

PRAKSISOVERSIGT · IMMATERIALRET

Praksisoversigt over varemærkeret

Forvekslingsrisiko, velkendte mærker, parallelimport og vederlag

Version 2 · Opdateret 24. jun. 2026 · 11 afgørelser · 2006-2025

[Læs online](#)**INTRODUKTION**

Varemærkeretten beskytter indehaverens eneret til erhvervsmæssig brug af et varemærke, og reguleres primært af varemærkeloven (VML) §§ 4, 13, 15, 25, 43-44 suppleret af EU-varemærkeforordningen (forordning 2017/1001) og markedsføringslovens §§ 3 og 22. Krænkelsesvurderingen sker som en helhedsvurdering, hvor mærkernes lighed, varernes lighed og mærkets særpræg indgår i en samlet afvejning. Praksis fra Højesteret, Sø- og Handelsretten, Østre Landsret og Ankenævnet for Patenter og Varemærker viser, at domstolene håndhæver eneretten konsekvent – både over for traditionelle forvekslingstilfælde, velkendte mærkers udvanding/snyltning, parallelimport uden for EØS og forfalskede varer – og at vederlags- og erstatningsbeløb fastsættes skønsmæssigt i millionklassen ved omfattende krænkelse, hvor direktører kan hæfte personligt og solidarisk.

PRINCIPPER UDLEDT AF PRAKSIS

- 01** Krænkelsesvurderingen efter varemærkeloven § 4, stk. 2, nr. 2, sker som en helhedsvurdering, hvor mærkernes visuelle, lydlig og begrebsmæssige lighed, varernes lighed og mærkets særpræg indgår samlet.
- 02** Beskrivende elementer (geografi, art, beskaffenhed) tæller mindre end særprægede kerneord i forvekslingsvurderingen, men kan alligevel bære forvekslelighed, hvis de udgør det dominerende element i begge mærker.
- 03** Velkendte varemærker nyder udvidet beskyttelse efter VML § 4, stk. 2, nr. 3, mod snyltning og udvanding selv ved forskellige varegrupper, men kræver at brugen skaber en konkret tankemæssig sammenhæng (association) i kundekredsens bevidsthed.
- 04** Kunstnerisk ytringsfrihed og parodiprincippet kan ikke retfærdiggøre erhvervsmæssig brug af et velkendt varemærke, når brugen har overvejende kommerciel karakter og skaber risiko for renommésnyltning.
- 05** Parallelimport af varemærkebeskyttede varer fra lande uden for EØS uden rettighedshaverens samtykke krænker eneretten, og bevisbyrden for konsumtion (rettigheds-udtømmelse) påhviler importøren.
- 06** Vederlag og erstatning efter VML § 43 fastsættes skønsmæssigt, og ved omfattende eller forsætlige krænkelse kan beløbet nå millionklassen; direktører kan hæfte personligt og solidarisk ved ond tro eller grov uagtsomhed.

- 07** Når sagsøgte har indgivet begæring til EUIPO om et EU-varemærkes fortabelse/ugyldighed før modkravets nedlæggelse, skal dansk EU-varemærkedomstol obligatorisk udsætte hele sagen, ikke blot modkravet.
- 08** Midlertidigt forbud i varemærkesager efter retsplejelovens § 413 kræver, at rettighedshaveren sandsynliggør, at muligheden for at opnå sin ret forspildes ved at afvente dom – passivitet over flere år udelukker forbud.
- 09** Ved forvekslingsvurdering af figurmærker skal mærkerne bedømmes som helhed; simple abstrakte figurer kræver en højere grad af lighed end ordmærker, før forvekslelighed statueres.
- 10** Svage eller suggestive mærkeelementer (fx READERS for briller) kan bære forvekslelighed, hvis de udgør det dominerende element i begge mærker og mærkernes helhedsindtryk konvergerer.

§ 1 Varemærkelovens retsgrundlag og enerettens omfang

Varemærkeretten reguleres af varemærkeloven (VML), der gennemfører EU's varemærkedirektiv (2015/2436), suppleret af den direkte virkende [EU-varemærkeforordning \(forordning 2017/1001\)](#) og [markedsføringslovens § 3](#) (god markedsføringsskik) samt [§ 22](#) (forretningskendetegn).

[Varemærkeloven § 4, stk. 2](#) definerer enerettens omfang i tre trin:

- **Nr. 1 (dobbelt identitet):** Tegnet er identisk med varemærket og bruges i forbindelse med identiske varer.
- **Nr. 2 (forvekslingsrisiko):** Tegnet er identisk med eller ligner varemærket og bruges for identiske eller lignende varer, og der er *risiko for forveksling* i offentlighedens bevidsthed, herunder at der antages at være en forbindelse.
- **Nr. 3 (velkendte mærker):** Tegnet ligner varemærket, uanset varegruppe, når varemærket er velkendt og brugen medfører utilbørlig udnyttelse af eller skade på særpræg eller renommé.

Forarbejderne til § 4 fastslår, at tilføjelsen om risiko for en "forbindelse" mellem varemærkerne formelt var en nydannelse, men at det også efter hidtidig retspraksis kunne tillægges vægt.

Stk. 2 er i overensstemmelse med direktivets artikel 5, stk. 2. Bestemmelsen er mindre restriktiv end den gældende lovs § 6, stk. 2, litra a, og b, hvilket er i god overensstemmelse med den internationale udvikling, der giver et bedre værn for de kendte mærker, end tilfældet har været efter hidtidig dansk retspraksis.

[Varemærkeloven § 43](#) fastsætter en todelt sanktionsmodel: (1) et rimeligt vederlag for udnyttelsen og (2) *erstatning* for yderligere skade, med hensyntagen til den forurettedes tabte fortjeneste og krænkerens uberettigede fortjeneste.

Pr. 1. januar 2026 er varemærkelovens gebyrbestemmelser (§§ 60a-60e) forhøjet ved lov om ændring af patentloven og forskellige andre love af 30. december 2025. Ansøgningsgebyret er hævet fra 2.000 kr. til 2.400 kr. De materielle bestemmelser i §§ 4, 15, 25 og 43 er uændrede. Desuden er den særlige enhed om håndhævelse og piratkopiering (kapitel 6 A) ophævet pr. 1. januar 2025.

For en dybere behandling af immaterialretssager generelt ved Sø- og Handelsretten, se [praksisoversigten om immaterialret ved Sø- og Handelsretten](#).

LOV

Markedsføringsloven § 3

Markedsføringsloven § 22

Varemærkeloven § 4, stk. 2

Varemærkeloven § 43, stk. 1-3

§ 2 Helhedsvurderingen ved forvekslingsrisiko – mærkernes lighed, varernes lighed og særpræg

Forvekslingsvurderingen efter [VML § 4, stk. 2, nr. 2](#) og [§ 15, stk. 1, nr. 2](#) sker som en helhedsvurdering, hvor tre elementer samvirker: mærkernes lighed (visuelt, lydligt og begrebsmæssigt), varernes lighed og det ældre mærkes særpræg. Jo stærkere særpræg, jo bredere er beskyttelsesomfanget. Det er fast praksis at anvende en princippet om vekselvirkning: ved høj varelighed stilles lavere krav til mærkeligheden og omvendt.

Ordmærker – det dominerende element afgør:

I sagen [23/04199](#) (READERS.COPENHAGEN mod the Readers) stadfæstede Ankenævnet for Patenter og Varemærker ophævelsen af det yngre mærke. Nævnet lagde vægt på, at *READERS* var det dominerende element i begge mærker, og at udtrykkene "COPENHAGEN", "the" og asterisker var sekundære. Trods ordets suggestive karakter for briller var ligheden mellem mærkerne så udtalt, at omsætningskredsen ville antage en forbindelse.

Modsat fastslog Ankenævnet i [23/09850](#) (CARMARK mod STARMARK), at der trods identiske varer i klasse 12 ikke forelå forvekslingsrisiko. De indledende stavelser "CAR" og "STAR" har forskellige betydninger, som forstås af en gennemsnitlig dansk forbruger, og det fælles element "MARK" er et svagt mærkeelement:

Da de to indledende stavelser desuden adskiller sig lydligt fra hinanden finder ankenævnet, at der samlet set ikke foreligger mærkelighed.

Figurmærker – krav til konkret lighed:

I sagen [AN 2005 00004](#) (J. Lindeberg mod We Rock) vurderede nævnet to figurmærker, som begge hævdedes at forestille bogstaverne "JL". Nævnet afviste forvekslelighed – mærkerne måtte bedømmes som abstrakte figurer, ikke som bogstaver, og krævede derfor en højere grad af lighed. J. Lindebergs mærke bestod af ét sammenhængende element, mens We Rocks bestod af to spejlvendte elementer.

Tilsvarende i [AN 2019 00028](#) (Materialise mod 3Shape) hjemviste nævnet sagen, fordi Patent- og Varemærkestyrelsen ikke havde defineret den relevante omsætningskreds tilstrækkeligt præcist – en fejl der potentielt kunne ændre hele forvekslingsvurderingen.

Praksisoversigten viser følgende mønster:

Element	Høj forvekslelighed	Lav forvekslelighed
Dominerende fælles kerneord	READERS.COPENHAGEN/the Readers	CARMARK/STARMARK (stærk begrebslig forskel)
Figurmærker	Kræver høj konkret lighed	Forskellige grafiske strukturer afviser forveksling
Omsætningskreds	Almene forbrugere (lavere agtpågivenhed)	Specialister (højere agtpågivenhed)

LOV	Varemærkeloven § 4, stk. 2	Varemærkeloven § 15, stk. 1	
PRAKSIS	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet stadfæster varemærkeregistrering af CARMARK trods indsigelse fra STARMARK		21.05.2024
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Stadfæstelse af ophævelse af varemærket READERS. COPENHAGEN grundet risiko for forveksling		17.11.2023
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Hjemvisning af indsigelsessag mod figurmærke til 3D-teknologi på grund af utilstrækkelig definition af omsætningskredsen		10.07.2020
	Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Varemærketvist mellem J. Lindeberg og We Rock om forvekslelighed af figurmærker i tøjbranchen		02.06.2006

Velkendte mærker – udvidet beskyttelse mod snyltning og udvanding

§ 3

Velkendte varemærker nyder udvidet beskyttelse efter [VML § 4, stk. 2, nr. 3](#) og [§ 15, stk. 3, nr. 1](#). Beskyttelsen rækker *ud over* de registrerede varer og tjenesteydelser og rammer tre typer skade: (1) utilbørlig udnyttelse af særpræg (snyltning/free-riding), (2) utilbørlig udnyttelse af renommé og (3) skade på særpræg (udvanding). Det er en forudsætning, at brugen skaber en *tankemæssig sammenhæng* (association) hos omsætningskredsen.

WUNDER-BAUM – tankemæssig sammenhæng kræver konkret mærkelighed:

I [AN 2021 00002](#) (Julius Sämann mod Skandinavisk SR) fastslog Ankenævnet, at selv om WUNDER-BAUM-mærkerne var velkendte i Danmark, var den konkrete grafiske udformning af det yngre mærke (simpel stregtegnelse af et træ) så forskellig fra indsigers naturtro silhuet, at der ikke opstod en tilstrækkelig tankemæssig forbindelse:

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.

Denne afgørelse understreger, at velkendthed ikke i sig selv skaber et motivmonopol – den abstrakte idé (et træ) er fri, men den *konkrete* grafiske udformning er beskyttet.

Irmapien – kunstnerisk ytringsfrihed vejer ikke over kommerciel brug:

Højesteret afviste i [BS-13282/2025-HJR](#) at realitetsbehandle anken fra Sø- og Handelsrettens dom, der fandt at kunstneren Love Partys kommercielle brug af variationer af "Irmapien" krænkede Coop Danmarks varemærkeret. Sø- og Handelsretten fastslog, at brugen var erhvervsmæssig og udnyttede varemærkets renommé uden rimelig grund efter [VML § 4, stk. 2, nr. 3](#):

- Selvom værkerne indeholdt politiske/samfundsmæssige udsagn, kunne *ytringsfriheds-hensynet ikke retfærdiggøre* den omfattende kommercielle brug (plakater, krus, t-shirts).
- Vederlag/erstatning fastsattes til 750.000 kr., og bøder på 15.000 kr. pr. person for overtrædelse af et tidligere forbud.

Højesteret fandt, at dommen byggede på konkrete bevisvurderinger og ikke havde principiel karakter efter [retsplejelovens § 368, stk. 4](#).

LOV	Varemærkeloven § 4, stk. 2	Varemærkeloven § 15, stk. 3
-----	--	---

PRAKSIS

Højesteret · Højesteret afviser anke i sag om Irmapien-kunst: Kommerciel udnyttelse krænkede Coop Danmarks rettigheder	12.09.2025
Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet for Patenter og Varemærker stadfæster afvisning af indsigelse mod træ-varemærke	10.06.2021

§ 4 Parallelimport og konsumtion – bevisbyrden for EØS-samtykke påhviler importøren

Varemærkebeskyttede varer, der er bragt i omsætning *inden for EØS* med rettighedshaverens samtykke, er undergivet konsumtion – eneretten er "udtømt", jf. [EU-varemærkeforordningens artikel 15](#). Import fra lande *uden for EØS* uden samtykke krænker derimod eneretten. Det er importøren, der bærer bevisbyrden for, at varerne oprindeligt er markedsført i EØS med samtykke.

BS-9911/2021-SHR – direktør personligt ansvarlig for systematisk parallelimport:

I [BS-9911/2021-SHR](#) dømte Sø- og Handelsretten en direktør og eneejer personligt ansvarlig for systematisk ulovlig parallelimport af HPE-produkter. Selskabet (som senere gik konkurs) havde importeret IT-hardware fra distributører i Singapore, Malaysia, Hong Kong og Dubai og videresolgt dem inden for EØS. HPE's Brand Protection Team afslørede kæden gennem forlig med mellemhandlere.

Retten fastslog:

- Der var *ingen* dokumentation for, at varerne var bragt på markedet i EØS med HPE's samtykke.
- Direktøren havde kendskab til branchens praksis og var bevidst om risikoen ved "non-EU"-produkter.
- Personligt ansvar fulgte af direktørens egen aktive rolle, viden om krænkelsen og selskabets efterfølgende konkurs.

BS-2627/2024-OLR – landsretten stadfæster med millionerstatning:

[BS-2627/2024-OLR](#) (Østre Landsret) stadfæstede dommen. Landsretten afviste importørens henvisning til EU-Domstolens dom i sag C-367/21, der lempet bevisbyrden i visse tilfælde med selektivt distributionssystem – men kun for varer købt *inden for EØS*. Da de omtvistede varer ubestridt var købt i tredjelande, var standardreglen om importørens bevisbyrde gældende. Omsætningen lå på ca. 100 mio. kr. i perioden 2016-2019, og erstatning/vederlag fastsattes skønsmæssigt.

Mailkorrespondance viste, at direktøren var klar over de "non-EU"-problemstillinger:

Landsretten lagde til grund, at importøren var klar over de problematiske forhold med "non-EU" produkter og risiko for, at HPE ville modsætte sig salget.

LOV	Varemærkeloven § 4, stk. 2	Varemærkeloven § 43, stk. 1	
PRAKSIS	Landsretten · Østre Landsret stadfæster dom om varemærkekrænkelse og personligt ansvar ved omfattende parallelimport af IT-udstyr		01.10.2025
	Sø- og Handelsretten · Direktør kendt personligt ansvarlig for systematisk ulovlig parallelimport af HP-produkter		03.01.2024

§ 5 Vederlag og erstatning efter VML § 43 – skønsmæssig fastsættelse og personlig hæftelse

Varemærkeloven § 43 opererer med en treleddet sanktionsmodel:

1. **Rimeligt vederlag** for udnyttelsen (stk. 1, nr. 1) – en "licensanalogibetragtning" uafhængig af tab.
2. **Erstatning** for den yderligere skade (stk. 1, nr. 2) – med hensyn til den forurettedes tabte fortjeneste og krænkerens uberettigede fortjeneste.
3. **Godtgørelse** for ikkeøkonomisk skade (stk. 3) – fx markedsforvirring og renomméskade.

Praksisoversigt over vederlags- og erstatningsniveauer:

Sag	Krænkelsetype	Vederlag/Erstatning	Personligt ansvar
BS-13282/2025-HJR (Irmapien)	Velkendt mærke, kommerciel brug	750.000 kr.	Ja (kunstner + selskab)
BS-9911/2021-SHR (HP parallelimport)	Systematisk parallelimport	Skønsmæssigt (millionbeløb)	Ja (direktør personligt)
BS-2627/2024-OLR (HP appel)	Parallelimport stadfæstet	Stadfæstet (100+ mio. kr. omsætning)	Ja (direktør solidarisk)

Personligt ansvar for direktører:

En gennemgående tendens i nyere praksis er, at direktører kan hæfte *personligt og solidarisk* med det krænkende selskab, når:

- Direktøren har haft en aktiv, styrende rolle i krænkelsen.
- Direktøren vidste eller burde have vidst, at handlingerne var ulovlige.
- Selskabet er gået konkurs, og rettighedshaveren derfor retter kravet mod direktøren personligt.

Dette mønster ses tydeligt i HPE-parallelimportsagerne, hvor selskabets konkurs medførte, at hele vederlags-/erstatningskravet blev rettet mod direktøren personligt.

LOV

[Varemærkeloven § 43, stk. 1-3](#)

[Varemærkeloven § 44](#)

PRAKSIS

Højesteret · Højesteret afviser anke i sag om Irmapien-kunst: Kommerciel udnyttelse krænkede Coop Danmarks rettigheder 12.09.2025

Landsretten · Østre Landsret stadfæster dom om varemærkekrænkelser og personligt ansvar ved omfattende parallelimport af IT-udstyr 01.10.2025

Sø- og Handelsretten · Direktør kendt personligt ansvarlig for systematisk ulovlig parallelimport af HP-produkter 03.01.2024

§ 6 EUIPO-udsættelse – obligatorisk udsættelse af hele sagen ved parallel begæring

Når en sag om krænkelser af et EU-varemærke verserer ved en national domstol, og sagsøgte forud for modkravets nedlæggelse har indgivet begæring til EUIPO om varemærkets fortabelse eller ugyldighed, skal domstolen *obligatorisk* udsætte sin behandling.

Dette princip blev fastslået af Højesteret i [BS-33996/2020-HJR](#). Sagen drejede sig om NHS, Inc. mod SPORTS GROUP DENMARK og SPORT24, hvor sagsøgte havde indgivet begæring til EUIPO efter sagens anlæg men før modkravets nedlæggelse.

Højesteret fastslog to centrale principper:

Højesteret finder, at varemærkeforordningens artikel 128, stk. 4, 3. pkt., efter sin ordlyd må forstås således, at en EU-varemærkedomstol [...] skal udsætte sin behandling af sagen, såfremt der inden fremsættelsen af modkravet ved domstolen var indgivet en begæring [...] til EUIPO.

Højesteret finder endvidere, at [...] udsættelse efter denne bestemmelse omfatter hele sagen og ikke kun den del af sagen, der angår modkravet om fortabelse eller ugyldighed af EU-varemærket.

Dermed afviste Højesteret NHS, Inc.'s argument om, at udsættelsen alene burde omfatte modkravsdelen, mens krænkelsspørgsmålet blev fremmet. Formålet er at sikre enhed i EU-varemærkeretten og undgå potentielt modstridende afgørelser mellem nationale instanser og EUIPO.

Højesteret afviste desuden behovet for præjudiciel forelæggelse til EU-Domstolen, da ordlyden og systematikken blev anset for klar. NHS, Inc. betegnede strategien som en "Alicante torpedo", men retten fandt, at bestemmelsens objektive tidsramme (begæring indgivet før modkravet) ikke beroede på subjektive hensigter.

PRAKSIS **Højesteret** · Højesterets afgørelse om obligatorisk udsættelse af varemærkesag ved parallel behandling hos EUIPO 16.12.2021

Midlertidigt forbud i varemærkesager – krav om forspildelsesrisiko og forbudsretlig passivitet

Midlertidigt forbud (foreløbig retsmiddel) i varemærkesager kræver, at betingelserne i [retsplejelovens § 413](#) er opfyldt. Rettighedshaveren skal sandsynliggøre sin ret (nr. 2) og godtgøre, at muligheden for at opnå retten vil *forpildes*, hvis man afventer en ordinær retssag (nr. 3). Det er særligt nr. 3, der giver anledning til tvivl – langvarig passivitet kan udelukke forbud.

Verner Panton – langvarigt kendskab udelukker forbud:

Højesteret fastslog i [BS-48872/2021-HJR](#), at Verner Panton Design AG og Marianne Panton ikke opfyldte betingelsen om forspildelsesrisiko. Sagsøgerne havde haft kendskab til Tagwerchs markedsføring og salg af Panton-relaterede produkter siden 2009, men indgav først forbudsanmodning i oktober 2020.

Højesteret udtalte:

Henset til Verner Panton Design og Marianne Pantons langvarige kendskab til Tagwerc herunder Tagwerchs salg og markedsføring på hjemmesiden www.tagwerc.com, [...] finder Højesteret, at det ikke er sandsynliggjort, at Verner Panton Design og Marianne Pantons mulighed for at opnå deres ret vil forpildes, hvis de henvises til at afvente tvistens retlige afgørelse.

Retten præciserede desuden forskellen mellem det *materielle* og det *processuelle* passivitetsbegreb:

Højesteret bemærker herved, at det EU-retlige passivitetsbegreb, som Verner Panton Design og Marianne Panton har påberåbt sig, angår materielle rettigheder og ikke den processuelle ret til at få nedlagt et midlertidigt forbud.

Sagsøgernes argument om, at EU-Domstolens passivitetsbegreb (sag C-482/09, Budweiser) skulle gælde, blev dermed afvist for processuelle formål. Sagen fastslår, at forbudsretlig passivitet vurderes selvstændigt efter dansk procesret – uafhængigt af den EU-retlige materielle passivitetsregel.

Retten fandt dog, at der var *værneting* i Danmark, da der fra webshoppen var bestilt og leveret varer til Danmark.

LOV

[Retsplejeloven § 413, stk. 1](#)

PRAKSIS

Højesteret · Højesterets afvisning af midlertidigt forbud grundet forbudsretlig passivitet i sag om Verner Panton-varemærker

02.06.2023

§ 8 Praksis fra Ankenævnet for Patenter og Varemærker – registrering, indsigelse og ophævelse

Ankenævnet for Patenter og Varemærker (APV) fungerer som administrativ klageinstans for Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelser om registrering, indsigelse og administrativ ophævelse. APV-afgørelser illustrerer de generelle principper om forvekslingsrisiko, særpræg og velkendthed i et stort antal varemærkesager.

Centrale praksistendenser fra APV:

- **Suggestive/svage elementer kan bære forvekslelighed:** I READERS.COPENHAGEN-sagen ([23/04199](#)) var "READERS" suggestivt for briller, men alligevel det dominerende element, og de øvrige bestanddele ("Copenhagen", "the") var af sekundær betydning.
- **Begrebsmæssig forskel kan ophæve visuel lighed:** I CARMARK/STARMARK-sagen ([23/09850](#)) vejede de begrebsmæssige forskelle ("CAR" = bil, "STAR" = stjerne) tungere end den visuelle lighed i endelsen "-MARK".
- **Velkendte mærker kræver konkret grafisk lighed, ikke blot motivfællesskab:** WUNDER-BAUM-sagen ([AN 2021 00002](#)) fastslog, at et grantræ som motiv ikke i sig selv skaber den krævede "sammenhæng".
- **Omsætningskredsens definition er afgørende:** I Materialise/3Shape-sagen ([AN 2019 00028](#)) hjemviste nævnet sagen, fordi omsætningskredsen var defineret for generisk – den varierer betydeligt mellem industrielle 3D-printløsninger og medicinske implantater til kirurger.

For brugspligt-spørgsmål i administrative ophævelsessager, se den særskilte [praksisoversigt om brugspligt for varemærker](#).

LOV

[Varemærkeloven § 13](#)
[Varemærkeloven § 15, stk. 1, 3](#)

PRAKSIS

Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet stadfæster varemærkeregistrering af CARMARK trods indsigelse fra STARMARK

21.05.2024

Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Stadfæstelse af ophævelse af varemærket READERS.COPENHAGEN grundet risiko for forveksling

17.11.2023

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 · Hjemvisning af indsigelsessag mod figurmærke til 3D-teknologi på grund af utilstrækkelig definition af omsætningskredsen

10.07.2020

§ 9 Sammenfatning – centrale takeaways fra varemærkepraksis

Praksisoversigten viser en retsstilling, hvor varemærkebeskyttelsen håndhæves konsekvent på flere niveauer:

- **Forvekslingsvurdering:** Domstolene og APV anvender en etableret helhedsvurderingsmodel, hvor det dominerende element i mærkerne, omsætningskredsens agtpågivenhed og varernes lighed samvirker. Begrebsmæssige forskelle kan ophæve visuel lighed, men svage/suggestive elementer kan alligevel bære forvekslelighed, hvis de udgør begge mærkers kerne.
- **Velkendte mærker:** Den udvidede beskyttelse er ikke et motivmonopol. Der kræves *konkret* grafisk lighed for at skabe den nødvendige tankemæssige sammenhæng. Men ved tilstrækkelig nærhed – som i Irmapien-sagen – vejer den kommercielle udnyttelse tungere end ytringsfriheden.
- **Parallelimport:** Import fra lande uden for EØS uden samtykke er en klar krænkelse, og importøren bærer bevisbyrden for konsumtion. EU-Domstolens lempning af bevisbyrden (C-367/21) gælder kun for varer købt inden for EØS. Direktører hæfter personligt ved ond tro.
- **Vederlag:** VML § 43 anvendes aktivt med skønsmæssige beløb i hundredtusinde- til millionklassen, og personlig hæftelse for direktører er en voksende tendens.
- **Procesretlige spørgsmål:** EUIPO-udsættelse er obligatorisk og omfatter hele sagen. Midlertidigt forbud kræver forspildelsesrisiko, og passivitet over flere år er fatalt – uafhængigt af EU-rettens materielle passivitetsbegreb.

For relaterede emner, se [praksisoversigten om brugspligt, markedsføringsret og illoyal konkurrence](#) og [ophavsret](#).

LOV	Retsplejeloven § 413, stk. 1	Varemærkeloven § 4, stk. 2	Varemærkeloven § 43, stk. 1-3
PRAKSIS	Højesteret · Højesteret afviser anke i sag om Irmapien-kunst: Kommerciel udnyttelse krænkede Coop Danmarks rettigheder 12.09.2025 Højesteret · Højesterets afvisning af midlertidigt forbud grundet forbudsretlig passivitet i sag om Verner Pantan-varemærker 02.06.2023 Højesteret · Højesterets afgørelse om obligatorisk udsættelse af varemærkesag ved parallel behandling hos EUIPO 16.12.2021 Landsretten · Østre Landsret stadfæster dom om varemærkekrænkelser og personligt ansvar ved omfattende parallelimport af IT-udstyr 01.10.2025 Sø- og Handelsretten · Direktør kendt personligt ansvarlig for systematisk ulovlig parallelimport af HP-produkter 03.01.2024 Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Stadfæstelse af ophævelse af varemærket READERS. COPENHAGEN grundet risiko for forveksling 17.11.2023 Ankenævnet for Patenter og Varemærker · Ankenævnet for Patenter og Varemærker stadfæster afvisning af indsigelse mod træ-varemærke 10.06.2021		

REFERENCE Lovgrundlag

6 paragraffer

Markedsføringsloven § 3	Markedsføringsloven § 22
Varemærkeloven § 4 stk. 2	Varemærkeloven § 15 stk. 1, 3
Varemærkeloven § 25	Varemærkeloven § 43 stk. 1-3

MATERIALE Citerede afgørelser

10 afgørelser

HØJESTERET · ØVERSTE INSTANS

3

12.09.2025	Højesteret afviser anke i sag om Irmapijen-kunst: Kommerciel udnyttelse krænkede Coop Danmarks rettigheder	10454-12310
02.06.2023	Højesterets afvisning af midlertidigt forbud grundet forbudsretlig passivitet i sag om Verner Panton-varemærker	bs-48872-2021-hjr
16.12.2021	Højesterets afgørelse om obligatorisk udsættelse af varemærkesag ved parallel behandling hos EUIPO	bs-33996-2020-hjr

LANDSRETTE · ANKEINSTANS

1

01.10.2025	Østre Landsret stadfæster dom om varemærkekrænkelser og personligt ansvar ved omfattende parallelimport af IT-udstyr	10516-12398
------------	--	-------------

SØ- OG HANDELSRETTE · SPECIALRET

1

03.01.2024	Direktør kendt personligt ansvarlig for systematisk ulovlig parallelimport af HP-produkter	10507-12387
------------	--	-------------

ANKENÆVNET FOR PATENTER OG VAREMÆRKER · NÆVN / KLAGEINSTANS

5

21.05.2024	Ankenævnet stadfæster varemærkeregistrering af CARMARK trods indsigelse fra STARMARK	23/09850
17.11.2023	Stadfæstelse af ophævelse af varemærket READERS. COPENHAGEN grundet risiko for forveksling	23/04199
10.06.2021	Ankenævnet for Patenter og Varemærker stadfæster afvisning af indsigelse mod træ-varemærke	AN 2021 00002
10.07.2020	Hjemvisning af indsigelsessag mod figurmærke til 3D-teknologi på grund af utilstrækkelig definition af omsætningskredsen	AN 2019 00028
02.06.2006	Varemærketvist mellem J. Lindeberg og We Rock om forvekslelighed af figurmærker i tøjbranchen	AN 2005 00004