærkebeskyttelse sig gældende fra ansøgningsdatoen.

Registreret varemærkebeskyttelse gælder i 10 år fra ansøgningsdatoen. Såfremt du fortsat ønsker at beskytte dit varemærke, skal din varemærkeregistring fornyes ved udløbet af de 10 år. En varemærkeregistring kan derfor i princippet vare evigt, hvis den fornyes hver 10. år.

Vær opmærksom på, at der indtræder en brugspligt til at bruge varemærket fem år efter varemærket blev registreret. Det vil sige, at andre kan registrere et identisk eller lignende varemærke som dit eller søge om at ophæve din varemærkeregistring, hvis ikke du har taget det i brug inden for fem år.



Har du flere spørgsmål eller brug for hjælp?

Hvis du er nået hertil, er det måske fordi, du tænker, at en varemærkebeskyttelse er det rette for dig og din virksomhed.

I så fald er du velkommen til at kontakte Plougmann Vingtofts varemærkeeksperter og stille uddybende spørgsmål eller høre, hvordan de kan hjælpe dig godt videre. Det er selvfølgelig gratis og uforpligtende at tage den indledende snak. Vores varemærkeeksperter kan bl.a. hjælpe med forundersøgelser og -vurderinger, strategisk rådgivning, ansøgning og registrering samt en vurdering af, hvorvidt du også kan have brug for yderligere beskyttelse i form af design eller patenter.

Skriv til pv@pv.eu eller ring til os på: +45 33 63 93 00.



Ellen Breddam

Head of Trademarks,
Partner
T +45 33 63 93 07
E elb@pv.eu



Ida R. Johannesen

Senior European Trade-
mark & Design Attorney
T +45 33 63 93 08
E irj@pv.eu





WWW.PV.DK

KØBENHAVN // AARHUS // OSLO