

PRAKSISOVERSIGT · ANKENÆVNET FOR PATENTER OG VAREMÆRKER

Praksisoversigt over velkendte varemærker, renommébeskyttelse og ond tro

Ankenævnet for Patenter og Varemærkers praksis om Kodak-beskyttelse, kravet om "link" og ond tro efter varemærkeloven § 15, stk. 3, og § 14

Version 1 · Opdateret 29. maj 2026 · 19 afgørelser · 1998-2025

[Læs online](#)

INTRODUKTION

Praksisoversigten kortlægger Ankenævnet for Patenter og Varemærkers afgørelser om den udvidede beskyttelse af velkendte varemærker (Kodak-beskyttelsen) og om indsigelse/ophævelse på grund af ond tro. Nævnet anvender [Varemærkeloven § 15, stk. 3, nr. 1](#) (registreringshindring for utilbørlig udnyttelse eller skade på et velkendt mærkes særpræg/renommé – også uden for vareligheden) og reglerne om ond tro i [§ 14, stk. 1](#) og [§ 15, stk. 3, nr. 9](#), fortolket i lyset af EU-Domstolens Intel- og Adidas-praksis. Gennemgående er nævnets krav om, at velkendthed dokumenteres for den danske omsætningskreds, og at der foreligger en konkret udformningslighed, der skaber en "tankemæssig forbindelse" mellem mærkerne. Oversigten dækker IKKE almindelig forvekslelighed mellem ikke-velkendte mærker ([varemaerke-forvekslelighed-indsigelse](#)), domstolens håndhævelse, vederlag og forbud ([varemaerkeret](#), [immaterialret-soe-og-handelsretten](#)) eller brugspligt ([brugspligt-varemaerke](#)).

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01** Ankenævnet for Patenter og Varemærker kræver, at et mærkes velkendthed dokumenteres specifikt over for den danske omsætningskreds (eller i EU for EU-varemærker) på ansøgnings- eller prioritetstidspunktet – international velkendthed eller velkendthed i EU er ikke i sig selv tilstrækkeligt.
- 02** Ankenævnet afviser, at et anerkendt velkendt motiv (fx et grantræ) i sig selv kan begrunde udvidet beskyttelse; der kræves en konkret lighed i mærkernes udformning, som skaber en tankemæssig forbindelse ('link') hos omsætningskredsen, jf. EU-Domstolens Intel- og Adidas-domme.
- 03** Ankenævnet accepterer, at intensiteten af et ekstraordinært renommé kan udstrække beskyttelsen til helt artsfremmede varer (MARLBORO for tasker og tekstil), når brugen indebærer en utilbørlig udnyttelse i form af en overførsel af goodwill.
- 04** Ankenævnet behandler utilbørlig udnyttelse og skade på særpræg (udvanding) som to selvstændige krænkelsesformer; udvanding kræver bevis for en ændring af omsætningskredsens økonomiske adfærd og er sværere at løfte end utilbørlig udnyttelse.
- 05** Ankenævnet kræver konkret bevis for en tilegnelses- eller snyltehensigt for at statuere ond tro; blot lighed, en konkurrencesituation eller kendskab til et andet mærke er ikke i sig selv nok.

- 06** Ankenævnet fastslår, at ond tro efter § 14 ikke kan prøves som en indsigelsesgrund efter § 19, men alene kan rejses som bemærkninger fra tredjemand efter § 22 eller i en administrativ ophævelsessag.
- 07** Ankenævnet tillader, at parterne fremlægger nyt og omfattende bevismateriale under ankesagen, hvilket kan føre til hjemvisning til fornyet behandling i Patent- og Varemærkestyrelsen.
- 08** Domstolene bekræfter nævnets linje: bevises velkendthed ikke for det relevante tidspunkt, falder sagen tilbage til almindelig forvekslelighedsbeskyttelse (Højesteret i TREK/OUTTREK).

Retsgrundlaget: Kodak-beskyttelsen, ond tro og nævnets

§ 1 prøvelsesramme

Den udvidede beskyttelse af velkendte varemærker – den såkaldte **Kodak-beskyttelse** – findes på to planer i varemærkeloven. Ved domstolene udgør [Varemærkeloven § 4, stk. 2, nr. 3](#) indehaverens forbudsret, mens registreringshindringen, som Ankenævnet for Patenter og Varemærker prøver, står i [Varemærkeloven § 15, stk. 3, nr. 1](#). Sidstnævnte bestemmer, at et yngre mærke kan udelukkes fra registrering eller erklæres ugyldigt, hvis det er identisk med eller ligner et ældre mærke,

"uanset om de varer eller tjenesteydelser, for hvilke det er ansøgt eller er registreret, er identiske med, ligner eller ikke ligner dem, for hvilke det ældre varemærke er beskyttet, når det ældre varemærke er velkendt her i landet eller i tilfælde af et EU-varemærke er velkendt i EU og brugen af det yngre varemærke uden rimelig grund vil medføre en utilbørlig udnyttelse af det ældre varemærkes særpræg eller renommé eller sådan brug vil skade dette særpræg eller renommé."

Bestemmelsen gennemfører varemærkedirektivet, og af forarbejderne fremgår, at den danske ordning er "udformet i overensstemmelse med direktivets artikel 4". Ankenævnet fortolker derfor § 15, stk. 3, nr. 1 i nøje overensstemmelse med EU-Domstolens praksis, navnlig **C-252/07 (Intel)** og **C-408/01 (Adidas)**, som nævnet udtrykkeligt lægger til grund i sine afgørelser, fx i **MARLBORO-sagen (21/14288)**.

Dertil kommer ond tro. I den gældende lov er ond tro dels en **absolut** hindring efter [§ 14, stk. 1](#) (nr. 9), dels – for ældre mærker beskyttet i udlandet – en **relativ** hindring efter [§ 15, stk. 3, nr. 9](#), der kan gøres gældende, hvis ansøgeren var i ond tro på ansøgningsdatoen.

Nævnets prøvelseskompetence er knyttet til den hindring, sagen rejses under. Det fremgår tydeligt af **CARMARK/STARMARK (23/09850)**, hvor nævnet afgrænsede, hvad en indsigelse efter [§ 19](#) kan rumme: indsigelser kan kun støttes på de relative hindringer i § 15. Påstande om manglende særpræg efter [§ 13](#) eller om ond tro efter [§ 14](#) kan derfor ikke behandles som en del af selve indsigelsessagen, men alene som **bemærkninger fra tredjemand** efter [§ 22](#) – eller i en efterfølgende administrativ ophævelsessag. Samme sontring sås i MARLBORO-sagen, hvor indsigers påstand om ond tro efter § 14, stk. 1, nr. 9 blev behandlet i et særskilt bemærkningsspor, mens selve indsigelsen blev afgjort efter § 15, stk. 3, nr. 1.

Nævnet udøver inden for disse rammer en **fuld prøvelse** af både retsanvendelsen og det bevismæssige skøn over velkendthed, lighed og udnyttelse, og det kan både stadfæste, omgøre og hjemvise Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelser.

[Varemærkeloven § 4, stk. 2](#)[Varemærkeloven § 13](#)[Varemærkeloven § 14, stk. 1](#)[Varemærkeloven § 15, stk. 3](#)[Varemærkeloven § 19](#)[Varemærkeloven § 22](#)

PRAKSIS	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet stadfæster varemærkeregistrering af CARMARK trods indsigelse fra STARMARK	21.05.2024
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet afviser varemærket Marlboro for alle ansøgte livsstilsvarer grundet verdenskendt renommé	21.06.2022

§ 2 Velkendthed skal bevises for den danske omsætningskreds på det rette tidspunkt

Det første, Ankenævnet for Patenter og Varemærker prøver, er, om mærket overhovedet er **velkendt** – og bevisbyrden herfor påhviler den, der påberåber sig den udvidede beskyttelse. Nævnet lægger afgørende vægt på, at velkendtheden dokumenteres **her i landet** (for EU-varemærker i EU) og **på ansøgnings- eller prioritetstidspunktet**. Internationalt renommé eller velkendthed i andre EU-lande er ikke i sig selv nok, hvis materialet ikke belyser kendskabet i den danske omsætningskreds.

Nævnet lægger typisk vægt på følgende dokumentation:

- Markedsandele og omsætningstal på det danske marked
- Kendskabs- og brandanalyser (fx YouGov-undersøgelser)
- Brancheerklæringer fra relevante organisationer
- Markedsføringsomfang, varighed og kontinuitet i brugen
- Eksponering i medier og populærkultur

At kravet er reelt, viser **FGS/GS (AN 2019 00014)**, hvor indsiger fremlagde kataloger og omsætningstal, men hvor nævnet fandt, at materialet "ikke specifikt belyste kendskabet blandt den danske omsætningskreds" og derfor ikke godtgjorde velkendthed. Tilsvarende i **SCANDIA/SCANDICOPY (AN 2009 00029)**, hvor en grossisterklæring ikke var tilstrækkelig til at løfte bevisbyrden.

Omvendt viser **Wunder-Baum-sagerne (AN 2021 00002), (AN 2021 00003) og (AN 2021 00004)** samt **GRANDFAR/GRUNDFOS (AN 2019 00032)**, at bevisbilledet kan vendes under ankesagen: i begge sagskomplekser fremlagde rettighedshaveren så omfattende supplerende dokumentation for Ankenævnet, at Patent- og Varemærkestyrelsen ændrede sin tidligere vurdering og nu anerkendte velkendthed i Danmark. I GRANDFAR-sagen udtalte styrelsen:

"Det kan derfor ikke udelukkes, at styrelsen ville være kommet til et andet resultat vedrørende vurderingen af, om der i omsætningskredsens bevidsthed skabes en sammenhæng mellem det angrebne mærke og klagers velkendte mærker, hvis styrelsen var blevet forelagt det materiale, der nu er fremkommet."

Den historiske ledesag **WASH & GO (V 7/96)** illustrerer det høje dokumentationsniveau: her var 88 % kendskab blandt danske forbrugere, en markedsandel som det næststørste shampoomærke og en "indtrængen i folkeviddet" afgørende for, at mærket blev anset for velkendt.

Kravet bekræftes klart af domstolene. I **TREK/OUTTREK (BS-10171/2021-HJR)** fandt Højesteret, at cykelproducenten ikke havde løftet bevisbyrden for, at TREK var velkendt i Danmark i 2010; omsætningstal og eksponering i Tour de France var ikke nok til at fastslå status hos en betydelig del af den relevante offentlighed

på det kritiske tidspunkt. Konsekvensen var, at den udvidede beskyttelse efter § 4, stk. 2, nr. 3 faldt bort, og sagen blev afgjort efter den almindelige forvekslelighedsregel i § 4, stk. 2, nr. 2 – med frifindelse til følge.

LOV	VaremærkeLoen § 4, stk. 2	VaremærkeLoen § 15, stk. 3	
PRAKSIS	Højesteret · Varemærkeretlig tvist om velkendthed og forvekslelighed mellem TREK og OUTTREK Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet for Patenter og Varemærker stadfæster afvisning af indsigelse mod træ-varemærke Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ingen forvekslingsrisiko mellem det velkendte Wunder-Baum grantræ og Skandinavisks logo Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Stadfæstelse af varemærkere registrering for SKANDINAVISK trods indsigelse fra indehaveren af WUNDER-BAUM Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Hjemvisning af sag om ophævelse af varemærket GRANDFAR grunder nye beviser for GRUNDFOS-mærkets velkendthed Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Indsigelse mod figurmærket "FGS" baseret på det ældre varemærke "GS" for batterier og akkumulatorer Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Afgørelse om forvekslelighed mellem varemærkerne SCANDIA og SCANDICOPY inden for papirvarer Ankenævnet for Patenter og Varemærker · WASH & GO-mærket: Procter & Gambles velkendte shampoomærke giver udvidet beskyttelse mod identisk varemærke for sko		04.10.2023 10.06.2021 10.06.2021 10.06.2021 17.02.2021 18.06.2020 30.06.2010 10.08.1998

§ 3 Kravet om 'link' – velkendthed uden konkret udformningslighed er ikke nok

Selv når velkendthed er bevist, er det ikke afgørende. Ankenævnet for Patenter og Varemærker kræver, at der foreligger en sådan grad af lighed, at omsætningskredsen skaber en **tankemæssig forbindelse** – et "link" eller en "sammenhæng" – mellem det yngre mærke og det velkendte mærke. Uden denne sammenhæng er der hverken grundlag for at antage utilbørlig udnyttelse eller skade på særpræg. Nævnet anvender her direkte EU-Domstolens kriterier fra **Intel** og **Adidas** og foretager en helhedsvurdering af bl.a. lighedsgraden, varernes art og nærhed, kundekredsen, renomméets intensitet og mærkets særpræg.

Den mest markante linje i nævnets praksis er, at **et velkendt motiv eller en idé i sig selv ikke giver beskyttelse**. I Wunder-Baum-sagerne (AN 2021 00002), (AN 2021 00003) og (AN 2021 00004) var Julius Sämann Ltd.'s grantræsformede luftfrisker anerkendt velkendt, men nævnet afviste alligevel indsigelserne mod Skandinavisks stiliserede træfigur og udtalte:

"Selve den omstændighed, at indklagedes mærker gør brug af en gengivelse af et grantræ, er ikke tilstrækkelig til at skabe den krævede 'sammenhæng'. Dertil kræves en lighed med hensyn til mærkernes konkrete udformning."

Nævnet lagde vægt på, at Skandinavisks træ var et stramt, geometrisk piktogram uden "fod", indlejret som et bogstav i et ordmærke, mens Wunder-Baum-træet er en naturtro silhuet – forskellene i den **konkrete grafiske udformning** udelukkede et link.

Samme resultat i **LELE BROTHER/LEGO** (AN 2021 00007): LEGO-mærket var ubestridt særdeles velkendt, men ligheden var for lav til at skabe en sammenhæng. Nævnet udtalte:

"Ankenævnet kan tiltræde styrelsens vurdering af, at den lighed, der består mellem klagers velkendte varemærker og indklagedes varemærke, ikke er tilstrækkelig til at medføre en sådan sammenhæng mellem mærkerne, som krævet ved de nævnte EU-domme."

I **3 MAX/"3" (AN 2020 00020)** var teleselskabets figurmærke "3" velkendt for telekommunikation, og tjenesteydelserne var endda identiske. Alligevel var der intet link, fordi beskyttelsen af et enkelt tal er snævert knyttet til den **specifikke figurlige udformning**, og det ansøgte "3 MAX" adskilte sig væsentligt visuelt. Mønstret er konsekvent: jo svagere eller mere generisk et element (et motiv, et enkelt tal, en geografisk stavelse), desto større udformningslighed kræver nævnet, før et link kan statueres.

Sag	Velkendt mærke	Velkendt?	Tilstrækkeligt 'link'?	Udfald
Wunder-Baum (AN 2021 00002-00004)	Grantræs-figur	Ja (i DK)	Nej – motiv ikke nok	Registrering opretholdt
LELE BROTHER (AN 2021 00007)	LEGO	Ja	Nej – for lav lighed	Ophævelse nægtet
3 MAX (AN 2020 00020)	Figur "3"	Ja	Nej – snæver figurbeskyttelse	Indsigelse afvist
MARLBORO (21/14288)	MARLBORO	Ja (ekstraordinært)	Ja	Registrering afslået

LOV

[Varemærkeloven § 15, stk. 3](#)

PRAKSIS

Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet afviser varemærket Marlboro for alle ansøgte livsstilsvarer grundet verdenskendt renommé	21.06.2022
Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnets stadfæstelse af afslag på ophævelse af varemærket 'LELE BROTHER' i sag mod LEGO	27.10.2021
Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet for Patenter og Varemærker stadfæster afvisning af indsigelse mod træ-varemærke	10.06.2021
Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ingen forvekslingsrisiko mellem det velkendte Wunder-Baum grantræ og Skandinavisks logo	10.06.2021
Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Stadfæstelse af varemærkeregistrering for SKANDINAVISK trods indsigelse fra indehaveren af WUNDER-BAUM	10.06.2021
Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Indsigelse mod varemærket '3 MAX' baseret på teleselskabet 3's velkendte varemærker	06.05.2021

Utilbørlig udnyttelse og udvanding som to selvstændige krænkelserformer

§ 4

Når et link er konstateret, skelner Ankenævnet for Patenter og Varemærker skarpt mellem to selvstændige krænkelserformer i **§ 15, stk. 3, nr. 1: utilbørlig udnyttelse** af det velkendte mærkes særpræg/renommé (snyltning) og **skade på** dette særpræg eller renommé (udvanding). De to former har forskellige beviskrav.

Den principielle **MARLBORO-sag (21/14288)** viser begge dele. Patent- og Varemærkestyrelsen havde kun afslået ansøgningen for beklædning i klasse 25, men Ankenævnet gik videre og afslog registreringen i sin helhed – også for de artsfremmede varer i klasse 18 og 24 (lædervarer, tasker, tekstil, husholdningslinned). Det afgørende var **intensiteten af renomméet**: MARLBORO er et af verdens mest værdifulde mærker og i dansk sammenhæng et nærmest unikt ord. Om analyserammen for utilbørlig udnyttelse hedder det i afgørelsen:

"Ifølge retspraksis forudsætter en utilbørlig udnyttelse, at der i omsætningskredsens bevidsthed skabes en sammenhæng mellem mærkerne, jf. C-252/07, Intel. ... Foruden denne sammenhæng må sandsynliggøres, at brugen vil medføre en utilbørlig udnyttelse. Begrebet omfatter ifølge retspraksis bl.a. at den goodwill som omgiver det velkendte mærke overføres til det yngre mærke, som dermed drager fordel af det skabte renommé og udnytter den kommercielle indsats som indehaveren har ydet, jf. C-487/07 L'Oréal og T-67/04 Spa-Finders."

Således er kernen i utilbørlig udnyttelse, at ansøgeren "opnår en utilbørlig fordel og øget tiltrækningskraft ved associationen til indsigers mærke gennem en overførsel af det ældre mærkes omdømme".

Udvanding (skade på særpræg) har derimod et strengere beviskrav. Her kræver nævnet – med henvisning til **C-252/07 (Intel)** og **C-383/12 (ulvehoved-figur)** – bevis for, at brugen vil medføre en **ændring af den økonomiske adfærd** hos omsætningskredsen for det velkendte mærke; skaden skal sandsynliggøres og kan ikke bygge på blotte antagelser. I MARLBORO-sagen kunne udvanding netop ikke godtgøres, men konstateringen af utilbørlig udnyttelse var i sig selv tilstrækkelig til at nægte registrering.

MARLBORO-sagen viser samtidig, at nævnets udgangspunkt for **artsfremmede varer** ellers er tilbageholdende: nævnet henviste til sin egen tidligere praksis (bl.a. **CECIL, AN 2005 00026**) og til Sø- og Handelsrettens praksis (**PRINCE, V-10-07**), hvorefter et identisk velkendt cigaretmærke som hovedregel ikke giver beskyttelse mod artsfremmede varer som tøj eller kiks, "medmindre der foreligger særlige omstændigheder". I MARLBORO-sagen var disse særlige omstændigheder til stede – bl.a. den tidligere licensbrug for beklædning og det helt exceptionelle renommé.

Den historiske **WASH & GO-sag (V 7/96)** er det klassiske danske eksempel på Kodak-beskyttelse: et velkendt shampoomærke (klasse 3) blev tillagt udvidet beskyttelse over for et identisk mærke for sko (klasse 25), fordi begge mærkers målgruppe var almindelige forbrugere, og brugen ville udgøre en utilbørlig udnyttelse og samtidig svække særpræget. Nævnet fastslog endda, at en begrænsning af varefortegnelsen til kun "fodtøj" ikke kunne ændre resultatet.

LOV

Varemærkeloven § 4, stk. 2

Varemærkeloven § 15, stk. 3

PRAKSIS

Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet afviser varemærket Marlboro for alle ansøgte livsstilsvarer grundet verdenskendt renommé

21.06.2022

Ankenævnet for Patenter og Varemærker · WASH & GO-mærket: Procter & Gambles velkendte shampoomærke giver udvidet beskyttelse mod identisk varemærke for sko

10.08.1998

§ 5 Ond tro ved ansøgningen kræver konkret bevis for snyltehensigt

Ond tro er det andet hovedspor. Ankenævnet for Patenter og Varemærker kræver **konkret bevis** for en tilegnelses- eller snyltehensigt; det er ikke nok at påvise lighed, en konkurrencesituation eller endda et vist kendskab til et andet mærke.

Det ses tydeligst i den ledende **Yakult/Malaysia Dairy-sag (AN 2005 00039)** om en vareudstyrsmærket flaskeform. Nævnet ophævede registreringen, fordi indehaveren havde kendskab til det japanske selskabs internationale brug forud for ansøgningen i Danmark. Nævnet forkastede styrelsens "legitim adkomst"-fortolkning og udtalte om den dagældende bestemmelse:

"Efter ordlyden af varemærkelovens § 15, stk. 3, nr. 3 og denne bestemmelses forarbejder herunder Pariserkonventionens art. 6 g er der efter ankenævnets opfattelse ikke tilstrækkeligt belæg for den af Patent- og

Varemærkestyrelsens anlagte fortolkning, hvorefter den i bestemmelsen beskrevne viden eller burde viden ikke foreligger, når mærkeindehaveren i et eller andet omfang på et tidligere tidspunkt angiveligt har erhvervet adkomst til mærket."

Sagen er central også fordi den efterfølgende blev forelagt EU-Domstolen (**C-320/12, Malaysia Dairy**), der præciserede begrebet ond tro i varemærkedirektivet – et eksempel på, at nævnets praksis indgår i den europæiske retsudvikling.

Når snyltehensigten **ikke** kan godtgøres, afvises påstanden. I **LELE BROTHER/LEGO (AN 2021 00007)** fandt nævnet det ikke godtgjort, at indehaveren på ansøgningstidspunktet i 2015 havde handlet i strid med redelig markedsføringsskik, selv om der var sammenfald i to begyndelsesbogstaver og visse grafiske træk. I **FGS/GS (AN 2019 00014)** blev påstanden om ond tro afvist, da der ikke var ført bevis herfor. Og i **RATPAC/RAT PACK (AN 2017 00014)** fastslog nævnet et vigtigt udgangspunkt om **vurderingstidspunktet**: ond tro vurderes på den oprindelige (EU-)ansøgnings prioritetsdato – ikke en senere konverteringsdato – og der var ikke ført bevis for kendskab til indsigers begrænsede danske brug eller for en tilegnelseshensigt på dette tidspunkt.

Sammenfattende lægger Ankenævnet vægt på: (1) konkret kendskab til det ældre mærke på ansøgningstidspunktet, (2) en illoyal hensigt om at snylte på eller tilegne sig et andet mærkes goodwill, og (3) at vurderingen knyttes til den korrekte prioritetsdato. Mangler bevis for hensigten, opretholdes registreringen.

LOV	Varemærkeloven § 14, stk. 1	Varemærkeloven § 15, stk. 3	
PRAKSIS	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnets stadfæstelse af afslag på ophævelse af varemærket 'LELE BROTHER' i sag mod LEGO		27.10.2021
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Indsigelse mod figurmærket "FGS" baseret på det ældre varemærke "GS" for batterier og akkumulatorer		18.06.2020
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Stadfæstelse af afslag på indsigelse mod varemærket RATPAC grundet manglende dokumentation for ibrugtagen ret til RAT PACK i Danmark		28.02.2018
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ophævelse af vareudstyrmærke for flaske grundet ansøgers kendskab til identisk udenlandsk mærke		16.10.2006

§ 6 Sagsgang, prøvelsesintensitet og samspillet med domstolene

Klager over Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelser i indsigelses- og ophævelsessager indbringes for Ankenævnet for Patenter og Varemærker, der træffer afgørelse ved en formand/næstformand og sagkyndige medlemmer. Nævnet behandler typisk sagerne skriftligt, men kan tillade mundtlig forhandling.

To træk ved sagsgangen er karakteristiske:

- **Nyt bevismateriale under anken og hjemvisning.** Nævnet tillader, at parterne fremlægger nyt og omfattende materiale for ankeinstansen. Når dette væsentligt ændrer sagens grundlag, hjemviser nævnet til fornyet behandling i styrelsen, så denne kan virke som første instans på det nye grundlag – sådan skete det i **GRANDFAR/GRUNDFOS (AN 2019 00032)**, hvor over 60 nye bilag og en nyligt påberåbt ibrugtaget figurmærket begrundede hjemvisning efter [§ 28, stk. 1](#).
- **Genoptagelse ved sagsbehandlingsfejl.** I **RATPAC-genoptagelsessagen (AN 2021 00008)** ophævede nævnet på ulovbestemt grundlag sin egen tidligere kendelse, fordi den manglede en tilstrækkelig begrundelse

for, hvilke hovedhensyn og hvilken dokumentation der var lagt vægt på – et udtryk for, at nævnet er bundet af de forvaltningsretlige begrundelseskrav.

Forholdet mellem indsigelse og bemærkninger er reguleret i [Varemærkebekendtgørelsen § 14](#), hvorefter enhver inden registreringen kan fremsætte bemærkninger efter [§ 22](#). Dette er – som fastslået i CARMARK/STARMARK – den kanal, hvorigennem ond tro efter [§ 14](#) må rejses, når den ikke kan bæres af en indsigelse efter [§ 19](#).

Nævnets afgørelser kan indbringes for domstolene, og parallel domstolspraksis bekræfter og supplerer nævnets linje:

- **TREK/OUTTREK (BS-10171/2021-HJR):** Højesteret bekræftede, at velkendthed skal bevises for det relevante tidspunkt; ellers gælder kun almindelig forvekslelighedsbeskyttelse efter [§ 4, stk. 2, nr. 2](#).
- **Godt Smil/Nord-Smil (BS-24799/2023-OLR):** Østre Landsret fandt et velkendt varemærke krænket efter [§ 4, stk. 2, nr. 3](#), da en konkurrent målrettet brugte mærket som Google Ads-søgeord – en utilbørlig udnyttelse af renomméet – efter at velkendthed var dokumenteret ved omsætning, markedsføringsudgifter og brandkendskab.
- **Irmapigen (BS-13282/2025-HJR):** Sø- og Handelsretten fandt kunstnerens kommercielle brug af Coops velkendte "Irma"/"Irmapigen" i strid med [§ 4, stk. 2](#), idet den skabte risiko for opløsning af mærkernes identitet; Højesteret afviste direkte anke, så afgørelsen om afvejningen mellem velkendt mærke og kunstnerisk ytringsfrihed står ved magt.
- **Wood Wood/Kronstadt (BS-26271/2022-OLR) og Panzerglass/WePack (BS-56350/2023-OLR):** viser de tilstødende grænser – at renomményslytning efter markedsføringsloven kræver "meget betydelig indarbejdelse", og at velkendthed/særpræg også afgør beskyttelsens udstrækning ved domstolene.

Samlet set er der et tæt sammenfald mellem nævnets og domstolenes vurderingstemaer: velkendthed på det relevante tidspunkt, link/sammenhæng og utilbørlig udnyttelse.

LOV	Varemærkeloven § 4, stk. 2	Varemærkeloven § 19	Varemærkeloven § 22
	Varemærkeloven § 28, stk. 1		
PRAKSIS	Højesteret · Højesterets afvisning af direkte anke i sag om Irmapigen og kunstnerisk ytringsfrihed		12.09.2025
	Højesteret · Varemærkeretlig tvist om velkendthed og forvekslelighed mellem TREK og OUTTREK		04.10.2023
	Landsretten · Landsrettens dom i sag mellem Panzerglass A/S og WePack ApS om varemærkekrænkelser		31.01.2025
	Landsretten · Varemærkekrænkelser via Google Ads – Godt Smil mod Nord-Smil		22.02.2024
	Landsretten · Landsretten stadfæster dom om manglende kendetegnsbeskyttelse af logo		08.02.2024
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet stadfæster varemærkeregistrering af CARMARK trods indsigelse fra STARMARK		21.05.2024
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Genoptagelse af varemærkesag: RATPAC nægtet registrering pga. forvekslingsrisiko med RAT PACK		08.04.2021
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Hjemvisning af sag om ophævelse af varemærket GRANDFAR grundet nye beviser for GRUNDFOS-mærkets velkendthed		17.02.2021

§ 7 Sammenfattende linjer i nævnets praksis

Ankenævnet for Patenter og Varemærkers praksis om velkendte varemærker og ond tro kan sammenfattes i nogle få, faste linjer:

- 1. Velkendthed er en selvstændig, dokumentationstung tærskel.** Nævnet kræver bevis for kendskab i den danske omsætningskreds (for EU-varemærker i EU) på ansøgnings-/prioritetstidspunktet. Internationalt renommé alene er ikke nok (**FGS, AN 2019 00014; SCANDIA, AN 2009 00029**), men omfattende supplerende materiale under anken kan vende vurderingen (**Wunder-Baum, AN 2021 00002-; GRANDFAR, AN 2019 00032**).
- 2. Velkendthed uden 'link' giver ingen beskyttelse.** Der kræves en konkret udformningslighed, som skaber en tankemæssig forbindelse, jf. Intel og Adidas. Et velkendt motiv, et enkelt tal eller en generisk stavelse er ikke nok (**Wunder-Baum; 3 MAX, AN 2020 00020; LELE BROTHER, AN 2021 00007**).
- 3. Renomméets intensitet kan udstrække beskyttelsen til artsfremmede varer.** Ved et ekstraordinært renommé rækker beskyttelsen langt ud over vareligheden, når der foreligger en utilbørlig udnyttelse (- **MARLBORO, 21/14288**; historisk **WASH & GO, V 7/96**).
- 4. Utilbørlig udnyttelse og udvanding er to ting.** Utilbørlig udnyttelse bygger på overførsel af goodwill; udvanding kræver bevis for ændret økonomisk adfærd og er sværere at løfte (**MARLBORO**).
- 5. Ond tro kræver konkret snyltehensigt og vurderes på prioritetsdatoen.** Kendskab til andres internationale brug kan være nok (**Yakult/Malaysia Dairy, AN 2005 00039**), men uden bevis for hensigt opretholdes registreringen (**LELE BROTHER; RATPAC, AN 2017 00014**).
- 6. Prøvelsesrammen er bundet til hindringen.** Ond tro efter § 14 kan ikke bæres af en indsigelse efter § 19, men kun rejses som § 22-bemærkninger eller i en ophævelsessag (**CARMARK/STARMARK, 23/09850**), og nævnet er underlagt forvaltningsrettens begrundelseskrav (**RATPAC-genoptagelse, AN 2021 00008**).
- 7. Domstolene bekræfter linjen.** Højesteret kræver i **TREK/OUTTREK (BS-10171/2021-HJR)** samme stramme bevis for velkendthed, og landsretten anvender den udvidede beskyttelse efter § 4, stk. 2, nr. 3 i tråd med nævnets tilgang (**Godt Smil, BS-24799/2023-OLR; Irmapien, BS-13282/2025-HJR**).

LOV	Varemærkeloven § 4, stk. 2	Varemærkeloven § 14, stk. 1	Varemærkeloven § 15, stk. 3
PRAKSIS			
	Højesteret · Højesterets afvisning af direkte anke i sag om Irmapien og kunstnerisk ytringsfrihed		12.09.2025
	Højesteret · Varemærkeretlig tvist om velkendthed og forvekslelighed mellem TREK og OUTTREK		04.10.2023
	Landsretten · Varemærkekrænkelser via Google Ads – Godt Smil mod Nord-Smil		22.02.2024
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet stadfæster varemærkeregistrering af CARMARK trods indsigelse fra STARMARK		21.05.2024
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet afviser varemærket Marlboro for alle ansøgte livsstilsvarer grundet verdenskendt renommé		21.06.2022
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnets stadfæstelse af afslag på ophævelse af varemærket 'LELE BROTHER' i sag mod LEGO		27.10.2021
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet for Patenter og Varemærker stadfæster afvisning af indsigelse mod træ-varemærke		10.06.2021
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Indsigelse mod varemærket '3 MAX' baseret på teleselskabet 3's velkendte varemærker		06.05.2021
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Genoptagelse af varemærkesag: RATPAC nægtet registrering pga. forvekslingsrisiko med RAT PACK		08.04.2021
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Hjemvisning af sag om ophævelse af varemærket GRANDFAR grundet nye beviser for GRUNDFOS-mærkets velkendthed		17.02.2021
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Indsigelse mod figurmærket "FGS" baseret på det ældre varemærke "GS" for batterier og akkumulatorer		18.06.2020

Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Stadfæstelse af afslag på indsigelse mod varemærket RATPAC grundet manglende dokumentation for ibrugtagen ret til RAT PACK i Danmark	28.02.2018
Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Afgørelse om forvekslelighed mellem varemærkerne SCANDIA og SCANDICOPY inden for papirvarer	30.06.2010
Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ophævelse af vareudstyrsmærke for flaske grundet ansøgers kendskab til identisk udenlandsk mærke	16.10.2006
Ankenævnet for Patenter og Varemærker · WASH & GO-mærket: Procter & Gambles velkendte shampoomærke giver udvidet beskyttelse mod identisk varemærke for sko	10.08.1998

REFERENCE Lovgrundlag

5 paragraffer

Varemærkeloven § 4	stk. 2	Varemærkeloven § 14	stk. 1
Varemærkeloven § 15	stk. 3	Varemærkeloven § 19	
Varemærkeloven § 22			

MATERIALE Citerede afgørelser

19 afgørelser

HØJESTERET · ØVERSTE INSTANS

2

12.09.2025	Højesterets afvisning af direkte anke i sag om Irmapijen og kunstnerisk ytringsfrihed	13282-2025
04.10.2023	Varemærkeretlig tvist om velkendthed og forvekslelighed mellem TREK og OUTTREK	bs-10171-2021-hjr

LANDSRETTEEN · ANKEINSTANS

3

31.01.2025	Landsrettens dom i sag mellem Panzerglass A/S og WePack ApS om varemærkekrænkelser	7182-8648
22.02.2024	Varemærkekrænkelser via Google Ads – Godt Smil mod Nord-Smil	4946-5966
08.02.2024	Landsretten stadfæster dom om manglende kendetegnsbeskyttelse af logo	4707-5666

ANKENÆVNET FOR PATENTER OG VAREMÆRKER · NÆVN / KLAGEINSTANS

14

21.05.2024	Ankenævnet stadfæster varemærkeregistrering af CARMARK trods indsigelse fra STARMARK	23/09850
21.06.2022	Ankenævnet afviser varemærket Marlboro for alle ansøgte livsstilsvarer grundet verdenskendt renommé	21/14288
27.10.2021	Ankenævnets stadfæstelse af afslag på ophævelse af varemærket 'LELE BROTHER' i sag mod LEGO	AN 2021 00007
10.06.2021	Ankenævnet for Patenter og Varemærker stadfæster afvisning af indsigelse mod træ-varemærke	AN 2021 00002
10.06.2021	Ingen forvekslingsrisiko mellem det velkendte Wunder-Baum grantræ og Skandinavisks logo	AN 2021 00003

10.06.2021	Stadfæstelse af varemærkeregistrering for SKANDINAVISK trods indsigelse fra indehaveren af WUNDER-BAUM	AN 2021 00004
06.05.2021	Indsigelse mod varemærket '3 MAX' baseret på teleselskabet 3's velkendte varemærker	AN 2020 00020
08.04.2021	Genoptagelse af varemærkesag: RATPAC nægtet registrering pga. forvekslingsrisiko med RAT PACK	AN 2021 00008
17.02.2021	Hjemvisning af sag om ophævelse af varemærket GRANDFAR grundet nye beviser for GRUNDFOS-mærkets velkendthed	AN 2019 00032
18.06.2020	Indsigelse mod figurmærket "FGS" baseret på det ældre varemærke "GS" for batterier og akkumulatorer	AN 2019 00014
28.02.2018	Stadfæstelse af afslag på indsigelse mod varemærket RATPAC grundet manglende dokumentation for ibrugtagen ret til RAT PACK i Danmark	AN 2017 00014
30.06.2010	Afgørelse om forvekslelighed mellem varemærkerne SCANDIA og SCANDICOPY inden for papirvarer	AN 2009 00029
16.10.2006	Ophævelse af vareudstyrsmærke for flaske grundet ansøgers kendskab til identisk udenlandsk mærke	AN 2005 00039
10.08.1998	WASH & GO-mærket: Procter & Gambles velkendte shampoomærke giver udvidet beskyttelse mod identisk varemærke for sko	V 7/96